

专家视点

编者按

面对新冠疫情影响,应顺应国家经济发展大势,推动女性创业高质量发展。新型城镇化战略的实施为女性开拓了广阔的创业场域。全国统一大市场建设为女性创业提供了宽广的空间,数字经济的快速发展为女性创业提供了机会。推动女性创业高质量发展,政府有关部门需结合实际,制定相应的纾困解困措施,优化发展环境,坚定女性创业者发展信念,鼓励女性创业者践行社会责任。

立足经济社会发展大势 推动女性创业高质量发展

■ 江树革

女性创业呈现出鲜明的阶段性特征。着眼于经济社会发展大势,发扬创业精神,勇于挑战自我,始终是中国女性创业的成功密码。当前,实现包括女性创业在内的大众创业,应立足百年未有之大变局下的历史使命和时代机遇,顺应国家经济发展大势,推动女性创业高质量发展。

推动女性创业需坚守创业理想筑牢发展定力

推动女性创业具有重大时代价值。新冠疫情背景下,女性创业更需树立发展信念,坚守创业理想,发扬创业精神,在经济社会变革中把握发展机遇。

——推动女性创业体现重大时代价值。在推动大众创业、万众创新深入发展的过程中,女性顺势前行,成为实现经济社会发展目标的重要力量,在促进经济发展、扩大社会就业、推动科技创新、助推社会治理及开展女性公共外交等方面发挥了重要作用。在当前劳动力市场供求关系发生变化、就业压力增大的背景下,女性创业更凸显其价值。在新冠疫情防控中,一些女性创业者和女企业家积极参与疫情防控,救助贫困家庭,参与社区治理,助力全民战役,体现了女性创业的社会责任感。

——女性创业面临特定的外部环境。在新冠肺炎疫情背景下,以中小微企业为重要载体的女性创业面临资金受困、物流受阻及运行成本变化的制约,经受着程度不同的结构性影响。社会上衍生出现的消极悲观、怀疑抱怨、“躺平”无为等负向社会心态也对女性创业产生了一定影响。在此种形势下,女性创业更需树立发展信念,坚守创业理想,发扬创业精神,顺势而为,在经济社会变革和创业爬坡过坎中把握发展机遇,实现创业梦想,服务国家发展。

女性创业需把握时代机遇融入发展大局

女性创业需融入发展大局,其中,新型城镇化战略的实施为女性开拓了广阔的创业场域。全国统一大市场建设为女性创业提供了宽广的空间,数字经济的快速发展为女性创业提供了机会。

——新型城镇化战略为女性开拓了广阔的创业场域。新型城镇化和城乡融合发展推动着城乡均衡发展,重塑着劳动力市场生态,促进了经济要素的自由流动。尤其是在推进以县城为重要载体的城镇化建设中,全面取消县城落户限



近日,“后疫情时代罗湖区新兴领域妇联组织创新创业探索”圆桌论坛在深圳市罗湖区妇女儿童活动中心举办。论坛旨在支持新兴领域妇联组织妇女群体在后疫情时代、新经济发展中自我成长、自我发展。

图片来源于网络《南方都市报》

创业的崛起,女性线上个体经济和自雇就业迅猛发展,在互联网社交平台从业人员中占比较高,占据了互联网创业的“半边天”。

——促“双创”政策为女性创业营造了有利环境。近年来,围绕经济社会发展大局出台的就业促进政策、税费金融支持政策、创业激励政策起到了为创业赋能、助力和减负的重要作用,同时,政策供给与创新进一步破除了对创业的限制和羁绊。近期,政府着眼于支持女性科技人才在科技创新中发挥更大作用,加强对女性科技创业者的支持力度,培育更多女性科技企业企业家,体现了对女性创业鲜明的政策支持,从而推动新时代女性创业创新发展。

——助企纾困政策的实施为女性创业提供了有力扶持。疫情下国家出台了减税降费、阶段性缓缴税费、取消对创业发展不合理的限制等政策措施,加强对灵活就业人员的服务,特别是对餐饮、住宿、零售、旅游等行业实施帮扶政策倾斜,将使女性相对比较集中的行业受益,保持女性创业活力。

