

● 聚焦「短视频领域恶意营销乱象」系列报道之三

起底低俗短视频的流量密码

专家认为, 阻断「软色情」短视频传播需多维共治

要点提示

- 大量“软色情”等低俗短视频不断侵蚀公序良俗, 加剧“身体被物化”的倾向。此类视频尤其容易影响未成年人的价值观, 可能导致他们形成错误的认知。
- 在户外对陌生路人进行语言、肢体骚扰, 跟拍甚至偷拍, 未经对方允许, 将视频放到网络上等行为, 涉嫌违法, 可能侵犯他人隐私权、肖像权、名誉权等多项权利。
- 遏制低俗短视频的产生和传播需结合法律规制、技术治理、公众监督等多维度手段。

么时候骚扰女性成为逗乐的事情”。记者调查发现, 此类“街头搭讪”“撩妹”等为噱头的“软色情”短视频不在少数, 其中不乏大量违背公序良俗的行为。

记者搜索“搭讪”“约会”“两性”“情感”等关键词发现, 大量视频以游戏之名进行索吻、搂抱等。不仅如此, 带有诱导性动作、话语“擦边”内容的视频也很有市场。记者搜索“美女”“性感”“女朋友”等关键词, 出现大量“擦边”视频。在某个拥有近40万粉丝的博主账号中, 其中发布的多个视频标注“男友精力旺盛时”“躺在男友腿上测试反应”等性暗示文字, 视频中有明显较为亲密的动作。另一个有着480余万粉丝的博主, 其多个视频穿着暴露, 凸显性感部位, 存在性暗示动作。

目前, 已有多个视频账号因违背公序良俗被网信部门处理。今年5月30日, 账号“品人续往事”“大自然的搬运工”“都市景观”“小王同学”等, 因发布在商场、地铁等公共场所偷拍的视频, 配文中故意关联“软色情”内容, 诱导用户低俗互动评论, 均已被依法依约关闭。

不仅违背公序良俗, 还可能涉嫌侵权

依据网络安全法, 任何个人和组织使用网络应当遵守宪法法律, 遵守公共秩序, 尊重社会公德。其中明确规定不得利用网络从事传播暴力、淫秽色情信息, 侵害他人名誉、隐私、知识和其他合法权益等活动。

那么, 传播“软色情”的低俗视频是否违法? “软色情”短视频创作者承担的法律责任需要根据个案情况予以分类判断: 如果视频内容存在显著色情淫秽内容, 创作者则可能构成犯罪。“北京航空航天大学网络空间国际治理研究中心副主任赵精武表示, “擦边”内容构成低俗诱导等, 创作者的行为更可能违反治安管理处罚法的规定, 应当承担行政拘留、罚款等行政责任。

“在户外对陌生路人进行语言、肢体骚扰, 跟拍甚至偷拍, 并未经过对方允许, 将视频放到网络上等行为涉嫌违法, 可能侵犯他人隐私权、肖像权、名誉权等多项权利。”中国政法大学副教授、北京市法学会电子商务法治研究会副会长朱巍指出。

这类带有低俗、“软色情”元素的短视频猖獗, 引发了青少年家长的担忧。“他们所谓的‘护送’‘搭讪’不过是性骚扰的借口, 真正目的是制造噱头, 吸引流量。但这些行为对未成年人的是非观影响很大。”短视频用户肖女士向记者表示, 自己10岁的儿子偶尔会刷到此类短视频, 她担心孩子会将短视频中的骚扰行为误以为是正常两性相处方式, 影响其价值观, 甚至会触犯法律。

“大量‘软色情’等低俗短视频不断侵蚀公序良俗, 加剧‘身体被物化’的倾向。”西南政法大学民商法学院教授张力认为, 此类视频尤其容易影响未成年人的价值观, 可能导致他们形成错误的认知, 将“性感暴露”与高

经济收益挂钩, 把收益增长等同于社会认同, 甚至是自我实现的方式, 陷入“自我物化”的困境。

为何“软色情”会与经济效益挂钩? 究竟是谁让此类元素成为流量密码? 张力认为, 部分短视频用户倾向于点击猎奇、审丑或带有性暗示的内容, 因为这类内容更容易引发他们的瞬时情绪反应。由于“软色情”内容能带来更多用户停留时长, 部分平台会默许其存在, 甚至通过算法给予流量倾斜。

