



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

江单 张华勇 黄浩
李增勇 龚德贤
张邦毛 齐明利

顾问 | 邓飞 方智平
娄义华

总编辑 | 江单
常务副总编辑 | 邱亮

执行总编辑 | 张华勇

执行社长 | 黄浩
副总编辑 | 李增勇
蒋靖善 龚德贤
视觉总监 | 古风

采访中心

主任 | 董哲

编辑中心

主任 | 罗阳

经济新闻中心

主任 | 龙波

视频新闻中心

主任 | 罗明荣

区域新闻中心

主任 | 潘利求

评论新闻中心

主任 | 贺强

国际新闻中心

主任 | 黄浩(兼)

新闻影像中心

主任 | 巢砥平

驻境外记者

驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 李冰洁

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周璐

驻耶路撒冷记者 | 贺友

驻纽约记者 | 罗韵诗

驻开罗记者 | 吴志刚

驻莫斯科记者 | 朱可夫

驻奥斯陆记者 | 向建军

驻伦敦记者 | 邓联辉

驻巴黎记者 | 卢伟平

驻巴西利亚记者 | 尹志强

驻堪培拉记者 | 欧阳子

网络直播将实施新规, “皮球”踢不动了

5月25日起将实施由国家网信办、公安部等七部门联合发布的《网络直播营销管理办法(试行)》(以下简称《办法》),将网络直播营销“台前幕后”各类主体、“线上线下”各项要素纳入监管范围。

《办法》指出,直播间运营者、直播营销人员应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务,不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。消费者提出的合法要求能得到及时处理,这一点会让更多消费者在消费过程中安心。

直播带货可以帮消费者提升消费体验,但是,也有不少直播带货频频翻车,因为虚假宣传,兜售“三无”产品,售卖质量低劣产品,让不少消费者吃了亏。在维权路上,消费者更是吃了许多闭门羹,很多消费者在直播间购买低劣产品向售后时,主播、直播平台 and 商家开始“踢皮球”了。

但其实,三方都有责任,都应直播带货行为负责,各自承担相应责任。

直播平台既然给主播们提供直播平台,就应当对平台上的主播们负责,明确直播行为规

范,勿让违法行为在平台眼皮子底下肆意而为。《办法》第十条提到,直播营销平台应当建立健全风险识别模型,对涉嫌违法违规的高风险营销行为采取弹窗提示、违规警示、限制流量、暂停直播等措施。加大力度对直播的加强监管,是对平台的规范,也是对消费者的权益保护,能让老百姓在消费过程中多一分信赖与安心。

商家作为产品的提供者,应依法保障消费者的合法权益,依法提供售后服务。消费者具有公平交易权,消费者在购买商品或者接受服

务时所享有的获得质量保障和价格合理、计量正确等公平交易的权利。如果质量环节出了问题,那不就是找商家了吗?

主播作为商家与消费者之间的桥梁,搭起的应为一座互利共赢的桥梁,桥梁的两头接不稳,这座桥梁必然坍塌。《办法》第二十四条提到,直播间运营者、直播营销人员与直播营销人员服务机构合作开展商业合作的,应当与直播营销人员服务机构签订书面协议,明确信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。

《办法》注重提到了信息安全管理、商品质量的审核、消费者权益保护,让直播商品有关方都有意识对这三方面进行了安全核查,协议在手,权责也更加明确,如若产品质量等方面出了问题,为消费者权益的维护的处理也更加便捷、明确。

《办法》使三方的责任得到明确,踢不了皮球后,结果的处理只会越来越及时,消费者维权之路只会越来越便捷,消费者的心才不会“悬”着,这场“及时雨”下得好!

■许晴梅

熊孩子踢坏影院银幕,也踢出了家庭教育的失败

5月1日,广东东莞。某影院银幕被一名儿童拍打、脚踢,导致损坏。5月3日,民警联系上涉事儿童的监护人,警方积极引导影院和儿童监护人双方通过法律程序妥善解决问题。(5月4日 澎湃新闻)

熊孩子踢坏影院银幕,也踢出了家庭教育的失败。面对熊孩子踢坏影院银幕,家长并未出面制止。有网友质疑:“在家踢电视,大人管不管?”更有网友直言:“孩子不懂事,大人懂事,掏钱!”这说明,熊孩子的背后往往都站着熊家长,熊孩子犯错,熊家长难辞其

咎,一句“他(她)还是个孩子”无法搪塞过去。

其实,犯错是孩子的天性,在孩子成长过程中,需要通过“试错”来寻找社交处事的原则和底线,儿童心理学家鲁道夫·德雷克斯在《孩子·挑战》一书中强调:“不需要成人介入而自然发生的事情,就是自然结果”。而如何引导孩子面对这个“自然结果”就取决于家长自己的修养以及对家庭教育的重视程度了。