需优化发展环境为女性创业赋能

新冠疫情对女性创业产生了不同程度的影

响,需要政府有关部门结合实际,制定相应的纾困解困措施,坚定女性创业者发展信念。

——优化发展环境,加强社会支持。政府有关部门应结合实际,加强对女性创业发展的引领、指导和服务,加强政策供给和政策传递;充分发挥群团组织和社会组织的作用,关心关爱和支持女性创业,加强对女性创业的心理疏导和政策辅导;通过政策创新为灵活就业人员提供社会保障,编织安全网;重点加强女大学生就业创业服务,杜绝歧视,依法保障女性就业合法权益;创新服务形式,通过行业协会和基层商会建设,为女性创业构建交流互鉴的发展服务平台。

——坚定发展信念,提升创业定力。信心信念源自对国家经济发展大势的判断,为应对疫情影响,国家着力减负纾困,减税降费,保护市场主体,提振市场信心,体现了鲜明的政策取向和发展信号。对女性创业者而言,需增强战胜困难的勇气和决心,保持创业热情,树立积极健康、平和向上的心态。

——提升创业能力,创新企业治理。要适应经济发展大局大势,优化女性创业结构,提升女性创业素养,培养和造就大批高素质女性数字人才;针对女性创业数字化转型趋势,应把握数字经济时代的发展机遇与规律,不断学习新知识、新理念和新思维,探索新业态、新模式和新路径,辨识和捕捉市场商机,创新思维方式;提高数字经济思维能力、职业素养和专业技能,在学习实践中赋能增值,增长才能和智慧,实现管理创新,提质增效。

——坚守创业理想,推动科技创新。应立足女性创业的已有基础,聚焦产业发展核心关键,推动女性创业与产业提升相结合,扶持和推动女性海归创业、女性科技创业等创新型创业,努力缩小我国在生物医药产业、集成电路产业等方面与国际先进水平的差距,培育和打造具有国际一流水平的女性创业企业和创业品牌。

——践行社会责任,展现巾帼关怀。要承继女性创业社会责任的文化基因,在推动企业自身发展的同时,积极开展社会服务和社会救助,推进共同富裕,把实现就业稳定、促进就业增长和创造就业机会作为重要使命,为青年求职者提供工作岗位,吸收大学生就业,为中国经济平稳运行与和谐发展贡献力量。

(作者为北京市社会科学院妇女研究中心主任,北京妇女理论研究会妇女发展与社会建设专委会会长)

研究视窗

《家庭化与新生代农民工生活方式转型》

作者:王欧

基于城乡多点追踪调查收集的经验材料,本文发现,新生代农民工在打工生涯早期出现了个体化生活趋势,但家庭化让他们直面劳动力再生产问题,令其承担家庭延续与发展责任。在城乡二元结构限制下,他们建构了父权式性别分工,并再度嵌入家与亲属关系,转向了以家为中心的生活方式。而面临家庭化困境的大龄单身男工无法进入家庭延续轨道,滑入消费主义的生活方式。本文指出,在当前的城市化模式下,家庭化让大多数新生代农民工无法脱离乡土文明的刻性,而大龄单身男工则因家庭化困境逐渐与乡土文明相疏离。

来源:《社会学研究》2022年第1期

《她是谁——漫谈孙甘露小说的女性形象》

作者:相宜

作家孙甘露以梦境与诗性的叙事实验成为先锋文学浪潮的代表人物,影响至今。在其小说中,女性是重要的书写对象。他以超现实主义视角,观察世相人心,展现出精神梦呓与成长激荡的生命状态。孙甘露清醒地认识到女性身份的历史变迁,以及她们的生存处境,他以一种平等乃至谦逊的性别观塑造女性,书写情感,反思自我。在天马行空的时空漫游里,这些丰富而自由、神秘而勇敢的女性形象,催生了青年的精神成长,承载了孙甘露关于日常、爱恋、历史的思考,共同完成了对似水年华的追忆。

