

互联网平台"青少年模式"发展专题研究

人民网舆情数据中心/人民在线 2021 年 6 月 20 日

目录

—, (《未成年人保护法》新规解读	. 4
(→)	新规首次增设"网络保护"专章	4
(<u> </u>	网络平台"青少年模式"建设受关注	5
二、未	·成年人网络使用情况概述	. 6
(一)	未成年人用网时间表现:集中于周末及节假日	6
(<u> </u>	未成年人主要使用设备:移动设备为主,种类多样	7
(三)	未成年人主要使用功能:娱乐与社交学习并行	7
三、未	民成年人网络使用主要风险研究	. 8
(-)	时间管理风险	8
(<u> </u>	权限管理风险	12
(三)	消费管理风险	14
四、网	网络平台如何落实"青少年模式"	18
(-)	加强用户准入机制	18
(<u> </u>	推广年龄分级模式	19
(三)	设立跨平台防沉迷系统	20
(四)	打造内容聚合防护	20
五、'	"青少年模式"落实中的问题、陷阱与误区	21
(-)	技术困境: 平台难以预判用户身份导致实名制虚设	21
(<u> </u>	监管困境:信息过滤"一刀切"导致模式不受欢迎	22
(三)	监护困境:家长引导缺位导致家校协同管理不善	23
(四)	司法困境:消费责任难以界定导致双方利益受损	24
六、	总结与建议	25
(→)	培养青少年正确的消费观和用网习惯	25
(<u> </u>	监管部门应出台细化指导意见	26
(三)	行业内宜制定推行可操作性标准	26
(四)	监护人和学校需积极承担责任	27

一、《未成年人保护法》新规解读

(一)新规首次增设"网络保护"专章

2021年6月1日,新修订的《未成年人保护法》(以下简称"未保法")正式实施,专门增设的"网络保护"章节中共新增了十六条法规,对政府部门、学校、监护人与网络产品和服务提供者等主体法律责任都作出了具体规定,并在后续条款中对未成年人接触各类网络服务做出了进一步要求。网络保护首次成为《未保法》中着重强调的六方面保护之一,体现出国家层面紧跟互联网发展修订法律、及时防控未成年人网络使用风险的坚定决心。



图: "网络保护"章节词云图(来源:人民网舆情数据中心)

人民网舆情数据中心对"网络保护"章节进行热词统计显示,该章节共提到 15 次"服务提供者"、7次"学校"与"监护人"、5次"网信部门",可见各类网络服务提供者已成为未成年人保护中最为重要的一环。从该章节与"服务提供者"有关的第七十三条至第八十条法规来看,其中共提到 8次"不得",包括在线教育不得推送广告、网络游戏不得在二十二时至八时提供服务、十六周岁以下未成年人不得注册网络直播等新要点。此外新规还提到了 10次"应当",涉及的领域包含私密信息保护、防沉迷、用户注册、网络欺凌、投诉举报与有害信息传播等方面的未

成年人权益保护。这说明新的《未保法》针对网络服务提供者的法律责任更为细化全面,也以保护未成年人权益为契机,对其提升技术水平、增强平台建设提出了更高的要求。

(二) 网络平台"青少年模式"建设受关注

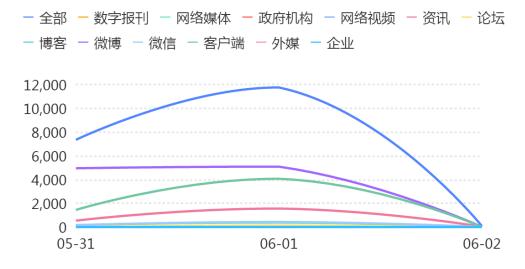


图: "青少年模式"相关舆情信息趋势图(来源:人民众云平台)

值得注意的是,修订后的《未保法》中的第七十四条就专门指出,网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。此外,新法规还针对网络游戏提出了要由"国家建立统一的未成年人网络电子游戏身份认证系统"。 1人民网舆情数据中心监测显示,"青少年模式"相关信息量在《未保法》发布当日出现了明显的上升。

观察发现,舆论最为关注互联网企业如何依据《未保法》要求落实"青少年模式"建设。《中国教育报》发表评论文章指出,在《未保法》等法规已明确平台防沉迷义务的背景下,平台方应戒除"得年轻人得未来"的流量逻辑,秉持保护未成年人的社会责任逻辑。"青少年模式"不能虚设,只能强化。²《经济参考报》则援引业内人士的观点称,网络平台在防范青少年沉迷网络过程中有着不可推卸的责任,尤其是头部企业更应落实企业责任,"青少年模式"应成为各类网络平台的统一要求。³而不少互联网企业也积极响应《未保法》新规与行业标准的变化。6月1日,中国演出行业协会网络表演(直播)分会发布《关爱成长 呵护未来——网络表演(直播)行业保

^{1 《}中华人民共和国未成年人保护法》.中国政府网.2020年10月18日.

^{2 《&}quot;青少年模式"只能强化不能虚设》.《中国教育报》.2021年6月2日.

^{3 《}隐忧仍存, 部分平台青少年模式存巨大漏洞》.《经济参考报》.2021年5月27日.

护未成年人行动倡议》,引起超过 50 家网络平台与 MCN 机构响应。倡议书中指出,将不断升级优化"青少年模式",筑牢未成年人保护网,积极拓展青少年内容池。¹

实际上针对未成年人沉迷网络这一顽疾,此前国家就已多次作出部署。早在 2007 年新闻出版 总署等八部委就曾发布《关于保护未成年人身心健康实施网络游戏防沉迷系统的通知》。近年来,国家新闻出版署印发《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》、国家网信办组织短视频平台试 点上线青少年防沉迷系统等举措,也使得"青少年模式"的覆盖面更为广泛,而《未保法》新规 的发布则首次在立法层面上对网络平台的"青少年模式"进一步完善给出了明确方向。

二、未成年人网络使用情况概述

近年来,随着网民规模的扩大与未成年人互联网普及率的提升,互联网对于低龄群体的渗透能力也在持续增强,未成年人首次触网的年龄分布呈现出更加低龄化的趋势。中国社会科学院新闻与传播研究所、中国社会科学院大学新闻传播学院与社会科学文献出版社共同发布的《青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2020)》显示,未成年人首次触网的主要年龄段集中在6-10岁,10岁及以下开始接触互联网的人数比例高达78%。²作为当下数字原住民的主流群体,未成年人触网年龄的降低这一特征日益显著,多数未成年人在学龄前便开始接触互联网,并与数字化设备相伴成长。规模不断扩大的低龄网民以个性化方式参与网络世界,塑造出独特的网络文化。

(一) 未成年人用网时间表现: 集中于周末及节假日

从网络使用的时间分布来看,未成年人的网络使用时间基本集中在周末及节假日,工作日期间未成年人的上网时长受到很大程度的限制。数据显示,在周末及节假日期间,未成年人网络使用频率和网络使用时长均明显增加,网络使用时长超过一小时的比例较工作日上升,有 13.5%的未成年人周末及节假日的上网时间达到了三小时以上。3由此可见,日常学业的繁重程度是制约未成年人网络使用时长的重要因素。而由于工作日期间未成年人很难拥有足够的娱乐时间,他们会在假期时尽情享受"上网自由"。仅就腾讯旗下的游戏而言,日均触发时长限制(超过 1.5 小时)的未成年人有 1049 万。4未成年人很难控制自己的网络使用时长,往往容易沉迷于网络之中。

^{1 《}中国演出行业协会倡议:不为未满 16 周岁未成年人提供网络直播服务》.2021 年 6 月 1 日.

² 《青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2020)》.中国社会科学院新闻与传播研究所、中国社会科学院大学新闻传播学院与社会科学文献出版社.2020年9月1日.

³ 《青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2020)》.中国社会科学院新闻与传播研究所、中国社会科学院大学新闻传播学院与社会科学文献出版社.2020年9月1日.

^{4 《}腾讯崔晓春:未成年保护是腾讯游戏的重中之重》.中国新闻网.2020年12月16日.

