

明确离线休息权,让劳动者工作有收益、离线有保障

本报评论员 张伟杰

在劳动立法层面引入离线休息权。

随着移动互联网的快速发展和即时通信工具的出现,在线办公成为很多行业、领域的一种普遍工作方式,相应地也出现了“离岗不离线”“下班后换个地方继续工作”等损害劳动者休息权的现象。比如,有的劳动者下班后、节假日仍必须用微信处理工作;有的劳动者要随时应对几个甚至几十个工作群,休息时间不及时查收、回复群内消息,轻则被批评、重则被罚款;还有的劳动者朋友圈也成了加班“隐秘的角落”,“公司天天发朋友圈”“不发还扣钱”,等等。

有学者提出,信息化时代,劳动者改变了工作方式,劳动力市场模糊了工作与私人生活之间的界限,需要立法部门及时完善保障劳动者休息权益的相关制度。在这样的背景下,提出离线休息权就是为了在新技术、新环境下保障劳动者的休息休假。而离线休息权正是指劳动者在法定或约定工作时间之外,有权拒绝通过数字工具进行工作联络或处理工作事宜,并不得因此遭受不利对待。

离线休息权的实现,能有效避免过度劳累和工作压力对劳动者身心健康的影响,从而提升劳动者的生活质量和生产效率。从这个意义上说,离线休息权是一项能够让劳动

关系双方双赢的劳动者权利。

尽管从立法层面看,离线休息权尚处于建议和探讨阶段,但在司法实践中,已有不少案例成为离线休息权落地的“助推器”,最典型的是全国首例“隐形加班案”。该案当事人李女士长期需要在下班后利用微信等社交软件在线工作,这是典型的隐形加班,即在下班时间及休息日利用社交媒体工作已经超出了简单沟通的范畴,工作内容具有周期性和固定性的特点,有别于临时性、偶发性的一般沟通,体现了用人单位管理用工的特点。正因有这些特点,该案被法院认定构成加班,最终法院判决公司向李女士支付加班费3万元。

该案的判决突破了传统加班认定模式,创造性地提出“提供工作实质性”原则和“占用时间明显性”原则作为对“隐形加班”的认定标准,填补了法律空白,保障了劳动者的“离线权”,为今后各地处理类似案件提供了参考与借鉴,也向公众传递出劳动者的离线休息权可以通过法律法规来规范信号。

值得注意的是,离线休息权应包含两方面内容:一是劳动者在工作时间之外有权拒绝工作安排,享有休息权;二是劳动者在线工作后应获得相应的劳动报酬。而当前更容易落地也更受劳动者关注的是后者,即用人单位应

支付劳动者休息时间在线工作的加班费。

此类劳动争议诉求的焦点大多集中于加班事实的认定,这也从侧面印证了劳动关系双方都非常关注8小时之外的线上工作加班费发放问题。因此,有业内人士提出,在设定离线休息权制度框架的基础上,应正视不同用人单位的差异性,给予用人单位与劳动者自由协商的空间,保障用人单位的正常经营和运转。

对于不少职场人来说,往往并不是反对加班,而是反对“免费加班”。如何平衡劳动者权益保护与企业运营发展的需求,是离线休息权需要破解的核心问题。

随着离线休息权入法的呼声越来越高,随着此类案件裁判的增加和公众对隐形加班问题的持续关注,如何厘清线上上班与线上加班的边界、如何划分用人单位正常管理权和侵权行为的界限、如何保障劳动者的休息权又不影响企业的正常生产经营,诸多问题将在理论及实践层面获得更充分论证。

期待离线休息权的规定早日落地,让劳动者能够在线工作有收益、离线休息有保障,减少并遏制用人单位违法安排加班的情况,帮助劳动者从“休而不息”的困境中走出来,从而推动劳动关系的和谐健康发展。

工人日报 网评

小小的卧铺车厢,应容得下权益和善意并存

袁先生

近日,一列车卧铺车厢内,两个相对的下铺都围上了床帘,一名年轻女性表达了不满。12306客服回应称,没有明确规定不能使用围挡。在下铺挂床帘,无外乎是要强调铺位的“所有权”。随着社会发展和生活质量提升,年轻一代普遍有了更明晰的边界感和更强的权利意识。很多时候,现实并非做数学题,答案非对即错。如果人们都能“站在他人角度想一想”,这个问题便能有更优解。