来源:《当代文坛》2022年第3期

《马克思恩格斯对异化家庭的解构与重构》

作者:李丽丽

家庭异化、消灭家庭思想最早可以追溯到古希腊。在柏拉图的“理想国”中,妇女儿童公有,作为“单个分开的经济”的家庭不复存在。原始基督教共产主义奉行禁欲主义,主张弃绝两性关系,取消家庭生活。中世纪宗教共产主义推崇禁欲独身,实行公妻制。空想共产主义以博爱为情怀,主张实行公共教育和国家教育、排除家教和父权,消灭家庭。马克思恩格斯一方面批判“公妻制”,另一方面虽提出“消灭家庭”,但赋予其真实涵义:解构资本主义的异化家庭,消灭家庭的资本抽象性,实现抽象异化家庭向自然家庭的复归。“家庭”是一个历史性的概念。资本主义家庭因与私有制生产方式同质而发生异化,呈现逐利性、强权性和功利性等谱系特征。这些特征可以追溯到父权制个体家庭确立的初始阶段。资本主义生产方式不仅助长了这些异化特征,而且使其表现得更加隐蔽、更加恶劣。在马克思恩格斯看来,正是这种生产方式本身构成了异化家庭消亡的内生动力。伴随资本主义生产关系的根本性变革,异化家庭范式走向解体,平等的两性关系得以产生,一种全新范式的高级阶段自然家庭得以重构。

来源:《深圳大学学报(人文社会科学版)》2022年第5期

(刘天红 整理)

观点秀场

翻炒性别偏见烂梗的低俗广告为何屡禁不止

· 阅读提示 ·

充斥性别歧视的低俗广告之所以屡禁不止,与企业追逐短期利益,不惜以丑出圈;相关法律界定存在模糊地带,惩罚不足以对涉事企业形成威慑及根深蒂固的性别偏见密不可分。拒绝低俗营销,需探索系统化解决方案,在立法层面应加大惩罚力度,细化相关标准;政府部门、平台方及行业协会应切实履责,加大监管力度;企业自身应爱惜声誉,树立长远品牌意识;并在全社会层面进一步推动先进性别文化建设。

■ 刘天红

近年来,翻炒性别偏见烂梗的低俗广告屡禁不止。网友、媒体、监管部门“打地鼠式”抵制,忙得不可开交。虽则,舆论高压下企业不得不发布致歉声明,却不过是“雨过地皮湿”。热度过后,企业依旧我行我素,低俗广告花样不断翻新,甚至有企业屡教不改、一犯再犯。这不得不让人深思,充斥性别歧视的低俗广告为何屡禁不止?

企业为何沉迷低俗营销难以自拔?

低俗广告会腐化社会风气,特别会误导三观

尚在发育中的未成年人;对低俗广告处罚不力,则会使更多企业群起效尤,形成恶性循环;低俗广告亦会引发不正当竞争,破坏市场规范发展。而企业之所以沉迷低俗营销,以下原因不容忽视。

——企业追逐短期利益,为博流量,不惜以丑出圈。在竞争激烈的“注意力经济”中,部分企业为博出位,追求“病毒传播”效应,更有企业热衷于“新丑风”,追求信息传播的简单、粗暴、密集、高效,特别是一些处在发展转折点或市场占有率下滑的企业,往往为追逐短期业绩,剑走偏锋,选择貌似“收益更快”的低俗营销方案,企图在短期内抢夺消费者注意力。客观上,企业的短期逐利行为,确实会使其获得暂时性流量。然而,良好的社会美誉度才是企业行稳致远的保证,倘若企业只顾眼前利益,借低俗营销“暴得恶名”,则会不断透支消费者信任,逐步瓦解其在消费者心目中的口碑与声誉。市场营销的本质是传递品牌,企业应先打出美誉度,再塑造知名度,倘若恶名先行,后期则很难扭转局面。

——相关法律界定存在模糊地带,惩罚不足以对涉事企业形成威慑。我国广告法第三条规定“广告应当真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。”第九条规定广告不得“妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”,不得“含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容”,不得“损害未成年人和残疾人的身心健康”等。在现行法律执行过程中,对涉事企业常依据广告法第57条之规定,由市场监督管理部门责令停止发布广告,对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款,然而,相比企业借由低俗营销所获得的利润,20~100万的罚款显然不足以形成威慑,甚至比不上“一个热搜所获得的回报”。此外,对于“妨碍社会公共秩序”“违背社会良好风尚”“色情”“性别歧视”的界定也存在模糊之处,这

