



或掺杂脏话或宣扬暴力或带色情词汇 一些儿歌何以成了少儿不宜？

□ 本报记者 孙天骄

“一二三四五，上山打老虎，老虎不在家，就去找它妈。它妈想打架，就赏它妈两个大嘴巴……”

前段时间，有网友反映称，自己用网络电视给孩子播放儿歌时，竟然出现了这样一首改编的儿歌，歌词让人感到不适。评论中，也有不少网友认为：“怎么会有这种儿歌？简直就是教坏小孩的‘毒’儿歌，应该下架。”

记者近日调查发现，类似家长口中的“毒儿歌”并非个例。一些儿歌中或掺杂脏话、或宣扬暴力、或带色情词汇，还有的歌词怪异，让不少家长直言“三观”。

在受访家长看来，听儿歌是学龄前儿童快速建立认知的一种有效方式。然而，这种有“毒”的儿歌，不仅可能掺杂在海量的儿歌App的播放列表中，在短视频平台上也充斥着不少“恶搞”儿歌，令人防不胜防，一旦让孩子接触，产生的负面影响不可估量。

“唧唧叭叭唧唧叭叭，麻雀学校老师教学生练习唱着唧唧叭叭……”

浙江的姚女士有个刚满2岁的孩子，前段时间，她带孩子外出时用音乐软件搜儿歌专辑，听到这首名为《麻雀学校》的儿歌时，大为光火：“哪个品种的麻雀是这么叫的？这明显是故意打‘擦边球’。歌词被稚嫩的嗓音唱出，让人觉得又低俗又歹毒！”

采访中，不少家长反映，一些儿歌歌词“擦边”，内容低俗，简直“少儿不宜”。在家长指引下，记者在网上搜到了这些儿歌——

“蹦蹦跳跳，砰砰嘣嘣，抬起小屁股，准备发射，我们是放屁家族……”儿歌《放屁家族》，全篇内容围绕“放屁”，MV的动画画面更是一家人一直在放屁，还特意做成了气体浑浊的“脏”效果。

“便便是什么味道，香的，甜的，酸酸的……”儿歌《便便歌》，探讨“便便”的颜色和味道，在MV中还把便便和蛋糕、苹果、草莓放在一起。相关视频下方的评论中，有人发出质疑：“这难道不是在诱导小孩吃便便吗？”

北京西城一名3岁孩子的母亲邓女士告诉记者，她给孩子买的儿歌点读机，里面有一首名为《好爸爸坏爸爸》的儿歌，歌词细听上去很不对劲：我有一个好爸爸，哪个爸爸不骂人，哪个孩子不害怕，打是亲来骂是爱……

“孩子还小，我觉得这种歌词会让他形成错误的亲子观念和人际观念。如果他之后也觉得打骂是感情好的一种表现方式，怎么办？”邓女士说。

江苏瀛之律师事务所律师朱丽认为，一些儿歌低俗、恶搞的内容对少年儿童及婴幼儿的身心健康成长不利，孩子们正处于生长发育期，尚未形成正确的“三观”，且接受能力、模仿能力都很强，“毒”儿歌有可能扭曲儿童的认知，使他们以丑为美、是非不分；对“毒”儿歌的不同认知，可能增加孩子们之间出现摩擦、霸凌等情况的发生；模仿、传唱低俗儿歌还可能造成孩子早熟等伤害。

此外，儿歌“成人化”也让不少家长感到担忧，甚至一度成为公众热议的话题。有个别幼儿园老师边唱边跳“宝贝宝贝我们喝一杯，此刻我只想亲吻你的嘴”，让一些家长难以接受。

山东济南一名小学音乐教师认为：“带有明显的成人化、社会化色彩，甚至打着低俗、暴力‘擦边球’的流行歌曲，一定要避免让孩子接触到，以免造成不良影响，家长也要以身作则。”

