

评论员观察

与其这样心不在焉或力不从心地搞“花架子”，不如尽早对相关基层政府网站和政务新媒体来一次务实的“关停并转”。

观点

员工“自愿放弃”不是企业免缴社保的借口

据近日江苏省南京市中级人民法院微信公众号通报，当地一劳动者于2016年入职某保安公司，并签署自愿放弃社会保险承诺书，所在公司每月为其补贴200元。几年后，双方解除劳动关系，该员工后悔，要求公司为其补缴社保。为此，双方多次在劳动仲裁委员会、法院对簿公堂。最终，公司为其补缴了社保，并支付滞纳金约4万元；该员工将自己在在职期间领取的补贴1万余元返还公司。今年1月，保安公司以财产损失赔偿为由将其诉至法院，要求其承担上述近4万元的滞纳金。日前，该案件由南京市中级人民法院二审审结，依法判定滞纳金由公司承担。

又见关于“自愿放弃”缴纳社保的新闻。近年来，一些企业或劳动者出于各种原因在免缴社保上绞尽脑汁。必须重申，根据我国社会保险法规定，职工应当参加基本养老保险，由用人单位和职工共同缴纳基本养老保险费；用人单位应自行申报、按时足额缴纳社会保险费，非因不可抗力等法定事由不得缓缴、减免。也就是说，依法缴纳社会保险费是用人单位和个人的法定义务，员工和用人方签订的任何放弃缴纳社保的声明或协议，都违反了法律的强制性规定，是无效的。据工人日报

不买校服、保险、牛奶难入学 学校岂是生意场

据报道，9月1日，有家长反映襄州九中要求七年级新生买校服、牛奶、保险，未强制，但无购买记录就不办入学。校方回应，均自愿，但活动时需穿校服，保险和牛奶买过的家长说有好处。

统一购买校服，让学生在校园活动时统一着装，倒也无可厚非，这也是校园建设的一部分，在一定程度上能引导和控制学生之间的穿衣攀比；统一购买保险，给孩子在校期间一份安全保障，只要不高于市场价，相信家长们也能接受。而最让人不能理解的，是要求学生购买牛奶。家长反映的“无购买记录就不办入学”若属实，将办理入学和购买牛奶等挂钩，显然就走偏了。教育不是生意，即使追求校园经济，也应合法合规，又怎能把物品购买作为学生入学的硬性条件？校方说“自愿”，看似尊重家长和学生的意愿，实则是把“不强制”当作了挡箭牌。从报道来看，校方不仅是暗示而是明规了，让所谓的“自愿”沦为不情不愿的买卖了。这不仅违背教育公平原则，也涉嫌变相的“强买强卖”。 据红星新闻

“竞选村支书要有家族背景”？政府网站岂可随意



评论员 王学钧

这两天，一篇网文激起一波舆情。该文题为《今年农村换届选举，想要竞选村支书，一定要具备这几大条件》，发在河南省确山县政府网站子栏目“留庄镇公共文化服务”之下。文章宣称，想要竞选村支书，一定要有“家族背景”和“经济基础”。看到这种明显违背既定选举原则的说法，不少人发声质疑。

堂堂县政府网站，怎么会发这么离谱的文章？面对公众质疑，确山县政府9月3日发布“情况说明”称，经查，是留庄镇工作人员未落实网站信息发布制度，擅自转载网络自媒体文章，造成了不良影响。好像，一切都是留庄镇工作人员的错。真的如此吗？当然不是！涉事工作人员确实难辞其咎。擅自把有严重问题的自媒体文章上传至县政府网站，发在子栏目

“留庄镇公共文化服务”之下，不是心不在焉敷衍了事，就是个人素质和工作能力有问题，这样的人应该被问责。

但是，让个别工作人员“扛下所有”恐怕不妥。镇政府工作人员往县政府网站发稿，并不是也不应该是一种个人行为。正如当地政府在“情况说明”中所说，关于政府网站信息发布是设有相关制度的，不是哪个人想发什么就发什么，想怎么发就怎么发。

负责往县政府网站发稿的镇政府工作人员应该有人管理。一篇稿子能不能往县政府网站上传，什么时候、在什么栏目下发，应先经过分管领导审核同意。

县政府网站应该设有严格的把关机制。按照国务院发布的《政府网站发展指引》，政府网站内容编辑要有专门人员负责。具体负责网站内容的及时发布更新、数据资源的统一管理、信息服务的整合加工、互动诉求的响应处理、展现形式的优化创新等。做好信息内容的策划、采集、编制和发布，加强值班审看，及时发现和纠正错漏信息，确保网站内容准确、服务性

强实用好用。

如果当地严格遵守了这一“指引”，那篇引发热议的网文就很难被发上县政府网站。就算阴差阳错“混”上了政府网站，也很快就会被发现被撤下。可实际上，涉事网文不仅堂而皇之地被发上了县政府网站，还在网上一挂就是好几个月，直到被媒体发现并引爆了舆情，才被匆忙撤下。这意味着，在当地，无论是镇政府，还是县政府，都没人对政府网站相关内容实施必要的把关。

对基层政府网站而言，这是一种值得警惕的症候。近些年，不少基层政府网站的表现令人失望，因内容“雷人”而引发舆情的并不罕见。这类网站通常也存在内容更新不及时、信息发布不准确、回应关切不积极、办事服务不实用等问题，不仅浪费资源，还损害政府形象，透支群众的信任。同样的问题，在不少基层政务新媒体中也存在。

