



曲欣悦

在今年全国两会上,人工智能是高频热词之一,许多代表委员带来的建议也和人工智能的发展落地密切相关。在采访中,中国残联理事、中国盲人协会主席李庆忠委员的建议,令我印象深刻——建立大模型应用无障碍评测流程及准入机制,推动人工智能在残疾人康复、教育、出行、交流、养老照护等场景的技术研发与应用推广。

作为一名只有光感的重度视障人士,李庆忠委员发现,人工智能大模型对残疾人来说,使用还不太方便。比如,有不少视障用户因验证码缺失语音替代、控件不兼容读屏软件等问题频频遭遇操作障碍。在此背景下,他提出了上述建议。

中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,我国生成式人工智能产品的用户规模已达2.49亿人,占整体人口的17.7%。对于很多普通人来说,人工智能早已不是高不可攀的“黑科技”,而是掏出手机就可以拥有的“超级助手”。但是,对很多残疾人来说,人工智能大模型的神奇依然还停留在想象和新闻里,止步于因识别不了验证码而无法注册使用。

感受到人工智能的便利和高效——这既是残疾人群体的期待,也是科技发展应该具备的温度,是社会公平的应有之义。尤其是,近年来,人工智能等新技术的发展,为残疾人在康复、就业、生活服务等方面提供了诸多新机遇,展现出巨大的发展潜力。让残疾人更容易接触人工智能技术、分享技术红利,应成为各方的努力方向。

为此,我国从法律、政策、科技等诸多层面作出不懈努力。比如,2023年9月实施的无障碍环境建设法将信息无障碍纳入法律框架。2024年中国残联等9部门印发《关于推进科技助残的指导意见》,进一步要求将人工智能技术与助残服务深度融合。又如,“脑机接口”技术让脊髓损伤患者可以实现自主控制下肢行走,用意念操控外骨骼手套拿起水瓶;AR(增强现实)眼镜让视障人士能够“看见”前方的道路,发出语音指令便能轻松定位到所需位置。此外,在你我身边,不少“无声骑士”穿梭于大街小巷,这得益于外卖平台提供的智能语音助手等技术手段,听障骑手可以更顺利地奔跑在路上。

有网友说“看到这些新闻激动得热泪盈眶”,这也许就是科技的意义——在很多人心忽视的角落里,科技让残疾人群体实现体面劳动,融入社会、赢得尊重。

一个又一个科技创新应用正在改变残疾人群体的生活方式,为他们开启更为广阔的世界。但正如代表委员的调研结果,推动人工智能技术在残疾人服务领域得到更广泛应用,仍面临诸多挑战。除技术适配性问题外,智能辅助设备价格昂贵、使用成本高,相关技术服务难以覆盖偏远地区等,都制约着人工智能技术在残疾人群体中的普及应用。

因而,让人工智能更适配残疾人的痛点,还需要全社会共同努力。例如,政府加大政策支持和资金投入,鼓励企业研发适合特定人群使用的人工智能产品;制定人工智能产品无障碍设计标准,让残疾人参与到研发工作中,更好地满足个性化需求;全行业形成共识,技术发展应该与无障碍建设同步,从一开始就将无障碍功能纳入产品的设计流程里。

放眼未来,人工智能赋予我们关于未来世界的无限想象。着眼当下,人工智能的价值应该体现在帮助更多平凡的个体上,让更多人感受到世界的辽阔与美好。形成合力、携手跨越“技术鸿沟”,我们要共同点亮残疾人的生活,为他们提供更多发展空间,构建一个更加平等、更有温度的数字社会。

## “拒录残疾人被判赔”,一堂平等就业权的普法课

丁家发

用人单位以手指残疾为由拒绝录用面试通过者,需承担法律责任!近日,广东省惠州市大亚湾经济技术开发区人民法院审结一宗人格权纠纷案,依法判决涉事企业赔偿求职者工资损失3.9万元及精神损害抚慰金5000元。为劳动者平等就业权划出司法保护红线。(见3月17日《羊城晚报》)

很多时候,残疾人因身体残缺等原因,求职时面临的困难比健全人更大。新闻中这起案件,法院判决涉事企业赔偿求职者,用法律发出了保障平等就业权的强音,对倒逼相关企业重新审视用人制度、促进残疾人平等就业具有积极意义。

我国劳动法规定,劳动者享有平等就业和选择职业的权利。就业促进法明确,国家保障残疾人的劳动权利;用人单位招用人员,不得歧视残疾人——法律条文清清楚楚,残疾人也是普通劳动者,依法享有平等就业权,不应该受到任何歧视。