本是给孩子听的儿歌为何成了“少儿不宜”？

在朱丽看来，孩子们好奇心很强，也喜欢打打闹闹开玩笑，当今社会电子产品广泛应用对孩子们也有很多影响，种种原因导致出现不少“擦边”“毒”儿歌。同时，市场上缺少符合当代潮流、朗朗上口、孩子们喜闻乐见的儿歌，优秀儿歌长期缺席使“毒”儿歌有了一席之地。

朱丽还提到，另一个重要原因在于，目前，我国对儿歌的审核监管体系尚未完全建立，一定程度上忽视了儿歌对孩子们精神世界的引领作用，因此建议教育机构、艺术机构以及全社会都能大力创作、推广正能量的好儿歌，发挥每个人对“毒”儿歌的社会监督作用。

“同时也应确定明确的行政机关行使监管职责，对写作、传播、推广‘毒’儿歌情节特别严重的，进行严厉查处，从法律上保障儿歌对孩子们精神世界的积极引导，提升孩子们的艺术修养。”朱丽说。

从调查情况来看，这些“毒”儿歌与孩子接触主要在两个环节，一个是录制歌曲时，儿歌录制方通常会请小朋友唱出歌词；一个是歌曲传播后，通过儿歌软件、唱片、短视频平台等，被儿童接触到。

在受访专家看来，从儿歌录制到儿歌传播，从儿歌创作方到相关平台，在为孩子们营造良好的儿歌氛围方面，都应作出积极努力。

中国互联网络协会副秘书长胡钢认为，“毒”儿歌，有的宣扬低俗、庸俗、媚俗内容，有的可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为，有的诱导未成年人不良嗜好等，危害未成年人身心健康，侵害未成年人合法权益，毒化未成年人健康成长环境，涉嫌违反未成年人保护法、网络安全法、未成年人网络保护条例等法律法规，因此，对于违法制作和肆意传播“毒”儿歌者，应当坚持快速响应、依法制裁和协同治理。

在朱丽看来，当今社会录制设备非常普及，使用手机随时随地可以录制，而录制环节又较难监管，因此建议加大法治宣传力度，普及录制违规语音、视频需要承担的相关法律责任，规范录制行为。同时，相关执法部门和平台应当加强监管，对“毒”儿歌及时下架查处，保护少年儿童合法权益，净化网络空间。

“人生的扣子从一开始就要扣好。”胡钢说，要加大社会主义核心价值观培育的系统性和有效性，全面保护和促进未成年人身心健康。

“只是上个厕所，别再为难我了！”

一些公共卫生间标识花里胡哨分不清男女



□ 本报记者 张守坤

□ 本报见习记者 丁一

站在厕所门口，王女士愣了一会儿，直到看到有女士从里侧的一间厕所走出来，她才确定那是女厕所，外侧的是男厕所。

“一整一堆花里胡哨的标识，看也看不懂。公共卫生间门口标个‘男’‘女’有那么难吗？”王女士向《法治日报》记者抱怨道。

这是近日记者在北京三里屯电附近一写字楼里看到的一幕。

不怪王女士看不懂，记者刚看到这里的卫生间标识时也有些迷糊——男女卫生间的标识都非常简约，上面一个小圆圈，下面一个三角形，不同的是，男卫生间的三角形类似竖起来的等腰三角形，女卫生间的三角形类似平放的等腰三角形。标识周围都没有文字说明。

“我的理解是，标识有点像挺着个大肚子的是男卫生间，那个有点像穿裙子的是女卫生间。”一位在楼里上班的工作人员笑着说。

记者调查发现，生活中，男女厕所的标识让人无法一眼辨别的情况还有很多，这些标识上或周边又没有文字或拼音说明，给人带来诸多不便。好好的公共卫生间为什么不能明确写明“男”“女”？卫生间又是否应该统一标识？

卫生间标识难以辨别

“逛了半天街，急着上个厕所，一抬头，不知道进哪个。”湖南长沙的王女士向记者回忆前不久遭遇的一幕。厕所外的标识，都是上面一个圆，其中一个下面两条竖线，另一个下面一个尖角。