与其这样心不在焉或力不从心地搞“花架子”，不如尽早对相关基层政府网站和政务新媒体来一次务实的“关停并转”。

来论

谁规定想开死亡证明须先要买墓地

评论员 苑广闻

9月2日，江苏连云港灌云县一男子实名举报称，他父亲去世，当地不给开死亡证明，须先买墓地才给开，他缴费3800元购买墓地后，拿到的凭证却是收据，而非正规发票。

按照相关规定，公民的死亡证明，只能由两个单位来开具：一是医院，二是公民户籍所在地公安派出所。如果公民是在医疗机构治疗期间死亡的，则只能由医院来开具死亡证明。新闻中这名男子的父亲，就是因病去世，所以他需要到当地的医院开具死亡证明。

意想不到的，当地医院竟然让当事人先去购买墓地，然后凭借购买凭证，再来开死亡证明。无奈之下，当事人只能去镇民政办缴纳了3800元的墓穴费，才拿到

了医院开具死亡证明的凭证。让人不解的是，这笔费用的收款人竟然是当地开殡葬车的司机，而且司机收款后给的是一张手写的收据，没有正规的发票。

医院拒绝给老人开具死亡证明的理由，是担心老人的子女将老人火化以后乱埋乱葬。问题是这两者根本就没有直接关系。试想，如果老人的子女铁了心乱埋乱葬，那么即便他们购买了墓穴，也完全可以放着不用。

实名举报事件发生以后，媒体在当地进行采访，各方也是含糊其辞，谁都无法给出一个符合逻辑的合理说法。但是，当地镇政府的工作人员透露的一个信息，却似乎给整个事件一个可能的解释。按照这名工作人员的说法，当地建有多处公墓。据此有网友猜测，是不是公墓建得太多，墓地销售却不是理想，于是就用这种方式逼着当地居民

购买他们的墓地？尽管这只是一项猜测，但至少到目前为止，这是最符合事情发展逻辑，也最有可能的一种猜测。

更何况，如果一些居民愿意选择更为绿色环保的殡葬方式，比如树葬、海葬等等，连墓地都不需要。在这种情况下，如果当地有关部门为了自身利益强迫居民购买墓地，甚至把是否购买墓地和开具死亡证明进行挂钩，不但是不合理的，而且也是违反国家相关规定的。

根据公开报道，2023年清明节前夕，江苏省市场监管局发布关于殡葬服务价格政策的提醒函，提醒各殡葬服务机构严格遵守国家法律法规，不得以任何形式捆绑、分拆、搭售、强制销售商品或提供服务。从这个意义上来说，有关部门确实应该好好查查这起实名举报事件了。

投稿邮箱：qilupinglun@sina.com

画里话外

评论员 孔雨童 绘画 徐进

食品安全问题的转盘这次转到了国人最传统的“养生搭子”枸杞。

近日，央视新闻曝光了青海格尔木商户使用焦亚硫酸钠给枸杞进行“提色增艳”和甘肃靖远县给枸杞熏“工业硫磺”的问题。

“这种物质含有大量砷，易造成肾功能不全及衰竭、多发性神经炎、肝功能损害。”“记者靠近塑料棚，仅挑开一个口，瞬间就吸入了大量刺激性气体，呼吸困难，泪流不止。”一些事实和加工现场的真实感受如此“触目惊心”。很难想象，这些如被“投毒”一般的食品堂而皇之进入老百姓的保温杯、饭锅内；也很难想象，作为一种并非孤例的“公开的秘密”，直到被媒体曝光才看到当地相关部门“高度关注”“依法严惩”的通报。

这两天，伴随着“毒枸杞”被曝光，“如何辨别安全枸杞”又成了大众和媒体的热门话题。但我们终究不能只让百姓通过“涨知识”去被动防御，若无真实、有效、严格的监



管，为了利益无底线“掺毒”的风气将可能扩散到更广的领域。如同被曝光视频中，一开始“不添加”的商户表示因为“不放硫磺，少赚2万元”，第二年也就添加了。

这也不是一个仅仅通过通报“关注”“严惩”就能喊“过”的问题。它需要涉事地区相关部门的深刻反思，也需要提醒我们，对

于涉及公共安全的重大事件，该管则管，应抓尽抓，若监管不当同样需要被严肃追责。报道中描述的“随处可见的熏制棚，滚滚的浓烟，刺鼻的气味”熏伤了百姓，熏来了舆论监督，却缘何熏醒当地主管部门？

视而不见，责任缺位、监管不严之“毒”亦当清。

美妆品牌被指擦边营销 《广告法》不会答应

近日，知名美妆品牌花洛莉亚发布的新款唇蜜设计及宣传片被指有擦边嫌疑，引发广泛争议。部分网友认为，品牌宣传海报的拍摄角度、唇蜜的外观设计以及文案表达过于暧昧，有擦边之嫌。其中，花洛莉亚相关宣传海报上，女性模特清纯幼态，戴着蕾丝手套，姿势是双膝跪地，令人感到不适。

品牌为了自身利益，创新营销无可厚非，但公序良俗和法律规范的底线不能逾越。我国《广告法》明确规定，不得“含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖”等内容，也不得妨碍社会公共管理规范或违背社会良好风尚。这么规定，就是为了避免品牌传播错误价值观念，误导消费者。对于公众指出花洛莉亚擦边营销问题，并不是挑剔或吹毛求疵，而是对该品牌的鞭策和提醒。尊重女性，是企业应有的基本价值观，在进行营销、产品设计时，应该充分考虑到社会的道德和伦理标准，避免出现任何可能引起争议或冒犯的内容。反之，《广告法》自然不会答应。

据正观黄河评论