

寻找新路径新方法回应劳动者新期待

本报评论员 张伟杰

被侵犯甚至根本没有个人隐私的烦恼;有员工因为下班后还要通过即时通讯工具处理工作,无法拒绝“24小时在线”而困惑;部分新业态劳动者,因没有明确的劳动关系,在出现工作伤害时,难以享受工伤待遇。

近年来,数字技术快速发展并深度影响诸多领域,在很多方面方便了企业和劳动者。然而,新问题随之显现,如侵犯个人隐私、助长“隐性加班”、新业态劳动者的劳动关系难确认等。有的用人单位对员工在办公期间使用的社交账号及聊天信息进行监控和记录;有的企业通过技术手段,精准掌握员工在上班期间浏览了哪些网站,使用了多少流量;更有个别企业擅自恢复员工已删除的计算机信息,并将其用作证据来处罚或起诉员工……

在侵犯个人隐私等方面的老问题之外,诸如线上办公等数字技术被不当使用困扰着不少劳动者。比如,下班后或休假中,一些劳动者通过线上方式处理工作已经成为职场常态。此时的工作算不算加班,该不该发加班费?如果不想做能不能拒绝?在此期间出现受伤等情形,能否被认定为工伤?

此外,得益于数字技术的发展和运用,新

就业形态劳动者的数量大幅增长,但诸如快递员、外卖小哥和网约车司机等就业人员中,一部分人没有与平台或站点建立劳动关系,或者与多平台有合作关系却没有明确劳动关系“归属”,在发生工作伤害时难以享受工伤待遇,由此产生的劳动争议众多。

回应和解答数字技术给劳动关系领域带来的新问题、新挑战,首先要有新思维。数字技术衍生的难题,可以探索运用数字思维化解。以帮助“小哥”们脱离职业伤害保障困境为例,眼下,一种新的保障制度——新业态劳动者职业伤害保障正在试点中。这种无须认定劳动关系、“按单缴费”即可享受保障待遇的方式,很好地适应了数字时代以完成任务单为主要劳动形式背景下的保障需求,正在为新业态劳动者的权益保障探索新路径。比如,今年6月,江苏南京一名外卖员在送餐途中被高压电击倒受伤,因平台为骑手缴纳了新业态劳动者职业伤害保障费,事故发生后,该外卖员家属快速提交理赔申请材料并获审核确定,医疗费用由职业伤害保障基金全额报销。

其次,要用典型案例指导实践。司法机关可以联合人社部门发布劳动争议典型案

例,曝光用人单位侵犯劳动者隐私权、利用即时通讯工具延长工作时间的“隐形加班”等行为,提高劳动者的维权意识。同时,劳动监察部门应加大监察力度,加大对侵犯劳动者合法权益行为的处罚力度,倒逼用人单位与时俱进学法守法。

此外,数字化时代,适时修订完善有关法律法规或司法解释,也是顺应现实需求、跟上时代脚步的必要之举。比如,在劳动基准法的设计中就劳动者个人信息保护进行专门规定;引入“离线权”等概念,规定用人单位在劳动合同约定或法律规定的工作时间之外,不得随意借助信息通信技术等就工作事宜与劳动者进行联系,以遏制“隐性加班”现象。随着数字化手段应用不断深入,未来或许会有更多劳动者会遇到劳动权益受损情形,如何平衡企业管理权与员工个人权益保护,亟待通过建章立制、运用新的手段来加以解决。

种种建议和探索都是殊途同归。在新技术被广泛运用的当下,如何更好地回应劳动者对权益保障的新期待,确保用人单位依法使用工管理权,是有关方面应该努力的方向。毕竟,劳动者安心,才可能乐业。

现场·我在我思

罗筱晓

最近,“菜市场旗袍”成了社交平台上的新热点。有博主到城市农贸市场的裁缝店选布料、量尺寸,再和师傅敲定款式,私人定制一款“只此一件”的旗袍。整个过程被拍成视频上传至网络后,有人开玩笑说这是“菜市场高定”。

相关视频火了之后,不少年轻人涌入身边的菜市场,发现那里不仅有可以定制旗袍等服装的裁缝店,还有不会推销办卡的理发店、单件价格低到个位数的饰品店以及“只有你想想不到没有老板拿不出”的杂货店……于是,长期与“潮流”扯不上关系的菜市场一夜间成了“网红”。

受技术进步和生活方式改变的影响,不少年轻人养成了在家网购、出门进商场的消费习惯,即使是柴米油盐的事也多是靠网购或逛超市来解决。在这种背景下,菜市场的“新鲜体验”显然是吸引这一群体的首要因素。随着逛菜市场的年轻人越来越多,其“宝藏”的一面也被深度挖掘出来。

