

别让孩子沦为流量的“劳工”

法治时评

特约评论员 张子旋

近日，某千万粉丝博主发布一段“小女孩被哥哥绊倒嚎啕大哭”的视频，引发热议。有网友指出，该博主为小女孩母亲，曾多次发布类似摔倒视频，疑似为了流量故意摆拍。之后更有网友爆料，小女孩已经4岁，因为忙着拍视频没有入学。

摔倒是否为刻意摆拍？小女孩母亲随后删除视频并回应，今后不会再让女儿受伤害，同时否认故意设计情节和让孩子推迟上学。然而，这个道歉却未平息网友质疑。为何网友不买账？原因在于，视频把孩子的疼痛作为娱乐素材，用孩子的眼泪赚取流量。

作为一名母亲，“晒娃”无可厚非，记录孩子成长中的点点滴滴，不仅有成就感，还能在育儿道路上获得

更多支持和鼓励。然而，当流量的触手开始触碰到此类创作者时，乱象难免出现。为追求戏剧化、冲突化的视频内容，有些父母不惜损害孩子的身心健康，让孩子多次摔跤、哭泣、发怒，营造冲突化的环境，用孩童的纯真兑换流量货币，把“晒娃”变成了实实在在的“啃娃”。更有甚者，将儿童推入商业洪流，过度曝光在直播镜头和聚光灯下，成为剥夺他们童年的帮凶，给孩子造成无法逆转的身心伤害。这种价值观的错位，导致批量化消费儿童身体和情绪的不良视频，像流水线一般生产出来。

在笔者看来，前述视频中，小孩自身并不存在判断和选择的问题。真正应被质问的，是手握拍摄器材的大人：他们给自己的定位，是“孩子的父母”亦或是“演员的经纪人”？手中握着的器材，到底是“电子日记本”还是“流量生成器”？

根据未成年人保护法相关规定，禁止监护人利用未成年人从事危害其

身心健康的活动。如果视频影响孩子正常生活、学习或心理健康，监护人可能构成违法。保护教育儿童是全社会的责任，但少数父母因为虚荣和贪婪，不惜冒着法律风险，将自己的孩子送上流量“祭坛”时，网络平台应对涉及未成年人的内容履行严格审核义务，禁止儿童参与商业带货，平台的算法更应制止这类“啃娃”视频的传播，掐断流量变现的链条。监管部门应明确具体的视频创作规则、处罚标准等，对平台及时全面监管，监护人该负的责任也一个都不能少，避免让儿童沦落为流量的“劳工”。

国家针对未成年人的各类法律法规，出发点和落脚点都是他们的身心健康。不论是平台还是父母，也都应当以此为准则，在创作发布以及审核涉及到未成年人视频时，绝不能一切向流量看齐，要真正承担起保护儿童的职责。当然，更需要每位观众用拒绝点赞的手，守护屏幕背后真实的哭声。

崔妍

近日，《哪吒之魔童闹海》登顶全球影史单一市场票房榜，并不断迈上新台阶。同时，哪吒的形象还出海，闪耀纽约时代广场大屏，吸引世人目光。从“三岁小儿”到“百亿影帝”，这部演绎神话也创造神话的中国动漫电影，让我们看到了什么？

看点是“传承”，看头在“新生”。三维动画复现“山河社稷图”，八卦阵让《周易》哲学可视化，青铜饕餮纹、汉代漆器色化为视觉特效，观众走进影院，在光影流动中与传统文化撞了个满怀，升腾起血脉为经、文化作纬的共同情感。守正并非守旧。电影创造出有别于传统的“一头六臂”哪吒新形象，导演的解答颇具“现实主义”：多余的两个头好像并没有什么作用，难道在一旁喊加油吗？形象非刻板，变化含考量。新编又何须拘泥？坚持守正创新，静候惊喜生花。

哪吒“魔童降世”，“黑神话·悟空”横空出世，“唐宫夜宴”舞动网端……如今，越来越多“古老的”正在成为“新生的”。文化软实力与现实生产力的转化路径不断拓宽，生动印证着中华优秀传统文化是取之不尽的文化宝藏。越来越多“新生的”也日渐变为“经典”，持续充盈着文化宝库，深刻昭示“两创”的巨大空间。我们的文化在循环往复中绵延不绝、在螺旋而上中生生不息，一份踏实感油然而生。文化自信莫过于此。

眼前是震撼影像，背后是创新链条。虚空裂口、妖兽涌出，妖兽身后的万条锁链是剧情成立的关键。特效团队让妖兽动作绑定物理引擎，每条锁链都独立运算，开发出“动态美感”算法，用技术创新“啃下硬骨头”，最终实现导演要求的视觉效果。

电影业是文化产业，更是高科技产业。3D建模、粒子特效、动态捕捉……哪吒的一杆长枪，不仅刺穿多年来好莱坞垄断的全球票房铁门，更补足了中国电影工业握指成拳、向新而行的精气神。片尾，参与制作的138家中国动画公司的名字闪烁银幕。那些原本寄希望于国际团队制作的重点镜头，皆由他们悉心打磨。文化筑基、创新赋能、科技领跑，让特效画面对了“味道”，为中国电影产业拓宽“跑道”。