(二)未成年人主要使用设备:移动设备为主,种类多样

目前,手机仍是未成年人上网时所使用的主要电子设备,但相较于成年人,青少年上网使用的设备呈现出更加多样化的特征。据艾瑞咨询统计,三成以上的消费者表示购买智能音箱,是为了利用人工智能帮忙哄孩子或是教育孩子。'以智能音箱为代表的智能设备往往操作简单且大多具备语音助手功能,成为了未成年人尤其是学龄前儿童接触互联网的主要方式。此外,不少家长为了方便与孩子即时联系,给孩子配备了儿童智能手表。目前市场上的高配版智能手表除了可以显示时间、接打电话外,还具备微聊、听歌、支付等联网功能。²未成年人随身佩戴可联网的智能手表,能够在包括学校、家庭在内的众多场景使用,实现随时上网。可见,目前除了手机、电脑、平板电脑外,智能音箱和智能手表等新型互联网络接入设备与生活结合愈发紧密,为未成年人上网提供了更多便利。

(三) 未成年人主要使用功能: 娱乐与社交学习并行

此外,随着互联网在线教育的蓬勃发展,未成年人通过网课进行知识学习已成为新的主流。中国科学院大数据挖掘与知识管理重点实验室发布的《2020年中国在线教育网课市场白皮书暨2021年前瞻报告》表示,2020年3月,我国在线教育用户规模已达4.23亿,占网民整体的46.8%。

^{1 《}带屏下沉-2021 年下沉市场智能音箱消费行为报告》. 艾瑞咨询. 2021 年 5 月 10 日.

^{2 《}儿童智能手表"戴"来隐患重重》. 华声在线. 2021 年 4 月 23 日.

 $^{^3}$ 《2019 年全国未成年人互联网使用情况研究报告》. 共青团中央维护未成年人权益部、中国互联网络信息中心(CNNIC). 2020 年 5 月 13 日.

^{4 《2019}Q1 中国陌生人社交市场季度监测报告》. 艾媒大文娱产业研究中心. 2019 年 6 月 3 日.

在众多在线教育机构中,学前教育至高中教育阶段(英文缩写为 K12)的机构发展速度最快。¹未成年学生群体在居家学习时使用在线教育平台,包括查阅电子资料、线上学习公开课程、线上云打卡等,享受教育信息化带来的高质量学习内容和良好的学习体验。除了以知识传授为主的教育类软件外,提升陪伴感的云直播学习也在新世代用户中持续升温。²未成年人通常会选择在微博、抖音、快手等软件的#studywithme#话题下记录学习内容或分享学习经验。以腾讯会议、B 站直播为主的线上自习室也能够营造出共同学习的氛围,吸引未成年人加入到云自习的行列。

三、未成年人网络使用主要风险研究

本报告根据《未保法》中提及的法律责任,结合网络舆情事件与行业研究报告,从时间管理、权限管理、消费管理三个要点梳理未成年人网络使用中的主要风险类型,为网络产品与服务提供者在完善平台规则、提升技术防控水平方面提供参考。

(一) 时间管理风险

(1) 移动视频: 算法和诱导式推荐效果不容忽视

移动互联网商业智能服务商 QuestMobile 发布的《2020 "Z 世代"洞察报告》指出,95、00 后 Z 世代活跃用户在移动视频行业的月均使用时长高达 48.9 小时,比全网用户平均数高出 6.5 小时,而短视频、在线视频和游戏直播为 Z 世代活跃用户使用的排名前三的移动视频细分类别。中国社会科学院新闻与传播研究所、中国社会科学院大学新闻传播学院与社会科学文献出版社共同发布的《青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2020)》也指出,未成年人对网站视频、短视频、二次元文化、网络文学、直播和论坛的使用已十分普遍,尤其是使用视频类 APP 的未成年人已占其总人数的六成以上³。移动视频几乎可以在现在的所有移动设备上使用,已成为青少年消耗碎片时间的重要方式。

^{1《2020}年中国在线教育网课市场白皮书暨2021年前瞻报告》.中国科学院大数据挖掘与知识管理重点实验室.2021年1月.

^{2《2020}年中国新世代用户视频消费行为洞察》. 易观分析. 2021年1月29日.

³ 《青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2020)》.中国社会科学院新闻与传播研究所、中国社会科学院大学新闻传播学院与社会科学文献出版社.2020年9月1日.



Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2020年11月

图: 2020年11月Z世代用户使用移动视频情况

来源: 《2020 "Z世代"洞察报告》

移动视频的高用户黏性与其算法推荐机制有不可分割的联系。移动视频的个性化推荐机制一般根据用户的停留时间、观赏偏好、点赞评论,分析用户兴趣,有针对性地向其推荐相关内容。移动视频精准"定制"的推荐服务不断向用户推荐符合其兴趣的内容,诱导用户不断"刷视频"。这个时候,不断地"下拉"和"刷视频"更接近无意识行为,观看移动视频的门槛一再被降低,短暂而即时的满足感不断让人重复"刷"的动作,引起沉迷。值得注意的是,相比于成年人,青少年可能存在阅历有限、浏览内容较为单一的特点,一旦阅览到低质量信息,可能又会被个性化算法推荐更多的具有刺激性、猎奇性的同质性信息,从而加剧青少年沉迷。

同时,不少移动视频为了增强用户黏性,还开发了具有诱导、欺骗性质的营销模式。例如,部分短视频赚钱平台用开宝箱、每日抽奖、看视频发红包等方式吸引用户不断"刷视频",还投放大量称通过看新闻、刷视频致富的广告;还有的违规视频会在文字描述中写出"对方是你的通讯录好友""对方是你附近的人"等欺骗性话术,诱导用户进行互动、观看直播。青少年的判断力较差,可能会受到"赚取零花钱"这一现金收益很小甚至噱头式的营销吸引。

(2) 娱乐直播: 社区文化切中青少年归属感需求

随着互联网媒介技术对青少年生活影响的加深,青少年群体沉迷网络也存在深层次的社会心

理原因。QuestMobile 发布的《2020 "Z 世代"洞察报告》发现,Z 时代群体在游戏直播平台斗鱼、哔哩哔哩和芒果 TV 三个平台的活跃渗透率 TGI (Target Group Index 指数,是反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势的指数)的数值最高。也就是说,在游戏、二次元及追星等兴趣的带动下,青少年对能精准满足其内容需求、具有垂直兴趣社区的视频和直播平台更为偏爱。

同时,直播和移动视频平台的"弹幕文化"中的"造梗"创造了独特的社区内部符号,一定程度上也参与到社区内部的文化构建中,让青少年共享文化意义,实现自我认同和集体归属。斗鱼平台发布的《2020游戏直播 95 后人群洞察报告》列举了"金句不断"的游戏直播里的常用的弹幕构成,一些独特的词语例如"芜湖起飞""肉蛋葱鸡""骇客去厕所了"等词语含义难以从字面推断,而这种小众"黑话"为参与社区建立了一定的门槛,同时也有利于增强社区认同。



图: 斗鱼平台用户常发弹幕

来源:《2020游戏直播95后人群洞察报告》,斗鱼平台

中国社会科学院新闻与传播研究所网络新媒体研究室主任、研究员孟威认为,从文化研究角

度观察,视频社区带有鲜明的亚文化特征,使用者基于"共同的兴趣结合",依赖于"共同的感觉",显示了特色鲜明的互动、话语方式,传递其认同的价值观,追求个性风格,并具有一定的稳定性与凝聚力。社区建立在自愿自觉的认同基础之上,这使它更可触及使用者心灵。'美国心理学教授珍·特温格在其近期出版的《i世代报告》中指出,生长于互联网的i世代与出生于更早的千禧世代、X世代等相比,更少参与线下社交活动,取而代之的是线上交流,这为他们带来更强烈的对网络社交的归属感,而这加剧了i世代对网络社交的沉迷²。

相比于成年人,青少年群体仍处于价值观不稳定的阶段,也有更强的好奇心,因而更容易受到各种亚文化吸引,甚至在丰富多彩的网络世界的对比下,产生对现实世界的虚无感。同时,青少年也是一个情绪相对不稳定,容易产生孤独感和归属感缺失的年龄,线上社区事实上是重要的青少年陪伴和支持来源。但这也不意味着要"一刀切"禁止亚文化社区,如何帮助青少年在线上和线下的社交中找到平衡点,需要更多探索。