单位附近有一个大型菜市场,多年前我也经历过一个饶有趣味的探索过程。比如,买菜时,“人”的因素相当重要,注意听一听旁边人的聊天,便能知道哪个摊位的肉更新鲜;时间长了,不仅可以跟几个常去的摊位的摊主混个脸熟,还能获得“菜谱推荐”……当然,相比超市,普遍更低的价格同样会让菜市场“上分”。

毫无疑问,菜市场是城市烟火气最旺盛的地方之一。走进一座颇具规模的菜市场,不管你是想配钥匙、修鞋,还是要磨剪刀、裁裤脚,多半都能在某个角落找到。当然,如果有心去挖掘,一些如社交平台中呈现的“民间高手”或物美价廉的物件也可能在菜市场被发现。

值得注意的是,在菜市场走红的同时,一些网友分享了“翻车”经历。比如“布料质量参差不齐”“服装土不土全靠滤镜和化妆”“理发店师傅剪不出我要的发型”等等。还有网友发现,越来越多拖着行李箱、拿着摄像机的博主正在“攻占”菜市场……

类似的情况并非第一次发生。2021年,某奢侈品牌与上海一菜市场跨界合作,人们在活动期间买菜即可获得品牌赠品。结果,闻讯而来的大量年轻人不仅让周围居民买不上菜,还有人拍照、摄影结束后就把刚买的菜扔进了垃圾桶。与之类似,citywalk(城市漫步)在今年大火,可因为部分博主长时间占据背街小巷拍照、录视频,一些市民被迫改换道路。

为什么要去菜市场?这或许是“菜市场旗袍”之风刮过后值得思考的问题。如果不是把它当作一种“奇观”,作为制造话题、收获流量的工具,那么菜市场面临的情形很可能和大多数被动进入舆论场的人物一样——潮流来得快去得也快,说不定还会留下一些狼藉;如果抱着视菜市场为“完美魔法世界”的心态去打卡,大概率也会失望而归,因为,人气足往往意味着拥挤,热闹往往意味着嘈杂,价格低有的时候就是因为品质不过如此……

其实,所谓烟火气,从来就是一种包含了优点与不完美的真实状态,而这正是生活最普遍的样子。

对于习惯了高楼、绩效、终日埋首于手机的当代人来说,去菜市场可以触摸支撑生命运转的最基本的物质,重拾人与人之间真实的互动、沟通,也可以看见许多与自己不同的活法。

在菜市场体会脚踏实地的生活,这样的心态,难道不是一种意味更深的“高定”吗?

菜市场「高定」,看见生活真实的样子

社评

中国新闻名专栏

在新技术被广泛运用的当下,如何更好地回应劳动者对权益保障的新期待,确保用人单位依法使用工管理权,是有关方面应该努力的方向。毕竟,劳动者安心,才可能乐业。

公司配发的笔记本电脑中自带监控插件;在外工作时,需要登录公司的“专用网络”……近期,《工人日报》推出“数字时代,如何回应劳动者新期待”系列报道,关注数字技术给劳动关系领域带来的新问题、新挑战。比如,有员工在工作中遇到了担心个人隐私

“共享奶奶”,互助互惠的有益尝试

杨朝清

据11月26日《宁波晚报》报道,最近,浙江省宁波市鄞州区东钱湖镇清泉社区的“共享奶奶”火了——为解决双职工家庭接送孩子难问题,2019年,该社区成立了“共享奶奶”志愿服务队,目前已有核心成员58名、志愿者269名。“反正要接外孙,顺道把邻居家的孩子一起接回来。”这样的举手之劳,温暖了很多家庭。

接送孩子上下学无疑是时下很多家庭的刚需,尤其对于一老双职工且老人不在身边或老人身体不好的家庭而言。为解决这一难题,不少学校有了课后延时服务,一些校外小饭桌机构应运而生。

在年轻人没时间接娃的语境下,“共享奶奶”的出现可谓击中痛点——接送自家孩子时顺道把邻居家的孩子一起接送,接送邻居家孩子的同时顺手给孩子做饭、陪孩子进行户外运动……在这个过程中,“共享奶奶”们也收获了朝气蓬勃的孩童的陪伴,老年生活更加丰富。可以说,“共享奶奶”用相对熟悉的邻里关系、善意与热情,为解决“一老一小”难题提供了新的视角。

“共享奶奶”犹如一根联结社会的纽带,促进了邻里关系和睦友善。同时,老有所为、老有所乐也是对积极老龄观的实践。一些低龄老人和身体素质较好的老人完全可以通过志愿服务来“发挥作用、实现价值、赢得尊重”。

“共享奶奶”不计报酬,饱含对孩子们的情感和认同,她们的角色也赢得了家长的“用脚投票”——当“奶奶”们身体有恙或者家里有事需要帮忙时,那些受过帮助的年轻家长就会伸出援手。某种意义上说,“共享奶奶”是一种互惠互助的公益模式,让孩子、老人和家都从中受益。

