

■劳动时评

平等就业权不容“地域歧视”下绊子

□李英锋

平等就业权源于宪法赋予公民的平等权，既包含人格尊严的平等，也包含实质权益的平等，而要维护这种平等，需要人与人之间或社会单元之间的全面公正评价，需要相互尊重。

河南女孩小闫今年7月份在网上向浙江喜来登度假村有限公司投递简历，后收到该公司回复称不适合应聘岗位，原因系“河南人”。小闫后起诉该公司索赔精神损失6万元。11月26日，记者从浙江杭州互联网法院获悉，法院判决浙江喜来登度假村有限公司赔偿小闫精神损失费9000元，合理维权费用1000元。此外，被告公司被判向小闫进行口

头道歉，并在《法制日报》登报道歉。（11月26日 澎湃新闻）

平等就业有法盾，地域歧视有风险。法院落下法槌，给求职者小闫诉浙江喜来登公司“地域歧视”一案做出了司法裁决，也给喜来登公司的“地域歧视”行为定了性。于个案而言，法院的判决维护了求职者的平等就业权，能够在一定程度上修复被损害的平等就业关系；从更广阔的视野看，这一案例是对“地域歧视”的一种司法态度鲜明的负面评价，是一堂生动的法治教育课，无论是喜来登公司的赔偿，还是口头道歉、登报道歉，都有助于人们认识到“地域歧视”的危害性、悖法性，都有助于人们看清保障平等就业的法律底线。

平等就业权不容“地域歧视”下绊子。平等就业权是每名

劳动者都享有的法定权利，与之相对应的是，政府以及用人单位应该履行保障和促进平等就业的法定义务。《劳动法》第三条规定，劳动者享有平等就业和选择职业的权利。《就业促进法》第三条重申了这一规定，并着重强调，劳动者就业，不因民族、种族、性别、宗教信仰等不同而受歧视。第二十六条进一步规定，用人单位招用人员、职业中介机构从事职业中介活动，应当向劳动者提供平等的就业机会和公平的就业条件，不得实施就业歧视。浙江喜来登公司以“河南人”为由，简单粗暴地拒绝小闫的求职申请，构成了“地域歧视”，对求职者是一种侮辱，伤害了求职者的感情，侵犯了求职者的平等就业权，逾越了法律底线。小闫依法起诉喜来登公司并

胜诉，展现出较真精神和维权勇气，既维护了自身权益，也给其他求职者做出了良性示范，能够增强求职者或劳动者的维权信心。另一层意义则在于对用人单位的警示——用人单位招用人员不能任性，不能戴有色眼镜，对待求职者得一碗水端平，给予公平竞争机会，否则，就可能成为被告，承担败诉的不利法律后果，既损财又丢人。

其实，“地域歧视”既是法律问题，也是道德问题、文明问题。揆诸现实，在不少环节都存有地域歧视问题，而网络上的地域歧视尤甚，一些人乐于以偏概全地给某地人贴上这样或那样的负面标签，地域歧视口水战更是经常上演。这样的理念折射到就业工作中，折射到应聘招聘环节，就变成了一些用人单位的傲

慢与偏见。所以，对于小闫诉浙江喜来登公司“地域歧视”一案，我们既要从法律角度进行反思，也要从道德角度进行反思。平等就业权源于宪法赋予公民的平等权，既包含人格尊严的平等，也包含实质权益的平等，而要维护这种平等，需要人与人之间或社会单元之间的全面公正评价，需要相互尊重。实际上，哪个地方的人都有优点，也都有缺点，都有好人好事，也都有劣迹丑闻，况且，在人口不断迁徙流动的背景下，人的地域属性正呈现出日益弱化的趋势。我们应该抛弃先入为主的意识，摘掉有色眼镜，学会客观理性地看待一个人，看待一个地方的人，努力营造一种平等的环境，当道德层面的平等认知成为共识，法律权益层面的平等自然水到渠成。

■每日图评

人工智能算命何以成了热门生意

扫描二维码，进入充满科技感的界面，上传一张面部照片，软件解码后就能生成一份号称“看透你一生”的分析报告。类似这种主打人工智能看相的微信公众号、小程序和APP并不少见。AI算命成热门生意。（11月27日 中新网）

一个名为“AI看面相手相算命大师”的微信公众号在首页上是这样自我介绍的：“基于与计算的AI人工智能技术与传统面相学相结合，通过面相和手相建立模型卦象，预测您的命理、运势、婚姻和财富。”但有互联网

安全资深人士表示，“AI算命程序其实就是一个抽屉，里面放着各种语句，解析出五官对应的分数，每个分数又对应不同的解析，没什么技术含量，和传统的算命一样。AI算命只是加了科技的幌子，并不比路边算命的准。”

确实，如此的现代迷信，虽然有着时尚的包装，甚至和时髦的“人工智能”“软件解码”挂上了钩，也不过是旧时算命先生的把戏。算命先生利用的是人们对于未知的恐惧和焦虑，而“AI算命”则是搭上了互联网的东风，只是互联网神算子，并不比



