

炒作“网红儿童”对未成年人价值观造成巨大冲击 专家建议出台法规

严禁未成年人担任主播上线直播

网红儿童频被模仿 采取措施积极干预

近年来,随着互联网的快速发展,未成年网民规模不断扩大,网络对未成年人的学习、生活和行为习惯等均产生了重大影响。暑假期间,未成年人接触网络的机会往往更多、上网时间往往更长。为未成年人营造良好的网络环境,保障未成年人合法权益,是社会各界的共同责任。

“我们家孩子的理想生活,就是长大以后和几个好兄弟合租一套公寓,白天看视频,晚上打游戏,点外卖、收快递。”家住北京市朝阳区望京的王女士无奈地说,她儿子小杨今年上初二,其“理想生活”源于他关注的一名同龄“网红”主播。

“这些‘网红’主播给孩子们一种错觉。实际上,哪有什么不劳而获的生活!”王女士说。

近年来,随着直播、短视频平台快速发展,一些未成年人加入了网上直播的队伍,他们中有的直播玩网络游戏,有的表演才艺,有的甚至靠卖乖扮丑吸引粉丝,其中一些人成了拥有粉丝超百万的“网红儿童”。

如何看待这一现象?多位法学专家近日接受《法治日报》记者采访时指出,根据未成年人保护法等法律规定,不满16周岁的未成年人担任主播上线直播或炒作“网红儿童”,都属于违法违规行为,应当对这一现象加大整治力度,维护未成年人合法权益。

王女士告诉记者,小杨初次接触手机上网是在小学五年级。当时,王女士为了让儿子学英语,就在自己的手机上下载了一款小程序,让他每天打卡。

让王女士猝不及防的是,小杨迅速迷恋上网络直播——有时,王女士忙起来就没有及时收回手机,小杨不知怎么就刷到了手机里的短视频和网络游戏直播,并很快沉浸其中。

今年5月,记者曾与王女士共同参加一场活动,小杨也在现场。记者注意到,在活动间隙,小杨迫不及待地从小杨手里抢过手机开始刷游戏直播。

为了让小杨停止刷游戏直播,王女士已经与儿子多次发生争执。

7月23日下午,在接受记者采访过程中,王女士在手机上点开一个直播回放视频给记者看。视频里,一脸稚嫩的主播正在边打游戏边解说,言语兴奋,其中还掺杂一些脏话。王女士告

诉记者,这些和小杨同龄的网络主播平时还会发一些吃喝玩乐的视频,给小杨传递的信息就是:生活就是打游戏,吃喝玩乐。

“真实的生活被这些网络直播扭曲了。”王女士很是担忧。

这样的未成年人直播视频并不鲜见,有的观看数、点赞量还非常大。

记者在某网络平台搜索直播回放视频看到,未成年人直播、“网红儿童”直播视频比比皆是:一名十几岁的女孩唱英文歌曲,视频观看量达1360万次,点赞超过100万次;一名11岁的“网红儿童”直播自己的日常生活,她妈妈出镜说孩子在学校里被同学骂成“垃圾”,视频观看量达24.6万次。

更有甚者,有的视频中,未成年人穿着奇装异服,说着讨巧的话,做出不符合自己年龄的動作。这些视频被大量点播或转发。

针对此类现象,中央网信办近日启动“清

朗·暑期未成年人网络环境整治”专项行动,聚焦解决7类网上危害未成年人身心健康的突出问题,其中第一项便是直播、短视频平台涉未成年人问题。

中国社科院法学研究所研究员、《网络法治蓝皮书》主编支振锋说,互联网时代,由于接触互联网的门槛和成本大幅降低,加上直播、短视频平台快速发展,未成年人直播、拍短视频现象日益普遍,存在“网红儿童”直播炫富拜金、奢靡享乐等现象,给触网未成年人价值观造成巨大冲击。

“未成年人是国家的未来,由于未成年人的生理、心理发育不够成熟,社会经验不够丰富,所以应该予以其最大化保护。”支振锋说,中央网信办依法整治“网红儿童”直播,严禁16岁以下未成年人出境直播,旨在给触网未成年人筑起一道“篱笆”,防止他们受到网络侵害,给他们提供更高水平的法治保护。

未成年人触网率高 网络危害不容小觑

未成年人网络直播、炒作“网红儿童”的现象,日渐引起社会的关注。

如3年多前的“14岁未成年孕妈”事件。在某网络平台,有网友发布多名未成年女性晒自己怀孕的视频截图,其中一名主播自称其只有14岁,“还有62天宝宝就出生了”。事件随即引发公众热议。经网友举报,网络平台删除了相关内容。