(3) 游戏沉迷: 沉浸体验和奖励性机制易导致上瘾

游戏引发青少年成瘾的原因主要有两种,其一是伴随着视听技术发展的沉浸式游戏体验。大多沉浸式游戏具有丰富的剧情、生动的细节、有挑战性的环节、复杂的任务安排等,玩家能体验到具有真实感而与现实世界截然不同的生活。"民主与法制时报"微信公众号指出,国家体育总局群众体育司发布的《中国群众体育发展报告(2018)》显示,截至 2017 年底我国人均体育场地面积有 1.66 平方米,较之美国的 16 平方米,日本的 19 平方米,相差较大。这一定程度上映射了目前青少年现实生活不够丰富,使得学生与同伴交流、游戏的需求转向了网络。³复旦大学中文系教授严峰曾在一场公益讲座中指出,人们在虚拟的游戏中获得的感受与现实中非常接近。游戏能够给人以成功感、掌控感、挑战性、角色感、成长感和沉浸感,这些情感体验对人们现实中的心理具有补偿作用。⁴而沉浸体验式游戏的特征,正好能满足此类补偿心理。

其二,游戏奖励机制诱导青少年延长游戏时间。中国传媒大学动画与数字艺术学院副院长陈京炜接受央视新闻采访时指出,很多手游都有每日签到送礼包机制,其实是用这种行为不断去强化玩家登录游戏以及为游戏付费,都是为了要把玩家留住。从心理学的角度看,游戏的设计往往遵循心理学中的"斯金纳箱理论",即游戏设计者频繁给玩家投放奖励,玩家就会按照设计者的

¹ 孟威: 《短视频沉迷的动因探析与理性寻回》.人民论坛网.2019 年 11 月 20 日

^{2 《}分享互动中寻找自我认同和归属感——网络亚文化系列谈之二》.中国青年报.2020年9月10日.

^{3 《}理论 | 未成年人网络沉迷的原因及精准治理》.微信公号"民主与法制时报"

^{4 《}游戏,正在发生的变化》.腾讯网.2020年

想法去驱动自己的行为,游戏的奖励机制是上瘾的一个重要原因。 另外,也有游戏将社交和竞技绑定,用排行榜形式激励玩家取得更好的成绩。由于青少年往往经济条件有限,并且可能更注重用线上社交维护线下关系,这样的游戏奖励机制对青少年无疑存在吸引力。

(二) 权限管理风险

(1) 功能开放:未成年人直播乱象频生

在权限管理方面,允许未成年人使用部分网络功能可能也存在隐患,其中风险较为突出的是未成年人直播。"新周刊"官方帐号 2020 年 9 月 5 日报道称,福布斯公布的《2019 年 YouTuber 收入排行榜》中,收入第一名和第三名的视频博主均为儿童。然而在巨大的经济利益背后,未成年人直播的乱象时有发生。早在 2018 年,央视网就曝光称,不少与"未成年妈妈"有关的视频在网络平台上流传,视频中以"14 岁早恋生下儿子""全网最小的二胎妈妈"等噱头吸引网民关注和转发。²2020 年 8 月,女童佩琪因在网络吃播中暴饮暴食汉堡、炸鸡等高热量食物,年仅 3 岁体重就已达到 70 斤。在不少网民质疑其父母牺牲孩子健康来博眼球后,平台方对相关帐号进行了封禁。³2021 年 1 月 6 日,曾经因几张酷似马云的照片而爆红网络的"小马云"范小勤,被经纪公司解雇后送回家乡,再度引发了舆论对于"儿童网红"的关注。⁴

《新华每日电讯》2021 年 2 月 26 日发表评论文章,文中称儿童沦为"工具人",父母渐成"啃小族",与市场需求驱动、家长短视逐利、平台监管不严息息相关。尽管有关部门曾要求严格排查后台"实名"认证制度落实情况,严禁未成年人担任主播,但依然有成年人带孩子直播出镜、拍视频,组织"儿童网红"客串主播赚取流量。"中国妇女网也表示,新修订的《未保法》中单设了第五章网络保护,受访专家普遍认为,当儿童在网络中被消费、被物化,与其谴责平台,更重要的是有力有效地教育、监督监护人,使其履行好相关责任。"上述案例说明,短视频直播行业的飞速发展为未成年人带来了接触海量网络信息的渠道,他们在负面信息的冲击与网络流量的追捧下缺乏独立思考能力,而完全开放的直播等功能的权限,容易使未成年人成为他人牟利的工具,对其个人权益造成损害。

(2) 内容访问: 不良信息准入门槛过低

- 1 《未成年人网游成瘾症结:奖励机制吸引玩家,个性孤僻更易沉迷》.法制日报.2020年6月10日.
- 2 《儿童网红,一个成人消费的荒谬童话》.新周刊.2020年9月5日.
- 3 《3 岁女孩被喂到 70 斤做吃播?律师:若父母强迫喂养或涉虐待》.澎湃新闻.2020 年 8 月 25 日.
- 4 《走红四年后范小勤告别"小马云"身份:四年级仍不会简单加减法》.中国网教育.2021年2月20日.
- ⁵ 《儿童网红被当成"工具人", "啃小"就是"坑小"》.新华每日电讯.2021年2月23日.
- 6 《当"儿童网红"成为现象级 父母如何当好"数字家长"》.中国妇女报.2021年2月24日.

近年来,大量涉嫌恐怖、暴力、血腥的违法违规信息依靠社交媒体迅速传播,且长期流毒于青少年群体之中。2020年7月13日,国家网信办启动"清朗"未成年人暑期网络环境专项整治,工作任务中特别指出要对"儿童邪典片"等不良动画动漫作品、"蓝鲸死亡游戏"等诱导青少年自杀的网络群组、教唆未成年人参与涉黑、封建迷信组织甚至犯罪的帐号进行整治。实际上,所谓"蓝鲸死亡游戏"来源于俄罗斯,在2017年就已引起国内舆论的广泛关注。然而在2020年8月3日,@央视网再次提醒称,网络上又出现了一些"自杀游戏",青少年学生在进入游戏后无法退出,并需要通过自残、观看恐怖电影等层层设置的关卡,最终诱导玩家自杀。北京日报客户端在2021年4月27日的报道中则指出,"儿童邪典"视频是在2018年初由境外传入中国,视频中二次加工知名卡通形象、充斥低俗恶搞内容,成为当时"扫黄打非"行动的重点打击对象。但在2021年,北京市文化市场总队对"儿童邪典"视频进行专项查处和治理时,仍发现了33789个相关违规视频,清理了7930张儿童邪典图片与83254条相关违规内容链接。²

此外在 2020 年疫情期间,线上教育成为未成年人群体学习的主要手段,随之而来的网课平台不良信息传播隐患也引发舆论关注。在 2020 年 9 月 14 日国家网信办网课平台专项整治行动中,依法查处了大量存在问题的网站与 APP,其中包括有学习类 APP 推送"恋爱""脱单"等不良和低俗信息,有网站的学习类栏目存在直播、游戏、娱乐等大量与学习无关的信息,有工具类 APP的弹窗广告数量过多、频率过大,影响网课呈现内容,有青少年常用 APP 中存在淫秽色情小说、低俗媚俗信息,甚至有网络平台故意发布传播以未成年人为主角的大尺度图片与视频。³不良信息长期屡禁不止,甚至出现了进一步蔓延趋势。这体现出除了需要对未成年人可使用功能进行限制外,网络平台对未成年人的内容访问权限仍未受到严格管理,准入、筛选与处理机制仍有提升空间。

(3) 隐私保护: 信息泄露成网络欺凌源头

由于未成年人自我保护意识较弱,无意间在网上泄露个人隐私的情况时有发生。共青团中央维护青少年权益部、中国互联网络信息中心发布的《2019年全国未成年人互联网使用情况研究报告》调查显示,有54.6%的未成年网民会有意识地避免在网上发布个人信息,但仅29.8%会在发布个人信息前征得父母同意,还有20.8%的未成年网民不具备任何隐私保护意识。⁴新修订的《未保法》对此就在第七十三条中规定,网络服务提供者发现未成年人通过网络发布私密信息的,应当

^{1 《}勿碰!记者调查: "自杀游戏"潜伏网络,警方提醒青少年需谨防》.光明网.2020年8月2日.

