

明晒娃，暗求赏？

“网红萌娃”背后有条隐蔽产业链

水汪汪的大眼睛，肉嘟嘟的小脸蛋，无论是牙牙学语，还是唱歌跳舞才艺展示，可爱的小朋友在互联网上总能吸引关注的目光。近年来，随着短视频、直播等互联网形态的发展，不少儿童被成年人推到镜头前，小小年纪便成了网红。他们有的在镜头前疯狂饮食，长成了小胖墩；有的以大人的口吻说一些与年龄不相符的桥段；还有的甚至穿上了成人衣物……

这些“网红萌娃”背后，存在着诱人的商业利益，侵害的是孩子们的身心健康。日前，中央网信办启动专项行动，剑指直播、短视频平台，明确禁止16岁以下未成年人出境直播，严肃查处炒作“网红儿童”行为。记者调查发现，“消费”儿童的违规行为正在从主流网络平台上消失，但仍有一些打擦边球的现象存在。



(视觉中国)

秀娃短视频流量轻松过百万

提起网红儿童，很多人都会想起一位长相酷似企业家马云的儿童范小勤。2016年，他的照片被发在了互联网上，迅速传播，被大家称为“小马云”。之后范小勤完全走上了不同过往的生活：参加电视节目、时装走秀……除了“小马云”范小勤，还有一位吃播儿童佩琪也曾在网络上红极一时。当时年仅3岁的她体重达70斤，并引发了一系列健康问题。

记者近日登陆抖音、快手、花椒直播、斗鱼等多个短视频、

直播APP软件，发现直播平台上以儿童为主角的节目已基本销声匿迹。但一些打擦边球的行为依然存在，如一名直播者自称是“创业妈妈”，利用直播平台销售婴幼儿服饰，就晒出了一名婴儿；还有一名直播者，在介绍自己的瑜伽技能，画面里，不时会有一名女童“意外入镜”，还会模仿她做一些瑜伽动作，在评论区就有网友指出，这名网络主播在线下开设了瑜伽课程，还售卖瑜伽垫、瑜伽绳等装备。

在短视频平台上，秀娃的节

目更是明显增多了。一些儿童被打扮成“潮童”“笑星”，以成人的口吻讲网络流行段子，调侃身边人，打造“小大人”形象。如一个短视频号，不断发布一位父亲与女儿的日常生活，尚在学龄前的女儿常以大人的口吻调侃自己的父亲与母亲。

记者注意到，这些秀娃短视频的点击量非常大，点赞、评论动辄数万、数十万，如“虎爸萌娃原创”已经有超过100万粉丝，一条短视频的点赞数甚至达到了213万。

专家：应严惩利用孩子牟利行为

中国教育科学研究院研究员储朝晖表示，生活是丰富多彩的，孩子们的世界同样如此。如果孩子们在日常生活中的某些行为、偶尔的表现非常可爱、精彩，家长拍摄上网和亲朋好友们分享，这无可厚非。但事实上，有一些家长，正在试图利用短视频、直播等互联网传播方式谋取利益，比如为了让孩子们更出名，参加一些机构、网络渠道的评比，在升学、评奖中获得好处；还有利用孩子们的短视频、直播来获得网民打赏，谋取经济上的利益。

这种带有功利性的行动，把孩子当成表演的工具，就是有问题，要坚决制止。至于说用孩子的视频来挣钱，完全不顾及孩子的正常成长，伤害到孩子们正常的知识积累、品质的培养，只为了家长获利，更是绝对不能容忍的。“有些行为甚至已经与我们国家的未成年人保护法等法律法规相违背，有关部门应该要依法惩处。”储朝晖说。（据北京日报）

成人操纵“小网红”吸金有术

在一些儿童短视频平台号的醒目处，都备注了一行“找我官方合作”。记者通过中间人，联系上了一位主播。他自称就是视频中儿童的监护人，只晒日常生活，并非平台号运营公司。不过一谈到具体的合作，他显得非常专业，介绍起了各种推广方式。