每一代人会有不同的观念,纸面制度也在努力对相关情况进行界定,但大多数时候,人与人之间还是多一些共情和理解的好,这也是对机械规定的补充与超越。

网友跟帖——
@康康:多换位思考。
@浪花:我若是老人,也希望能在下铺多坐会儿。

阅读全文请扫码“工人日报·网评”

社评

中国新闻名专栏

随着离线休息权入法的呼声越来越高,随着此类案件裁判的增加和公众对隐形加班问题的持续关注,如何厘清线上上班与线上加班的边界、如何划分用人单位正常管理权和侵权行为的界限、如何既保障劳动者的休息权又不影响企业的正常生产经营,诸多问题将在理论及实践层面获得更充分论证。

“24小时在线,邮件必须及时回复”“下班了手机还响个不停”……这是《工人日报》近日推出的系列报道“8小时之外,我能离线吗?”中一些劳动者现实中“休而不息”的遭遇。为遏制此类隐形加班现象,有专家建议,

治理“特供”假酒,从供需两端入手

丰收

“XX机关特供酒”“XXX机关接待专用酒”……据4月21日《证券时报》报道,近日,公安部部署开展“净风”专项行动,组织全国公安机关依法严厉打击冒用党政机关、军队等名义,生产、销售所谓“特供”“专供”等假酒犯罪活动。

“特供酒”“专供酒”“内供酒”,市场上曾经比较常见。随着2013年国管局等部门下发《关于严禁中央和国家机关使用“特供”“专供”等标识的通知》,原食药监局通知要求不准生产标注有“特供”“专供”“专用”等字样的白酒,各种“特供”酒逐渐消失。2020年,相关部门开展了清理整治网络销售和宣传“特供”“专供”标识商品的专项行动,后来正规酒企已不再生产“特供”酒。

尽管如此,在一些隐秘的角落仍存在“特供”酒交易,有人出于收藏、送礼等目的,花高价购买此类酒品,而某些不法分子看到这种“特殊需求”,通过制售假“特供”酒牟取高额利润。

近年来,不断有地方警方破获假“特供”酒案,为公众揭开了种种以假乱真的真相。假“特供”酒今天仍有市场,一方面缘于非法制售者编造“特供”酒的故事忽悠消费者,诸如“这是以前‘特供’酒的存货”“收藏更有价值,送人更有面子”。故事讲得“有鼻子有眼”,实则是骗人把戏。

另一方面,也与部分消费者仍痴迷“特供”酒有关。这部分人群相信“特供”酒销售者编造的瞎话。究其根源,则是某些人仍对“特权”存在不切实际的想象,想通过买“特供”酒与“特权”产生某种链接。

这显然是无知的想法。近些年来,相关规定和举措都对特权腐败形成了有效遏制和震慑,所谓“特供”酒早已成为过去时。从某种角度看,“特供”酒制售者通过炮制“特权迷魂药”,把某些需求者变成了“愚蠢的特供对象”。近期,多地市场监管部门部署开展“特供酒”清源打链专项行动,如今公安部又依法严打,效果可期。

从供给端实施严厉惩戒很有必要,因为这关乎食品安全、消费者权益,更重要的是,从需求端做到拒信、拒买,让消费者真正走出对“特供”酒的痴迷,“特供”酒才会彻底失去市场。

靠摊派、“注水”只能撑起虚假的繁荣

唐山客

据4月19日央广报道,近日,多位山西大同阳高县的基层干部反映,当地在落实“市场主体倍增”计划过程中,存在严重造假现象。这两年,阳高县几乎每个月都有新增市场主体数量的考核。乡镇领了任务再到村里,村支书只能找亲朋好友完成登记注册,甚至把多个经营主体注册在自己名下。多位基层干部表示,这样的层层摊派实在吃不消。完成任务靠亲友,实在不行自己凑。一个村支书名下有23家市场主体,其中只有3家在实际运营,另外20家均为“空壳”店铺——报



