

期待检察公益诉讼成为劳动领域公共利益的“盾牌”

本报评论员 张菁

当前,一些地方劳动者个体维权面临双重挑战:一方面,不同形式的就业歧视等传统劳动用工问题依然存在;另一方面,算法歧视、隐形加班等新型侵权手段更加隐蔽,往往具有“小额分散、总量巨大”的特点,涉及众多劳动者乃至社会公共利益。

将劳动者权益保障纳入检察公益诉讼,对劳动者而言意义重大。当前,一些侵权行为不仅导致个体权益受损,还会扰乱劳动力市场秩序、损害社会公共利益。检察公益诉讼作为一种超越个体、保护群体和社会公共利益的司法机制,是破解劳动者个体维权困境的一把“利刃”,能够实现“办理一案、治理一片”的效应。

2014年中央提出“探索建立检察机关提起公益诉讼制度”,党的二十大报告明确提出“完善公益诉讼制度”。近年来,公益诉讼制度解决了生态环境、食品安全等领域一些老大难问题,取得了明显社会效果。一些地方将部分劳动者权益纳入检察公益诉讼的探索也取得有益进展。

浙江杭州临安区,检察公益诉讼不仅帮助女职工追回了被扣发的生育津贴,更推动建立起长效监管机制,生育津贴类投诉显著下降。江苏昆山,最高检直接立案办理的“外卖骑手

权益保障公益诉讼专案”,以督促批量注销用于规避用工责任的“个体工商户”为起点,打造配套服务体系,为当地外卖骑手构建起全方位权益保障网。这些实践表明,公益诉讼不仅能够实现事后救济,更能通过司法力量推动形成“事前预防—事中干预—事后修复”的完整治理闭环,有效规范劳动力市场秩序。

此外,数字技术发展催生的新型侵权现象具有隐蔽性、技术性和系统性等特征,牵涉的劳动者数量众多,传统劳动权益保障手段难以有效识别和规制,而公益诉讼能够填补这一监管空白。在此意义上讲,将劳动者权益保障纳入检察公益诉讼,不仅具有现实紧迫性,且能回应时代需求。

值得注意的是,将公益诉讼应用于劳动保障领域仍面临法律依据不足的现实困境。正如有的基层工会干部和检察官所言,程序不明确,期限不清楚,哪些案件可以提起公益诉讼也缺乏依据,增加了相关部门的办案难度。

当前正值检察公益诉讼法草案公开征求意见阶段,这是一个有望将地方实践经验上升为国家法律的重要机遇。希望立法者能够倾听来自基层的声音,将劳动者权益保障明确列入公益诉讼的法定“版图”。这既是给亿万劳动者的一份“法治礼包”,也是对维护劳

动者权益进程中不懈努力的实践者的一份回应与褒奖。

立法本身就是凝聚社会共识的过程。将劳动者权益保障明确写入检察公益诉讼法,能够向社会传递出保护劳动者权益的积极信号。这不仅有助于规范企业用工行为,更能提升全社会的劳动法治意识。

当然,要建立起完善的劳动者权益保障检察公益诉讼法律制度,还需要更细致的制度设计。比如,明确可诉范围、诉讼条件、权利义务、流程和时限等具体规定。同时,考虑数字化劳动形态变革,在举证机制、损害计算、原告顺位等方面予以完善创新,为公益诉讼的开展提供清晰指引。此外,发挥“工会+检察”协作机制作用,用好工会劳动法律监督“一函两书”,深化会商研判、线索移送、调查取证、信息共享等机制,共同维护劳动关系和谐稳定。

保护好亿万劳动者的劳动权益,是社会公平正义的重要组成部分。公益诉讼的独特作用为我们提供了新的路径,而检察公益诉讼立法是实现这一路径的重要契机。补充劳动法律短板,促进劳动法治完善,为构建和谐劳动关系贡献制度智慧——期待检察公益诉讼成为保护劳动领域公共利益的“盾牌”。

社评

中国新闻名专栏

检察公益诉讼法草案公开征求意见,这是有望将地方实践经验上升为国家法律的重要机遇,希望立法者能够倾听来自基层的声音,将劳动者权益保障明确列入公益诉讼的法定“版图”。它将是给亿万劳动者的一份“法治礼包”,能够向社会传递出保护劳动者权益的积极信号,提升全社会的劳动法治意识。

据10月31日《工人日报》报道,检察公益诉讼法草案正在公开征求意见,多方建议将劳动者权益保障纳入检察公益诉讼,以公益诉讼力量弥补个体诉讼局限,保护劳动领域公共利益。