他说，粉丝量、点赞量到“10万+”以上的直播号、短视频号，都可以谈商业合作，主要包括带货、代言、隐形广告植入等。这背后都会有具体的文案、拍摄策划案支持，文案包括

如何设计带货、代言的语言表达，“尽量会用孩子们的语言，结合其个性，避免突兀。”他说，也会有客户指定孩子的特定表达方式，让外向、活泼的孩子展示文静性格。确定文案后，就会设计拍摄方案，依照方案训练小演员，包括站姿、行动、表情，“甚至那些我们以为是不经意间进入的画面，都可以策划。”他说。

当然，这些策划的直播、带货肯定不是免费的。客户需要交不菲的费用给运营团队，可能是公司，也可能是孩子的监

护人，具体金额根据“小网红”的活跃度确定，百万以上点击量的大号，费用起码万元起步，甚至更高。

此外，还有不少直播平台设置了打赏功能，一些“小网红”凭借着出色的表现，会吸引不少网友打赏。一位“小网红”的监护人林先生向记者透露，2019年前后最火爆的时候，他们光打赏一个月就能收益上万元，“孩子本人对钱没有概念，但作为家长，确实很难不动心。很多人就带着孩子‘下水’做直播、拍短视频了。”林先生说。

是营销还是晒娃甄别有难度

采访过程中，有短视频业内人员告诉记者，他们2018年后就出台了措施，不给18岁以下未成年人设置注册通道，但是一些母婴类、亲子类视频，依然无法杜绝“网红萌娃”的出现，因为它们大多数都以成人或者公司的名义注册，通过呈现儿童主题内容来吸引流量，很难禁绝。

如果对短视频、直播中的儿童画面搞一刀切，又会误伤到那些正常晒娃、分享生活的家长。事实上，不少家长已经

出现了顾虑，担心相关规定之下，一些互联网平台搞一刀切，封禁晒娃的账号，“我们也有分享孩子生活亮点的需求，没有任何功利的因素，毕竟现在朋友圈、自媒体账号都非常发达，已经成为记录孩子成长过程的重要途径。”家长刘莹对记者说。

刘莹有一个自媒体账号、一个微信号以孩子命名，平时只分享一些孩子的动态，从孩子一出生到现在已经4岁，“一个月也就发七八条，并且

从不发任何商业广告色彩的内容。”

记者从快手、抖音等平台了解到，按照相关部门的要求，对未成年人内容的监管已经在不断加强。一位工作人员透露，他们已经使用了大数据、人工智能等技术，通过不断的机器学习，提升系统对营销类账号和普通网友账号的甄别力度，一旦发现未成年人违规内容的账号，除了封禁外，还会采取截断流量等措施，使其无法通过流量获利。

新闻链接

整治七类网上危害 未成年人突出问题

日前，中央网信办发布消息，决定启动“清朗·暑期未成年人网络环境整治”专项行动。中央网信办有关负责人表示，此次专项行动聚焦解决七类网上危害未成年人身心健康的突出问题。

一是直播、短视频平台涉未成年人问题。严禁16岁以下未成年人出境直播，严肃查处炒作“网红儿童”行为，禁止诱导未成年人打赏行为，防止炫富拜金、奢靡享乐、卖惨“审丑”等现象对未成年人形成不良导向。

二是未成年人在线教育平台问题。全面清理在线课程中色情低俗、血腥暴力及其他导向不良内容，严禁推送网络游戏、低俗小说、娱乐直播等与学习无关的广告信息。

三是儿童不良动漫画作品问题。坚决清理散布暴力血腥、暗黑恐怖、教唆犯罪等内容的“邪典”视频。

四是论坛社区、群圈等环节危害未成年人问题。深入清理利用儿童形象制作的软色情表情包，严查教唆诱导未成年人自杀约死、拍摄交易色情低俗视频的群组账号。

五是网络“饭圈”乱象问题。持续推进“清朗·饭圈”乱象整治专项行动，深入整治诱导未成年人应援集资、高额消费、投票打榜、互撕谩骂、拉踩引战、刷量控评等行为。

六是不良社交行为和不良文化问题。严防网上不良社交行为和不良文化现象形成不良导向、扭曲青少年价值观，坚决查处人肉搜索、人身攻击、恶意举报等网络欺凌和暴力行为。

七是防沉迷系统和“青少年模式”效能发挥不足问题。重点排查解决网站平台防沉迷系统问题漏洞，着力防止未成年人沉迷网络。