图说

收割

余明辉

据4月22日《新京报》报道,在一些短视频平台上,“零元剪辑课”正在收割中老年人。这些课程顾问以“保证不赚钱全额退款”为噱头,诱导中老年人购买付费视频剪辑课程。然而,在缴纳报名费后,不少老人发现不仅账号没有涨粉,更没从短视频平台赚到钱。据警方透露,半年来已在全国发现几万名受骗人员,且多为50岁以上中老年人,目前排查出的涉案金额已达上亿元。

对一些中老年人来说,闲来无事在手机上刷刷短视频,是生活中的一大乐事,一些中老年人甚至有学习短视频制作的愿望,期待通过网络表达自我、进一步分享互联网发展的红利。中老年人有如此深度触网的需求是好事,但无论如何不该被不法分子的骗术收割。在呼吁严厉打击和惩戒上述诈骗行为之外,也期待相关部门能正视这份需求,通过对市场上相关课程加强管理,增加算法对优质内容的推荐,丰富老年大学学习资源供给等方式,为中老年人的数字生活保驾护航。

李法明/图 弓长/文

直播间里找读者,要坚守“质量为王”

堂吉伟德

“在2023年全国图书零售市场的码洋中,短视频电商占比26.67%,位居各渠道第二位。实体店码洋占比为11.93%。”据4月21日《工人日报》报道,随着短视频电商渠道崛起,越来越多的出版社通过短视频平台售书。今年一季度,图书零售市场的短视频电商渠道继续保持较高增速,同比增长31.15%。

数据显示,截至2023年6月,中国网民规模达10.79亿人,网络视频、短视频用户规模分别达到10.44亿人和10.26亿人。在这一背景下,通过短视频进行营销已成为一种趋势,也是各零售行业突破的风口。

相比实体店和普通电商,短视频图书营销具有视觉冲击力强、传播速度快、互动

性强等特点,在满足读者“亲临现场”需求的同时,也能扩展销售的影响面。

图书是相对特殊的商品,消费者对其质量、内容有着更高的要求。直播电商市场蛋糕巨大,但近来却增速下降,各大平台频出新招,火药味越来越浓,直播电商的竞争已驶入深水区,头部效应非常明显。在此情况下,各出版社要坚持“以读者为中心”的理念,制作并输出高质量的内容,才能留住人心,形成较强的消费黏性。

耸人听闻的谣言、千篇一律的剧本……在流量至上的互联网江湖里,屡被诟病的低劣短视频,已然影响到公众对整个行业的认可度与接受度。殷鉴不远,制作高质量的视频内容,对于归属文化产业的图书短视频电商更为重要,否则,便无法在激烈的市场竞争中拥有更加持久的吸引力。

一名4000万人的读书博主,其“用一分

钟的时间,给大家一个打开《二十四史》的可能”背后,是专业和专注,是颇具人文关怀和内涵品质的内容;一位直播讲演《红楼梦》的山东济南70后女主播,通过边讲边表演的方式,饰演了书中300多个人物,受到网友喜爱。诸如此类,都是值得学习借鉴的成功之道,也提示出版商和销售商,想到直播间里找读者,还是要做到“质量为王”。

直播电商降低了阅读门槛,极大激发了潜在读者兴趣,这是好事。而要让短视频用户成为图书销售实实在在的客户,或许还有较长一段路要走。这既有赖于图书质量的进一步提升,又对销售人员提出了更高要求。当直播间里不只有“买买买”的叫卖声,而是出现了更多的知识引路人甚至文化传播者,通过短视频直播销售图书的赛道才会动能更足、空间更广,文化传播与互动才会呈现更为生动的景象。

高质量发展的要求南辕北辙。

发展市场主体应该顺应市场规律。对各级政府来说,要找准市场主体发展需求,不折不扣地落实帮扶市场主体的措施,在政策和政策框架内助力市场主体化解用地、贷款融资、手续跑办、用工等环节的堵点、难点、痛点,畅通市场主体准入和退出的路径,营造公平竞争的市场环境,维护好市场主体的权益等。政府做好市场主体的“店小二”,营商环境持续向好,市场中的“活水”多了,市场主体自然会逐步发展壮大,进入高质量发展的良性循环。

一些地方靠层层摊派、靠任务指标、靠表面文章、靠“注水”注册,最终只会形成市场主体发展的肥皂泡,掉进虚假发展的泥潭中。对此番曝光出的“市场主体倍增”任务层层摊派乱象,相关监管部门也要高度重视,在认真调查的基础上找出病根,依法依规启动问责程序。其他地方也要引以为戒,尊重发展的规律,找准发展的正道,坚决摒弃急功近利、抄近道、走旁门的发展思维。

