

青海评标事件,用公开透明筑起信任基石



青海省数据局发布的一则“4名评标专家因送餐延误身体不适,要求120急救服务拒绝继续评标”的情况通报,引发社会关注。网上出现不少声音,质疑事件过于巧合。近日,青海省数据局公共资源交易管理处工作人员对记者表示,网上的相关声音已经关注到,事件仍在调查中。

操守何在? 保障何在? 透明度何在?

虽然有关方面给出了官方说法,但语焉不详,仍留下诸多疑点。众多网友不由得发出“灵魂三问”——
一问专家职业操守何在? 评标专家肩负着甄别优劣、确保公共资源合理配置的重任,其专业性与责任心是制度的基石。但四位专家仅仅因为用餐不及时就“集体发病”,看起来更像是职业精神的“缺位”。即便专家对评标过程有什么不满,也完全可以发表意见,借故离场属实不妥。专家库的准入,难道不应包含对责任担当的考量吗?
二问现场管理保障何在? 评标工作耗时较长,后勤保障是顺利进行的基础。此次事件,组织方在技术准备和餐饮安排上出现明显疏漏。管理方在事后迅速解聘专家,固然维护了规则的严肃性,但若不能正

视并弥补自身管理的短板,类似的“意外”仍可能成为评标工作的“拦路虎”。
三问事件真相何在? 官方通报虽给出了处理结果,但对公众关心的核心细节,如专家具体身体状况、医院诊断结果、送餐延误的确切时长及责任认定等,闪烁其词。况且,事件发生后只有组织方在唱独角戏,专家方至今一语不发,令人担心其中是否另有隐情。相关部门不妨以更开放的态度,公开更多客观证据,以正视听,维护评标工作的公信力。
评标工作关乎公平正义与公共利益,既需要专家珍视声誉、恪守职责,也需要组织方提升精细化管理水平,并且能以透明的姿态面对公众监督。唯有如此,才能真正筑牢招投标领域的防线。

通报不是只向领导汇报,更应向人民汇报

可能有人觉得,政府通报只要把想传递的信息传递清楚就好,其他内容何必写得这么清楚? 这种想法,在当下的网络舆论场早已不再适用,却又恰恰是许多政府部门和官员的“共识”。这反映出他们对“信息公开”这件事的认识还不到位,致使实践中出现偏差,各地才会屡屡发生由通报引发的舆情事件。
在移动互联网时代,通报的传播潜力是远超以往的,加上许多媒体尤其是自媒体会对关键信息或潜藏的额外信息加以提炼、标注、传播,使每一条通报都有可能迅速成为“爆款”,吸引全社会的注意力。
但与此同时,一些政府部门的相关负责人仍觉得通报只是面向一小群特定对象的内部发声,从没想过它可能成为“全民读物”。这次青海通报就很明显,从行文中可以看出,这篇通报发布出来,似乎更是为提醒其他评标专家,没考虑过要向公众解释清楚。这种认知的反差,导致通报文本往往信息缺失或“选择性透明”,从一开始就埋下了引爆舆情的“雷”。
这是一个值得警惕的现象。如果政府通报频繁引起舆论场的质疑,一

定程度上说明政府公信力已受到影响——此次青海事件就折射出公众对招投标领域的不信任。而每次舆情事件,又可能造成对公信力的再削弱。
过去几十年,舆情推动了许多问题的暴露和改善。所以,解决问题不能靠降低政府通报等信息公开举措的频率和力度,不是要“蒙住老百姓的眼睛和耳朵”。当然,事情往往也是瞒不住、藏不住的,过后再“爆雷”,反而会产生更大的问题。
各地政府、各级官员应做的,还是要改变信息公开的方式方法,不要有“说不清”“懒得说”的侥幸心理,把该讲清楚的话早点讲清楚,以免生出不必要的舆情,徒增沟通成本。反过来说,养成“事事说清楚”的习惯,也能倒逼他们更加合理合法地办事行市。
这涉及一个更根本的观念问题——每一份通报、每一项公开信息,不是只向领导汇报、只对上级负责,更应向人民汇报、对社会负责。树立了这样的正确观念,信息公开才能回归其本质,政府才能以真诚赢得信任、用透明凝聚共识,真正筑牢在公众中的信任基石。综合自新华报业网、解放日报等 (谕路 整理)

别让职场“八卦”成为侵权“刺客”

