

一吐为快

“奖状植入广告”污染的是心灵

□杨玉龙

5月10日，四川达州一幼儿园奖状现补钙广告引发热议。5月17日，当地教科局回应称，已将奖状收回。经查，园方未收取广告费。当地工商部门表示，将对此事展开调查。据南方都市报报道，涉事企业在奖状上印广告已非首次。此前，山东菏泽一眼镜店，因在小学奖状发布“眼科”广告被罚20万元，并依法吊销营业执照。（5月18日《新京报》）

奖状上印有广告并非是首次出现，每次被媒体曝光后，都会引起舆论吐槽，甚至也会有一部分教师及学校管理者，以及涉事

企业遭到依法依规处理。不过，从现实来看，此类现象之所以难以绝迹，主要原因在于，一是违法成本太低，不足以让涉事企业长吸取教训；二是购置奖状的相关人员法律意识淡薄；三是一些家长对广告的容忍也纵容了此类现象。

“幼儿园奖状植入广告”其危害性是显而易见的。诚如有网友所说，“毫无底线，污染的不光是奖状，而是心灵。”还有网友认为，商业性质的广告让奖状变了味。的确如此，这些“看不惯想撕，又怕伤了孩子心”的商业力量，就是对孩子最无辜的伤害。而且，这样的商业行为靠着“小手拉大手”的模式

掏家长腰包，是对教育教学环境赤裸裸的骚扰。

从法律规定来看，《广告法》第三十九条明确规定，不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动，不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布广告，但公益广告除外。

“奖状植入广告”不能只有事后重视，更为重要的是将功夫用在防范上，一则颁发奖状的学校当引起重视，对于广告奖状不仅要拒绝进入校门，甚至对可能流入校园的问题奖状应及时向有关部门反映；二则从生产销售环节来看也应把好关，谨防问题奖状流入校园，须知这也是对自身权

益的保障。

去年教育部下发《关于严禁商业广告、商业活动进入中小学校和幼儿园的紧急通知》就提出，切实加强校园日常监管，要求各地教育行政部门要健全日常监管制度，切实减少与学校教书育人无关的各类活动。

为孩子们营造安全与干净的校园环境是全社会的责任，就须杜绝企业以任何形式发布不利于中小学生和幼儿身心健康的商业广告。也正如媒体所言，“一纸奖状虽小，但撒播在孩子们心田里的，却是灿烂的阳光，是温暖，是希望，是增强孩子们的学习动力、激发其巨大潜力的种子”，又岂能让杂质玷污奖状的圣洁。

金玉良言

医护人员带熟人插队是“微腐败”

□黄齐超

5月10日，陕西省卫健委官方网站发布一则《关于开展全省卫生健康行业乱象专项整治行动的通知》，该《通知》称，陕西将开展为期1年的卫生健康行业乱象专项整治行动。该行动包含除了打击“医闹”、整治医托、“号贩子”，查处乱收费、诱导消费和过度诊疗等行为之外，还包括了治理医护人员帮亲友挂号、安排病床等损害群众利益的“微腐败”。（5月16日搜狐新闻）

大家去医院看病，都有这样的经历：天不亮就起床排队，或者彻夜蹲守医院挂号，甚至不惜花高价钱从黄牛手里买号。然而，辛辛苦苦地排队挂号、候诊，可快轮到自己时，医院的医护人员带着熟人来插队，后面的患者都敢怒不敢言，只能无奈依次续延。

虽然排队挂号、候诊很折磨人，但大家都遵守先来后到的秩序，心里都服气。可是，如果医护人员行使特权，破坏排队的秩



资料图片

序，患者当然不乐意，也不答应。

虽然大家都不认可医护人员带熟人加塞儿，但将此纳入“微腐败”，有人认为这是小题大做，没必要如此苛责。这些网友认为，如果医生带家属插队属“腐败行为”，那么，饭店老板加塞给朋友先上菜，算不算腐败？商

场售货员遇见限量商品，自己先买下来一堆，算不算腐败？再者，当初学医的初衷就是身边的家人、朋友生病时能方便点，自己的问题都不能解决，又怎么去专心服务大众呢？

反对者的观点看似合情合理，其实，他们的逻辑存在错误。饭店老板加塞给朋友先上菜、商场售货

员遇见限量商品自己先买，这些都是商业行为，不涉及公共资源，而公立医院因为涉及公共资源，必须讲究公平和秩序。医生、护士在工作时间之外，如何优先给亲属朋友诊治都不为过，但如果发生在医院，发生在工作时间内，就应当严格遵守相关的制度。

一些人对医护人员的“近水楼台先得月”给予理解。可是，医护人员利用自己的身份、资源，带亲属、朋友加塞儿，对正常的候诊人群造成了不公，容易导致医患纠纷，以及患者的不良情绪，加剧了看病难和医患关系的对立。从这个角度看，我们有必要将其纳入“微腐败”，加以治理。

事实上，有些省份虽然没有将类似行为纳入“微腐败”，但也出台了治理措施，比如黑龙江，如果医生护士带熟人插队，或将被停职；安徽规定，医护人员带熟人加塞，涉事人员一次罚款500元。医护人员利用自己的职务和资源，帮助亲人、熟人挂号、加塞、获取特殊照顾，影响了患者的就医公平，理当治理。

一家之“盐”