街头摆摊的科学，所谓的风水神棍，做的是贩卖焦虑的生意。

AI算命成为“热门生意”，实在是现代文明社会之痛。因此，当“AI算命”成为大赚不义

之财的道具，有关方面应负起监管责任，不能任其泛滥，当然，普及科学知识，弘扬科学精神，积极崇尚文明，更是根本之计。

□钱凤伟

■有话直说

飞机餐“缩水”没啥不好

飞机上原来供应的正餐变为一小袋干果，过去的多种饮料任选换成一瓶矿泉水，连公务舱餐食也降档为三明治……近期飞机餐食变化引来不少吐槽。批评意见认为，航空公司在乘客没有选择权的情况下“缩水”餐食，有缺斤短两之嫌。这话有些道理，但也不尽然。

首先要说的是，坐飞机出行原本属于“高端消费”，但随着人们生活水平的提高，飞机出行已经逐渐普及和平民化，所以关乎更多普通消费者的利益。如果仍然停留在“奢侈”阶段，飞机餐与大多数老百姓无关，即使“缩水”也不会闹出这番动静。

由以上前提出发，换个角度看，同样是平民化的出行方式，乘坐火车（包括高铁）出行，甭管高档低档，行程多远，从来没有过免费餐食供应，也没见旅客有意见。但人们习惯了“坐飞机有饭吃”，这种本来用以招揽旅客的经营模式一旦“缩水”或取消，自然招致怨言。但为什么没有人批评铁路“不管饭”呢？

对于飞机餐食“缩水”，航空公司给出的理由是，出于安全考虑和降低成本。前者指飞机着陆前需要足够的时间完成餐食发放与回收，否则可能造成机上人员受伤；后者缘于人们餐饮选择多元化，飞机餐众口难调，与其浪费，莫如止损。从道理讲，这两条都无可厚非。航空公司“理亏”在于没有在票价上显示因餐食“缩水”而降低，也没有给旅客提供选择差异化餐食的条件。

其实，国外许多航空公司不提供机上餐食已经司空见惯，即使是长途飞行。旅客有需要，可以在航班提供的菜单中选择，另掏腰包。这种模式不仅有助于航空公司降低成本，而且能够尽可能满足不同旅客的需要，两全其美，何乐不为？

飞机餐食“缩水”，只要算清账，有选择，没啥不好。

□一刀（资深媒体人）

■网评锐语

谨防消费保险存在陷阱

李雪：当下，为了提高消费者购物体验，不少网购平台纷纷试水消费保险。媒体调查发现，这些本为保障消费者权益的消费保险看上去很美，部分保险产品却如同鸡肋，甚至可能成为卖家知假售假、吸引消费者的噱头和幌子。从消费端来看，消费者应该增强防范意识，网站是否为官方正当网站，条款是否合理，投保信息是否有误，清楚受益人为谁等等，这些细节性问题一定要掌握清楚。

商家做广告时不能过分夸大其词

史奉楚：近日，重庆市市场监督管理局公布十大虚假违法广告典型案例，其中欧莱雅（中国）有限公司因违法广告案被点名。欧莱雅法国碧欧泉“8天奇迹”被指虚构使用商品的效果，被罚款20万元。知名公司因虚假广告受到处罚，虽然罚款金额并不高，却具有重要的警示意义，即商家在做广告宣传时还是应诚信为本，不能过分夸大其词，欺骗消费者。

■世象漫说



■有感而发

别让119火警电话成“万能热线”

近日，天津河西区一女子头发被卷入卷发棒，求助天津河西消防，消防员到场用工具拆解，成功保住其头发。此事引发网上热议，网友质疑女子行为浪费公共资源。（11月27日《新京报》）

群众信任消防警力是好事，不过像卷发被卡求助消防，实属非紧急救助警情，说是浪费公共资源并不为过。毕竟消防的人力物力资源是有限的，如果事无巨细一有困难就拨打119求助，那么一旦遇上“救火+救命”，很可能因此而延误战机，错过黄

金抢救时间。

笔者认为，避免非紧急救助警情对公共资源的浪费，亟须对消防救援部门所承担的社会救助职能作出更加清晰的界定。随着社会的发展，社会救助所衍生的类型越来越多，群众面临什么情况可以求助119，目前暂无条文可参考。各地有必要依据消防法，从地方立法上作出进一步规范，细化消防救援部门的社会救助职能；也可考虑设置专门的社会机构或公益组织，建立相关法规制度，让社会救助

朝着专业化、市场化、法制化方向发展。

此外，还应对谎报警情、拨打骚扰电话等恶意挤占公共应急资源的行为加以严惩，增加其违法成本，防止“破窗效应”。无论是110、119还是120急救电话，都是事关生命安全的大事，任何人都轻视不得。尊重和敬畏119，不让119火警电话成“万能热线”，需要我们从我们每一名市民做起，也需从警方严加惩处每一起主观故意的虚假警情开始。

□付彪