一点又恰恰常被善钻法律空子的不良企业所利用,借机打色情擦边球,在法律的边缘“疯狂试探”,增加了执法难度。

——低俗营销由来已久,歧视、贬低女性的性别偏见根深蒂固。翻炒性别偏见烂梗的低俗营销主要体现在物化女性、将女性视为性客体的色情营销,以及以贬低、歧视女性为噱头的低俗营销中。其中,带有色情暗示的广告文化由来已久,可以说是营销与生俱来的毛病,特别是在企业发展初期,常被视作开拓市场、提升知名度的利器。即便今日,色情营销依然花式繁多,屡试不爽,且在下沉市场更为多见。企业屡屡采用充满性别偏见的低俗营销,反映出企业文化建设的苍白,也映射出广告从业者的想象力之贫乏。此外,大数据时代,营销行业发展早已摆脱早期以产品为导向的营销模式,更注重以消费者需求为中心,进入以价值凝聚社群、以数字化为基础定向营销的阶段。营销的目标不止于“被知道”,更在于“被认同”。伴随女性力量崛起,尊重女性、肯定女性价值的性别平等叙事已被越来越多具有创新理念的企业所采纳,而充满性别偏见的低俗营销注定遭人唾弃。且低俗营销的受众群体具有代际之别,当下,低俗广告正逐渐遭受到来自年轻消费群体的抵制。长远来看,低俗营销不仅违背社会价值理念,更于企业看重的经济收益无益,留恋低俗营销的企业很难做大做强。

拒绝低俗营销,需探索系统化解决方案

由于低俗营销损害的是长远的公共利益而非即时的个人利益,这使得对低俗营销的抵制缺乏个体自觉,这需要公共部门积极作为,呼唤包括各方力量在内的系统化解决方案。

——在立法层面应加大惩罚力度,进一步细化相关标准。如前所述,低俗营销广泛存在,屡禁不止,甚至有企业反复作案的原因在于惩罚过轻,缺少细化准则。在这一方面,应加大惩罚力度。有专家建议相关部门向社会公开发布一批

案例,以使广告中低俗、打色情擦边球等边界更加明确,更好地发挥法律的指引功能。在这方面,2021年出台的《深圳市广告性别平等审视指南》是一个很好的探索,其对性别歧视及广告涉嫌性别歧视的情形、广告性别歧视审查机制建设都作出了明确规定与详细说明。2022年2月,深圳市妇联按照该指南,联合市场监管局,对蓝宝石脱毛仪涉嫌色情营销与性别歧视的广告进行处理,处以罚款51.5万元,并责令其撤销全部广告,更成为以《深圳市广告性别平等审视指南》为指导的一个典型案例。

——政府部门、平台方及行业协会应切实履责,加大监管力度。移动互联时代,广告发布主体多元,也为广告监管增加了难度。这更需要市场监管部门及广告发布平台方,切实负起监管之责,依照相关法律法规,对低俗广告予以及时、有力的处置。此外,应建立广告行业自纠自查机制。作为政府与广告商之间的“纽带”,广告行业协会应督促会员单位遵守国家法律法规及相关政策。目前,《中国广告协会自律规则》第6条、第12条及第13条均包含弘扬健康文化、抵制低俗营销,保护妇女、儿童及未成年人合法权益的有关规定,期待相关规定逐步转化为企业的自觉行为。

——企业应爱惜声誉,树立长远品牌意识。企业经营业者要树立长远的品牌意识,爱护企业声誉,不能为博一时流量,用低俗营销挑战社会道德底线和法律红线,应积极推出更符合全人类共识、更能引起共情的广告创意。这要求重视企业文化建设,提升企业宣传推广部门人员素质与理念,更要求企业高层管理者转变观念、与时俱进。

——进一步推动先进性别文化建设。翻炒性别偏见的低俗营销之所以屡禁不止,文化土壤中性别偏见的顽固存在是重要基础,这要求进一步推动崇尚性别平等、尊重女性的先进性别文化建设,以良好的文化风尚滋养广告创意。