王女士是跟着后面的人进的厕所。“上个厕所，还得做个‘脑筋急转弯’，真够麻烦的。”她说。

山东枣庄的宗阿姨近日也遇到过此类现象。“去湖南长沙旅游，颇具艺术感的厕所标识难倒了我。我可以理解城市需要美感，设计师想要展现创意，但这种创意对我这种中老年人和小孩子就不太友好了。”

她说，如果因此走错厕所就尴尬了。

记者近日在北京、天津等地走访看到，一些大型购物中心的公共厕所标识充满设计感和未来感，但不少都没有标注“男”“女”汉字或拼音，也没有对应汉字的英文字母标注，而是用发光的条形、三角形灯管来代替，这让一些急上厕所的人“犯了难”。

“花样越来越多，让人措手不及。”多位受访的长者说，有时去商场公共厕所，得跟着年轻人进厕所，外面的标识根本看不懂。

在网上，有关分不清厕所标识的讨论也颇为热闹。

“这厕所门的标识，你认识哪个是女吗？”现在没点文化，连上厕所都不会了……近日，一网友因分不清公共厕所的标识而发帖。帖子中，有一张这样的图片：左侧有一个圆圈，圆圈下方是一排竖线，竖线靠上方形成了一个三角形，再出现一条弧线连接三角形的最长边；右侧不同之处在于，竖线靠右下方形成一个三角形。

帖子引发大量网友共鸣。大家纷纷讨论自己对该标识的看法：“一个是胸，一个是啤酒肚，我是这么辨别的”“可以根据人的生理结构来判断，男性肩宽，所以上宽下窄，女性肩窄，所以上窄下宽”……

“只是上个厕所，别再为难我了！”不少网友吐槽道。

还有网友列出了快速识别的小技巧：有M字母或形状的是男，W是女；在门口等着看出来的是男士还是女士；像保洁人员那样直接喊，有没有人，我要进去了。

宗阿姨直言，让人看不懂的设计就是失败的设计：“这样的卫生间标识，看上去很高大上，但实用性很差。即使是我女儿这样的年轻人，有时也分辨不出来，老年人、孩子就更难了。我觉得厕所标‘男’‘女’文字就行了，简单又方便。”

越高档的地方越抽象

记者在调查中发现，这样让人摸不着头脑的公共卫生间标识，多存在于饭店和商场，往往地方越高档，抽象程度就越高。其中一些卫生间完全没有标注中

文，区分性别的标识全由抽象的图案取代，比如圆形和三角形的组合、圆形和线条的组合、圆形和水滴形的组合等；有的则用扑克牌、脸谱、动物简笔画；还有的完全看不出到底是什么图案。

为何厕所的标识设计得让人难以辨别？

一种观点认为，目前有些厕所已经弱化了其主要功能。比如南京德基网红厕所，被称为厕所界的“爱马仕”。公开信息显示，2021年耗资500万元打造的“米开朗琪罗艺术风”厕所位于德基广场八楼，以天使和沉思者雕像来区分男女卫生间区域。后来斥资800万元的“森系花园风”、1200万元的“蓝调奢华宫殿风”，2000万元“赛博朋克夜店风”的德基厕所陆续成为南京知名网红打卡地。

首都经济贸易大学城市经济与公共管理学院教授赵秀池认为，部分商家把卫生间标识当成了一个重要的品牌营销元素，为了猎奇、吸引眼球，给消费者留下深刻印象而绞尽脑汁设计，各种标识花样百出。

而看不懂的厕所标识之所以多出现在饭店和商场，在设计师北辰看来，原因有三个：商业设施为了凸显其特别的风格定位，营造高档或个性消费环境，带给光临的消费者独一无二的体验；力求精准地吸引目标客户，在每一个细节都精心构思，打磨整体VI（品牌识别系统）设计；形成商业文化认同，促成顾客成为会员及复购。

应做到实用艺术兼顾

记者查询资料发现，关于厕所标识，并非没有相关规定。

现行国家标准GB/T10001.1—2023《公共信息图形符号 第1部分：通用符号》对洗手间男女标识规定了应用原则和要求。比如卫生间标识的使用规则为，使用全身男性人形或全身女性人形，与其他符合要素组合成图形符号。从外形看，男性穿长裤，女性穿裙子。