记者下载了某短视频App, 注册新账号后以“擦边”“猎奇”等关键词进行搜索, 在观看点赞相关短视频后, 接连几天打开该短视频平台, 无需搜索关键词, 平台会自动推荐热播、暴露着装、猎奇的视频。

“另一方面, 部分违规视频发布者刻意躲避平台内部管理措施, 如在深夜发布大尺度短视频等, 使得平台难以在第一时间予以限制。”赵精武认为, 部分MCN机构(即网络信息内容多渠道分发服务机构)为了牟利推波助澜, 使越来越多的主播等从业者更愿意选择“软色情”这种回报率高的内容制作短视频。

合力破解低俗内容标准界定问题

“软色情”、恶俗表演等视频流量颇丰, 但是监管却呈现出滞后性, 原因何在?

北京航空航天大学法学院副教授王天凡指出, 对于低俗短视频, 法律与监管的困境在于, 法律界定模糊, 低俗标准难以量化, 法律禁止低俗内容, 但具体标准, 如什么是“软色情”、怎样算恶俗表演等, 只能依靠主观判断, 导致执法尺度不一。且低俗内容常通过隐喻、方言、剪辑规避智能审核。在接到用户举报后, 由于平台审核的滞后性, 导致低俗内容已被大量传播。

“如果‘软色情’短视频明显属于淫秽色情视频, 二次传播者有可能因传播淫秽物品罪被处罚。但是, 由于大多数‘软色情’短视频都在擦边球, 难以直接认定二次传播者构成刑事犯罪。相应地, 二次传播者的行为更可能面临罚款等责任。”赵精武表示。

依据《互联网信息服务算法推荐管理规定》, 算法推荐服务提供者应当坚持主流价值导向, 优化算法推荐服务机制, 积极传播正能量, 促进算法应用向上向善。遏制低俗短视频的产生和传播需结合法律规制、技术治理、公众监督等多维度手段。

王天凡提出: “首先, 应明确标准。其次, 要强化平台责任, 比如, 激励、敦促平台训练多模态人工智能识别系统(包括识别语音、画面、弹幕等), 提升对隐喻内容的敏感性; 再比如, 对反复违规、未及时适当处理的平台进行处罚。再次, 建立跨平台信息互通机制, 建立行业数据库, 设置创作者信用制, 对累计违规、屡次违规者予以封禁, 并限制其账号主体的跨平台注册。”

张力建议, 针对低俗内容标准界定的问题, 建议由监管部门牵头, 联合平台、行业协会共同研讨, 制定网络低俗内容判定标准, 并通过发布具体案例, 进一步明确“软色情”等内容的违规红线; 针对平台治理意愿低的问题, 可以通过出台明确法规, 要求平台加强“身份认证+内容过滤”机制, 并通过算法为未成年用户群体自动屏蔽高风险内容, 同时优化算法逻辑, 降低“擦边”内容的推荐权重; 对怠于履行治理义务的平台进行更具刚性和针对性的监管。

“网络平台还需要严格落实网络实名制, 违规视频处置机制、黑名单机制等, 避免创作者、MCN机构通过更换马甲等方式躲避平台内部管理措施。”赵精武提出, 在发现性暗示等违规视频后, 平台应当及时采取屏蔽、封禁等措施。同时, 用户也应自觉抵制低俗短视频的侵袭, 及时举报、投诉违法违规的短视频。

全国人大代表陈玮建议 打造更具辨识度的未检品牌

代表委员 检阅

本报讯(记者余颖凌 通讯员汪琴)“检察机关要充分利用未成年人司法保护中心办案帮教、法治教育和品牌宣传的功能, 打造具有辨识度的未成年人综合司法保护品牌。”日前, 全国人大代表、浙江省衢州市中医医院副院长陈玮在参观调研衢州市检察机关“浙里花开·彩虹”未成年人综合司法保护中心时, 对检察机关高质效做好未成年人司法保护工作予以肯定。

陈玮一直关注未成年人司法保护工作。“我了解到, 2024年, 衢州市检察机关出台了《不起诉涉罪未成年人专门教育实施办法(试行)》, 对涉罪未成年人开展专门教育的入学标准、提请程序、帮教方式、家校合作、检察监督等5项内容进行规范, 全链条、多层次参与专门学校建设。”陈玮说。