“魔童”的成就映照产业的成长。“魔童故乡”成都汇集着特效、配音等多个环节的“隐形冠军”，释放出“由点带面”的集聚效应。如何浇灌更多“成长”？成都的实践带来启示。优化基础设施建设，以多类型的硬件设施，满足多样化创作需求；打造高效服务平台，实施跟踪指导，营造良好营商环境；“栽好梧桐树”，给予引进人才安家费、生活补贴并在设立工作室等方面提供支持，免除其后顾之忧，激发创新动力……多向度、全方位补链、强链、延链，能够更好挖掘传统文化宝藏，让那些沉睡的资源焕发出新的生命力。

“魔童”还照见经济的“万花筒”。从日常消费品到联名汽车，商务联动、花样翻新，电影IP在商业上“开疆拓土”，催生消费新模式、经济新业态；周边产品热卖，相关景点成热点，带动影视股回暖……“魔童”施展拳脚，掀起涟漪、激活春水，让人看到文化之于经济的拉动和促进作用。

当前，文化与经济交融已成大势：看电影成为新年俗，不少观众变旅客，循着踪迹去旅游、品美食，流动的中国消费活力涌现；申遗成功后的第一个春节，外国人乐享新春“中国游”，蛇年春节假期，银联、网联共处理境外来华人员支付交易笔数较去年增长124.54%，交易金额增长90.49%，“世界的中国”引力强大。文化，成为撬动高质量发展的重要支点，我们的信心在此、底气在此。

小小身躯，悠悠文脉；葱葱产业，蔚蔚蓝海。乘势而上、精耕细作，期待更多“魔童”现世，“闹”出经济新增长，“搅”动发展新浪潮。

从《哪吒登顶》看文化自信



“封号圈”胡作非为，平台当正确作为

冯海宁

一个隐匿在多个短视频平台里的“封号圈”群体浮出水面。近期，有媒体接获大量关于短视频平台恶意举报、封禁他人账号的投诉。多个受访者称，“封号圈”群体通过恶意举报，封禁他人账号，或获得快感，或敲诈牟利。

报道显示，多个短视频平台博主的账号被封号。有博主发现自己的账号消失，并收到举报者发来的“说话特别狂”的私信。有博主收到陌生人的私信让转账88元，否则要封掉账号，博主以为对方吹牛拒绝转账，结果账号真被封了。有博主的多个账号莫名其妙“没了”。

假如博主发布的视频内容违法或者违反平台规则，有网友进行举报，平台予以封号，这没有什么问题。而“封号圈”所举报的有些账号并没有违规却被封号，这就不正常了。据报道，有的人举报的目的是为了诈骗，这就侵害了博主的权益。

对这种恶意举报行为，相关平台对“封号圈”进行过打击，例如某平台无限封禁恶意举报的水军账号超过3000

个，打击了“封号圈”的嚣张气焰，但上有政策，下有对策，该群体利用字母、谐音等方式，将“封号圈”改为“丘圈”“凤凰圈”等，以躲避平台监管。

“封号圈”之所以胡作非为主要是受利益驱动，利用了平台举报处置漏洞。从一些被封号的博主反馈来看是在不知情的情况下，账号被莫名其妙地封杀。这至少说明两个问题：其一，平台对“封号圈”的举报截图没有认真核实甄别；其二，对于恶意举报者偏听偏信。

如果平台方接到举报后，既对举报材料进行严格审核，又对博主发布的视频内容进行复核，应该说不难识别恶意举报行为。然而，由于短视频平台用户多、业务量大，平台受理解决举报的人员投入不足，处理程序机制不完善，造成虚假举报材料轻易通过了平台的审核。

按说平台应该扮演公正的“法官”，在收到举报信息后，应该给被举报方一个申辩的机会，然后做出是否封号的公正裁决。然而，相关平台只相信举报材料，无视被举报方的知情权、申辩权，致账号被封而被举报方仍不知情，这给了

“封号圈”利用漏洞牟利的机会。

所以，被“封号圈”盯上的相关社交平台和短视频平台，应该汲取教训完善举报处理机制。虽然说平台方无论是独立打击“封号圈”，还是联合公安机关共同行动，取得了相应的积极效果，但还要反思“封号圈”难以根除的原因，举报受理处理的机制不健全不公正。

除了平台要发挥主体责任、关键角色外，受害者也要善于维权、勇于维权。比如，收到陌生人要求转账的私信应该固定相关证据，及时向平台举报或者向公安机关报案。对涉嫌诈骗的恶意举报人，有关部门接到报警后要依据治安管理处罚法、刑法进行严厉惩治。

有关专家也指出，“封号圈”恶意举报导致他人账号被封禁，这是一种侵权行为，侵犯了账号使用者的合法权益，行为严重者可能涉嫌非法经营罪、诈骗罪、敲诈勒索罪等。要遏制这类侵权行为、犯罪行为，需要平台方、受害者、有关部门合力打击，形成有效震慑力。

此外，还应该利用大数据、AI等新技术手段，对恶意举报账号加强监测，以最大化保护网络博主的合法权益。