国家标准化管理委员会曾表示，标准的实施和应用，消除了不同国籍、不同民族、不同语言人们的交流障碍，能为各类人群提供多种导向信息，从而达到以

违规办卡 变相涨价 退费困难

预付式消费“顽疾”如何破解？

□ 本报记者 潘从武

□ 本报通讯员 古雪雁 龚彦晨

2023年初，新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市居民罗先生花费4000多元在一家游泳健身中心办理了一张为期一年的游泳卡，然而该健身中心直到当年9月都没开门营业。

因合同没法履行，罗先生要求退款，被对方拒绝。于是，他将该健身中心诉至法院。最后，在法官的调解下，健身中心才给罗先生退了款。

《法治日报》记者近日调查发现，有罗先生类似经历的消费者不在少数，不只是延迟履约，商家跑路的也不少，很多消费者因此吃了“哑巴亏”。

今年3月，新疆维吾尔自治区市场监督管理局发布2023年十大消费投诉热点，预付式消费是其中之一。预付式消费现状如何？维权难点是什么？这一困局如何打破？记者带着问题走访了乌鲁木齐市消费市场。

卡里有余额 商家跑路了

预付式消费，是指消费者预先向经营者支付一定金额的款项，经营者在未来的一定时期内，按照合同约定分次向消费者提供商品或者服务的消费模式。对消费者来说，预付式消费折扣大、优惠多；对经营者来说，不仅能以卡锁定客源，而且可以迅速回笼资金。

然而，因为违规办卡、变相涨价、退费困难等问题屡屡出现，让消费者对其“爱不起来”。

“这是健身房的年卡，打折后2399元，送了3节私

教课；这是我附近的网吧充值卡，充100元送50元；这是洗浴中心的储值卡，充3000元送500元；这是咖啡店的电子会员卡……”3月12日，乌鲁木齐市居民陈先生向记者展示自己办理的各类预付卡。

陈先生说，这些预付卡都有充值送金额的优惠，算下来比单次消费优惠不少。

“办这些预付卡时，你和商家签过合同吗？”记者问。

“除了办健身卡时签过，其他的都没签。”陈先生说他因此吃过亏。

“我有一张××饭店的预付卡，办卡时说消费可享受八五折会员价。有一次结账时，商家却说必须每个月都要消费一次才能享受会员价，但在办卡时商家根本没有提及。”陈先生说。

记者随机走访了8家涉及预付式消费的商业场所，发现除一家洗浴场所外，其余场所办理预付卡都不签合同。

记者问及“办卡后没法消费能不能退款”，这家洗浴会所的工作人员答复，“合同里写了‘一经办理，不予退款’。”

约定不明确 举证难度大

记者走访发现，大到酒店、商超，小到理发店、餐馆，无论经营主体规模大小、资质如何，都纷纷涌入预付式营销的行列。但因具有“先付费，后兑现”、消费周期长、消费不连续等特点，预付卡容易被不良商家利用。

其中，有些商家随意收取预付款，不明确规则，也未与消费者签订书面合同，给出的优惠多是口头约

定。一些开业时间较短的商家甚至连营业执照都没办下来，就收取消费者的预付款。

据自治区消费者权益保护委员会秘书处副秘书长施亮介绍，2023年自治区12315平台共受理6974件与预付式消费相关的投诉，其中半数以上消费者没有有效证据。

记者还发现，有些经营者在收取消费者预付款后会先经营一段时间，之后变更企业名称、法定代表人等，对消费者声称因经营者变动导致原预付款不能继续在本店消费。有的经营者以此方式连续变更，导致消费者不仅无法正常使用，连原经营者都难找到。

2023年12月，乌鲁木齐市新市区人民法院受理了一起服务合同纠纷案件，消费者因办理预付卡的美容院3次易主无法退费，与其对簿公堂。经法院判决，消费者要回了部分预付款。