为加强协作, 衢州市检察机关与江西玉山、安徽黄山等地检察机关就共建未成年人保护协作圈达成一致意见, 建立三省四县未成年人检察工作协作机制, 有效解决地域相邻、涉案人员交叉



5月30日, 陈玮代表(左三)在衢州市检察机关“浙里花开·彩虹”未成年人综合司法保护中心调研。

以及未成年人异地帮教等诸多问题, 构建起未成年人司法领域合作新格局。

“期待检察机关继续加强区域协作, 在未成年人犯罪防治, 推动构建家庭、社会、专门机构闭环管理机制等方面发挥更大作用。”陈玮表示。

行车中弹窗广告突袭, 安全隐患须及时“刹车”

法眼观察

□ 潘若曦

某品牌新能源汽车车主刘先生在一次行驶途中, 车机系统忽然以弹窗形式推送了一则推荐购车可享积分的“广告”。由于弹窗遮挡了大半个屏幕, 刘先生难以看清导航信息, 导致错过高架桥出口, 无奈点击“取消”后绕路行驶。事后, 经刘先生联系4S店投诉, 车企停止了相关弹窗推送(据7月2日央视网报道)。

其实, 车机系统弹窗广告影响司机驾驶的情况并非个例。据中国汽车流通协会统计, 2024年涉及车机广告的投资数量同比增长210%, 成为仅次于电池安全的第二大维权焦点。弹窗广告为何引发众怒? 究其原因, 在于车机系统弹窗广告过度侵入, 已经严重影响驾驶安全。

车机屏幕与手机、电脑屏幕不一样。在行驶过程中, 弹窗广告会直接遮

挡行车重要信息, 容易造成驾驶员的误操作。而且, 弹窗广告突然霸屏, 需要手动点击才能关闭, 如果不慎点击到广告本身, 还有可能跳转到其他页面。这些操作都可能让驾驶员分神分心, 增加驾驶风险和交通安全隐患。

对于弹窗广告, 广告法、《互联网广告管理办法》、《互联网信息服务推送服务管理规定》中均有明确规定, 利用互联网发布、发送广告, 不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告, 应当显著标明关闭标志, 确保可以一键关闭。而且, 一些车企在消费者购车时并未告知会有广告推送, 侵犯了消费者的知情权和选择权。如果因弹窗广告影响驾驶而产生了交通事故, 根据民法典的过错责任原则的相关规定, 相关车企也要承担相应民事侵权责任。

话说回来, 车企纷纷用弹窗广告来抢占车机屏幕, 也正是因为看上了这块寸空间的商业价值。车机系统能够获取车辆位置、行车轨迹、剩余电量或油量等许多与车辆有关的数据, 进而完美匹配广告场景, 增加车企的收益。而且随

着技术的不断更新, 将来车机系统商业潜力更加不可小觑。目前车机广告并无规范, 车企在探索商业模式时难免激进, 出现侵犯消费者的行为。

如此看来, 治理车机屏弹窗广告乱象, 仅靠企业自觉自律恐怕动力不足, 明确的制度规定必须跟上。此前, 备受观众诟病的电视开机广告, 就是在消费者的呼声之下, 被国家广播电视总局开出全面取消的禁令。车机弹窗广告如何处理更为妥当? 一刀切要求从重要行车信息屏幕中全面取消, 让车企少了一块利润丰厚的广告位, 似乎有些苛刻, 毕竟非行车时段还有安全做广告的合适时机, 一些事关车主的“车企关怀”信息也并非毫无作用; 而允许播放广告, 如何确保各家车企合理设定安全投放时机、规范弹出形式以及设置用户取消程序, 也需要统一管理水平和执行力度。

车机弹窗广告的走势, 还需要相关部门进行科学调研, 依法作出规定。但至少有一点非常明确, 不能影响安全驾驶是底线。车载智能系统, 首先要保障的是行车安全, 而非商业收益。

这个“手机发烧友”干的是犯法的事

非法改装、销售具有窃听功能的手机, 一男子获刑受罚

案讯点击

本报讯(通讯员杨蓓 魏金) 案发后删除境外通信软件记录, 到案后矢口否认改装涉案手机, 还自称只是“手机发烧友”。面对被告人“零口供”, 江苏省句容市检察院通过引导侦查取证, 形成严密证据链条, 成功指控犯罪。