一个“宠”字,小需求里藏着大市场

丁慎毅

据11月2日央视新闻报道,近日,有细心网友发现,在铁路12306官方购票页面的部分车次信息旁,出现了带有“宠”字的绿色方框标识。12306客服人员称,“宠”字代表这列车可办理宠物托运服务,目前已有50趟列车标记了“宠”字。

铁路部门从今年4月起推出宠物托运服务,最初只有京沪线上5座车站10趟列车可办理。短短半年多,已增加到多条线路的50趟列车。如今,购票页面上的“宠”字标识不是卖萌,而是实打实的服务升级,是把原本可能闲置的行李车厢空间、既有车次的服务能力,跟养宠人的需求成功对接。

客观而言,这项服务目前覆盖线路有限,托运一只宠物的花费并不少,而且想单独托运,得提前几天打电话预约,还得带《动物检疫合格证明》,但“进一寸有一寸的欢喜”,此举见证了铁路部门在提升服务质量、拓展服务边界上的不断探索与尝试。

如何打造宠物友好环境?近年来,不止铁路部门在琢磨和探索这件事。在上海,旧厂房被改造成宠物能跑跳的运动街区,成了养宠人的好去处;在深圳,社区里增设了宠物服务站,居民遛弯时就能给爱宠做检查;更有酒店预订平台里为房间标识“宠物友好”,网约车平台推出“宠物专车”……与12306的“宠”字逻辑类似,用心挖掘存量空间和流程中的潜力,便能把养宠人的需求稳稳接住。

进而言之,这个“宠”字还是社会服务紧跟观念转变而及时作出调整的努力。无论是宠物托运日益便捷,实现“人宠同出发、同到达”,还是轻松携带出行、住店成为现实,这些都体现出相关服务方对服务对象情感需求的尊重,以及对自身将服务做细做精的更高要求。

养宠人愿意为托运花钱,是因为不用再担心宠物遭罪;游客愿意去宠物友好的民宿,是因为情感需求被更好地满足。“小需求”里藏着大市场,更藏着盘活存量资源、进一步提振消费的秘密。把消费者的小麻烦当成大事情,这样“小而美”的服务创新多多益善。



自以为网暴“法不责众”的,快醒醒

江德斌

据11月2日红星新闻报道,11月1日,农民歌手“大衣哥”朱之文刑事自诉网暴者侮辱诽谤一案,在江苏省徐州经济技术开发区人民法院开庭宣判:被告人孙某某犯侮辱罪判处有期徒刑6个月,犯诽谤罪判处拘役4个月,两罪合并执行有期徒刑6个月。

这是一起普通的刑事案件,因其诉讼主角是“大衣哥”,则又具有了一定的公共事件的特征。长期以来,网络暴力具有匿名性、传播快、参与广等特点,受害者维权面临取证难、成本高的困境,往往被迫选择沉默。“大衣哥”的胜诉,让网暴者付出了法律代价,亦为深陷网暴漩涡的普通人指明了维权路径:只有果断“亮剑”维权,才有可能让正义得到伸张。

根据我国刑法,侮辱罪、诽谤罪一般属于“告诉才处理”的犯罪,但实践中常因取证难、维权成本高等问题陷入“民不举官不究”的困境。“大衣哥”朱之文遭遇持续多年网暴,对方无端发布带有侮辱、诽谤性质的短视频高达数百条,给其造成极大困扰,“大衣哥”最终选择刑事自诉,以刑罚威慑网暴者,既维护了自身名誉权益,也展现了法律武器的锋利。

法院依据“大衣哥”提供的关键证据,判定被告人的行为构成侮辱罪、诽谤罪,依法做出相应判决,对网暴者数罪并罚的准确适用,体现了罪刑法定原则,释放出“网络空间不是法外之地”的强烈信号。当肆意的侮辱、诽谤不再止于封号、禁言,而是面临牢狱之灾,其震慑力不言而喻,这种司法实践明确划定了网络言行的法律红线,也为处理网暴案件提供了可复制的维权路径。

“高人一等”?

巴西莓粉、奇亚籽、羽衣甘蓝粉、姜黄……据《法治日报》报道,一段时间以来,一批被冠以“超级食物”名号的产品走红,不少商家宣称“超级食物”对身体健康有“神奇功效”,社交平台上相关宣传视频点击量动辄数万。也有消费者认为,没那么神,更像是“智商税”。

“超级食物”是国外对某些营养成分较高的果蔬的一种叫法,被一些商家直译过来并吹嘘特殊功效,目的在于制造与众不同的“人设”,进而抬高价格,这种惯用手段每隔一段时间就会火爆一次。客观看,不同的果蔬确实营养成分及含量各不相同,但并不意味某些果蔬真就“高人一等”,丰富的膳食结构完全能够满足日常所需的营养。近年来,市场上出现过不少被“打扮”的商品,如儿童酱油等,大多与常规产品并无本质区别。激烈的商业竞争中,难免有各种野路子宣传策略,消费者在擦亮眼睛的同时,也需了解一些基本的食品科学常识,审慎判断所谓“功效”。

