

她时代观点

自助餐“男女有别” 商家有失厚道

文/苑广阔

听说过女士自助餐吗?男士进店消费要多付钱。眼下,武汉出现了这样的区别对待性别的自助餐,引来客流的同时,还引来了争议。“这不是歧视我们男士啊?”有些男性消费者对此感觉不舒服,商家此举难道是嫌男士胃口太大?(10月21日《武汉晚报》)进的是同一家餐厅,吃的是同样的饭菜,但是付钱的时候,价格却“男女有别”,男士要比女士多付5元钱。客观地说,5块钱对现在的人来说不算多,所以部分男性消费者也不在乎,商家让掏钱也就掏钱了,但是多数男性顾客在乎的不是多掏5块钱,而是感觉商家这种“男女有别”的做法涉嫌消费歧视,甚至让人在情感上受到伤害。因为商家让男性

消费者比女性消费者多付5块钱的潜台词,有嫌男性吃得多,胃口大的意思。

尽管男性中也有饭量小的,而女性中也有“大胃王”,但一般来说,男性的饭量确实比女性要大一些,可是这不能成为自助餐商家向男性消费者多收钱的理由。之所以说商家这种做法可能会给部分男性消费者带来情感上的伤害,是因为在当今这个以身材匀称、苗条为美的社会,几乎很少有人愿意别人夸赞自己能吃,自然也就不愿意商家通过对自助餐价格的“男

女有别”来暗示男士更能吃。举个例子说,有个人容貌欠佳,尽管他自己和他周围的人都知道这个事实,但是如果你当面说他长得不好看,很丑,还是会引起他的反感,会对他造成伤害。

所以说,商家这种做法,看似会吸引一部分女性消费者,但同时也势必会流失一部分男性消费者。而且对于男女情侣来说,很可能会避免受到这种性别上的歧视而放弃到这样的餐厅就餐,对商家来说这是得不偿失的。

从法律角度来看,自助餐

价格“男女有别”也经不起法律的考量。新的《消费者权益保护法》第十条规定:“消费者享有公平交易的权利。”具体说来,就是消费者在购买商品和接受服务的时候,有权利获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。而吃同样的自助餐,价格上却“男女有别”,显然不是一种“价格合理”的表现,有侵犯消费者公平交易权的嫌疑。

不管这家自助餐厅实行价格上的“男女有别”是炒作噱头也好,还是认为男性顾客比女性顾客吃得更多,所以该多收钱也罢,这种做法都是充满争议,不得人心的。如果有消费者拿起法律维权,商家恐怕要自己“吃不了兜着走”了。所以,还是尽快纠正,厚道经营的好。



资料配图

一针见血

“悬崖自拍” 该为教训买单

文/司马童

10月20日上午10点多,江苏溧阳市一名二十岁小伙攀爬燕山公园内的一座山,不幸被困半山腰。让救援人员感到惊讶的是,被困一小时内,小伙并不着急,反而希望救援人员给他拍照留念。经过救援人员三个半小时的紧张施救后,最终成功将他救下。(10月21日《现代快报》)

一个有点儿登山爱好,却并没有参加过攀岩培训等活动的年轻人,因为觉得无聊,就放弃台阶而上,干脆选择徒手攀爬,结果爬到离地数十米高的一半位置进退两难,“挂”在那儿险象环生。这还不算,险则险矣,他倒真是“临危不惧”,一手抓着树枝,一手不忘拿着相机玩自拍,根本没想到要及时报警;倘若没有公园里人发现情况有异迅速拨打了119,真不知这“悬崖边的自拍”会拍出啥后果。

一个年轻人心血来潮的徒手攀爬,最终还是靠着多名消防队员历时数小时的辛苦救援,才化险为夷、平安“落地”,这当然尚属幸事。但换个角度思之,这何尝不是由于小伙子冒失加冒险的举动,而无谓占用和消耗了不少的公共救援资源。媒体报道称,被救小伙攀爬遇险时还玩自拍,竟然是为到时好在微信朋友圈上炫耀一番;后来,围观者越来越多,小伙便离开了现场。面对新闻主角的如此“出场”与“退场”,我总感觉有些不够“完美收官”。换言之,类似“悬崖边的自拍”这种闹剧,难道不需要一种该为教训买单的惩戒教育机制吗?

事实上,只要稍稍关注媒体新闻,近些年来,关于各地救援遇险驴友事件频频发生,进而引发的占用公共资源的争议,早就此起彼伏、屡见不鲜了。譬如,河南两名驴友探险西藏雅鲁藏布大峡谷未在当地有关部门备案,“偷登”探险几酿不测;北京警方两次出动警用直升机营救被困山中的迷路驴友,共成功救出56名驴友;福建一游客在攀登四姑娘山三峰时跌下了山崖,景区派出6批共计45人参与搜救……越来越多的专业人士认为,追求挑战要从确保安全出发,不能把探险变成冒险、开心变成伤心。更何况,救援产生的各种耗费,并不仅仅是点赞一下搜寻勇士的正能量精神,就足以轻松抵消了。