老年人体谅年轻人分身乏术的不易,年轻人对老年人提供力所能及的帮助与支持,“共享奶奶”实现了双向奔赴。在社区里,“共享奶奶”积极参与矛盾调解、环境治理、民俗传承、文化建设等基层治理的方方面面,逐渐成为全社区的“共享奶奶”。作为一种润滑剂和黏合剂,“共享奶奶”正在释放更多和谐、文明、安乐的正面价值和品牌效应。期待这种社会自我调节的民间智慧和公益力量,能够被更多地方学习借鉴。



图说

选择

近期,关于“打工人在副业是对还是错”的话题引发社会热议。很多职场年轻人正在做副业,有人因此获利、暗自得意,也有人因做副业而被领导或同事“说闲话”,被冷落、扣绩效、降薪甚至被迫辞职。

对上班族来说,如果确有余力,搞点副业增加收入未尝不可,现行劳动法律法规中并无禁止劳动者做副业的具体规定。不过,如果做副业会降低做主业的效率,或者在竞业、保密等方面对主业造成不利影响,则需要另当别论了。很多时候,做副业可能带来的精力、心态、情绪等改变,往往难以量化和察觉,因此用人单位不喜欢员工做副业也可以理解。时下,随着大量互联网新业态的兴起,用工关系和场景日益多元,用人单位如果不支持员工做副业,不妨把丑话说在前面,劳动者也应尽可能做好自我调节和平衡,别主次不分,因小失大。

赵春青/图 福超/文

不能放任“辣眼睛”广告横行小区电梯

戴先任

据11月26日《潇湘晨报》报道,近日,湖南长沙某小区业主发现,电梯内的三面墙都贴上了上门按摩广告,这些广告画面基本上都是身材凹凸有致的年轻女技师,配有“上门按摩,全天不打烊”等字样。业主们认为,这样的广告语和“露骨”图片让观者感到不适,同时可能引起未成年人的强烈好奇,让本该正常的按摩服务显得格外别扭。

上门按摩广告贴满小区电梯,已经不是稀罕事。相比广告本身,更严重的问题在于,时下不少小区的电梯间似乎都成了监管遗忘的角落或者说是物业创收的隐秘角落——诸如整形、丰胸、人流、生殖健康等广告“一应俱全”,其中一些还以视频方式呈现,让人大呼“辣眼睛”。

小区电梯是公共空间,简单粗暴的“洗脑”广告,无法关闭、跳过、调低音量和亮度,让业主逃无可逃,各种“辣眼睛”广告不仅容易给未成年人带来不良影响,而且会影响小区的形象与品位。从法律上来说,这也涉嫌侵犯业主的私人生活安宁权。2021年正式施行的《民法典》将“私人生活安宁”纳入隐私权规定在人格权编,同时明确在电梯、宣传栏等小区公共空间内以商业广告获利的行为,应当经业主同意,业主对电梯广告有选择的权利。也就是说,物业张贴这些广告时,应充分尊重业主权益并遵守法律规定。现实中,电梯广告隐身于小区内,监管难度确实较大,但也不能坐视其愈发离谱和嚣张。

按照有关规定,小区电梯广告如何设置不能由物业单方面说了算,其设置应经业主同意,收益应由全体业主处置。但现实往往

是,电梯广告的收益大都进了物业口袋,业主不仅难以获得广告收益,也难以制止各种低俗恶俗甚至违法违规的广告出现在自己家门口。

为此,不少小区的做法是成立业主委员会,以业主自治组织的身份参与小区事务治理与监督,如是否安装电梯广告、播放什么内容等均由业主决定,同时加强对物业公司的监督和约束,倒逼其提升服务质量。不过,大多数老旧小区并没有业委会,成立业委会也并非易事。

小区电梯里的广告成了扰民的“牛皮癣”,这样的做法必须遏制。表面看,公众吐槽的是“辣眼睛”广告,本质上人们在争取业主权益、业主自治能够有效落地。只有充分保障和维护业主对于小区事务的发言权、决定权,让业主实现“我的地盘我做主”,才有望治好小区内的一些顽疾。

不建议患病期间赶作业是回归常识之举

张红雨

据《北京日报》近日报道,这几天,北京市教委的一则通知受到了各方好评:学校对学生患病期间的作业一律不做硬性要求,不建议患病期间赶、补作业,一切以学生身体为重。随后,山东、山西、河北等地教育部门也发布类似通知,要求“健康第一”。此类通知被网友称赞为“让教育回归常识之举”。

近期,秋冬换季,流感、呼吸道疾病等进入高发期,不少学生纷纷中招。为了让孩子们不耽误学习,有些老师和家长要求孩子们哪怕在治疗中也要跟上学习进度、完成作业,

个别地方甚至出现了学生一边输液一边写作业的场景。为满足患者及家属需要,有的医院还开辟了专门区域为孩子们设置写作业的小桌子。如此,真有必要吗?

