



目前正值暑期,孩子上网成了很多家长的挂心事。网络已经成为未成年人学习、娱乐、社交的重要空间,有关部门不断加强未成年人网络保护,但与此同时,个别新问题出现,隐蔽性、迷惑性、危害性更强,成为未成年人网络保护的痛点。



AI制图

擦边、猎奇内容呈现新趋势

首先就是“擦边带货”。

“这么小的孩子,就拍这样的照片。”上海杨浦区的“宝妈”张女士向记者展示了某社交平台的“女童穿搭”笔记,画面里一名身形稚嫩的女孩,身着吊带背心、白色丝袜与超短裙,作出摆拍扭腰、歪头倚靠的“模特”姿势,配图文案写着“夏日元气穿搭”,商品链接指向儿童内衣与泳衣。很快,该笔记被平台删除。

长期关注网上带货的西北政法大学副教授斯琴表示,如今,一些以未成年人为对象的带货内容正在悄然变味,软色情元素被包装成“日常分享”混入信息流。

斯琴表示,“成人化打扮+低俗化摆拍”是其特点。部分账号冠以“童模拍摄”“泳衣测评”等关键词引流带货;还有账号推广彩妆、美瞳、保健品等不适龄商品,让未成年人化妆出境。

6月,小红书平台表示,“东某某”“元某某”等账号推广儿童泳衣、内衣等商品时,发布含有过度暴露儿童身体、以低俗化姿势拍摄未成年人等内容。涉事账号视情节予以限流、禁言或封禁。

涉未成年人的微短剧是另一个可能危害未成年人身心健康的领域。

“7岁被迫出嫁,15岁生子……”今年1月,微短剧《逼锦鲤替嫁活阎王,相府气运全断了》上线。该剧选用11岁的女童饰演女主角,包含不雅画面,充斥着“养成系”等成人化隐喻。很快,该剧被全网下架。

这类“儿童演成人戏”的微短剧并非个例。古装微短剧《偷官》开场即残忍凶杀场面,几名演员仅十一二岁;《拜托爹地,咱家真不普通》中,5岁小演员开口就是“这只股票一小时内会涨停,我全仓买入再加100倍杠杆”。

这类微短剧损害的,不仅仅是参演儿童的身心健康。有专家认为,这类微短剧依靠密集剧情反转抓住注意力,加上算法推荐,本身就容易“上头”,“如果主角是未成年人,孩子们看了之后代入感更强,更容易沉迷,有些还会造成价值观扭曲。”

中国网络文艺知识产权纠纷人民调解委员会调解员缪蒙京表示,这类内容已经违反未成年人保护法及《未成年人节目管理规定》中严禁渲染未成年人成人化情感的规定,也违背了广电总局关于儿童不得出演成人化剧情的要求。

暑期上网,孩子身边这些新『坑』要当心

利用新技术手段,违规行为更具伪装性

AI(人工智能)技术飞速发展,涉未成年人网络保护也产生了一些新问题。

烈日下,某医院门外,一个孩子跪在地上,赤脚沾满泥水,面前纸板上写着:“急性白血病”“求您扫码”……此前,一条名为“未成年人生病跪在医院门口乞讨”的短视频引发网友热议。有关部门介入后发现,这是某账号利用AI技术生成的,意图借此诱骗用户互动,吸粉引流。

还有的账号企图以新技术规避未成年人保护相关规定。

一则主人公是未成年人的“热舞”短视频引发关注。但仔细查看,发现角落里有一行透明小字“AI生成,并无未成年人出境”。

该短视频平台相关负责人表示,新技术手段确实使部分涉未成年人违规行为呈现极强的伪装性、迷惑性和隐蔽性。对此,平台也会加大打击力度。

除了上述问题,近年来新出现的未成年人网络保护问题还有:借卡牌、故事、动漫等未成年人喜爱的新载体,炮制网络黑话烂梗,虚构、放大血腥暴力情节,包装美化不良亚文化,鼓吹不良价值观;恶意发布导向不良的未成年人短视频出境内容,摆拍“整蛊儿童”“姐弟互殴”虚假剧情等。

“流量就是账号的生命线。”一名MCN机构从业者认为,涉及未成年人的擦边、猎奇内容,往往更吸引特定用户。

与高额收益形成鲜明对比的是违法成本偏低。目前对这类违规内容的处置,多以平台下架内容、限流封号为主,即便被监管部门查处,罚款金额也往往远低于获利。

斯琴表示,“擦边带货”打的是“软色情”擦边球,很多内容只是成人化暗示,很难直接定性为淫秽色情,尺度界定模糊,平台审核难以把握标准;不良微短剧则把错误价值观藏在剧情里,单看一集可能没有明显违规,连贯起来才会发现导向问题,给内容审核带来极大挑战。

如何打破“整治、反弹、再整治”的循环

近年来,“清朗”系列专项行动多次对涉未成年人网络保护问题开展整治。面对未成年人网络保护的新考题,各方面都在持续探索破解之道。

制度建设是治理的根本遵循。2024年1月1日起,《未成年人网络保护条例》施行,这是我国首部专门针对未成年人网络保护的行政法规,为治理工作划定了基本框架,明确了网络产品和服务提供者的主体责任。

针对处罚规则不够细化的问题,国家网信办等8部门联合印发《可能影响未成年人身心健康的网络信息分类办法》,自2026年3月1日起施行。该办法首次将影响未成年人身心健康的信息细化为具体清单,明确了诱导非理性消费、宣扬不良婚恋观、成人化低俗暗示等具体情形,让平台审核、执法监管有了更清晰的操作标准。

同时,作为内容分发的关键环节,平台的治理力度直接决定了保护成效。近来,越来越多的平台从“事后整改”转向“事前预防”,主动升级未成年人保护机制。

例如,抖音在2025年暑期开展专项治理,累计清理涉未成年人违规视频43万条、处置账号1.6万个,其中针对利用未成年人不当牟利的行为,清理视频10.7万条,处置违规直播间3860个,对1万余个账号采取限制变现、封禁等处罚。小红书建立了未成年人内容专项审核池,对涉儿童穿搭、内衣、泳衣等内容提高审核等级,重点打击过度成人化、低俗化营销。

浙江师范大学特聘教授乔巴生认为,根治未成年人网络保护的沉疴,不能只靠监管部门“单打独斗”,必须打破“整治、反弹、再整治”的循环,构建政府、平台、家庭、学校、社会多方协同的治理闭环。同时厘清MCN机构、商家、平台等各主体的责任边界,避免互相推诿。针对第三方内容服务商,要建立备案制度与黑名单机制,从源头管控不良内容生产。

据 人民日报

