一家之言

www.shfzb.com.cn

# 大兴"她经济",更须保障"她权益"

一张连洲

3月1日晚上8点,李佳琦 直播间3.8大促"美妆节"预售 正式开启。同时,各线上免税平 台、电商等加入"混战"。今年 促销有啥新特点?消费者购物车 里都有啥?有哪些实用的省钱攻 略?记者在调查采访时发现,这 届消费者明显更理性更精明了, 对于"买一送一"和直接打折的 优惠机制更有下单意向。(3月 2日《扬子晚报》)

随着女性在经济收人和社会、家庭地位的提升,女性已经成为新时代消费的主导力量。如今,越来越多的商家开始从女性的视角来确定自己的消费群,研制并开发新产品,女性消费者已经成为消费行业持续增长的主力

军。特别是,随着"三八妇女节"的临近,大促助力销售复苏,各线上平台增添新玩法提高吸引力,化妆品作为成长赛道,整体业绩兑现变强。女性消费更加多元化,"悦己型她经济"火热,"注重自我"成中国女性消费新风向。

然而,必须正视的是,"她 经济"持续火热,难掩当今女性 所面临的现实困境,女性普遍心 理压力大,是不争的事实。因 为,她们背负着工作与生活的双 重压力,期望自己在各方面能够 同男性不分仲伯,平分"天下", 真正彰显出"半边天"的力量和 风采。

大兴"她经济",更须保障 "她权益"。如何改善女性的生存 环境和发展条件,是实现社会文 明和谐的一项紧迫而艰巨的任务。 首先,要切实解决影响女性生存发展的社会问题,关键要改变目前社 会财富分配和资源配置中的男女不平等状况,采取有效措施努力提高 女性的社会地位,给女性提供同等 的升学、就业和提升的机会。要充 分发挥政府有关部门、司法机关、 城乡基层组织和各社会团体的作 用,提高《婚姻法》《妇女儿童权 益保护法》等法律法规的执行力, 进一步完善女性保护机制,切实维护妇女权益,加大社会救助力度, 为她们提供基本生存和参与竞争的 条件。

同时,设立公共教育平台和服务载体,提高女性的法律意识和心理素质,培养女性健康向上的精神风貌,使广大女性学会通过合法的途径,运用法律手段保

护自己的合法权益。加强女性的 道德规范教育,引导她们树立正 确的人生观、价值观、道德观和 婚恋观,让她们与社会、同事、 朋友多沟通、多交流,学会宽容 待人、大度处事;学会通过合法 的手段来处理各种矛盾,通过正 当的劳动去获取钱财,去追求幸 福生活。

特别是,在全社会倡导关爱女性、尊重女性、优待女性的行为规范,坚决抵制和打击歧视女性、同工不同酬、性骚扰等不良风气和违法行为。换言之,消除性别歧视,是实现男女平等的关键一步。此外,女性也要提高自身综合素质,崇尚积极、健康、文明的生活方式,做到自尊、自爱、自立、自强,通过建功立业、敬业奉献去体现女性的价值和尊严。

一针见血

# 严禁炒作"网红儿童"

□吴学安

伴随着短视频平台的兴起, 不少儿童被父母推到镜头前当上 了"网红儿童",这一现象引起 了全国人大代表、北京金诚同达 律师事务所高级合伙人方燕的注 意。在接受记者采访时,方燕建 议规范未成年人网络直播现象。 建议各部门定期开展专项行动, 严肃查处炒作"网红儿童"的账 号等,对未成年人的直播和视频 活动进行集中整治,形成部门联 动、宣传引导、加强惩治的全方 位治理格局。(3月5日《北京 青年报》)

还不会说话,就得习惯时刻在镜头前被记录吃饭、玩耍的场景;尚在咿呀学语,却要模仿讲出网络流行段子;还在学龄前,就要被安排学习表演各种影视桥段……打开短视频平台,越来越多的儿童被父母推到镜头前当上了网红,不少视频账号单条内容动辄收获超10万个点赞。一些过度消费"网红儿童"的内容无疑传递出负能量。