2024年8月, 句容市公安局在一次专项行动中查获一部通过网络销售的具备窃听、窃照功能的改装手机。经技术检测, 涉案手机上提取的生物样本与李某的DNA信息相符。公安机关随即对该手机物流寄递信息进行溯源追踪, 并将李某抓获归案。民警在李某的工作室查获了二手手机、电烙铁、喷火枪等作案工具及他人身份证件。

办案民警发现, 李某具有极强的

反侦查意识。经查, 李某利用境外平台发布具有窃听等功能的手机广告引流。找到买家后, 李某冒用他人身份信息, 用茶叶盒伪装, 以货到付款方式寄送具有窃听功能的手机。案发后, 李某迅速删除相关境外通信软件记录。

经鉴定, 涉案手机可实现隐蔽拍摄, 其技术特征完全符合国家关于“微型针孔式摄像装置及使用该装置的器材”以及“微型语音信号拾取或录制器材”的认定标准, 系窃听、窃照专用器材。

如何证明非法改装手机与李某有关? 怎样达到证据确实、充分的标准? 依法介入侦查后, 承办检察官经阅卷发现, 缺少寄件人曾某这一关键信息, 遂引导侦查机关重点查明: 曾某身份、住址、与李某的关系以及曾某的身份为何被李某持有等情况。

警方通过查证资金流向, 查明李

某销售的非法改装手机共收入2.2万元。2024年12月, 句容市检察院以李某涉嫌非法生产、销售窃听、窃照专用器材罪向法院提起公诉。

庭审中, 面对李某的无罪辩解, 早有准备的检察官围绕争议焦点精准发问: “既然你说和曾某是男女朋友关系, 请说出她的出生年月、家庭住址?” “用曾某身份寄出的手机都是你改装的吗?” 李某编造的谎言在检察官的追问下漏洞百出。检察官随即出示证据: 曾某证言证实其与李某素不相识, 身份证曾丢失; 快递转账记录与涉案快递信息完全对应, 并得到快递员的证言及辨认笔录的相互印证。

今年3月, 法院一审以非法生产、销售窃听、窃照专用器材罪判处李某有期徒刑一年六个月, 并处罚金1万元。李某不服一审判决, 提出上诉。日前, 法院作出二审裁定, 驳回上诉, 维持原判。

□ 本报记者 何慧敏
见习记者 谢思琪

近期, 以“街头搭讪”“撩妹”等为噱头的短视频频频网络。有的博主对陌生路人进行语言、肢体骚扰, 有的诱导受访者口述隐晦色情内容。在短视频标题、配文中故意关联低俗、“软色情”字眼或话题; 在内容中呈现低俗声音、暴露着装、诱惑动作等, 刻意制造性暗示、性挑逗氛围诱导用户低俗互动。

低俗、“软色情”短视频为何成为引流“法宝”? “擦边”内容如何杜绝? 为此, 记者进行了调查采访。

大量“软色情”短视频充斥网络

近期, 一些以“深夜护送100个陌生女孩回家”为标题的短视频, 引发网友热议。在部分视频中, 博主在街头随意挑选陌生女子搭讪, 并提出送对方回家, 添加联系方式等, 对方表示拒绝后仍穷追不舍, 并口出低俗、诋毁之语。

针对此类视频, 不少女性网友表示愤怒, “以护送女性为名公然行骚扰之事”“什



张元君/制图

挑战深夜护送100个陌生女孩回家, 老铁们负责点赞, 我负责抓“老婆”回家

大学生实习“避坑”指南

2025年6月下出版
欢迎订阅或单期邮购

方正方圆 FANGYUAN MAGAZINE

实习陷阱
付费实习, 靠谱吗?
大学生实习“避坑”指南

三种汇款方式可订阅: 1. 邮局汇款 2. 银行汇款 3. 微信支付 电话: 010-86423176 联系人: 陈萌萌

广告

探索法治新视野

2025年度《方圆》火热征订中

方正法度 圆融情理

本刊自办发行 您可以通过以下两种方式订阅《方圆》杂志

1. 银行汇款
开户银行: 中国工商银行北京永定路支行
户名: 方圆杂志社
账号: 0200 0049 1920 0569 872

2. 扫码订阅