近日，乌鲁木齐市沙依巴克区人民法院也受理了多起预付式消费维权案件，都是因商家跑路后预付款不能使用引发的。

该院立案庭（诉讼服务中心）法官边金蕊告诉记者，这类案件的主要特点是消费者掌握的证据缺失，不是没有书面合同，就是消费记录与被告经营主体没有关联。即便在证据齐全的情况下法院作出胜诉判决，也可能因人难找、无财产可供执行陷入困局，消费者胜诉权益无法兑现。

付款须谨慎 规则待完善

“在预付式消费时，消费者一定要选择规模较大、

人为本、节约时间、提高效率的目的。

2016年出台的《城市公共厕所设计标准》也提到公共厕所男、女进出口，应设有明显的性别标识，标识应设置在固定的墙体上，标识的图形符号应符合现行国家标准《环境信息图形符号》的有关规定。

明明有规定，为何很多公共卫生间标识仍让人摸不着头脑？

在赵秀池看来，主要原因是男厕女厕标识没有实施强制标准。《公共信息图形符号》属于推荐性标准，《环境信息图形符号标准》的相关条文也不具有强制性。

“为了方便群众，建议强制要求公共卫生间采用《环境信息图形符号标准》的统一标识，并把公共卫生间统一标识列入‘交房’标准。对于难以辨识的卫生间标识，限期进行修改。”赵秀池说。

北辰认为，公共卫生间应当在符合国家标识规定的原则下，在清晰明确的前提下，再结合当地文化符号、所在区域及建筑的功能属性，做出适当的再设计。

“公共卫生间标识可以体现对不同文化背景、不同认知水平、不同生活习惯的个体，保持平等的尊重和对待，照顾到不同人群的需求。在实际设计中，卫生间标识外立面形象如不够清晰明确，可以考虑在各自卫生间入口侧面墙壁或地面，以文字灯光、投影、彩色地砖等形式，以明确的国家统一图像标识或汉字予以再次提醒。”北辰说。

中国社科院知识产权中心研究员周林说，公共卫生间标识是时代的一面镜子，有些标识已经摆脱了长期固有的样式，不仅反映出设计师求新的理念，也反映出市民和城市管理者对标识多样性的宽容和理解。标识设计只要是善意的，能让人看懂，没有特别“出圈”造成误读，应当被允许。法无禁止即可为。

“艺术讲究的是创新，但设计师们一定要牢记：满足功能需求永远是第一位的，而艺术表达则是第二位的。不可为了标新立异而牺牲公共标识应有的功能。不仅公共卫生间标识设计是这样，任何公共设施的艺术设计也应遵循这个原则。”周林说。

漫画/高岳

证照齐全、信誉度较高、经营状况良好的商家。此外，办卡时要理性，不要被优惠冲昏头脑。”施亮说，尽管近些年各级消协组织经常发布消费提示和典型案例，还是有众多消费者难以抵挡低价诱惑陷入陷阱。

施亮呼吁，经营者应坚持诚信经营原则，加强行业自律和规范管理，对预付卡的消费方式、售后服务等方面设立明确的规则，并与消费者签订书面合同约定双方的权利义务。

边金蕊提醒，防止预付式消费纠纷的发生，除经营者诚信经营外，消费者也应增强防范意识，谨慎给商家预先付款，切记不给私人账户转账。此外，还要注意保留证据。

记者了解到，消费者权益保护法和《侵害消费者权益行为处罚办法》中都有规范预付式消费的条款。若经营者违反相关条款，市场监管部门可依法进行行政处罚，情节严重的，还可责令停业整顿、吊销营业执照。

不过，当前针对预付式消费经营主体作出专门规范的，仅有2012年商务部发布的《单用途商业预付卡管理办法(试行)》(以下简称《办法》)。

对此，北京大成(乌鲁木齐)律师事务所律师谷雨认为，《办法》制定时间较早，不能完全适应当前情形。如健身、美容、校外培训教育等领域并没有被纳入到法定监管范围内，且《办法》仅针对企业法人，对个体工商户、合伙企业等存在监管盲区。

谷雨建议，有关部门应尽快通过制定和完善相关法律法规，行政法规、行业协会也要加强指导规范，积极创新消费维权机制，为消费者合法权益提供法律保障。