中央网信办此前启动"清朗·暑期未成年人网络环境整治" 专项行动,聚焦解决直播、短视



频平台涉未成年人问题,严禁 16岁以下未成年人出镜直播, 严肃查处炒作"网红儿童"行 为,禁止诱导未成年人打赏行 为,防止炫富拜金、奢靡享乐、 卖惨"审丑"等现象对未成年人 形成不良导向。

直播间吆喝带货、镜头前疯 狂进食、无防护冒险走钢丝…… 眼下,一些儿童正成为网红行业 中的主角,这些孩子中,很多还未开始认识这个世界,却已被数百万粉丝所熟知,孩子过早借直播短视频等参与商业活动也会造成价值观扭曲,形成"赚快钱""出名要趁早"等错误观念。而就被曝光本身,也有可能给儿童带来诸如隐私泄露、危害人身安全等隐患及威胁。

身处互联网时代,儿童沦为 "工具人",父母渐成"啃小族",

与市场需求驱动、家长短视逐利、 平台监管不严息息相关。一些家长 牺牲孩子身心健康, 打造"儿童网 红"牟利的不当行为,实际上是家 长自身网络素养和法治观念缺乏的 一种表现。在对家长进行家庭教育 指导时,必须要回应当下网络社会 提出的一系列相关问题, 提升家长 的网络素养和儿童权利保护意识。 -方面,家长要摆正价值观、育儿 观,摒弃功利短视的思想;另一方 面,公众要擦亮眼睛,抵制"啃小"牟利。相关职能或问话顾问 牟利。相关职能部门和网络平 台更应严格落实主播准人条件和年 龄限制,加大对制作、传播不良网 络信息行为的惩处力度。

儿童是国家的希望和未来,要为他们的生长留下一片"净土",让孩子们的童真免受网红"名利场"的腐蚀。父母过早地把"走捷径"的浮躁心态和功利思维灌输给孩子,不仅会影响孩子的身心健康,更会传递出畸形的人生观,在社会上形成不良的价值导向。孩子有孩子的生活方式、游戏方式、伙伴交往方式,不应该让成人式生活过早介入童年。为孩子营造一个相对安全、清净的环境,不让孩子过早卷入成人生活,理应成为所有父母明智选择。

金玉良言

## 政府要鼓励大众"会维权"

□丁慎毅

近日,一则"女子试用期被辞退要求 N+1 赔偿,现场给HR 普法"的视频火了。视频中,一女子实录了与公司 HR 协商赔偿的过程。女子全程不卑不亢、金句频出,用扎实的法律知识争取了最佳赔偿方案。该女子的行为获得了大量网友的支持。(3月4日光明网)

HR 一头连着就业,一头连着企业,对促进就业和企业人才队伍建设发挥着重要作用。但是,一些企业 HR 因为观念不同,他们的思维往往与 95 后、00 后不在一个频道上,有时候一言不合就容易"口误"。或者揣着明白装糊涂,肆意克扣员工的权益。近年来,一些企业 HR 在招聘或员工

试用期中,或歧视应聘者,或动歪脑筋逼员工辞职。一些应聘者或员工对此无可奈何,忍气吞声,也在客观上助长了 HR 的任性。对此,有专家呼吁应聘者和员工要敢于维权。

要取丁维权。 根据《最高法关于民事诉讼 证据的若干规定》第六十八条的 规定,以侵害他人合法权益或者 违反法律禁止性规定的方法取得 的证据,不能作为认定案件事实 的依据。但是,只要谈话是公开 的,不涉及个人和企业隐私,录 音录像证据未被剪接、剪辑或者 伪造,前后连接紧密,内容未被 篡改,具有客观真实性和连贯 性,这样的录音证据是具有法律

录视频的女子在协商中列举 《中华人民共和国劳动法》法条, 提出赔偿"N+1"的诉求,在公司 拒绝时有理有据进行反驳,最终拿 到了自己想要的赔偿金,自然不用 拿着这个录像打官司了。如果我们 在和 HR 或企业管理人员协商时 录音录像后没有达成法律应该保护 的权益,则可把录音录像作为打官 司的证据。