当然,素质高的家长会巧妙地把熊孩子犯错转化成一个教育契

机,以促进孩子成长。2018年6月23日,陕西西咸新区世纪大道奥林匹克花园小区一男孩进电梯后在电梯里小便,孩子的母亲知道后在业主群里发文道歉,让孩子写出检查,并罚打扫电梯一个月作为道歉补偿;2021年1月23日,湖北武汉一个地铁站进站口,孙子在地铁站意外“逃票”,爷爷当场将其赶出去,责令其回去重新刷票进站;2021年1月30日,山西晋中胡女士担心4岁儿子常在家吵闹打扰邻居,就陪儿子带零食上门给邻居道歉。胡女士说邻居从未投诉过,

但自己要有个态度,想让孩子学会感恩别人的包容。

要想孩子不成为熊孩子,家长首先不能做熊家长。因为父母是孩子的第一任老师,家庭是孩子的第一所学校,家教是给孩子的第一份礼物。家庭教育和学校教育最大的区别,就在于家庭教育没有现成的教材,也没有专门的课堂,它的教育力量就在于父母的言传身教。古语云:“以身教者从,以言教者讼”,循循善诱,谆谆教诲,这是言传,用自己的良好行为影响孩子,这是身教。父母说的每一句话,做

的每一件事,都在潜移默化地影响着孩子的成长。父母像模板,孩子似泥巴,家长是什么样,塑造出的孩子往往就是什么样。

家庭教育会直接影响到孩子的三观和素质,以及待人处事的方式。父母给予的家庭教育会陪伴孩子一生,更会决定孩子的未来。熊孩子踢坏影院银幕,家长赔偿影院损失自不待言,改正自己不当的教育方式也是题中应有之意。

■维扬书生

“倒奶投票”浪费食物,应依法严惩

4月29日,《反食品浪费法》正式实施,就在当天,一段粉丝雇佣工人,为打榜投票所购买的新鲜牛奶被工人拧下瓶盖后,直接成箱地倒入水沟的视频在网上流传。这件事儿指向一偶像选秀节目——《青春有你》第三季。

5月4日,《青春有你》第三季后续节目录制被紧急叫停,5月5日凌晨,爱奇艺青春有你3官方微博发文回应称,诚恳接受,坚决服从。(5月5日 每日经济新闻)

“新鲜牛奶倒入水沟”原本是教科书里的情节,如今却在现实中上演。为了给偶像打榜,粉丝不惜花大价钱“倒

奶投票”,将新鲜牛奶白白倒入水沟里,如此做法有悖公序良俗,不仅属于非理性消费,助长攀比之风和金钱打榜不良行为,也造成巨大的食物浪费现象,令人为之痛心。显然,该节目的投票流程设计存在问题,对粉丝产生了不良引导,以及非常恶劣的社会影响,紧急叫停之后,还要进一步整改和追责。

此前,《青春有你》第三季引入打榜投票环节,粉丝需购买赞助商奶制品,扫描瓶盖内的二维码才能为偶像助力,这就导致要想偶像上榜,就要花钱购买大量鲜奶、扫码,沦为

彻底的“金钱游戏”。这种做法,使得投票与牛奶挂钩,形成了独特的“奶票”模式,不仅诱导粉丝倾囊相助,还滋生出“黄牛”囤积牛奶、倒卖“奶票”的怪现象,网络亦对此进行了曝光,引发社会大众的批评。

粉丝买了这么多牛奶,纯粹是为了投票,全部打开后,喝又喝不完,又无法保存,那就只能倒掉了事,这么做就是典型的浪费行为。“厉行节约,反对浪费”已经入法,4月29日通过的《反食品浪费法》明确提出,应当“树立文明、健康、理性、绿色的消费理念”“形成

科学健康、物尽其用、防止浪费的良好习惯”。可见,“倒奶投票”之举不可纵容,已经涉嫌违反《反食品浪费法》的相关规定,应对节目主办方的行为,依法予以惩处。

“倒奶投票”暴露出该选秀节目策划存在导向问题,过度追逐经济利益,用“奶票”诱导粉丝无度花钱,而漠视社会效益,以致闹出“幺蛾子”。2020年2月,中国网络视听节目服务协会在广电总局网络司的指导下,发布了《网络综艺节目内容审核标准细则》,当中提出:“节目中不得出现设置‘花钱买投票’环节,刻意

引导、鼓励网民采取购物、充会员等物质化手段为选手投票、助力”。

娱乐节目的观众以青少年群体为主,节目的社会导向和价值观,对青少年的成长影响很大,不能掉以轻心。因此,监管部门应以此为鉴,对网络选秀类节目实施严格规范管理,严肃节目流程设置,禁止违反法律和社会公德的内容,倡导树立积极健康的社会价值观,以免带坏未成年人。

■江德斌