平等就业权是公人人格尊严的重要组成部分,承载着每一位劳动者的尊严与梦想。近年来,我国持续完善残疾人就业支持体系,帮助残疾人通过生产劳动融入社会。比如,《残疾人就业保障金征收使用管理办法》规定,用人单位安排残疾人就业的比例不得低于在职职工总数的1.5%。企业安置残疾人就业还可以享受增值税退税、资金补贴等优惠政策。然而,现实生活中,部分用人单位宁愿缴纳保障金,也不愿安置残疾人就业,或以种种理由拒录残疾人,造成事实上的就业歧视。

法律始终为反就业歧视保驾护航,这起案例就是一堂生动的普法课。一方面,提醒用人单位虽然享有用工自主权,但需要在招聘信息、劳动合同中明示岗位所需的专业技能、身体条件等具体要求,如劳动者未隐瞒身体情况且残疾不影响履职的,企业不得歧视性拒录;另一方面,残疾人依法享有平等就业和依法择业的权利,一旦遭遇类似侵权时,应及时通过法律途径维护合法权益。此外,各地应加大劳动监察力度,对虚假安置或不按照要求安置残疾人就业的企业,要拿出应有的治理和惩戒态度。

为残疾人营造公平、公正、没有歧视的就业环境,让自食其力者有尊严、有奔头,是我们共同的责任。

# 化解“请事假”难题,助力劳动关系更和谐

本报评论员 郭振翎

则的制定权主要掌握在用人单位手中,这导致事假的“休”与“批”之间存在诸多矛盾。有专家建议,打破立法“真空地带”,设计科学合理的事假制度,是化解矛盾、构建和谐劳动关系的关键之举。

劳动者在工作期间因事请假比较常见,对此,大多数用人单位会酌情准假,但也有一些用人单位会强行驳回劳动者的合理事由,由此引发了不少争议,有的甚至“对簿公堂”。这可能影响企业正常的劳动管理秩序,也可能给和谐劳动关系埋下隐患。

综观一段时间以来不时发生的此类事件,可以发现一些共性问题。比如,用人单位驳回劳动者请假的依据多是企业内部管理规定,缺少法律法规的支撑;不同用人单位对同类请假事由在理解和掌握尺度上不同,准假与否差异较大;单位内部,劳动者和企业人力资源管理部门对请假的必要性、合理性的理解不同,等等。

这很大程度上是因为,相关法律法规没有对劳动者请假的具体事由、相关程序等作出明确且有约束力的规定,而是将其归为用人单位的用工自主权范畴,由用人单位自行设定和解释。由此导致的结果就是,有的用人单位根本没有明确规定,遇事“一事一

议”;有的用人单位作出了一些规定,但往往比较模糊,劳动者无法作出准确判断——“并非必须由本人处理”“不具有紧迫性”等就属此类;有的用人单位虽然规定了劳动者可以请假的事由,但设置的请假程序和要求比较严苛……这些都导致劳动者“因事请假”一定程度上成了“老大难”问题。

用人单位在请事假问题上对劳动者“不友好”,可能牵涉一些其他问题。比如,有用人单位因劳动者超过丧假许可时间没有到岗而认定其旷工,与其解除劳动合同,随后被法院认定为违法解除,承担双倍赔偿金;有劳动者因为请假程序不规范被认定为违反企业管理规定而无法晋升,职业发展受到影响;有用人单位因被投诉而不能被评为构建和谐劳动关系先进单位,等等。这不仅可能损害劳动者的合法权益,也不利于用人单位的发展。

《中共中央国务院关于构建和谐劳动关系的意见》提出,努力构建中国特色和谐劳动关系,是加强和创新社会管理、保障和改善民生的重要内容,是建设社会主义和谐社会的重要基础,是经济持续健康发展的重要保证,是增强党的执政基础、巩固党的执政地位的必然要求。构建科学、合理、友好的请假制

度,不仅是在回应和满足劳动者的诉求,而且是构建和谐劳动关系的重要一环。

立法层面,有关部门要坚持问题导向、结果导向,让请假有章可循、有据可依;监督层面,工会应运用好“一函两书”、劳动用工“法治体检”等劳动法律监督手段,协同推进“工会+人社+法院+检察院+司法行政”机制,促进用人单位在行使自主管理权和满足劳动者合理需求之间取得更好平衡。与此同时,企业一方面要充分发挥职工代表大会制度的作用,制定符合用人单位和劳动者共建共享宗旨的内部管理制度,避免单位“自说自话”;另一方面要积极识别、避免有职工泡病假、乱请事假的情况,让真正有请假需要的劳动者不受牵累。

在单位里,劳动者的身份相对单一,但在社会上,每一位劳动者都不是独立的存在,他们有家人的朋友,为人父母、为人子女,在他们需要帮助的时候、面对生活难题的时候,多一些人文关怀,给他们必要的支撑,至少不让他们心寒,是用人单位这个集体的温度,也关乎整个社会的温度。

多希望,那些每每能够为职工解决急难愁盼、能够为职工提供情绪价值、能够把职工“拧成一股绳”的“神仙单位”多些,再多些!