这位女子为维权也是做足了功课,这样的"孤勇者"固然值得钦佩,但维权更需要共行者。这个实例其实也是政府部门促就

业和保障员工权益的启发。政府部门不妨把相应的应聘权益和职场权益,以及合法的取证方式编辑成一本"权益指南",让更多应聘者和员工敢维权、会维权。这一方面不但可以提振就业信心,还可以减少就业纠纷,同时以此倒逼 HR 不敢任性,而是敬畏法律,尊重人才,既让人方便就业,也让人能够寻找到最适合也最能发挥其人力资本效能的就业岗位,并在岗位上安心工作。

## 征稿启事

本版长期向读者征稿,稿件字数在1000字左右。

来稿要求内容真实、寫理于事;也可以是作者对某一社会现象或问题发表的观点和建议,我们将每周刊登在本版。

来稿请发送 e-mail 至: kokomi621@sohu.com。

## 百家讲谈

#### 事由:

近日,安徽当涂县多名网友发帖称,"当涂二中一项中标金额 488 万元的采购项目中,出现了单价 3600元的插线板和单价 4000 元的单灯控制器。"当涂县成立由县纪委监委、县公安局、县公管局、县教育局等部门组成的联合调查组,对网民反映的情况进行全面调查。(3月2日《市场星报》)

#### 百家讲:

中标企业曾多次中标不同学校的有关项目,但该企业社保参保人数为0。也就是说,中标企业或许就是一个"空壳公司",专门做此类政府采购项目。一方面,是经济利润,另一方面,一些拿不上台面"看不见"的成本,迫使中标企业通过虚高价格等方式进行"消化"。双方联手则以确保当事企业中标。这其中涉及的违法及腐败等问题,常常触目惊心。

当地联合调查组应"顺藤摸瓜,彻底查明此次招标过程中涉及的违法、腐败等问题,追回国家损失,并对相关责任人予以严厉行政和经济处罚,涉及犯罪的移交司法机关追究刑事责任。有关监督部门必须提前介入、强化监管,依据相关法律法规和政府采购程序,严格审查和把关,规范招投标行为,不给任何违法和贪腐的可乘之机,以杜绝类似中标价格虚高现象再次发生。——丁家发

### 事由:

在当下的直播间,诸如"地板价""宇宙最低价""粉丝超级福利""让利大促销"等宣传语比比皆是,号称带货商品只是市场价一折甚至更低,而消费者下单后却发现货不对板、夸大宣传、高于市场价等问题。有网友将这一现象称之为"忽悠式直播带货"。(3月2日《法治日报》)

## 百家讲:

《广告法》明确规定,广告应当 真实、合法,不得含有虚假或者引人 误解的内容,不得欺骗、误导消费 者。一些主播在直播间宣称"全网最 低价""宇宙最低价"等,不仅违反 了广告法关于广告不得使用"最高 级""最佳"等绝对化用语的规定, 且明显与事实严重不符,涉嫌虚假宣 传和欺诈消费者的违法行为。

遏制忽悠式直播带货,需要有关 部门加强联动, 依法加大查处直播营 销违法行为,强化信息共享与协调配 合,提升监管合力。同时,更重要的 是强化平台责任,严把第一道关。 2022年3月,最高法发布《关于审 理网络消费纠纷案件适用法律若干问 题的规定(一)》。规定指出,"网络 直播营销平台经营者知道或者应当知 道网络直播间销售的商品不符合保障 人身、财产安全的要求,或者有其他 侵害消费者合法权益行为,未采取必 要措施, 消费者依据电子商务法第三 十八条等规定主张网络直播营销平台 经营者与直播间运营者承担连带责任 的,人民法院应予支持。"这意味着, 平台如果未能采取有效措施制止直播 间虚假宣传行为,消费者有权主张平 台经营者承担赔偿责任。

——张涛