但随后几年间,未成年人的身影越来越多地出现在各大视频、直播平台,拥有百万、上千万粉丝的“网红儿童”不在少数。

2020年四五月份,一名时年13岁的黑龙江男孩在某网络平台注册账号之后,发布了大量模仿老师的视频,吸引了众多网友围观,很快拥有百万粉丝。同年8月,一名时年3岁的小女孩在直播中被其父母投喂过量的食物,导致其体重增长到70斤,此事引发广泛关注后,直播账号被平台查封。

未成年人直播,有的以才艺表演为名,实则是卖丑;有的开设美颜直播,宣称能赚大钱,一系列哗众取宠的行为引发社会各界对未成年人权益保障的担忧。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁指出,我国的未成年人触网率高且年龄越来越小,网络对未成年人的危害不容忽视。

《2020年全国未成年人互联网使用情况



研究报告》显示,2020年,我国未成年网民达到1.83亿人。超过三分之一的小学生在学龄前就开始使用互联网,且呈逐年上升趋势,随着数字时代发展,孩子们首次触网的年龄越来越小。

在郑宁看来,由于一些“网红儿童”比成年

人更具有“吸金”能力,一些家长把未成年人当成挣钱工具,让孩子按照写好的脚本表演,制造高萌假象,过度透支他们的体力精力,或者泄露孩子的个人信息,甚至让孩子干违法的事情“博眼球”,给孩子的身心健康造成极大伤害,也会影响学业。

平台明确主体责任 政府加大监管力度

直播、短视频平台涉未成年人问题日益严重,国家监管与立法规范随之提上日程。

2019年10月1日,国家互联网信息办公室公布的《儿童个人信息网络保护规定》(以下简称《规定》)正式施行。这是我国第一部专门针对儿童的网络保护规范。

《规定》明确,网络信息内容生产者不得制作、复制、发布含“可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等”违法信息。

2020年11月,国家广播电视总局发布《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》,其中特别规定,平台须通过实名认证、人脸识别、人工审核等措施,确保实名制落到实处,封禁未成年用户的打赏功能。

今年6月1日起实施的未成年人保护法更是明确规定,“网络直播服务提供者不得为未满16周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务”。

同日,中国演出行业协会网络表演(直播)分会发布《网络表演(直播)行业保护未成年人行动倡议》。其中,超50家平台承诺,不为未满16岁未成年人提供网络直播服务。

7月23日以来,记者多次登录多家知名网络直播平台浏览发现,平台已进行相关限制,未能看到明确标注为未成年人的直播视频。

如淘宝网,多个童装、儿童玩具店铺的直播中均未出现未成年人的身影。记者随机点开某一场直播后看到,左下角第一时间弹出消息提醒:“欢迎来到直播间!淘宝直播严禁未成年人开播;禁止主播诱导未成年人消费;直播间严禁出现违法违规、低俗色情等内容,如有发现请及时举报。”

但是,在某些短视频平台上,仍存在炒作“网红儿童”现象。例如,某平台上有一个主打“龙凤胎”的短视频,视频发布账号有1419.3万粉丝,发布的短视频累计获赞1.9亿次。记者浏览发现,所谓的“龙凤胎”其实都是女孩。此账号被平台认证为人气视频创作者,在个人简介中直接给出合作微信号,并标明“商务号,粉丝禁添加”。

在这些短视频平台上,记者随机检索和借助平台推荐等方式,共找到17个主打未成年人短视频的账号,其中粉丝量最多的有2342.8万人。

部分短视频博主会在短视频中植入广告产

品。比如,某平台一个“网红儿童”账号,粉丝521.2万人,个人简介中显示其年龄为10岁。其置顶的一条作品发布于7月17日,内容是小孩游泳结束后从泳池里上来,母亲奖励他一颗某品牌的糖。截至7月27日,这条短视频已经获赞1.5万次。

支振锋认为,未成年人保护法等法律的修订,《儿童个人信息网络保护规定》和《网络信息内容生态治理规定》的制定,为中央网信办启动专项行动查处炒作“网红儿童”行为提供了充分的依据,也给保护未成年人不受网络侵害提供了法治保障。

支振锋建议,尽快出台未成年人网络保护条例,将“严禁未成年人担任主播上线直播”等条款纳入其中,使法律规定更为明确和具体。

郑宁则建议,尽快落实法律及相关规定,明确网络服务平台须切实履行的主体责任;监管部门须加强监管力度,对违法行为进行严厉打击,公布典型案例作为警示;学校须加强对家长和学生的教育,提高他们的法律素养和网络素养;行业协会须完善自律机制,通过网络主播“黑名单”加强治理。

(陈磊 孙天骄)