

在直播中吃灯泡,裸露肢体进行性挑逗;在短视频中说唱详细描述吸毒感受,爬上巡逻执勤的警车踩踏,传播“未成年人怀孕生子”……

近期,因大量传播挑战道德底线甚至触犯法律的内容,快手和今日头条旗下网络视频平台被主管部门责令整顿。

如此低俗的内容何以能大行其道?背后“推手”是什么?监管“落锤”后网络视频业将何去何从?

# 直播吃灯泡,说唱教吸毒 靠“吸睛”有平台估值数百亿

## 低俗恶搞打色情擦边球,青少年是主要受害者

不久前,在短视频平台快手上,通过“晒”早恋早孕的“网红”杨清柠和孩子父亲王乐乐吸引了上千万“粉丝”关注。一时间,该平台掀起了争当“全网最小妈妈”“全村最小妈妈”的风潮,并通过算法推荐功能推送给更多用户。

这并非快手首次爆出挑战公众道德底线的事件。在国内网络视频行业,这类乱象也比比皆是,给青少年带来的不良影响尤其令人担忧。

中国互联网络信息中心发布的一项统计报告显示,截至2017年底,全国共有网络视频用户近5.79亿,网络直播用户规模达4.22亿。团中央下属机构日前发布的一项调查显示,网络短视频的主要受众群体是青少年,搞笑逗趣是短视频吸引大批受众的最主要原因。

据记者调查,进行网络直播、发布网络短视频的人群,一部分是以此为职业,如网络主播等,以出位内容博得眼球进而赚取收入,另一部分则是出于新奇、炫耀等心理,折射出当下青少年生活方式单一、心理健康教育缺失、法律意识淡漠等问题。



## 靠“吸睛”有平台估值数百亿,沦为“低俗的搬运工”

记者调查发现,这些低俗恶搞的视频内容之所以能在网络空间大行其道,与平台的纵容不无关系。在资本的推动下,部分视频平台瞄准“流量就是收益”的盈利模式,在准入门槛和内容审核上降低要求。

据易观智库不完全统计,近三年中国短视频行业发生的投融资额累计超过136亿元。百亿资本进来了,自然要求回报。艾瑞咨询的研究报告显示,广告是现阶段短视频行业的主要盈利模式。2017年短视频市场规模达57.3亿元,同比增长184%。预计2020年短视频市场规模突破300亿元。此前有消息称,在今年完成新一轮融资后,用户规模最大的快手市场估值将达到百亿美元级别。

中国演出行业协会发布的报告显示,

2016年我国网络表演(直播)整体营收达到218.5亿元,平台数量250多家,用户规模34.4亿,网民总体渗透率达47.1%,其中30岁以下网民渗透率73.6%。

为了博取巨量广告收入,一些视频平台打着“算法中立、机器推荐”的旗号,但不制止违规账号的行为,反而通过重点推送、置顶显示等方式,对低俗内容采取默许甚至纵容的态度,被网民称为“低俗的搬运工”。

事实上,再先进的算法和技术,也需要价值观引领。快手CEO宿华近期表示:“算法的背后是人,算法的缺陷是价值观的缺陷。”

业内人士指出,监管重拳出击不仅让视频平台追逐的流量大幅缩水,更将影响其动辄百亿美元的估值,而后者对平台的持续融资和发展至关重要。

## 受利益驱使,网络直播成“脱缰野马”

在给人们带来全新娱乐体验的同时,网络直播因其野蛮生长、良莠不齐、乱象丛生,网络色情、暴力等不良信息,严重影响未成年人的身心健康。

“少数直播平台受利益驱使,不惜走低俗化路线,一些投资人士只看重眼球效应带来的经济效益,鼓励主播疯狂炒作,由此带来的无序竞争给网络直播的长远发展蒙上了一层阴影。此外,部分平台缺乏相关资质,违规开展新闻信息直播,这些也都严重扰乱了正常传播秩序。”全国人大代表、共青团安徽省委书记、党组书记孔涛分析了当前网络直播存在诸多问题的原因。

首先,从监管对象看,海量主体给监管带来难度。从主播数量上看,由于网络主播入门门槛低,导致群体迅速扩张,主播增速快于观众增速;从主播素质看,庞大的主播群体素质良莠不齐,而网络直播“以主播带动观众”的推广模式,导致部分主播为了吸引观众作出违规行为。

其次,从内容上看,网络直播的“信息实时传播”特征导致内容监管难以及时发现、全面覆盖。网络直播的本质是让用户与现场进行实时连接,受众与受众之间、主播与受众之间进行实时交流,是最真实、最直接的体验。因为其真实性,所以接下来会出现什么都是不可预料的,会给用户很大的想象空间和惊喜。但由于目前直播网站监管方式多为人工审核,很难做到及时发现、全面覆盖。

第三,从商业模式看,利益驱动平台责任不到位导致直播平台难以自律。从收入角度看,网络直播行业尚未形成成熟的盈利模式,大部分平台依然停留在用户为主播购买虚拟礼物、平台抽成的模式,同质化竞争严重。从成本角度看,除了视频存储、带宽、平台加大审核所需的人力、资源等成本开支之外,签约主播也是一项巨大的开支。因此,资金储备不足、缺乏竞争力的平台为了不被市场淘汰,往往对主播的审核比较宽松,甚至纵容部分主播一些“打擦边球”的违法违规行为。

此外,从监管角度看,联合执法的监管机制不健全,统筹协调不够。网络直播作为典型的“互联网+业务”,具有融合性、跨区域及主体多元化的特征,客观上要求网络直播涉及的多个细分行业管理部门加强部门间协同监管、属地化协同监管及市场主体共同参与的社会协同治理。

“但目前各监管部门仍处于各自为战的局面,缺乏总体统筹,行业自律虽取得初步进展,但用户、行业组织仍未真正参与进来并发挥作用,社会协同治理仍需进一步完善。比如,网络直播涉及消费者权益保护要联合工商管理部门,涉黄等问题要联合文化部门,涉赌或危害国家安全的要联合公安部门等。”孔涛说。

综合新华社、央广网、法制日报、中国青年网、南方都市报