

→ 察者看台

清除医美直播间的“侵权疤痕”

■李英锋

近年来,医美直播大行其道,不少医美项目都在直播间上架、团购。然而,记者近日调查采访发现,医美直播间主播直播时充斥着各种容貌焦虑话术、疑似夸大虚假宣传的内容等,有不少消费者在直播间购买了医美项目后,反映出现了各类问题。

在直播带货的市场风潮中,似乎“万物皆可进直播间”,医美项目在直播间上架似乎是顺理成章的事情。然而,医美产品或服务并非普通的没有任何市场门槛的产品或服务,而是在医疗范畴内,在广告营销等方面有特殊的限制,有更高的法律底线。揆诸市场,医美直播已在多个点位突破了法律底线,制造了“侵权疤痕”。

医疗广告的法律定义是:利用各种媒介或者形式直接或间接介绍医疗机构或医疗服务的广告。显然,在直播间宣传推介医美项目,为线

下医美营销引流,也属于医疗广告。而医疗广告属于纳入严格监管范畴的特殊广告,不是谁想发布就发布、谁想怎么宣传就怎么宣传、谁想宣传什么就宣传什么的。《医疗广告管理办法》明确:医疗机构发布医疗广告,应当在发布前申请医疗广告审查。未取得《医疗广告审查证明》,不得发布医疗广告。

实际上,不少医美直播并未经过医疗广告审查程序,并不符合医疗广告宣传的法定条件,在整体上,具有医疗广告属性的无审查证明医美直播就应当被禁止。无论医美直播是否取得了医疗广告审查证明,一些主播大肆推销万能美肤卡,把相关医美技术、方法或产品的功效吹上天,均触发了医疗广告的“负面清单”。一些医美直播间还存在销售假冒伪劣产品、做出虚假夸大承诺、诱导消费者不顾自身情况“只买贵的,不买对的”等问题,扰乱了市场

秩序,侵犯了消费者合法权益。

医美直播也需要“监管式美容”,医美直播间的“侵权疤痕”也该被清除。针对医美直播间的种种乱象,监管部门、行业协会、消协、直播平台等应该行动起来,形成责任合力,完善行业管理规则、标准,在此基础上,对医疗广告范畴内的医美直播实施严格监管,划清法律底线;对不属于医疗广告的其他医美直播按普通广告营销行为进行监管,重点治理虚假夸大宣传、推销假劣产品等问题。

当然,求美消费者对医美直播间的話术也应增强警惕意识,不盲目相信医美直播间的宣传信息,而是应该理性看待、选择医美产品和项目,尽量选择资质齐全、信誉良好的医美机构。在消费过程中,消费者还应留存医美主播、医美机构的宣传信息、承诺以及双方的沟通记录等证据,一旦发生侵权纠纷,就拿起法律武器积极维权。

→ 新闻漫话

网络黑话泛滥,好好说话到底有多难

■于 寒



流,在网络平台的助推下,变成了一种传播力很广的语言现象。

一些网络黑话的发明,原本是为了提升表达效率。现在,网络黑话破圈之后,反而经常造成理解困境,给公共交流、网络互动制造出新的障碍。该不该一刀切禁止网络黑话?

答案也许是否定的。这种个性化的创造表达,也是网络多元化的一种体现。

但现在的问题在于,网络黑话越来越泛滥,造词、造梗的表达方式越来越离谱,已经影响到了健康、正常的语言秩序。

在互联网时代,规范表达应该成为一种网络共识。尤其是影响力巨大的热搜榜,更应该正面引导,对各种造词造梗进行规范治理,而不是反其道行之,放任自流,甚至主动将一些容易产生歧义、存在理解障碍的概念。

治理网络黑话、恶意造梗现象,这是对语文的严肃性负责,更是对青少年的身心健康负责,网络平台决不能当甩手掌柜。

→ 有话就说

尊重他人不想当网红的权利

■江德斌

“鹤腿阿姨”是今年54岁的陈女士。最近几天,清华、北大等高校学生排队买她烤制鹤腿的视频被很多网友转发,“鹤腿阿姨”似乎一下子成为了“顶流网红”。陈女士说:“我不希望走红,更不想当网红,只想和以前一样简简单单地给学生们做他们喜欢吃的东西。”

如果按照目前的流量模式,“鹤腿阿姨”在火了之后,就可以顺势大量吸粉、增加曝光度,进一步扩大影响力,接下来就能直播带货、接广告等,进行变现。身居流量时代,眼球效应极为显著,一旦成为拥有巨大流量的网红,就等于开启了财富大门。这是一个极大的诱惑,很多人都梦想着成为网红,到处蹭热点、炒

噱头,甚至不惜触及法律红线。因此,“鹤腿阿姨”不想当网红的态度就显得格外扎眼,让很多人难以理解。

欲戴皇冠,必承其重。做大网红固然赚钱又多又快,可在物质方面获得极大满足,但同时也要失去个人隐私、自由,还要面对无休止的网络围观、全方位审视,甚至是各种批评、挑刺,承受非常大的心理压力。此前,摆摊卖糖水17年、坚持2元一杯不涨价的“糖水爷爷”,在走红后遭遇“网暴”而被迫停止摆摊;在工地经营10元自助餐、9年不涨价不减菜的“盒饭姐”,意外走红后生意被干扰,被迫一月停业两次……这些人跟“鹤腿阿姨”一样,都是甘