让“体考神器”走下“神坛”

余明辉

据4月18日上游新闻报道,近期,全国初中毕业体育考试排上日程,号称“体考神器”的氮泵类产品又“重出江湖”,有关学生相约购买的信息在网络平台流传,部分网购平台相关产品的销量达数万。一家三甲医院的药剂师表示,这类产品的主要成分之一是咖啡因,过量服用会使人出现头晕、心动过速等现象,甚至面临死亡风险。

年年体考时,往往是“神器”风光之时。媒体梳理发现,近年来的“体考神器”主要有五大类:氮泵、小红瓶、功能饮料、测速鞋、避孕药。这类产品被奉为“体考神器”,不仅是对体育考试公正性的挑战,更是对学生健康安全的严重威胁。

一些“体考神器”涉嫌虚假宣传,比如相关产品在营销宣传中只强调体育考试时其产品对体力耐力的助益,却不说过量摄入会增加肝脏负担,对身体健康存在巨大的潜在威胁,这显然已涉嫌发布虚假广告。我国广告法规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。广告中对商品的性能、功能等有表示的,应当准确、清楚、明白。

不能让“体考神器”再忽悠人了,有关方面要采取“零容忍”态度,予以打击。比如加强对网络平台和实体店铺的监管力度,对于销售这类产品的商家进行严厉处罚。我国食品安全法等相关法律法规对于食品、药品等产品的生产和销售有着严格的规定,对“体考神器”的查处应依法进行。同时,还应进一步完善考试制度、加强考试监管,确保考试的公平性和公正性。

“体考神器”反复出现和流行的背后,某种程度上也反映出部分学生和家長对于体育考试的过度焦虑和功利心态。有关方面应对学生和家長多做些教育和引导,引导其认识到体育考试的重要性和意义,树立正确的价值观、成才观,认识到这些产品的危害性和使用风险,自觉抵制购买和使用“体考神器”。

全社会共同努力,形成合力,才能彻底铲除“体考神器”的生存土壤,为学生健康成长、顺利升学创造良好的外部环境。

媒体声音

◇“刷人头”获利被判刑,戳破直播行业泡沫

“这个玉米真的很好吃”“这款粉底很服帖”……近日,浙江宁波司法机关受理了浙江首批直播行业人气被判非法经营罪案件,犯罪嫌疑人被判处有期徒刑并处罚金。

红星新闻评论说,如今水军产业可谓猖獗,之所以屡禁不止,客观上也反映了直播行业的需求量大——正因为有大量的订单,所以才吸引了如此多的人铤而走险。同时也说明了直播行业的部分从业者未能克服对流量的渴望,共同参与并制造着一种虚假繁荣。消费者对此不妨多留一些心眼,多抱有一丝警惕,别轻易地掉进陷阱里去。

◇“泼天富贵”流量变现考验城市软实力

一段时间以来,淄博、柳州、天水等城市迎来火爆旅游,这些城市在网络流量推动下“你方唱罢我登场”。

《经济日报》评论说,流量的到来是建立城市知名度和美誉度的绝佳机会,尤其对一些原本受关注度较低的城市而言。不过,流量也可能是把双刃剑,面对巨大流量,网红城市要能迅速反应,防止应对不佳给城市形象带来负面影响,也应抓住机会,将流量更多引导到更长远更可持续的方面。城市的长远吸引力在于其综合底蕴,城市的未来也取决于选择适合自身条件的产业发展。

◇对“鬼秤”要多一点“锱铢必较”

现实生活中,不少消费者都遭遇过“缺斤少两”现象,如今“鬼秤”频现市场,还形成了一条改装、销售的地下产业链。

新华网评论说,从源头上遏制此类违法乱象,需要相关部门持续加大监管打击力度,彻查非法改装生意。同时,消费者也要多一点警惕,多一点点“锱铢必较”。斤斤计较,对于个人来说也许损失不大,但对于整个消费群体和市场环境而言,带来的却是恶性循环。让“鬼秤”成为人人喊打的“过街老鼠”,方能让消费者市场的公平正义惠及每一个人。

(嘉湖 整理)