^{2 《}又现"儿童邪典"! 岂容黄暴动画侵蚀童心》.北京日报客户端.2021年4月27日.

^{3 《}国家网信办 2020"清朗"专项行动暨网课平台专项整治依法查处第三批存在问题网站》.2020年 10月 24日.

^{4 《2019} 年全国未成年人互联网使用情况研究报告》. 共青团中央维护未成年人权益部、中国互联网络信息中心(CNNIC). 2020 年 5 月 13 日.

及时提示,并采取必要的保护措施。然而,工信部于2021年6月8日发布侵害用户权益行为的通报中共涉及到291款APP,其中教育类APP共42款。通报名单显示,其中多款APP所涉问题包括超范围收集个人信息、违规收集个人信息、强制用户使用定向推送功能等,受众人群主要也为中小学生群体。¹

而个人信息的泄露对心智尚未成熟的未成年人而言,可能会导致严重的身心伤害,影响未成年人的健康成长。新修订的《未保法》中首次界定了"网络欺凌"的概念,并指出网络服务提供者应在接到监护人通知后,及时采取必要措施制止网络欺凌行为,防止信息扩散。据央视"经济半小时"节目报道,2021年3月广东省深圳市一名初一新生的个人生活被某公众号肆意造谣污蔑,相关信息在微信朋友圈传播后影响到该学生的正常生活,导致她被同学孤立并患上心理疾病。而在其向公众号要求删除侵权文章后,该公众号管理员还要求"交钱删帖"。警方调查后发现,涉事公众号曾多次借造谣、诋毁青少年牟利。中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任、副教授郑宁认为,《未保法》写入网络欺凌防治是一大亮点。她表示,还应强化和鼓励未成年人及时发现和报告网络欺凌的机制,互联网企业、学校和家长可以通过设置过滤器、监督其上网行为等方式,减少未成年人与不良信息的接触。"因此,网络平台若在未成年人个人隐私信息方面缺乏主动提示、主动介入与主动处置,容易导致个别不法分子盯上没有能力与意识保护自己的青少年群体,甚至导致其"社会性死亡"。

(三)消费管理风险

(1) 直播打赏: 平台青少年保护措施普遍不足

随着短视频、网络直播成为青少年网络文化消费,未成年人通过父母的移动支付账户频繁、 大额直播打赏的舆情事件屡见不鲜。2020年11月23日,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》,其中第六条明确指出,未实名制注册的用户不能打赏,未成 年用户不能打赏,通过实名验证、人脸识别、人工审核等措施,确保实名制要求落到实处,封禁 未成年用户的打赏功能。³

2021年3月2日,@最高人民法院官方微博也发布典型案例,案例中显示某未成年人于2018年至2019年多次向直播平台打赏,金额高达160万元。法院在审理此案时通过调解,科技公司方面自愿返还打赏款项。通报指出,限制民事行为能力人未经其监护人同意,参与网络直播平台打

^{1 《42} 款教育类 APP 遭工信部通报,轻轻 1 对 1、百词斩等在列》.界面新闻.2021 年 6 月 8 日.

^{2 《}未保法之网络保护:提出"网络防沉迷"、首次界定"网络欺凌"》.新京报.2021年6月1日.

^{3 《}国家广播电视总局关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》. 网络视听节目管理司. 2020 年 11 月 23 日.

赏等方式支出与其年龄、智力不相适应的款项,监护人请求网络服务提供者返还该款项的,人民法院应予支持。这说明国家在有关未成年人打赏的法规制定与实践上都已做出了相应部署。

然而在国家层面已经出台相关政策的情况下,网络直播行业的未成年人保护能力还有提升空间。数据显示,仅抖音单个平台就出现了大量未成年人直播打赏的情况。2021 年 4 月 13 日,抖音举办的青少年保护开放日上公布,2020 年 5 月至 2021 年 3 月抖音直播共为 3. 6 万个用户办理了未成年人打赏退款。¹而南都未成年人网络保护中心发布的《短视频直播 APP 青少年保护测评报告》指出,20 款受测 APP 中,绝大部分 APP 的未成年人保护程度处于中等和较低水平。此外,尽管有 17 款 APP 设有的青少年保护模式能关闭直播打赏功能,但其中时间锁等功能很容易被绕过,未成年人选择正常模式观看时仍有半数 APP 存在鼓励、引诱用户打赏的情况。²这些数据从侧面反映出,网络直播平台的技术与监管漏洞是未成年人打赏行为屡禁不止的主要原因。

(2) 游戏充值: 政策约束难解巨额充值顽疾

相比近两年来出现未成年人直播打赏的现象,未成年人大额充值游戏的问题更是由来已久。 2019年11月19日,国家新闻出版署发布的《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》中就规定,不允许为未满8周岁的用户提供游戏付费服务,并对8周岁以上未满16周岁、16周岁以上的未成年用户都作出了规定。³然而在规定发布后,未成年人网络充值的舆情事件仍不断出现,据媒体报道,2020年长三角消保委联盟共受理网络消费投诉111671件,其中未成年人未经监护人同意进行网络游戏巨额充值情况较为突出。报道指出,部分网络游戏经营者实名认证如同虚设,未限定未成年人充值上限,并未采取有效措施验证充值人身份,避免未成年人冒用家长名义充值。⁴

2021年1月14日,中国消费者协会与人民网舆情数据中心联合发布的"2020年十大消费维权舆情热点"中,"未成年人网游充值、打赏退款难"排名第七。中消协指出,在众多未成年人网络消费的案例中,仍少有家长能够寻求到警方与新闻媒体的帮助,进入司法诉讼环节的更是寥寥无几。流程繁琐、举证困难、运营平台和游戏公司互相推诿等问题是家长在退款中面临的主要困难。⁵此外,即使游戏平台设置了较为完善的监管措施,但依旧有未成年人依靠种种第三方手段绕过防沉迷监管系统。4月20日,北京商报"沸点调查小组"对热门手游《王者荣耀》进行了调查,记者发现,不仅有卖家可以通过修改数据、更改人脸认证等方式解除数据防沉迷系统,更可

^{1 《}抖音举办青少年保护开放日,发布<2020年未成年人保护透明度报告>》.中国产业经济信息网.2021年4月13日.

^{2 《}短视频直播平台青少年保护程度测评结果出炉! 抖音排名前列》. 南方都市报. 2021年4月12日.

^{3 《}国家新闻出版署关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》. 国家新闻出版署. 2019 年 11 月 19 日.

^{4 《2020}年度长三角消保委联盟投诉统计分析》. 上观新闻. 2021年1月11日.

^{5 《2020}年十大消费维权舆情热点出炉》. 央广网. 2021年2月2日.