## G图说

### “牛皮癣”

使用某软件时,突然出现引流购物的弹窗广告,因找不到关闭按钮,只能无奈退出;上小学的孩子用电脑浏览网页时,屏幕不时弹出情色广告,点击关闭按钮后却弹出另一个网页……据《重庆日报》报道,近来,网上关于互联网弹窗广告的吐槽多了起来。

以文字、图片、视频等形式出现的互联网弹窗广告已非新鲜事物,不能一键关闭、弹出频率高、误点后会自动安装垃圾软件等,是公众吐槽最多的问题。其实,近年出台的一系列政策法规中都对弹窗广告标明关闭标志、确保一键关闭做了明确规定。然而,现实情况不容乐观。除了解决用户举报维权比例较小而广告收益高这对矛盾外,加大不法广告投放运营者及相关平台的违法成本,也十分重要。是时候对恶意弹窗广告来一场彻底治理了,进一步畅通和简化举报渠道、加大惩处力度……期待各方多想想办法,尽早撕掉这一“牛皮癣”。

赵春青/图 乐群/文



## 以法治刚性破解“加班文化”困局

徐建辉

据3月17日央视新闻报道,国家发改委有关负责人表示,针对“加班文化盛行”等痛点问题,《提振消费专项行动方案》专门就“保障休息休假权益”提出了相关举措,通过强化执行监督来落实带薪年假制度,明确不得违法延长劳动者工作时间,同时鼓励弹性错峰休假,鼓励有条件的地方设立中小学春秋假等。

长期以来,不少企业打着各种旗号让员工加班,不断延长工作时间。这不仅侵犯了劳动者的合法权益,还对其身心健康带来伤害。此次国家发改委的表态,重申了不得强制加班及违法延长工作时间,体现了解决相关痛点的决心。

事实上,相关法律法规早就对劳动者的工作时间和休息休假权益进行了明确规定。

我国劳动法规定,国家实行劳动者每日工作时间不超过8小时、平均每周工作时间不超过44小时的工时制度。因此,用人单位由于生产经营需要而延长工作时间,要与工会和劳动者协商一致,且在延长时间和频次上都有严格限定。然而,现实中这些法律规定在部分企业单位却成了一纸空文,未能得到有效执行。

究其原因,一是部分用人单位法治意识淡薄,追逐经济利益而忽视了劳动者权益;另一方面,有关方面对违法加班等行为的监管和惩处力度不足,导致企业违法成本较低。改变这一局面,必须强化法律的刚性约束。通过加大劳动监察执法力度,严厉惩处违法延长工作时间的企业,提高其违法成本,形成强大的法律威慑力。

重申并兑现劳动者的休息权,意义重大。这不仅能让劳动者在忙碌的工作之余有时间放松身心、陪伴家人,提升生活质量;还

能促进劳动者的职业发展,使其有精力不断学习新知识、提升技能。从宏观角度看,保障劳动者的休息休假权益,有助于激发消费活力。当劳动者有了更多的闲暇时间,便会有更多的消费需求和消费意愿,从而为消费市场注入新的动力,推动经济的良性循环。

当然,落实“不得违法延长工作时间”等规定,还需要久久为功。企业应树立正确的经营理念,尊重劳动者权益,通过优化管理、提高生产效率等方式来实现企业的发展目标。比如,近期一些互联网“大厂”陆续宣布,将在特定时间“强制下班”,积极响应“反内卷”、保护劳动者权益等号召。职能部门要畅通投诉举报及响应机制,坚决维护劳动者的合法权益,推动劳动法律法规的落实落细。