汪昌莲

据媒体报道,近年来,职场“八卦”在数字时代呈现新特征,相关纠纷时有发生,给劳动者和用人单位带来一定影响。对此,法学专家及律师建议,应明确职场“八卦”边界,守护健康职场环境。
在快节奏、高压力的现代职场中,信息交流频繁,人际关系错综复杂。茶水间、电梯口、微信群,常常成为“八卦”滋生的温床。一句“你听说了吗?”便可能拉开一场无意识的舆论风暴。然而,看似无伤大雅的“八卦”,若缺乏边界与理性,极可能演变为侵犯他人隐私、损害名誉的“侵权刺客”,不仅伤害同事关系,更可能触碰法律红线。
职场适度的信息分享,有助于增进团队了解、缓解工作压力,甚至在某些情境下,成为非正式沟通的补充。但问题在于,许多“八卦”往往夹杂着未经核实的猜测、主观情绪的渲染,甚至恶意中伤的成分。当“某某被领导约谈”演变为“某某要被开除了”,当“她和某部门走得很近”被解读为“她靠关系上位”,信息便从交流异化为传播,从传播滑向诽谤。此时,“八卦”已不再是闲聊,而成了无形的“软刀子”。
从法律角度看,我国《民法典》明确规定,公民享有名誉权、隐私权,任何组织或个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人人格权益。即便在非公开场合传播不实信息,若造成他人社会评价降低,仍可能构成侵权。近年来,已有多案例显示,员工因在微信群、朋友圈

散布同事“绯闻”或“黑料”被诉至法院,最终需公开道歉并赔偿精神损失。这些判决释放出明确信号:职场不是法外之地,言论自由亦有边界。
从职场生态看,泛滥的“八卦”文化,会严重侵蚀组织信任。当员工将精力耗费在打探和传播“内幕”上,团队协作便让位于猜忌防备;当“谁和谁关系好”比“谁的工作能力强”更受关注,绩效导向便让位于人情博弈。长此以往,企业将陷入“内耗陷阱”,优秀人才流失,组织凝聚力瓦解。
如何防范“八卦”变“刺客”? 个人层面,须秉持“三不原则”:不轻信、不传播、不制造。对未经证实的信息保持审慎,对他人私生活保持尊重,是职业素养的基本体现。团队层面,管理者应倡导透明沟通文化,及时公开必要信息,减少信息真空带来的猜测空间。同时,建立健康的反馈机制,让员工有正当渠道表达关切,而非依赖“小道消息”。企业也应将“职场言论规范”纳入合规培训,明确禁止造谣、传谣行为,并设立匿名投诉渠道,对侵权行为“零容忍”。更重要的是,培育一种“对事不对人”的理性氛围,让工作评价回归专业本身。
职场如江湖,信息如水流。水能载舟,亦能覆舟。别让一句无心的“八卦”,成为刺向同事的利刃,也别让它最终划伤自己的职业前程。守住言论的底线,就是守住职场的尊严与未来。防住这把“隐形的刺客”,我们每个人都应是守护者。

“以租代买”受年轻人青睐只是个好的开始

贺成

“用租来的无人机拍了很多大片,很值!”近日,山东济南消费者徐女士一家外出游玩,用租的无人机拍了很多美丽的风景和一家三口幸福的身影。
租套充满民族风情的服饰,拍套入乡随俗的照片;租身专业滑雪装备,享受纵情冰雪的欢乐;租个高配相机,记录重要时刻……近年来,“以租代买”兴起,从租房、租车到“万物皆可租”,租赁消费拓展到更丰富的品类,消费者不再执着于“拥有”,而更注重“使用”,以更加灵活的形式享受更高品质的消费体验。
毫无疑问,“以租代买”受年轻人青睐,这不仅折射出当下年轻人崭新的消费理念,从经济社会角度考量也不无裨益。具体来说,通过租赁,能够让闲置物品“流通”起来,发挥更大的价值。
事实上,年轻人对这种消费模式的青睐,也是与时代发展趋势同频共振的。商务部等9部门今年1月4日印发的《关于实施绿色消费推进行动的通知》明确,大力发展绿色租赁服务,创新绿色消费模式,鼓励出行共享、空间共享、物品共享。

不难看出,这为租赁经济的发展进一步提供了政策层面的支持,有助于推动“以租代买”这一契合循环经济理念的消费方式迎来更大发展空间,走进更多消费者的生活。
只是,纵然“以租代买”受年轻人青睐是个积极信号,但严格意义上说,这却只是个好的开始,还需要相关方面进一步做更多更细的工作。
应该看到,作为一种新兴消费方式,“以租代买”也存在一些亟待规范的问题。不少消费者反映遇到商品质量差、发货不及时、商家以各种理由克扣高额押金等问题,也有商家曾遭遇消费者拒绝归还商品等情况。
这就意味着,平台应承担起主体责任,制定清晰的商家准入规则,建立信用管理档案,对商家的资质、信用状况等进行精细化审核,并完善信用评价与纠纷处理机制。
此外,租赁双方也都需要着眼长远,不能被眼前利益掏空心思去钻空子,而是本着彼此成全、互惠互利的理念,在交易中注重诚信,共同维护行业生态,促进行业健康发展。