

“婴儿高跟鞋”形似“三寸金莲”引质疑 谁在鼓吹“性感”幼儿？

近日,在社交平台上,有网友晒出部分电商在售卖一款“婴儿高跟鞋”的商品,由于该鞋子形似“三寸金莲”,被不少网友怒斥审美畸形。对此,有商铺客服回复称,这种鞋并不是真正用来穿的,而是用作妆饰。

记者梳理发现,不只是婴儿高跟鞋,近年来,幼儿审美成人化的话题广泛受到社会关注。此前的“奶辣风”穿搭,也一度引发网友讨论。

“宝宝高跟鞋”引质疑 商家:用作妆饰,不是真鞋

在上述帖文中,该“宝宝高跟鞋”商品展示的图片上,小小的鞋底后跟部位,有显眼的鞋跟,另一页面上,附有一对胖乎乎的宝宝小脚穿着高跟鞋的图片。还有配文写着“1岁宝宝人生第一双高跟鞋……”

但在评论中,众多网友并不买账,而是对婴儿高跟鞋感到不适,质疑畸形审美。“有点像裹小脚穿的三寸金莲”“虽然只是摆拍用的,但不知道为啥还是引起我强烈的不适”“畸形审美背后,有人故意为之”。也有网友认为娱乐而已,“小婴儿拍艺术照用的吧”“满足家长的打扮欲”。

5月8日,记者以“婴儿高跟鞋”为关键词在多个电商平台搜索,发现均有售卖。

在某一电商平台上,对该鞋的描述为“宝宝袜,婴儿软高跟鞋,婴儿摆拍”,价格23.9元。款式包括了星星黄、桃色、银色、红、黑、粉、黄豹纹等7种,鞋子内长分为两种,10.5cm和11.5cm,前者适用于0

到3个月,后者适用于3至6个月。售出量为800+。

另一电商平台上,类似款式的商品名关键词中包括“宝宝高跟鞋搞笑摆设拍照恶搞”。记者以消费者身份询问,店铺客服告诉记者,这并不是真正的鞋子,是用作妆饰的,主要材质为棉布。

不仅是鞋类,幼儿审美成人化倾向在近年来广泛受到社会关注。此前的“奶辣风”等也频频登上热搜,进入人们的视线。

有记者曾在电商平台看到,多家售卖儿童模特演出服的店铺用的宣传照片,都是孩子穿着性感比基尼照和T台走秀照。吊带、短裙、露脐装、辣妹感……看着这些服装,很难想象这是儿童的穿搭,有的童装还会打上“辣妹穿搭”“抹胸”“豹纹”等标签。

“重磅小心机露背连衣裙,

2023新款”……单看这些文字,正在浏览商品的河南省南阳市的年轻妈妈赵女士并没感到不妥,但当仔细看商品详情时才发现,这原来是一款“儿童日常黑裙子”。“难道是我太敏感了吗,但是三五岁小孩的衣服为什么要露背?如果不是‘女童’两个字,我还以为又是什么特小号衣服的成人辣妹装。”

在社交平台上,记者搜索发现,有不少家长分享给孩子打扮的奶辣风笔记。比如,“被迫成熟”的孩子出现在地铁、大街上:露胸掐腰还不够,还得配上小皮包、珍珠项链走秀;1:1复刻成人辣装,挺胸叉腰扭肩的摆拍姿势同样完美复刻;还有些脚趾头涂上了鲜艳的红色指甲油。再配上“今天给孩子穿这套被好几个人说了”之类的文案,孩子俨然成了吸引流量的手段。

全的不合理危险,但部分商家以“软底”“摆拍道具”为名规避安全标准,涉嫌违反该条款,涉嫌侵害了儿童的安全权。

从心理健康角度,某些商家以“公主风”“性感风”为卖点,将儿童塑造成成人审美客体,可能诱发社会对儿童的非正常关注,甚至助长恋童倾向的灰色产业链,涉嫌侵害了儿童的安全权和发展权。

此外,此类行为还涉嫌违反我国《中华人民共和国广告法》关于广告不得含有“妨碍社会公共秩序或违背社会良好风尚”的规定。

“如果商家以此进行营销,可能承担产品安全责任、欺诈消费者责任和传播伦理责任。”贺海燕提醒,家长对子女的装扮选择属于监护权范畴,但《中华人民共和国民法典》第35条明确要求“未成年人的监护人履行监护职责,在作出与被监护人利益有关的决定时,应当根据被监护人的年龄和智力状况,尊重被监护人的真实意愿。”若家长为博取网络流量强迫儿童穿戴成人化服饰,可能构成监护权滥用。