期待在法治的刚性保障下,畸形“加班文化”能得到有效遏止,劳动者的休息休假权益能得到切实维护。共赴美好生活,从关爱劳动者身心健康开始。

各方应当意识到,种种矛盾的根源并非只是运费险本身,而是赔付机制等问题需重新审视。对运费险进行调整优化,需要着眼于当前电商市场的新变化,也需要电商平台、保险公司、物流公司等各方往一处使劲。例如,平台与保险公司合作,在动态监测交易数据等因素的基础上,推动运费险从“盲目赠送”变为“精准投放”。对于买家自费购买的运费险,可以实行“梯度保费”机制,倒逼消费者理性下单;再如,为打击“羊毛党”,平台、物流公司等各方之间要打破“信息孤岛”,建立行业黑名单机制,让骗保行为被快速识别。

推动运费险回归多赢初衷,技术手段和机制调整必不可少。但从根本上讲,运费险的良性发展更依赖于健康的网购环境。在消费从“性价比”向“质价比”升级的当下,商家要扭转营销轻品质的观念,用商品质量说话,避免陷入价格战和“内卷式”竞争;消费者要放下“薅羊毛”的心态,珍惜“无忧退货”的权益,合理使用这颗“后悔药”——当运费险陆续退场,没有人是赢家。

## 寻找利益平衡点,让运费险回归多赢初衷

中,仅能靠一段介绍、几张图片来做决定。就此而言,运费险让退换货更加“丝滑”,让消费者“下单无忧”,有助于提升消费体验。从平台和商家的角度看,赠送运费险也可以吸引更多客流。

然而,由于退货率一路走高,运费险这架天平开始失衡。据媒体报道,电商平台服装品类的退货率已涨至40%~50%,部分女装直播间的退货率甚至高达70%~90%。对电商卖家来说,买家退货牵扯到一系列成本支出。根据运费险的购买规则,每单保费会随着退货率上升而提高。面对成本压力,商家赠送运费险的动力不足也就不难理解了。

电商退货率居高不下,其一,“无成本试

## “外卖员不敢吃”的外卖,消费者只能避而远之?

江德斌

某黄焖鸡米饭后厨乱象曝光后,有外卖员表示,他们很少点外卖,因为取外卖时亲眼所见,有一些店很难保证食品新鲜和干净。黄焖鸡、麻辣烫、盖浇饭、炸鸡、水果捞……有十类外卖,他们自己都不敢吃。(见3月17日央视网)

看到这个名单,很多网友纷纷表示“踩过雷”。这份外卖员“不选清单”,不仅揭开了外卖领域的黑幕,也是一封公开的“举报信”,需要严格整治规范。

外卖食品安全问题,直接关系到消费者的身体健康。外卖员能够看到餐厨存在的问题,对食品安全隐患有着最直接的感知。而消费者处于信息不对称地位,缺乏辨识餐饮质量的能力,难以知晓食品制作的真实情况,很容易被商家的各种营销“套路”忽悠。

为了保障消费者的食品安全,需要给外卖“黑暗料理”照射一束强光。一者,监管部门要重视这封“举报信”,对餐饮市场进行全面整治,将名单内的品类纳入重点监控范围,对违法违规的商家进行严厉处罚。同时,可以拓展治理思维,吸纳外卖员作为“吹哨人”,鼓励其参与监督举报,共建安全的食品卫生环境。目前已经有不少地方开展了类似探索,取得一定效果。

二者,外卖平台必须摒弃“流量至上”“日活量至上”的逻辑,将食品安全纳入算法权重,加强对商家的日常巡查和监督,健全评价和投诉机制,对卫生评级低、投诉率高的商家进行降权、封店等处理。还要鼓励商家以直播后厨的方式,将餐食制作环节晒在公众面前,重建消费信任。

此外,消费者在点外卖时,应关注食品卫生状况,一旦发现问题,既要向相关方面投诉举报,也要通过真实的消费评价提醒更多消费者“用脚投票”,倒逼商家重视食品安全。

其实,外卖员发出警报的情形已经不是一次两次,面对类似“外卖员不敢吃”的外卖,不能总靠消费者绕着走、躲着走。从长远看,还有赖于营造令人信赖的食品安全环境,为此,我们都应出一份力。

陈曦

据3月14日《工人日报》报道,近期,越来越多电商卖家不再赠送运费险,消费者自费购买运费险的选项也被平台取消。据了解,运费险最初在2010年推出,因市场反应良好,逐渐成为各大电商平台“标配”。十几年过去,运费险一定程度上推高了退货率,甚至滋生了“虚假骗保”的“职业羊毛党”,增加了商家和保险公司的经营压力。

运费险初衷是降低消费者的退换货成本。以服装为例,消费者在实体店购物可以对材质、款式、颜色有更直观的感受,而在网购