以找商家"代充",利用游戏中的"赠予"功能绕过游戏充值限制规定。有业内人士指出,未成年人没有形成独立的价值观与自控力,网络黑产更助长了未成年人沉迷游戏的情况,而单纯政策约束能够起到的作用极其有限。¹

(3) 网络潮玩:产品溢价与炒作引发舆论担忧

此外,以盲盒、卡牌、手办等产品为代表的网络潮玩在未成年群体中的兴起也值得关注。据每日经济新闻 2020 年 8 月 6 日报道称,2019 年年度盲盒的火爆将潮流玩具这一小众产品推入大众视野,而实际上潮玩文化落地生根已超 10 年。每日经济新闻援引国际咨询公司弗若斯特沙利文的报告显示,全球潮流玩具的零售市场规模 2019 年为 198 亿美元,预计 2024 年会增长至 448 亿美元。天猫发布的《95 后玩家剁手力榜单》也显示潮玩手办类的烧钱指数位列第一,比 2019 年上升 189. 7%。²《新华每日电讯》在 4 月 9 日刊载了题为《防"潮玩"被"炒完"》的评论文章。文中指出,潮玩本身具有的"艺术性""新潮感"契合年轻人"颜值即正义"的法则,艺术家和设计师的"匠心独运"为潮玩附加了"稀有"属性,"物以稀为贵"的市场规律使得潮玩出现溢价升值。然而在网络二手交易平台上,一方面有"黄牛"故意炒作所谓的爆款产品,使得正常市场秩序遭到破坏,报道中提到某交易平台上一块发售价仅 3000 元的联名款"积木熊"价格翻了一倍,有的联名款标价甚至可达数万至十几万元。另一方面,一些未成年人在二手交易平台上"高点买入、低价割肉"也引发了网民对未成年人过度消费的担忧。³

(4) 应援打榜:不当规则诱导非理性消费

2020年7月13日,国家网信办发布关于开展2020"清朗"未成年人暑期网络环境专项整治的通知,通知表示要重点整治诱导未成年人无底线追星、饭圈互撕等价值导向不良的信息和行为,严厉打击诱导未成年人应援打榜。北京日报客户端2020年10月21日的报道指出,一些被国家网信办点名的网站和平台依然存在诱导未成年人应援打榜的行为。记者发现在APP的注册过程中并未要求身份验证,青少年模式的开关也由用户决定,未成年人依旧可以照常付费打榜。同时还有APP公然玩起了"集资对抗",一天内举办多场"对战"比拼哪家粉丝能在规定时间内筹集到更多的钱。2021年5月,一段粉丝为某综艺节目明星"打榜"后,将购买的27万余瓶联名饮料倒入沟渠的视频也再次引发舆论争议。有媒体注意到,不少年轻人甚至未成年人在社交媒体上表示,为了"打投"花光了自己的生活费乃至欠债。45月8日,国务院新闻办公室举行的2021年"清朗"

^{1 《120}元解除防沉迷、以"赠予"之名做代充 手游<王者荣耀>未成年消费潜藏隐秘的角落》. 北京商报. 2021年4月20日.

^{2 《}夫妻卖盲盒、年入 16 亿,泡泡玛特为何疯狂"吸粉"95 后?》.每日经济新闻. 2020 年 6 月 7 日.

^{3 《&}quot;黄牛"伺机而动,年轻人疯狂剁手,防"潮玩"被"炒完"!》.新华每日电讯. 2021年4月9日.

^{4 《}花钱越多越兴奋? "倒牛奶"背后的巨额集资饭圈乱象》. 猎云网. 2021年5月9日.

系列专项行动发布会。会上针对"倒奶打榜"一事,国家互联网信息办公室网络综合治理局局长张拥军表示,2021年"清朗"系列专项行动将针对当前网站平台上存在的"饭圈"谩骂互撕、挑动对立、刷量控评,包括教唆过度消费甚至大额消费等不良行为和现象进行整治。¹

(5) 亚文化圈层: 小众爱好成隐秘消费新渠道

2021年4月7日,#13岁女孩花70万约稿#的话题冲上微博热搜,据报道,有网民爆料称一名13岁女孩瞒着家人,花70万找多名"设圈"画手约画稿。此事反映出,相比游戏充值、网络潮玩等"明码标价"的大众圈层,小众圈子可能是未成年人全新的、更加隐秘的消费渠道。有自媒体认为,此次事件中舆论争议的焦点在于不理解未成年人为何会为了"二次元图片"巨额消费。根据某"设圈"QQ群主为"深燃"微信公众号提供的群内成员画像,其中尽管有一些网民随意填写年龄,但00后的占比高达64%。而对于这些年轻人来说,从画师手中购买的角色"立绘"实际上都拥有自己的设定,从外观到性格都依照买家的喜好定制。买家之后通过约稿进一步完善角色设定,也就是所谓的"养"角色。有圈内人士对"深燃"团队解析了年轻人在设圈消费的心理:"明星、动漫你不可以控制,喜欢的动漫不更新,人物可能会被作者写死,喜欢的明星可能明天塌房,但是你的设属于你。"²

与之类似的网络亚文化圈层还包括"兽圈""娃圈",前者意为玩家借用"兽设",穿上拟人化动物角色的兽装互相交友生活,但每一套兽装的定制费用都高达八千至数万元;而后者则包括购买人偶并为它进行化妆打扮,但有报道指出,"娃娃"的材质、类型、大小、品牌等因素导致其价格不一。对于这一圈子的"高端玩家"来说消费数十万是常事,甚至有人省吃俭用,也要给自己的"娃"买价值几千元的衣服。此外"深燃"微信公众号表示,除了汉服圈、JK制服圈、Lolita圈、鞋圈等较为大众的圈子之外,现在还出现了转笔圈、谷圈(动漫周边圈)这类更加细分、更加专业的网络圈层,随之而来的各种"玩法"也让其烧钱程度大幅增加。而对于一部分价值观尚未形成且没有经济能力的未成年人来说,贸然"入坑"的结果很可能是在不知不觉中就进行了巨额消费。

^{1 《}全网"大扫除"! 2021年"清朗"系列专项行动重拳整治网络乱象》. 央广网. 2021年5月9日.

^{2 《}让 13 岁女孩花 70 万买图的设圈,到底是个什么圈?》. 深燃. 2021 年 4 月 2 日.

³ 《兽圈、谷圈、笔圈······00 后都在玩什么?》. 深燃. 2020 年 10 月 28 日.

四、网络平台如何落实"青少年模式"

(一) 加强用户准入机制

得益于未成年人防沉迷系统的建设,在用户准入上规定较为严格的主要为网络游戏平台。人民网舆情数据中心梳理公开资料发现,大部分国内主要游戏企业采取的手段都相对一致,比如要求使用身份证进行实名注册、限制游玩时长并逐步降低奖励等措施,像网易游戏的一款产品就要求玩家使用有效身份信息进行实名登记,否则将最多仅能体验1小时游戏,无法充值付费,且同一手机设备15天内不得重复体验。而登记为未成年的用户中,网易方面按年龄段对其单次充值与每月充值金额做出了限制。同时大部分平台都拥有允许家长使用的监护平台,例如腾讯方面的成长守护平台就全面接入了微信小游戏,通过该平台家长可查询未成年人的游戏行为。但值得注意的是,目前只有腾讯公司采用了人脸识别验证这项新技术,相关举措还未在各大网络平台铺开。

表: 五家主流游戏公司防沉迷系统功能(来源: 公开资料整理)

平台	覆盖范围	主要手段
腾讯游戏	旗下 210 款游戏产品	实名信息注册制度、人脸识别验证、腾讯成长守护平台、限时游玩制度、未成年人消费提醒服务
网易游戏	旗下 80 余款游戏产 品	实名信息注册制度、限时游玩制度、充值金额限 制制度、网易家长关爱平台
盛趣游戏	旗下自营及代理产品	实名信息注册制度、限时游玩制度、游戏适龄提 示标识、家长申请监护工程
完美世界	旗下自营及代理产品	实名信息注册制度、限时游玩制度、家长监护认 证系统
三七互娱	旗下自营产品	实名信息注册制度、限时游玩制度、充值金额限 制制度

在采取这些措施后,网易游戏2020年8月的统计数据显示,相比防沉迷系统升级前,该公司

旗下的两款产品日均未成年人总消费分别下降了 53%和 29%。 2021 年 3 月 24 日,腾讯发布的 2020 年第四季度财报显示,其国内游戏流水中 16 岁以下未成年人占比为 3. 2%,在登录环节有约 90. 5% 的帐号被纳入防沉迷监管,支付环节中的 80%被拦截了充值行为。 2可见通过技术手段确实能一定程度上遏制未成年人沉迷网络。而在 2021 年的全国"两会"上,就有代表委员建议加强游戏中人脸识别的频率、使用动态头像确认等方式,防止未成年人过度游玩及消费。"广州日报"公号称,全国政协委员、广州市政协副主席、民革广州市委会主委于欣伟进一步建议,利用区块链技术构建游戏监督管理平台,利用区块链的不可篡改和可溯源机制,对未成年人的实名登记、虚拟货币消费等进行监管。 3

