

城市锐评

警惕AI招聘夹带就业歧视

■张淳艺

近年来,利用算法进行AI招聘已成为职场中的一大新热点,如何规避AI算法可能带来的歧视问题成为保障就业公平面临的一个新问题。近日,在上海市政协的一场重点提案督办专题调研暨办理推进会上,监管部门、行业专家以及业内人士表示,防范AI就业歧视,需要加强对算法滥用的监管、强化技术手段,多方面共同努力消除隐藏在算法背后的歧视。

当前,我国互联网招聘平台快速发展。数据显示,一些头部平台累计服务求职者已超过1亿人次,求职有效简历数超过1.5亿份,认证企业接近1000万家。利用人工智能技术进行简历筛选和人力资源开发正成为招聘领域的发展趋势,多家招聘平台纷纷探索通过AI算法为数据赋能。

与传统人力招聘相比,AI招聘可以大大提升人力资源开发效能,更好地对应聘者能力与岗位需求进行匹配。不过,任何技术都是一把双刃剑。从理论上讲,AI招聘可以避免人为因素干扰,更加公平公正;但在实际操作中,倘若算法设置不够科学,反而会在客观上造成

“算法歧视”,影响就业公平。更有甚者,一些人可以通过编辑算法,将对求职者的偏见和歧视巧妙地植入AI招聘中,从而逃避就业歧视责任,让系统背锅。

这种担心并非多余。事实上,在人工智能发展历程中,“性别歧视”已经不是一个新词。2014年,美国亚马逊公司开发了用于简历筛选的人工智能程序。结果发现该系统存在“性别歧视”,通常将男性的简历视为更合适的候选人。最终,亚马逊解散了该开发团队,弃用了这个模型。事后发现,该系统选取了10年间的5万个简历,对涉及的关键词按重要程度进行排序。这些简历中大部分求职者均为男性,导致AI误以为没有这类关键词的女性简历不那么重要。

避免AI招聘夹带就业歧视,首先要强化技术手段,确保算法公正。近年来,国家网信办等部门出台了《互联网信息服务算法推荐管理规定》《关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见》等文件,持续开展企业算法排查整治专项行动。如《关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见》要求,建立算法备案制度,梳理算法备案基本情况,健

全算法分级分类体系,明确算法备案范围,有序开展备案工作;组织建立专业技术评估队伍,深入分析算法机制机理,评估算法设计、部署和使用等应用环节的缺陷和漏洞,研判算法应用产生的意识形态、社会公平、道德伦理等安全风险,提出针对性应对措施。

有关部门应尽快构建算法安全风险监测、算法安全评估、科技伦理审查、算法备案管理和涉算法违法违规行为处置等多维一体的监管体系,进一步规范算法生态,确保导向正确、公平公正。

与此同时,要加强执法监管,提高违法成本。AI招聘歧视具有一定隐蔽性,有关部门必须加强监管,打消一些企业的侥幸心理。前不久美国首起AI招聘歧视案中,我国在线教育机构麦奇教育科技与美国平等就业机会委员会达成和解。麦奇教育科技因招聘软件算法会自动拒绝55岁以上的女性和60岁以上的男性求职者,被判赔36.5万美元,用于补偿被拒的应聘者。反观国内,有关部门也应加大线上执法检查力度,对于涉嫌就业歧视的企业依法予以处罚,营造风清气正的AI招聘秩序。

建立长效对标机制 治理商品过度包装

■李英锋

治理商品过度包装,监管部门在行动。临近中秋、国庆双节,多地市场监管部门瞄准月饼、茶叶等重点食品积极开展过度包装检查治理行动,既矫正了违“标”违法行为,阻断了一部分过度包装商品的流通渠道,也宣传了国家标准和法律知识,给商家、生产企业及消费者上了一堂有关绿色消费的法治教育课,收获了良好的市场和社会效果。

国家市场监督管理总局新修订发布的新国标《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》已于9月1日起实施。近期,多地市场监管部门开展的过度包装检查治理行动,正是新国标实施后采取的第一轮集中执法行动。比之以前的版本,新国标对包装空隙率、包装层数、包装成本等都提出了更明确、更严格的要求。比如,将月饼和粽子的包装层数从最多不超过4层减少为最多不超过3层;对销售价格百元以上的月饼和粽子,将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%;把贵金属和红木材料列入包材禁用名单;新增混装要求,规定月饼不应与其他产品混装,粽子不应与超过其价格的其他产品混装,单独明确了粽子、月饼的商品必要空间系数。新国标聚焦市场上易出现的商品过度包装问题,给出了更具针对性、更全面、更严格、可操作性和制约力更强的“药方”,给监管部门提供了更科学、更清晰的依据和指南。