于平凡的普通人,只是为了生计而奔波,成为网红并不是他们的初衷。

因此,恳请大家在围观“鹤腿阿姨”之际,也尊重她不想当网红的权利,让她能够继续向学生们卖烤鹤腿,踏踏实实做自己兴趣所致的工作,踏踏实实赚钱养家。

世相浅见

1. 最近,“菜市场旗袍”成了社交平台上的新热点。有博主到城市农贸市场的裁缝店选布料、量尺寸,再和师傅敲定款式,私人定制一款“只此一件”的旗袍。整个过程被拍成视频上传至网络后,有人开玩笑说这是“菜市场高定”。

点评:受技术进步和生活方式改变的影响,不少年轻人养成了在家用网购、出门进商场的消费习惯,即使是柴米油盐的事也多是靠网购或逛超市来解决。在这种背景下,菜市场的“新鲜体验”显然是吸引这一群体的首要因素。随着逛菜市场的年轻人越来越多,其“宝藏”的一面也被深度挖掘出来,而对于习惯了高楼、绩效、终日埋首于手机的当代人来说,去菜市场可以触摸支撑生命运转的最基本的物质,重拾人与人之间真实的互动、沟通,也可以看见许多与自己不同的活法。在菜市场体会脚踏实地的生活,这样的心态,难道不是一种意味更深的“高定”吗?

2. 近日,“一位老人在秦始皇帝陵博物院内抽烟、吐痰,并将烟蒂扔入甬坑”的视频,引发了公众的广泛关注和谴责。目前,博物院工作人员已将污染物清理完毕,并与相关部门和公安机关调查核实,掌握涉事人员信息。

点评:此事为何引发如此多关注?一个很重要的原因是,此类不文明行为,危害颇多且屡禁不绝。究其原因,绝大多数不文明行为的发生,往往出于“无所谓”“应该没事”“别人也做了”等态度。由此来看,对于不文明行为,不能仅仅停留在道德谴责和口头批评上,还需要采取有效措施,起到以儆效尤的效果。各地景区有的加强参观秩序管理,加大安保巡查和劝导力度;有的重罚不文明者,将罚款用于修复破坏;有的增强服务意识,依据不文明行为多发地有针对性地设置警示板、增加垃圾桶等种种举措,有助于压减不文明行为发生的可能性。

3. 近日,山东理工大学细心回复泡芙制作过程的视频火遍全网。泡芙的忠实粉丝在山东理工大学投诉建议平台留言询问泡芙制作流程,担心毕业后不能再吃到美味的泡芙。收到提问后,学校后勤管理处饮食服务中心详细回复制作要领,并暖心回复“制作方法提供给你,希望母校味道常伴你左右。”更找到泡芙制作者范师傅将制作过程拍摄成视频分享全网,引起一众好评。

点评:教育的本质是一个灵魂唤醒另一个灵魂。泡芙制作者范师傅曾表示:“我们在家怎么给孩子做饭,在学校就怎么给学生做饭。”正是这份真情让无数学子在一颗颗甜美的泡芙中尝出了家的味道。进入全面建设社会主义现代化国家的新征程,推进教育现代化,关键在促进人的全面发展。学生不必再拘泥于课堂,食堂师傅的良心制作,耐心解答,何尝不是一次良好的劳动教育?

(综合新华网、人民网)

→ 今日论坛

“温暖旧改”赋能城市更新

■岳 谭

以老旧小区改造为代表的城市更新,事关群众切身利益,承载着人民对美好生活的向往,是一项实实在在的惠民工程。如何把好事办到群众心坎儿上,下实功夫解决老旧小区生活真难题?北京市朝阳区酒仙桥旧改提供了一个样本。

涉及家庭多,矛盾阻力大,酒仙桥旧改是如何克难而行、攻关前进的呢?“站在群众的角度想,为了群众的利益推,靠着群众的力量干,努力实现‘温暖旧改’”,是酒仙桥摸索出的旧改经验。

一则,设身处地替群众着想,才能换来群众的真心支持。在老百姓那里,要不要支持旧改的重要顾虑就是自身利益有没有受损。要把旧改政策普及到每一户居民,真心实意为群众利益着想,竭尽全力为群众福祉服务。

二则,旧改从纷繁复杂转向井井有条,全靠耐心细致的群众工作作保障。敲开敲不开的门,感动松不开的口,正是各级工作人员的苦口婆心,推动旧改获得实质性突破。

老旧小区改造不能只顾“面子”不顾“里子”,而需要多管齐下、综合治理。改造前,要征集所有居民同意;改造中,要尽最大努力减少对居民日常起居的干扰;改造后,还要抓好社区治理升级工作。简单的“头痛医头,脚痛医脚”,不仅不能彻底解决问题,还会遭遇更多难题。改造前问需于民,改造中间计于民,改造后问效于民,凝聚共识、化解矛盾、协力推进,才能让城市更新形成有序参与、有效治理的良性循环。

老城新生,寄托着我们这个时代对城市美好生活的浪漫想象。立足“人民至上”,采用“绣花功夫”,持续推进城市建设和治理,定能让人民群众在城市生活得更方便、更舒心、更美好。