↑某电商平台上的“女童露背”裙

童装“成人化”背后 暴露了什么问题？

其实,不仅是童装“成人化”,儿童“成人化”问题还有不少。比如让孩子过早化妆,几岁的孩子就成了美妆博主,小小的孩童,化着“优雅熟女妆”,以成人模样示人,这样的儿童美妆博主风潮悄然在社交媒体平台上流行开来。另外,还有未成年人“整形热”等现象。在各种儿童“成人化”现象背后,往往都是家长、资本、平台等在充当“推手”,儿童则在自觉不自觉中被裹挟进来。

童装“成人化”同时暴露了不少问题:一些网络直播平台对未成年人保护不够完善;一些家长没能尽好监护责任,把孩子当成“摇钱树”……

贺海燕建议,可以通过法律强制、行业自律、技术监管、公众监督的立体化治理,遏制儿童成人化趋势,守护未成年人健康成长的社会环境。

首先,完善法律规制。一是制定专门标准,建议制定《儿童用品通用技术要求》,增设“审美健康”条款,禁止在婴幼儿用品中使用成人性感元素,比如高跟鞋、豹纹图案等。二是强化行业自律,推动电商平台签署《儿童友好型商业公约》,建立成人化商品“灰名单”预警机制。

创新网络平台监管方面,在短视频平台、社交平台应对“儿童穿搭”类内容实施分级管理。比如,利用AI图像识别技术标记“高跟鞋”“露肩装”等成人化元素,自动限制未成年人账号浏览。还可开通“一键举报”通道,对查实的违规账号采取降权、封禁等措施。

加强社会协同治理上,则要强化家校联动。学校可开设“健康审美”家长课堂,提升监护人辨别能力。对长期放任成人化商品销售的平台,检察机关应提起民事公益诉讼,要求其建立专项整改机制。

对于童装、儿童化妆品等儿童消费市场,要进行规范引导,促其规范发展,防范儿童“成人化”现象。家长、学校也要尽好责任,保护好未成年人合法权益,培养孩子积极健康的兴趣爱好,防范儿童“成人化”。互联网平台也要尽好管理责任,对于可能危害未成年人身心健康的内容要进行屏蔽或限制。

孩子们的童年应该只属于他们自己,而不是用来包藏成人世界里那些“赤裸裸的欲望”。(央视网 封面新闻)

是穿衣自由还是监护权滥用？ 心理专家:会影响其价值观塑造

将成人化装扮过多安置于幼儿身上,会对他们的心理产生什么影响?记者咨询了成都医学院心理学院副教授徐云。

徐云认为,诸如“奶辣风”装扮幼儿等方面的社会现象,折射的可能更多是家长的审美,在儿童成长过程中,一味地将家长的想法强加于儿童,可能不利于其成长过程中价值观的发展和判断。

“在成长过程中,儿童面临着社会化的过程。也就是说,儿童会去逐渐适应一套社会规范。”徐云说,在儿童成长的每个阶段,都会有相应的问题需要解决。比如,一岁多的孩子更多的是认知的发展,3岁多的孩子,则多是规范上的发展。

在婴幼儿阶段,这种成人化的,家长自己觉得“美”的装扮,可能并不符合孩子年龄阶段的认知和心情。“孩子可能会觉得,我要打扮成这样才能得到父母的喜爱,赢得父母的赞赏,从而故意迎合家长,这会影响到他价值观的塑造,影响到其今后生活中的其他行为表现,甚至可能造成人格的扭曲。”

徐云说,社会上对于美的标准很多,不应否定每个人眼中所见之美不同。但是对于儿童来说,在其价值观需要引导和塑造的过程中,要让他们自己去发自内心地认识美,而不是去迎合父母,或者迎合他人的喜好。

成都大学心理健康教育中心博士黄梓航认为,类似婴儿高跟鞋这类成人化审美婴幼儿物品的出现,与消费主义将成人时尚元素移植到儿童用品上,从而实现商品差异化有关。反过来说,部分家长的“晒个性娃、追求独特”的需求,也一定层面促使商品的销售增加。他建议,在育儿过程中更加“有意识”,多思考自己的行为是为了儿童的成长还是满足自身的需求。在两者无法兼顾时,应该以儿童发展需求为主。

四川省反家暴知识普及基地研究员、四川发现律师事务所律师贺海燕认为,从法律视角看,对幼儿进行成人化穿搭或“擦边”营销可能对儿童利益构成多重侵害。

贺海燕说,从商家层面来说,我国《中华人民共和国产品质量法》要求产品不得存在危及人身安