市场监管部门针对发现的商品过度包装问题,均走了责令改正程序,要求商家下架过度包装的商品或将其退回生产企业,既体现了执法的柔性,也守住了法律底线,达到了执法目的,能对过度包装商品的产业链产生警示、教育、规范的作用。

治理商品过度包装既需要阶段性的重点监管措施,也需要强化常态长效的监管责任;既需要监管部门的履职尽责,也需要生产经营者的自律和消费者等群体的监督。生产经营者应认识到过度包装的危害,增强底线意识,对照法律和国标承担好遏制过度包装的第一责任,规范包装行为,并转变经营理念,在商品的内在品质提升和包装材质创新上多下功夫,多使用绿色包材,降低包装成本,既提升产品竞争力,也让消费者得到真正实惠。

消费者则应摒弃面子思维,把消费体验的重点放到商品的里子上,积极抵制过度包装行为,发现涉嫌过度包装问题及时向监管部门或消协投诉举报。市场监管部门、消协等除了进一步健全监督机制,加大监督检查的力度,拓宽监督覆盖面,强化监督的震慑力、制约力,还要顺应消费者的需求,全面开展普法普标宣传行动,让消费者了解国标的基本要求,掌握查验、估算、判断过度包装问题的基本方法,引导消费者远离过度包装商品。

只有各方不断凝聚共识,形成责任合力,建立治理商品过度包装的长效对标机制,才能把国标落到实处,让国标成为制约过度包装的“紧箍咒”。

“云骗局”

随着年轻人对“云算命”的热衷,网络上出现了大量从事此类业务的商家,他们假借“算命先生”“国学讲堂”“心理咨询”“测运势”等名号,以网站、APP、公众号甚至朋友圈为媒介吸引用户。

“云算命”不仅是一种传播封建迷信的行为,更是一种网络电信诈骗。从网友、经营者到网络平台,对此都必须有清晰认知,从上到下一起努力,铲除“云算命”的生存土壤。

中新社发 朱慧卿作



景区被取消质量等级有何警示意义

背景:

近日,青海省文化和旅游厅发出公告,决定取消乌兰县金子海风景区、星星海生态旅游景区等11家A级旅游景区质量等级。同日,青海发布公告确定省内38家旅游景区为国家A级旅游景区。据悉,青海省被取消质量等级的11家A级旅游景区存在诸多问题,不但严重违反了旅游业的相关规定,而且严重损害了旅游者的消费权益。

@叶金福:这11家A级旅游景区质量等级被取消,无疑具有现实的警示意义:尽管旅游业在当前形势下被寄予厚望,但绝对不可以滥竽充数,以劣质的产品和野蛮服务冲击市场,侵害消费者权

益。对不达标的星级景区处以重罚,既是对这11家景区的一种严惩和震慑,更是对其他旅游景区的警示。各地景区须以此为戒,自我警醒反思,仔细查找服务和管理中存在的短板和漏洞,切实整顿和提高,为旅游者提供名副其实、安全优质的服务。

@丁家发:景区质量等级不是终身制,这相当于在景区头上悬了一把利剑,倒逼其努力维护来之不易的身份和地位,加强对各种乱象的治理和整改,不断提升景区生态环境和服务质量水平。如此,不仅能吸引更多的游客前来游玩,也会提升景区的经济效益,进而推动地方文旅产业的发展。“金字招牌”来之不易,希望更多景区为在服务和品

质等方面“争上游”而努力,而不是躺在现有的成绩上睡觉,或是为了短期利益自毁前程。

@左崇年:取消景区质量等级不能取消应有的管理和服务。一方面,要向被取消质量等级的景区讲清楚重新评定的标准是什么,何种情况下能够重新评定,以及需要怎样的程序。另一方面,要为景区提出建设性意见与系统化指导,帮助景区认识到问题所在,有针对性地加以改进、提升。旅游景区质量等级不搞终身制是个好举措。期待更多地方能够借鉴这样的思路和做法,通过动态跟踪、实时监控,让一个个景区在管理更好、服务更优上持续下功夫,推动旅游业高质量发展。