(二) 推广年龄分级模式

从"一刀切"式限制未成年人的软件使用时长和功能,到按照年龄段细分层级制定不同的管控机制和信息推送模式,网络平台的精细化管理更加保障了未成年用户的软件使用体验。2018年,华为应用市场上线了国内首个安卓应用分级管理系统,在国际标准基础上结合国内实际情况按照未成年群体具体年龄的差别划分了五个不同的级别,分别以"年满三周岁""年满7周岁""年满7周岁""年满12周岁""年满16周岁""年满18周岁"为界限对上架华为市场的应用进行分级。据中国日报网报道,使用华为手机时家长可以根据自己孩子的年龄选择对应梯度,系统则会根据设置自动屏蔽非适龄应用,为孩子营造出一个最佳的使用环境。该模式下即使家长不在身边,也无需担心孩子会接触到不宜内容。4此举是对于未成年实行分级制度保护的重要初尝试,但由于年龄设置需在手机的系统设置中进行手动选择,在用户的具体操作过程当中并未得到很好的落实。

随着青少年触网的低龄化成为更普遍现象,各大网络平台也在逐渐探索新的解决方式。抖音 自 2021 年 6 月起开始实施严格版的青少年模式,14 岁以下实名认证用户将在告知后直接进入青 少年模式,且进入后无法退出,无法观看直播或是充值、打赏。对 14-18 岁实名用户,抖音将在 内容推荐、社交、搜索等方面提供更严格安全保护,如禁止对陌生人显示除头像和昵称以外的个 人公开信息等。⁵据抖音介绍,本次未成年保护措施的升级借鉴了国内外互联网产品对未成年的保 护措施,结合了青少年成长、发展特点和手机使用习惯,同时考虑到希望尽最大可能保护青少年

^{1 《}创新举措成效显著 网易游戏未成年人在线时长最高下降 44%》. 和讯网. 2020 年 10 月 22 日.

^{2 《}腾讯首次公布未成年人游戏流水占比 16 岁以下用户仅占 3.2%》. 证券时报. 2021 年 3 月 24 日.

^{3 《}全国政协委员、广州市政协副主席于欣伟:借助区块链技术加强网游监管》.广州日报.2021年3月2日.

^{4 《}手机用户日趋低龄,华为应用市场"应用分级"保障儿童健康成长》,中国日报网百家号,2019年4月1日.

^{5 《}抖音宣布 14 岁以下实名用户将直接进入青少年模式》.北京商报, 2021 年 5 月 27 日.

用户安全,在年龄范围上取了相对较高值,将年龄选定在 14 岁。 **网络平台具体分析用户特点,针对不同年龄层级的青少年特点设定不同的保护措施,较好地消解了未成年**用户的网络使用安全和网络使用权限间的冲突。

(三)设立跨平台防沉迷系统

为限制未成年人的网络使用时长,网络平台实行了多样化的举措,防沉迷系统便是其中之一。然而上有政策下有对策,尽管平台防沉迷系统对于未成年人游戏时长和其他软件的使用时段都进行了严格的限制,部分青少年用户在使用软件时与平台玩起了"躲猫猫"。游戏防沉迷系统对于未成年人设定了单次游戏时长限制,但以往这一时长限制在不同的游戏厂商之间并未实现数据的互通互享。也就是说,未成年玩家在某一游戏中的娱乐时长达到限额以后,仍可换另一游戏进入并重新统计时长,由此导致时间限额形同虚设。针对这一问题,手机厂商率先落实了渠道服游戏防沉迷的协同机制。

渠道服是指游戏厂商将游戏授权给其他公司营运的服务器,玩家从手机自带的应用软件商店 所下载的游戏的所属服务器,一般即为手机厂商所代理的渠道服。目前国内手机厂商已将通过手 机应用软件下载的游戏间的数据互通互享。华为官方网站发布的游戏防沉迷登录限制公告显示, 华为游戏服务提供玩家当天累计游戏时长的统计,其中玩家累计游戏时长按"自然人"统计,即 统计同一身份证对应的多个华为帐号的游戏时长总和。²该措施实施以后,未成年用户在使用软件 时无法越过手机系统的统一时间限额,若任一软件使用时长达到最高限额,其他软件也将无法使 用。跨平台的游戏时长和其他娱乐时长统计有效限制了未成年人利用藩篱漏洞无节制地沉迷游戏。

(四) 打造内容聚合防护

^{1 《}抖音将实施最严青少年模式: 只能访问专属内容池 无法充值、打赏》.中华网财经. 2021年5月26日.

^{2 《}游戏防沉迷登录限制》.华为官网.

内容聚合模式早期用于网站整合同一主题以方便用户拓展内容阅读,应用到青少年模式中同样方便了未成年人在使用网络平台时高质量且高效率地获取信息。聚焦于目前市面上网络平台为未成年人打造的专属服务,可以发现多数网络平台聚合了大量的泛知识信息进行推广传播。腾讯QQ 在开启青少年模式以后,QQ 看点将不再无差别地推送社会新闻信息和其他娱乐化的短视频内容,而是聚合一系列趣味性的课程教学视频内容。用户同时也可选择设置当前的学习年级,享受定制化的信息内容服务。抖音也精选了教育类、知识类内容呈现在青少年模式的首页,并对青少年模式下的内容丰富度及数量级均进行了扩充。精选的青少年模式内容池包括教育益智性的课程知识和科普知识、生活实用技能、正向休闲等寓教于乐的精品内容。'这些经过一定条件筛选后被平台纳入投放的信息多为弘扬主旋律和正能量的知识科普,搭建成为了适合青少年阅读和观看的优质内容池。

在青少年模式信息聚合的专属页面当中,软件的部分使用功能也会受到限制。青少年模式下,大部分平台会关闭站内搜索、弹幕评论、内容分享、拍摄发布等功能,社交软件的私信聊天、关注等功能也往往被关闭。²爱奇艺、优酷等视频软件在开启青少年模式后无法查看和发送弹幕评论内容,微博也面向青少年关闭了热门搜索这一信息流。网络平台限制未成年用户使用功能的举措从途径上切断了未成年用户进行陌生人社交的潜在风险,减少了互联网平台上冗杂的不良内容和有害信息面向青少年输送的可能性。

五、"青少年模式"落实中的问题、陷阱与误区

(一) 技术困境: 平台难以预判用户身份导致实名制虚设

判断用户身份始终是未成年人保护中的痛点问题,有媒体指出,网络平台的防沉迷、防大额消费的未成年人保护机制仍不够完善,尤其是网络平台想直接判断屏幕前的用户身份十分困难,其中游戏充值更是未成年人消费的重灾区。

"南风窗"微信公众号 2020 年 12 月 17 日的报道中,将家长、企业与未成年人之间围绕游戏 充值的博弈称为"猫鼠游戏"。文中援引腾讯未成年人家长服务平台负责人陶金的介绍称,腾讯 公司自 2017 年就建设推出了未成年人游戏行为健康防护方案,其中"1.0 阶段"为限制用户的游 戏时间,并在 2018 年升级到了"2.0 阶段",接入公安权威数据平台校验,实行强制实名注册的

^{1 《}快手抖音升级"青少年模式" 实测: 无法充值打赏,有专属内容池》,南方都市报,2019年3月28日.

^{2 《}干货!"青少年模式"的五个维度+三组矛盾》.网络传播杂志微信公众号. 2021 年 6 月 1 日.