说“悬崖边的自拍”该为教训买单,倒不是无视遇险者往往也是纳税人一员,同样有着使用公共资源、享受公共服务的社会权利;而是讲,在有些令人匪夷所思的“闯关”“探险”行为面前,冒险者的身陷险境、接受营救,的确存在着“无事大胆大”的个人之失。作为成年人的他(她),要使其真正明白吃堑长智,除了好言相劝,就未必不可利用经济杠杆,采取部分买单的教育警示。

的确,探险旅游、户外运动,堵不如疏。笔者所说的设置一种“为教训买单”的惩戒教育机制,说到底,也是形式大于实质,其主要目的,仍在提高人们的自我提醒和约束意识。这方面,有关专家的建议值得一听,户外运动伤亡事故频发,主要缘于人们对户外运动危险性的认识不够。因此,我国应尽快补上法律条款的短板,政府有必要把探险旅游、户外运动的营利性组织者、商业机构等纳入法律监管轨道,从法律层面对户外运动进行管理、规范和处罚。当这种“法治探险”的观念日益提升之时,像年轻小伙“悬崖边的自拍”这种可笑又可忧之事,或许才会慢慢变少、日渐式微。

本报所付作者的稿酬,已包括纸质及数字形态出版的《今日女报》的稿酬。因各种原因,本报未能联系到的作者的稿酬查询及其他有关稿酬的未明事宜,请与本报联系(0731-82333623)。

社会观察

“体检脱光上半身”真有必要吗

文/钱凤伟

对陕西南郑县高台中学的高中生小云(化名)来说,昨日的体检有些尴尬:她和部分同学被要求脱光上半身量三围、测脂肪。对此,校方回应:是按教育部门规定执行。(10月22日《华商报》)

据上个月的报道,安徽大学很多学生也遭遇这样的“脱光”式体检,因此质疑,体测脱掉衣服是否存在科学依据,有无必要?校方称,脱掉衣服体测依据的是教育部体育卫生与艺术教育司全国学生体质与健康调研组于2014年5月制定的《2014年全国学生体质与健康调研工作手册》,其中详细介绍了胸围、腰围、臀围和皮褶厚度的测试方法与注意事项。

却不料,现在对高中生的体检,居然也如此“严格”,而这当然也是按照“规定”,根据教育部等6部门印发的2014年全国学生体质与健康调研实施方案,本次调查在31个省、自治区、直辖市的普通高校和中小学进行,属于随机选拔体检,胸围、肩胛部和腹部皮褶厚度为必测项目。

然而,如学生所说,“选美比赛要测三围,没听说体检也要测三围,还要脱光上半身,太尴尬了!”而这样的“太尴尬”

正是可贵之人之常情,也是我们的传统习俗。于如今,五花八门的“裸”大行其道,乃至被视为无所谓,女孩们这种“尴尬”的感觉显然尤其应该小心呵护。毕竟,体检不是洗澡,后者是在一个特定的场合,而且必定是互相之间熟悉的人才会彼此“零距离”

“脱光”,即使如此,澡堂里氤氲的水蒸气,多少朦胧了视线。问题是,体测固然应力求准确性,但“脱光上半身”真有必要吗?这毕竟只是体质与健康的调研,并不需要诸如飞



资料配图

机火箭设计制造的精确度。而且,这也并非没有其他的替代办法,比如,如果大家都穿一样厚度的内衣,也照样能够给出准确真实的数据。再者,也并非就要“和其他女生一起在一间屋子里,脱光上半身检查”,比如一个个依次进入后再“脱光”体测,“尴尬”至少也可以避免。

于被“随机选拔”的学生,固然有配合的义务,也有保证自己隐私和个人生活理念和习性得到充分尊重的权利。体质关乎生理健康,但心理的健康更不能忽视,无论如何,“准确性”不能剥夺于学生尤其宝贵的“对自己身体权利的一种保护和尊重”。否则,这样的“准确性”,实在是不要也罢。

教育评弹

广告进课本,教育的“牛皮癣”当依法铲除

文/吴玲

据媒体报道,按照《义务教育教科书编印规范》,教科书内不得有广告内容,但仍有众多广告以“打包”的方式公然进入英语课本,并被送到了学生手中。因此,按照广告这条线索,某些人的严重失职被暴露无遗,极有可能还藏有权钱交易的猫腻。(10月22日《重庆晨报》)广告时代,无孔不入,广告搭上学生的课本,堂而皇之地进入课堂,教材成了广告的重要载体,赚钱牟利的工具,其背后也有一定的利益链。其背后权钱交易的猫腻,不说也能猜出几分。

教材课本用量大,也是商家“广而告之”的理想载体,但教材不应成为广告商的大客户。《义务教育教科书编印规范》,教科书内不得有广告内容《中华人民共和国广告法(修订草案)》拟定的内容称,中小学、幼儿园不得进行任何广

告活动,包括在教材教辅中夹带广告内容。教材“植入广告”,在课本里“掺沙子”,夹带私心,添加功利色彩,让知识“掺牙”,教材在教学中具有重要的作用,既是学生的必读物,也是老师传播知识的主导工具。课本是孩子学习的必需品,应是一方净土,不容商业广告污染,教材缺乏科学性、严谨性,就经不起时间的检验。

用教科书来大肆宣扬广告信息,注入了浓浓的商业气息,

