R热点关注 REDIANGUANZHU

丢掉责任 企业还能走多远

□王石川

近几天，一篇关于搜索和医院的网文，在一些媒体平台刷了屏。

患有罕见病的大学生魏则西，通过网络搜索找到一家医院，在花光东凑西借的20多万元后，仍不幸去世。尽管有人指出，搜索引擎的主要责任在于鉴别参加竞价推广者的医疗资质，难以对每位患者的疗效负完全责任，但作为医疗机构或医疗技术的网络推广平台，搜索引擎承担了公共媒体的社会功能，能否因此就放弃自己的社会责任？个中疑问，引发人们对搜索引擎“良知”的强烈关注。

互联网信息泥沙俱下、冗杂繁多，很多人依赖搜索引擎来寻找需要的内容。很大程度上，搜索引擎提供的信息，决定了搜索者的认知和理解。正因此，在信息真假的鉴别、排序的先后上，搜索引擎不能不谨慎处理、严肃对待。对于那些“利用网络进行欺诈活动，散布色情材料，进行人身攻击，兜售非法物品”的信息，则需要更加警惕地进行筛选和剔除，才能“让互联网更好造福人民”。

现实中，做到这一点可能还有这样那样的困难。但一个底线是，不能在利益的驱使下，有意让误导性甚至欺骗性的信息，首先进入用户的搜索结果。

尤其是，不同于一般的信息，医学信息与患者生命健康息息相关，更需规范、严谨。不管是“竞价排名”还是“推广”，都应恪守这样的底线。如果病情危急的患者轻信吹嘘，除了钱包被掏空，更可能因贻误救治而死于非命。如何给用户提供有效、管用、靠谱的医学信息，不管是对于网站还是对于搜索，甚至对一些专业医疗软件而言，都是一个根本性的问题。

哲人有言，每个人都被生命询问，只有负责任才是对生命最好的回答。那些被用户寄托以生命希望的企业，尤需谨守责任。基于对企业的信任，亿万用户使用搜索、创建贴吧，企业有责任善待这种信任，更有义务承担社会责任。这种责任，应是坚守企业伦理，在自身发展的同时思量，该如何饮水思源、回报社会。

将“贴吧”卖给生意人更有利可图，开发“竞价排名”可坐地生财，问题是，如果只追求经济效益而忽略社会效益，如果挥霍信任、丢掉责任，企业还能走多远？只有富有爱心的财富才是真正有意义的财富，只有积极承担社会责任的企业才是最有竞争力和生命力的企业。很显然，一个企业的价值，不只体现在拥有多少市值，更体现在如何造福民众，在多大程度受人尊重。

互联网企业如此，其他企业也是如此，医院更是如此。南宋名医张杲说过，医者须守仁义，“绝驰骛利名之心，专博施救援之志”。其实，求利很正常，但是不能见利忘义。不管是公立医院还是民营医院，不管医院科室归谁管理，医者都需要宅心仁厚，把救死扶伤当做第一责任，而不是“戚戚沽名，龌龊求利”。

互联网企业更该思忖，如何更好地塑造价值观。如果仍然被动应对质疑，而不能理清责任链条，拧紧责任螺丝，进行彻底的内部整饬，结果就可能让人们对互联网世界失去信任、对技术失去尊重。唯有“坚持经济效益和社会效益并重”，才能形塑风朗气清的网络生态，让网络技术回报社会、造福人民。

W微点评 WEIDIANPING

5月3日，长春气象台发布暴雨蓝色预警信号，市区内许多路段积水严重。在大连路与洋浦大街交汇处，路面积水已经没过车轮，市政部门打开下水井排水，为防止有车辆人员误入发生事故，53岁的赵师傅在积水点充当“人体信号灯”、提醒过往车辆和行人注意。(新华网)

【点评】
@Airz：辛苦了，注意安全！
@十全十美：向赵师傅致敬！
@红小葵：这才是真正的劳动模范。

Q七嘴八舌 QIZUIBASHE

孩子走失找链家？

事件回放

近日，有关房地产中介链家的一条消息在网上热传，甚至引起了不少知名微博的转发。从5月25日起，链家全国6000家门店将成为中国“失联儿童守护站”，请家长告诉孩子，只要与家人走失，就去链家，那里的员工会保护孩子，帮孩子回家。对于链家的这则“广告”，警方表达了强烈反对，其理由是：孩子一旦走失，第一时间应该是留在原地等待警方与家人，或者找警察求助，而不是满大街去找链家门店，造成更大的与陌生人接触的风险。(新华网)

议论纷纷

儿童当然需要守护神，但这种保护的承诺不该是娱乐化的。如果所有的社会组织，街头所有的门店，都是真心实意有呵护之心，而不是为了加入刷屏大军，那么，请允许我对此致敬。

——徐汉雄

无论如何，至少链家提出了一个很重要的问题：在走失儿童救助方面，民间力量能否成为警方的一种有益补充？对于帮助走失儿童来说，难道不是参与的社会资源越多越好吗？

——段思平

商家的主要责任是经营企业，帮助走失儿童则是在履行社会责任，二者并不冲突。但要做好“失联儿童守护站”，就需认真培训员工，掌握相关流程，不要只是空喊口号。

——江德斌

在我看来，警方的建议要比链家的“好心”更靠谱。作为家长，不要轻信某些企业的这种随意宣传，应当相信警方专业的指导和提醒。除了加强对孩子的日常监护避免“失联”和叮嘱其一旦失联“原地不动”，在平日的教育中，一定要让孩子学会“报警”求助，教育孩子“有困难找警察”。