准入机制。然而,这种策略只能管住老老实实用未成年人身份实名注册的孩子,更多孩子可以通过父母的帐号登录与消费。1

2020年6月,腾讯在"3.0阶段"中开始应用人脸识别技术,在系统检测到异常后就会要求玩家输入身份证信息、刷脸,试图找出那些运用成年人帐号的未成年人。统计数据显示,未通过人脸核验的未成年人比例达到85%以上,但有技术人员表示,仍有一些被系统识别出来的疑似未成年人,一般是由家长帮忙刷脸通过了检测。此外,有技术人员指出已出现相关的黑产,未成年人在购买成年人身份的帐号时,会"免费帮忙刷脸十次"。因此"南风窗"在文中指出,对于互联网平台来说,技术手段并不能完全杜绝未成年人利用家长身份消费,解决这一问题需要全社会多方面的共同努力。²从上述媒体报道可以看出,即使像网络游戏这类未成年人保障技术手段多样的平台,依旧面临着难以判断用户真实身份的困境。而对于其他更为小众、缺乏监管的网络平台而言,对用户年龄进行较为完善的监管与甄别则更加困难。

(二) 监管困境:信息过滤"一刀切"导致模式不受欢迎

部分平台由于并未配备与服务规模相适应的专业人员和技术力量,或是为了节约信息过滤和信息审核的时间成本,只要发现不适宜青少年观看内容的相关敏感词汇,不看具体内容、发布主体,直接限流、屏蔽、删除甚至封禁帐号等现象时有发生。

在平台审核的过程中,有时会出现正常的内容因为一些词汇而被限流、屏蔽的情况。例如,微博知名科普博主@博物杂志 和@无穷小亮的运营者皆为现《中国国家地理》杂志社青春版《博物》编辑张辰亮,话题内容多与自然科学科普有关。然而在@博物杂志制作的科普视频系列"网络热传生物鉴定"中,其中一集曾因为"推粪球"和"蛇"等词汇被判定引人不适而被限流,引发该博主与网民"吐槽"平台审核机制是否过于严苛。平台方对网络信息进行筛选管理无可厚非,对于与青少年相关内容更会加强审核。然而,"一刀切"的内容审核方式有时会引起未成年人反感,导致其不愿意使用青少年模式。但在没有成年人的引导下使用普通模式,青少年就会完全暴露在不加过滤的互联网信息下,导致防沉迷、防大额消费等基础保护机制形同虚设。

^{1 《}未成年人游戏防沉迷:一个"猫鼠游戏"背后的社会问题》. 南风窗. 2020 年 12 月 17 日.

^{2 《}未成年人游戏防沉迷:一个"猫鼠游戏"背后的社会问题》. 南风窗. 2020年12月17日.



图: @无穷小亮的微博被限流 来源: 微博截图

此外,一些短视频平台在青少年模式下仅提供学习相关内容,过度限制了娱乐功能。据《南方都市报》报道,中国青少年研究中心少年儿童研究所所长孙宏艳曾对北京、深圳、南京、成都、沈阳、合肥 6 个城市的数千名四年级至高三的学生开展问卷调查。调查结果显示: 高达 81.8%的受访者认为青少年模式需要改进,还有 42.4%觉得"开启青少年模式会使上网不开心"。中国法学会会员部副主任彭伶在接受《南方都市报》采访时说: "许多 APP 的青少年模式非常干净,全部是学习、科普内容,偶尔一点趣味性的内容也是与学习相关的,基本没有放松减压的内容。"对此,她表示,短视频在减压方面有积极作用,青少年模式应考虑保留该功能。1

(三) 监护困境: 家长引导缺位导致家校协同管理不善

信息时代的家庭教育愈发强调监护者的主体责任。除了有效保障未成年人的衣食住行等基本权益外,有关媒介素养培养的主体责任开始显现。家长如何提升自我媒介素养,并在此基础上配合学校,重视、引导未成年人的媒介理念,成为关键问题。青少年使用互联网的主要场所是家庭,父母对未成年人的上网行为有着潜移默化的影响。事实上,很多未成年人经常会在没有家长陪伴和引导的情况下使用互联网。目前看来,各大短视频平台由于指纹识别、人脸识别等技术运用不足,无法针对性开启青少年模式。都只是单纯依赖独立密码保障青少年模式的有效性,然而,单一的独立密码并不能有效保障青少年模式的精准运行。

^{1 《}四成未成年受访者称用青少年模式不开心 专家:保留减压功能》南方都市报.2021年5月29日

例如,监护人开启青少年模式后,青少年可直接删除短视频平台后再重新下载安装,从而关闭青少年模式。各短视频平台重新安装后,无需登录,几乎都可以直接观看短视频。此外,青少年网民中拥有属于自己上网设备的比例达到 74.0%。手机拥有比例最高,达到 63.6%; 其次为平板电脑,为 24.0%。 请少年可以直接通过手机号码验证的方式修改密码。由此,青少年使用短视频平台可能并不需要获得监护人的许可,在这种情形下,青少年打开短视频平台,是否启用青少年模式全靠自觉。由此,家长监护应对青少年模式监管中缺失的部分进行补充。青少年能够健康上网应是政府、平台、学校、家庭协同管理的结果,任何一方缺失都可能会导致青少年在接触互联网的过程中受到不良信息的影响甚至伤害。

(四)司法困境:消费责任难以界定导致双方利益受损

除了上述原因之外,如何界定纠纷发生之后的法律责任也是未成年人进行线上消费后的主要问题。在直播打赏方面的纠纷早已受到媒体与专家的关注。2018 年央视《中国财经报道》节目列举了游戏充值、直播打赏等多种纠纷,有专家指出这些案例的共同点都在于,由于未成年人使用家长的帐号进行充值,在退款时难以确定相关款项确由未成年人支付。中国政法大学传播法中心研究员朱巍表示,例如在未成年人直播打赏案例中平台不给家长退款,家长需要首先证明"钱到底是谁打的",而平台在退款时也只能退自己收到的部分款项,家长还需要联系主播退款。²

那么具体应通过哪些方面界定责任?《中国青年报》报道称,斗鱼直播副总裁邓扬曾从企业角度指出,未成年人身份的确认是平台是否能进行退款的最重要一环,能够大概证实消费者是未成年人,平台就会部分退款。湖南省法学会卫生法研究会理事长王之宇表示,家长至少要给出两种证据,一是证明打赏行为由孩子独立完成,二是付费未经过监护人同意。32020年第23期的中国审判杂志中则给出了更详细的解释,其中表示当事人陈述与帐号使用情况的吻合程度是首要要点,如未成年人对主播的了解程度、打赏细节能和帐号互动、打赏记录互相印证,其次交易的行为特征如果符合未成年人的生活习惯、认知水平等也可作为印证。此外,家长发现孩子消费后双方的聊天记录、修改密码等行动也可作为证据的一部分。同时文中也指出,实际上未成年人消费纠纷中,也包括父母及其他监护人没有履行对个人信息妥善保管的义务,或未尽到对未成年人的监管教育职责,导致大额网络交易造成平台的损失。文章认为,强调平台责任具有一定的合理性,但对于已经采取了必要技术措施的平台来说,司法裁判中也需要考虑家长监护职责的履行情况,

^{1 《2019}年全国未成年人互联网使用情况研究报告》共青团中央维护青少年权益部、中国互联网络信息中心. 2020年 5月 13日

^{2 《}未成年人打赏网络主播纠纷频发 拿回退款为何如此困难》,央视新闻客户端,2018年11月27日.

^{3 《}寒门子弟打赏主播掏空家底 未成年人网游消费维权难》. 中国青年报. 2020 年 9 月 25 日.