这种“病且学习着”的做法并不符合常识。一方面,繁重的学习本来就会造成身体疲惫,影响康复甚至加重病情;另一方面,疾病可能导致注意力不集中,思考能力减弱,进而影响学习的效率和效果。

人们为有关地方的通知点赞,是因为它向公众强调了这样一个常识——身体是第一位的,一切以身体为重。生病了不仅要治疗更要保证充足的休息,如此才能加快痊愈,这是谁都无法抗拒的规律和常识。遗憾的是,这样的常识往往容易被一些人忽

略——“小病不要紧,挺一挺就过去了”“输液就没问题了,不耽误写作业”“别人家的孩子都没歇着,咱也不能落后啊”……家长们似乎也挺懂。

输液与学习共存,某种意义上说,让孩子带病坚持学习,更像是日常学习“很卷”的一种惯性延续,是对现实的一种映射。还没上小学就开始学识字、学计算,刚上初中就开始通读英文绘本,所有课程都要提前学习,不落人后……有多少家庭,家长正在要求孩子,陪孩子这样做?

令人欣慰的是,近来也出现了一些回归常识的声音。比如,教育部鼓励有条件的地方“因地制宜创造学生午休条件”;北京市教委改革中考体检方案,“良好即满分”;有“学

渣”的爸爸在家长会发言,畅谈学习不好可以和家长无条件陪伴并行……孩子的基本生理特点、现实不足和个体差异应该被正视、被尊重,孩子正常的休息和健康权益应该被守护——这是诸多家长应该收获的启示。

当然,尊重现实、尊重常识并不是不求上进和放任不管,而是给孩子们时间、空间,让他们可以按照自然规律去成长、舒展,而不是总被赋予各种超常的期待和压力,被拔苗助长。

之所以反复强调这一常识,是因为总有人忽略了“正常”是多么可贵,进而总去期待“超常”的出现,却不在意“反常”也可能潜伏其中。比如,很多学生体质下降,引体向上、俯卧撑、800米,一个都拿不下;2022年全国儿童青少年总体近视率为53.6%……

让教育发展回归常识或许任重道远,但再重、再远也要坚持下去。期待更多地方的教育部门能够有更理性、科学的认知,把孩子的健康放在首位,毕竟,如果没有健康,很多东西都会一并失去。

禁止私自熏腊肉引争议,带来何种启示

弓长

据11月26日央广网报道,日前,四川省通江县有关部门发布致歉公告,就此前“禁止私自熏腊肉”所引发的公众疑惑进行澄清,并指出环保与保护传统习俗同等重要,同时就相关工作存在失误致歉。此前,通江、邻水两县发布公告称,“熏制产生的烟尘将污染空气并存在火灾安全隐患……禁止在县城区内擅自搭建熏制腊制品设施;县城腊制品实行定点集中熏制”。

西南地区熏制腊制品的历史悠久,食用熏制腊制品已经成为民俗的一部分,“禁止当然会遭到质疑”。从后续回应及媒体复盘看,有关争议更多是因为一些人对相关要求存在误读,认为“禁止就是一刀切”,而有关部门未及时作出澄清造成了争议持续发酵。

熏腊肉是否会对环境造成影响,是公众关心的问题之一。通常来说,小规模熏腊肉产生的污染是有限的,但在短时间内集中化、规模化熏腊肉,对山地等不利于大气扩散地区的环境恐怕确实会有一定影响。此外,政府指定熏制企业、熏制企业不接受群众自带肉品熏制等问题,也让公众有所疑惑。好在当地也进行了解释,比如,所指定的企业都有“自己的主业,不靠这个挣钱”;相关企业不接受群众自带肉品是担心食品安全标准不可控,如今已接受自带肉品熏制。

事实上,不少市民并不排斥集中统一熏制。近年来,随着环保观念、用火安全理念深入人心,很多地方都设置了集中熏制点,既减少了空气污染程度,也方便了群众的实际需求。此前,重庆、四川多地都曾发布过集中熏制腊肉的公告,因措施得当、解读详尽,并未引起争议。

就此而言,上述地方的公告之所以引发争议,更多的不是禁止私自熏腊肉本身,而是相关表述、配套工作和回应等工作存在不足。这提示更多地方,在做群众工作、发布公告或者调整相关治理措施时,应多一些公众视角和问题意识,尤其是对一些与民俗、民生有关的举措,如何使其在更大范围内被理解和接受,如何在传统与环保之间、在公益性与商业性之间做好平衡,是需要通盘考虑的事情。

把好事办好,要讲究方法,要多一些事前沟通,少一些亡羊补牢,要做好兼顾和平衡,要抓大放小、干好精细活儿。