——朱永华

帮助走失儿童回家，是每个人应尽的义务，不应该成为企业营销炒作的噱头。

——陈浩浩

S生活观察 SHENGHUOGUANCHA

“天价面试培训班”问题不止于天价

□朱昌俊

江苏省公务员录用面试工作即将进行，短短20分钟的面试时间，催热了面试培训市场。比较发现，家家都有一个共同点，那就是集中封闭，有4天8800元的，有7天1.78万元的，有8天2.98万元的。(新华网)

单纯从提升应考技巧的角度，公务员考试培训市场的存在，其实并无原罪。但“天价培训”的出现，以及其中所暴露出的种种问题，却不可忽视。比如培训费动辄上万的普遍行情，于目前的居民整体收入水平而言，这种价位的门槛作用可想而知。一方面，很多人或许因为不能支付高价的培训费用，在一开始就输在备考的起跑线上；另一方面，如此高价也就意味着参考的“成本”急剧加大，这样的成本投入，是否会影响到被录用考生日后在工作上的心态，有更大的动力去追求非正常的“投资回报”，令人深思。

尽管相关部门已经多次表态“不鼓励”类似的培训，但目前对培训市场的规范管理并无针对性措施。培训水平良莠不齐、假冒师资、价格虚高甚至诈骗都不同程度存在于各地的培训市场。

更值得关注的是培训的内容和方式。这次媒体曝光的随便背一些名言警句，学一些套路化的应试技巧，其实具有较强的代表性。这一“快餐”色彩浓厚的培训，其含金量到底如何显然值得怀疑。但其之所以受到追捧，恐怕与面试环节本身的“应试化”难逃关系。

某种程度上，火爆而畸形的公务员培训市场，是当前之于公务员职业的社会心态与公务员考试生态的一种双重投射。到底是对公务员职业的功利化认知助长了公务员培训市场的火爆，还是火爆的培训市场进一步加剧了公务员岗位的功利性，很难说有绝对化的答案，两者或兼而有之。但它绝非是正常的。而其所存在的问题，也绝非仅仅体现于天价之上。

近日，武汉喷泉公园湖泊因自身净化功能差，相关部门投入大量的财力向水中投放鱼，让其吃掉蓝藻，减轻水体富营养化。结果湖中污水没得到净化，湖中有大鱼的消息不胫而走。一些人日夜遥控电船疯狂钩捕，并向市民出售。(中新网)

【点评】
@一见你就笑：难道就没人管吗？
@影子：什么便宜都占，无语了……

对“梯子外卖”宜堵更宜疏

□张西流

因为学校实行封闭式管理，学生出不来，又想吃外面的东西，于是神奇的“梯子外卖”诞生了：外卖老板爬着梯子、从窗口往学生宿舍递东西。这一幕发生在荆州市创业技工学校。(《楚天都市报》)

一些学校对外卖持反对态度，可以理解。毕竟，这种围墙内外的交易，不仅影响了校园周边环境，也干扰了正常的教学秩序。特别是，来自社会上的外卖，卫生状况堪忧，食品安全难以保障，给学生身体健康带了潜在的隐患；在“舌尖上的安全”重如泰山的当下，学校抵制外卖进入，也是迫不得已。然而，学校采取抵制的方式，非但未能达到杜绝外卖进入校园的目的，反而催生了“梯子外卖”，不仅存在安全隐患，而且加剧了学校与市民之间的情感隔膜。

事实上，学校同社会是城市的一个“共同体”，应相互理解和包容。只有双方的包容和理解，才能避免不必要的矛盾和误解。

对“梯子外卖”，宜堵更宜疏。首先，学校应进行劝导，晓之以理，动之以情，指出这种行为的危害性。如果有商家不听劝导，仍然我行我素，学校可以争取城市有关管理部门的支持，进行综合治理。其次，正因为学生有“换口味”的市场需求，才会有外卖“送口味”的市场供应，这更值得学校反思。应加强对学校食堂的管理，在维护食品安全、不加重学生负担的情况下，多提供一些风味独特的饭菜品种，满足学生多重口味的需求。

(请本版作者速与本报联系，以奉稿酬)

5月2日，重庆永川野生动物世界里的一头黑熊独自跑到湖面一艘陈旧的独木舟上玩耍，它还模仿人样乘坐于独木舟中间，用“手”卖力地滑动横在独木舟上的竹竿，岂料将舟弄翻，黑熊也随之翻出舟外，但见此侧湖水较深，黑熊又爬回独木舟，奋力划动竹竿，以求尽量靠岸。(人民网)

【点评】
@无花果：萌萌哒……
@至上起来：友谊的小船说翻就翻啊！