防止平台承担过多责任。1

总体而言,这些专业意见说明,在证据充足的情况下家长一般能证实未成年人的消费事实并获取退款,然而不少未成年人消费案例中家长并没有获取、留存相关证据的手段与意识,自身在家庭教育与隐私保护方面也有一定的问题。例如在中青网的报道中就举例称,平台要求家长提供未成年人消费的"实质证据",这名家长反问: "你让我们怎么去找证据,在农村哪来的监控?"而对于网络平台来说可能存在保护机制上的漏洞,但因未成年人不理性消费也对其造成了损失。因此面对金额大、数量多的未成年人线上消费事件,需要在家长、企业双方均有一定责任与损失的情况下作出合理裁决,对于司法机关的判断能力提出了更高的要求。

六、总结与建议

很大程度上,目前我们已经进入一个屏幕无处不在的社会,游戏、直播、短视频都是不可违 背的技术发展趋势。尽管产生了诸多问题,但也有很多青少年在借助这些依托这些媒介进行线上 学习、了解多元文化、与同辈社交和共同成长等。因此,我们的目的不是禁止青少年使用这些渠 道,而是引导青少年实现线下与线上、学习和娱乐的平衡。因此,破除青少年模式失灵困局,需 要同时发挥作为实践主体的青少年的能动性,并辅以来自多方面的外部约束。也就是说,青少年 需要养成正确的用网习惯,互联网平台和行业协会在推动规范建立层面发挥重要的作用。同时, 需要监管部门对其施以硬性约束,并且家庭和学校提供软性支持,达到多管齐下的作用。

(一) 培养青少年正确的消费观和用网习惯

青少年沉迷互联网,一方面是因为互联网吸引力,但同时也可能是由于现实生活压力大而形成的不良解压方式,沉迷网络一定程度上和青少年自身的心理问题息息相关,**帮助其形成正确的用网习惯和消费观才是"治本之策"**。中国青少年研究中心公布的《中小学生短视频使用特点及其保护》调查研究报告显示,学习培训压力较为重、有话藏在心中、害怕孤独、心理状态上面有工作压力、对将来迷茫的青少年,应用小视频的頻率高些、時间更长。²如果说青少年模式是帮助青少年培育正确的用网习惯的外部约束,对青少年健康心理的培育则是以内化方式让其自主、自觉地认识和处理来自互联网的各种诱惑,达到"授人以渔"的效果。这需要多个社会主体参与其

^{1 《}互联网法治 | 未成年人网络充值、打赏相关法律问题探析》. 中国审判杂志. 2021 年 1 月 11 日.

https://xw.qq.com/amphtml/20210111A04L8C00

² 刘波: 《时评:丰富线下生活 远离短视频沉迷》.中国教育报.2021年6月3日.

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1701527856201937747&wfr=spider&for=pc

中,例如,监护人可以从青少年的角度出发,充分沟通,帮助其进行压力排解。学校应该设置心理健康课程,配备相应老师,对沉迷互联网的行为及时干预;在青少年的不良消费方面,监护人可以以平等和尊重的方式理解他们需要"氪金"的原因,并就消费的额度、范围进行充分地沟通,为其树立正确的消费观。

(二) 监管部门应出台细化指导意见

此前,已有诸如国家新闻出版总署的《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》、最高人民法院的《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见(二)》等多部相关政策文件出台,为厘清未成年人沉迷网络、非理性消费的责任认定点明了方向。随着未成年群体的网络使用与消费逐渐拓展至各个新兴平台,《未保法》所包含的监管范围也必将在未来不断扩展。在原则性法规的基础上,监管部门发表进一步的指导意见可以从以下几个方面入手:一是将保护未成年人与家长的利益放在首位,对未成年人与平台方的纠纷中需要提供的证据内容、网络平台退款的额度等内容进行明确规定;二是不能忽略互联网平台企业的利益保障,比如在法规中阐释哪些情况应该退款之外,也要说明什么情况不应该退款,防止个别人打着《未保法》的旗号恶意要求退款;三是需要考虑到一些网络商家通过平台与未成年人交易,帮助其绕过"青少年模式"的情况,区分商家的销售责任与平台的监管责任,明确判断过错方,严厉打击破坏"青少年模式"正常运行的黑色产业链,从而提升政策指导的可操作性。

(三) 行业内宜制定推行可操作性标准

针对新修订的《未保法》做出的改进,中国青少年研究中心少年儿童研究所所长孙宏艳对新京报贝壳财经记者表示,新修订的《未保法》具有更全面、更与时俱进、更具操作性与创新性四方面特点。孙宏艳认为,比较理想的未成年人保护模式应采用"1+N"的方式,在国家标准或行业标准的基础上由企业进行发展创新。「目前,虽然大多数平台都已经上线了青少年模式,但青少年模式的设置和运行仍然缺乏可操作性的评价标准。其中,由于在青少年身份识别、内容选择、传播推送等方面都缺乏操作性强的评价指标,使各平台在服务过程中存在"模糊地带",有时会出现一些"擦边球"内容。这些平台的青少年模式是否有效降低了互联网对青少年的不利影响,降到了什么程度,还存在什么问题,往往难以衡量,后续改进工作也就难以推行。所以,行业协会首先应该根据实际情况,在《未保法》的基础上积极牵头制定平台青少年模式的可操作性评价指

^{1 《}有法护航,如何构建未成年人网络环》.新京报.2021年6月2日.

标,才能够精准地诊断现阶段存在的问题,这是进一步完善青少年模式的基础。其次,在行业标准之上企业也应与时俱进,根据业务发展中的实际情况不断健全、创新青少年模式,为未成年人能够健康上网搭建好第一道保护屏障。例如随着未成年人接触到的境外音视频内容也越来越多,上文中提到的"儿童邪典片"等不良信息的渗透范围也在逐渐扩大。平台方也应对一些识别难度较高的关键词、内容要"早发现、早处理",并尽快完善对相关内容人工审核、机器识别的流程机制。

(四) 监护人和学校需积极承担责任

在青少年模式建设和完善的过程中,技术和资本密集的互联网平台往往被期待承担更高的社会责任,发挥主导作用。但是,处在快速成长过程中的青少年沉迷互联网、而青少年模式失效的原因是多种复杂因素的集合。要让青少年模式落到实处,家校协助青少年模式落实不可或缺。一方面,家长应该从放任青少年用网、被动接受青少年模式设定转变为更加积极的角色。不少平台的青少年模式失效的原因是部分家长与青少年"合谋",即家长默许青少年的不良用网行为、将支付密码设置过于简单、甚至帮助子女进行人脸识别和线上支付。家长可以通过注意个人支付密码、身份证等敏感信息的保护、积极利用网络平台提供的家长监护工具、合理控制未成年人的网络使用时长、内容与消费等方式,实现积极角色的转换。此外,父母首先要发挥自身的示范榜样作用,控制自己用网的时间和消费,起到表率作用。另一方面,学校要在监护人缺位时起到"查漏补缺"的作用。对于留守儿童等特殊群体,存在监护人的缺位或网络知识差距过大的问题,并且这些监护人可能出于对"缺失陪伴"的补偿心理,对孩子沉迷网络采取默认态度。目前,腾讯、网易等平台允许教师接入监护系统,教师也可以担负起一部分的管理责任,与家长及时沟通、共同管理。

研究团队: 人民网新媒体智库助理研究员 赵紫荆

人民网新媒体智库助理研究员 霍思铭

人民网新媒体智库见习助理研究员 朱雯琪

人民网新媒体智库见习助理研究员 尹李梅

智库研报

《智库研报》是由人民网舆情数据中心、人民在线和人民网新媒体智库打造的智库精品,以高端深度专题报告形式呈现。《智库研报》主要聚焦网络舆论生态、舆情风险评估与危机管理、互联网大数据与社会治理、融媒+新闻服务政务商务、数字政府与企业数字化转型、国际舆论和跨文化传播等领域重大课题。报告通过理论联系实际,挖掘深层问题,分析原因、预测走向,辅助领导干部观大势、谋大局、决大事,为准确研判与科学决策提供专业的参考依据。

人民网新媒体智库,依托人民网和人民在线重点打造的高端互联网智库,主要从事互联网大数据与国家治理重大课题调研、舆论环境风险评估、突发公共事件应急管理、政务舆情回应绩效评估、政务新媒体指数、企业品牌影响力指数、媒体融合与新媒体传播等领域研究。人民网新媒体智库定期推出智库报告、内参读物,发布蓝皮书和学术著作,举办高端智库论坛,入围"中国智库索引"(CTTI)首批来源智库(2017-2018),荣获由中国社会科学评价研究院颁发的 2018 中国智库资政建言"国策奖"。

人民在线作为"舆情领航者,数据国家队",是中国舆情行业的开创者、服务标准的制定者。近年来,人民在线不断强化"评价科技"的战略定位,致力于做最具公信力的大数据应用平台,成为推进国家治理体系和治理能力现代化水平提升的重要力量。

课题活动合作事宜,欢迎添加人民网舆情数据中心微信(ID: people yuqing)咨询。





人民网舆情数据中心官方微信公众号

(ID: yuqingpeople)

新媒体智库官方微信公众号

(ID: athinktank)