李法明/图 嘉湖/文

关育兵

“饮料瓶103982个、烧烤签116100根、其他垃圾3894.94斤……”据10月28日极目新闻报道,这份特殊“账本”记录了内蒙古呼和浩特一家银行职员高伟十年间371次进山捡垃圾的坚持。21600多斤垃圾,8000余元卖废品所得全部捐出——这组沉甸甸的数字,让他赢得了“大山清道夫”的敬称。

从偶然清理垃圾到设定“每年一万个瓶子”的目标,从独自坚持到妻子退休后相伴同行,从个人善举到搭建网络群组号召众人参与,高伟的坚持诠释了“勿以善小而不为”,照见了某些游客随手一扔的随意,也彰显了平凡人守护绿水青山的非凡担当。

令人欣慰的是,越来越多人正加入“大山清道夫”行列。在西藏,一位边旅行边捡垃圾的旅游博主51天捡拾260多袋总重超2吨的垃圾;在北京灵山,53位志愿者一次就清理出近400斤垃圾,某环保组织三年来带领2300余人次清理山野垃圾超5吨。民间环保力量如星星之火,在青山绿水间点亮了文明的灯塔。

然而,仅有志愿者的努力还远远不够。灵山废弃缆车站墙角绵延数米的垃圾堆,那些要求志愿者“顺便”带走自己垃圾的“驴友”,无不揭示着一个尴尬现实:“把垃圾带下山”的基本环保意识,在许多登山者心中依然欠缺。当清浩山野依赖志愿者一次次冒险下陡坡、背负重,当十年垃圾“账本”的数字不断累加,我们不禁要问:环保任务岂能如此沉重地压在“清道夫”们的肩膀上?

在为“大山清道夫”点赞的同时,我们更应意识到,守护青山绿水最终要靠每位进山者的自觉行动。当你我在峰峦山巅享受“一览众山小”的壮阔,在林间溪畔感受自然的静谧,请记住:除了脚印,什么也别留下;除了回忆,什么也别带走。随手带走垃圾,应成为每位户外活动者的本能。

“大山清道夫”需要更多人的加入。同时,当每位走进自然的人都能成为自然的呵护者,当“无痕山林”从口号变为行动,“大山清道夫”的“账本”才能早日清零,我们眷恋的绿水青山才能永葆纯净与美丽。

G 媒体声音

◇不满意,不可怕

选了“不满意”被要求擦掉重填、提出批评意见被领导约谈……近日有媒体报道了满意度调查中的“数据整容”乱象。北京日报客户端评论说,满意度调查是手段不是目的。从不满意中发现真问题,解决急难愁盼,把一个个“不满意”变成“满意”,才是应有的行事逻辑。闻耳塞听,掩盖问题,只会让真实需求无法被看到,科学决策又从何谈起?求解这一乱象,需转变理解认知、丰富调查形式、规范调查过程等。“群众意见是一把最好的尺子。”这把尺子的刻度不能模糊。踏实做事、实事求是,“满意度”才有真价值。

◇生育保险基金不是“唐僧肉”

企业虚构劳动关系、伪造造申领材料,未依法如实申报生育保险缴费基数……近日,国家医保局曝光5起骗取生育保险基金典型案例,引发社会广泛关注。《法治日报》评论说,生育保险本意是守护生育女性权益、促进就业公平,但一系列骗保行为却使该制度的公信力和保障功能面临挑战。近年来骗取生育保险的案件呈现出一些新特点和新趋势,如团伙作案案发猖獗、作案手段愈发隐蔽等。生育保险基金是生育家庭的“托底钱”,绝不是不法分子的“摇钱树”。守护好生育保险基金,才能确保这项惠民制度真正惠及需要帮助的群体,为每一个新生命的诞生提供坚实保障。

◇儿歌APP跳转低俗广告,“第三方接入”不是借口

近日,有网友反映在打开一款儿歌APP时,开屏会跳转到含有成人内容、低俗擦边直播等不适合儿童观看的第三方广告。光明网评论说,此前,学习机、学习软件出现低俗信息曾引发关注,平台往往以“广告由第三方接入”作托词,实际上,禁绝问题广告非不能也,实不为也。一旦平台把包括未成年人在内的用户当成“流量”,便全然不考虑低俗广告对其造成的影响,不仅影响用户体验,更向未成年人输送了不良价值观。平台必须对广告负起审核监管责任,监管部门要以约谈、责令限期整改、全面下架等处罚措施坚决遏制此类行为,为未成年人创造良好网络环境。(乐群 整理)