电视剧泄露真实手机号 别以艺术之名侵权

□张立美

近日，因电话号码出现在电视剧《天网行动》中，浙江嘉兴的沈先生频繁接到骚扰电话一事引起热议。18日，电视剧《天网行动》发行方为工作人员失误致沈先生电话号码被泄露且频遭骚扰一事致歉。（5月19日《北京青年报》）

热播电视剧中出现真实的手机号、QQ号、微信等通讯号码、社交账号以及车牌号，这已经不是个别现象，近年来《中国刑警·九月风暴》《情有千千劫》《离婚律师》《猎场》《爱情进化论》《都挺好》等多部热播剧都曾出现过这类情形。

影视剧频频泄露真实手机号、车牌号等，这应当是影视剧制片方的无心之失，确实是“纯属巧合”。但很显然，这种“巧合”在客观上严重损害了手机号

主人的合法权益，误伤到了手机号主人的隐私权、通信自由权乃至名誉权等，给手机号主人的生活工作带来了很多不便、麻烦和困扰。一些人戏过深的观众，或者抱着好玩的心态，不分白天和黑夜，频频给影视剧中出现的手机号发送短信、拨打电话，直接影响、骚扰到了手机号主人的正常生活。有些人会把对剧中人物的不满和愤怒发泄到手机号主人头上，对其进行谩骂。从法律角度说，影视剧制片方要承担起相应的侵权责任，不仅要为泄露真实手机号道歉，而且要及时纠正错误，消除隐患，还要对生活受到影响的手机号主人进行民事赔偿，这方面已经有相关判案例。

现在影视剧制片方为了提高制作和艺术水平，力求更加真实，贴近实际生活，减少穿帮镜头，特别注意各种细节，这本是

一件好事。但影视剧中频频泄露真实手机号等隐私信息，这表明影视剧制片方在处理剧中人物手机号等隐私信息的细节问题时却又不够仔细、小心。究其根源，是目前影视剧制片方、工作者保护他人隐私权意识淡薄，完全没有考虑到镜头中对权属不明手机号码进行特写给手机号主人所造成的后果，就是影视剧制片方不重视普通人的合法权益。再者，影视剧制片方违法侵权成本过低，即便给手机号主人的生活造成骚扰，逼得手机号主人耗费大量时间、精力走法律途径维权，一般只是赔偿几万元了事，根本起

不到应有的警示和震慑作用。

影视剧说到底还是文艺作品，是虚构的，在手机号等涉及到他人隐私权等合法权益时，不能假戏真做。从这个角度说，影视剧制片方要提高法治意识，树立保护他人隐私权意识，要用技术手段保护手机号主人的合法权益，不应在剧中完整显示真实的手机号、QQ号、车牌号等隐私信息，或者使用已经确认的虚假信息内容。对影视剧出现真实手机号等侵权行为，有必要提高赔偿标准，切实提高这种以艺术之名的侵权行为的侵权成本。

征稿启事

本版长期向读者征稿，稿件字数在1000字左右。

来稿要求内容真实、寓理于事；也可以是作者对某一社会现象或问题发表的观点和建议，我们将每周刊登在本版。

来稿请发送e-mail至：kokomi621@sohu.com。

百家讲“痰”

“痰”：

在职场生态中，有一种加班屡见不鲜，令人感到心累：“唯时长论”“坐班不做事”“领导不走我不走”等形式主义加班现象，正在污染我们的奋斗精神。（5月19日《工人日报》）

百家讲：

走形式、摆阵势、做样子等“怒刷存在感”的加班，显然不是忙得不可开交，也未必是求领导提拔重用，而是其他人加班，自己不加班担心被认为工作不认真、个人不求上进，或担心被领导穿小鞋。

形式主义加班现象的存在，不是激励和弘扬奋斗精神出错了，而是领导只看表面现象，不重效率和业绩，考核、激励员工缺乏科学的机制所致。一方面，千万不能让形式主义加班污染了我们的奋斗精神，高质量发展离不开奋斗；另一方面，领导干部千万不要成为“家长”，考核要全面、真实、客观、公平，晋升机制要完善，激发员工的工作热情和工作效率。

——卞广春

“痰”：

“将夫妻或情侣合影晒于朋友圈，没有做到者，一律劝退！”5月15日下午，河南濮阳一美容机构发布的这样一则通知，在微博等平台上传播。对此通知，不少网友认为这不合适、涉嫌违法。（5月16日《大河报》）

百家讲：

依据《劳动合同法》有关规定，只有“严重违反劳动纪律或者用人单位规章制度”的情形，员工才有可能会被辞退；而这家美容机构员工，即使不在朋友圈中“秀恩爱”，也称不上“严重违反劳动纪律或者用人单位规章制度”。更何况，该美容机构的规章制度中，并没有“将夫妻或情侣合影晒于朋友圈”的条款，而只是发了一个临时通知。可见，员工不在朋友圈“秀恩爱”，将被公司劝退，毕竟仅是企业的“自选动作”，因缺少相关法律支撑，难免会引发争议。

强制员工“秀恩爱”，折射企业管理“情商低”，这显然值得多方反思。首先，企业管理制度的设计，应该具有双重功效，一方面要规范和约束员工的行为，一方面要维护员工的正当权益。其次，企业管理制度，应释放出人文情怀，让员工感受到家一样的温暖；对于员工实行人性化管理，少惩戒、多疏导，别动辄就向他们挥舞“重罚”和“辞退”的大棒，让制度充满关爱员工的善意。最后，有关部门应从立法和制度层面上，规范企业用工行为，对企业员工的基本权益实施有效保护，使他们能够真正从权益困境中走出来。

——汪昌莲