

儿童邪典视频 来自成人世界的恶意？

22日,迪士尼经典卡通人物“米妮”在好莱坞星光大道印上属于自己的那颗星。然而,在某一个阴暗的角落,有一些人正披着“米妮”的外衣,用充满暴力、血腥和色情的改编“动画”荼毒着电子设备前的孩童。腾讯视频23日回应新华社记者采访证实,截至当天,腾讯下架涉儿童“邪典”原视频1464条,对23万余存疑视频作批量下架处理,对53万余条视频撤回复审,封禁恶意账号621个。相关视频的清理工作还会持续进行。

技术难以完全鉴别

同样来自迪士尼的“艾莎公主”是“儿童邪典视频”里出现频率最高的人物之一。

近两年,国外知名视频网站“优兔”(YouTube)曝出“邪典视频”,被媒体称为“艾莎门”。

这些视频情节简单粗暴,多在手机和平板电脑客户端上播放。美国媒体认定,视频由成人制作,目标瞄准不太识字、极易受画面影响的学龄前儿童。

试想,一个三四岁的孩子看到艾莎公主做开颅手术,会对心理造成什么影响?

颇具迷惑性的是,这些动画大多配以欢快音乐和儿童笑声,上传者把视频标签定为“卡通”“教育”等,与正常动画视频混杂在儿童频道中。除非家长“一陪到底”,否则粗看之下难以发现异样,防不胜防。

“优兔每分钟上传的内容达到300小时,一秒一秒地审查每部视频不可能,”美国技术伦理学者戴维·波尔格22日接受记者采访时说。

“为简化流程,优兔等主要平台结合使用人工智能工具、用户报告和版主。然而,不少家长可能会想当然地认为,优兔儿童频道等完全由人工挑选并审查。坏人正是利用这个漏洞,故意把不良内容标记为看似适合儿童的内容。”

长期从事儿童发展心理学和早期教育研究的心理咨询师高璇告诉记者,在画面、声音和文字三种传播途径中,低龄儿童是最易受画面影响的,因为从儿童发展心理学来看,孩子一直到八九岁,都是“画面处理信息优先”。

高璇说,画面带来的影响,在孩子记忆中储存的时间比文字和声音都要长。孩子因为无法理解 and 处理看完恐怖画面后产生的害怕、焦虑情绪,常常出现睡眠障碍。

“‘艾莎门’欺骗性地让儿童、家长和管理工具相信它们是‘儿童友好型’内容,让人相当不安,”波尔格说,“儿童在观看他们喜爱的卡通形象作出猥亵或暴力行为后,可能遭受心理创伤。”

更让人心惊胆战的是,在“算法”推波助澜下,只要不慎点开类似视频一次,后续视频



就会源源不断推送至用户。“艾莎门”曝光后,“优兔”迫于各方压力,去年11月宣布删除超过15万个视频。

来自成人世界的“恶意”？

这些“精神垃圾”早已大规模流入国内,优酷、爱奇艺等国内高流量视频网站的儿童频道纷纷中招。更有甚者,包括动画及真人的“本土”视频已然出现,部分视频甚至有儿童出境,一些视频点击量颇高。

有网友在社交网站上写道,这些视频饱含来自成人世界的“恶意”。网络平台行业人士认为,恐怕不止“恶意”这么简单。“儿童邪典视频”的背后,潜藏一条外人难见的利益链条。

国内外视频网站通行规则是,只要视频点击达到一定数量,网站就会自动在视频开头或中间插入“贴片广告”。只要用户打开视频,广告就会自动播放,视频上传者由此获得广告收入分成。

在一片争议中,一些国外广告商发现自身广告出现在“儿童邪典视频”上,与品牌定位相悖,开始暂停向优兔投放广告。

压力之下,优兔总裁苏珊·武伊齐茨基去年12月宣布,将投入更多人力筛查视频内容。2018年,优兔所属谷歌公司的内容审核人员将增至至少1万人,同时开发新的人工智能算法,与儿童安全机构合作。

国内,全国“扫黄打非”办

公室22日说,已部署开展深入监测和清查。多个网站也开始自查和清理相关内容。

腾讯视频表示,已第一时间成立了集运营、安全、技术等在内的专项清理小组,北京、成都、深圳三地联合,投入超过100人,24小时不间断处理有害视频,并且与其他视频网站保持紧密联络,共享关键字和有害样本。

腾讯视频认为,此次“儿童邪典视频”在国内呈现总量大、分布广、密集上线、变种类型多等特点,大部分上传账号多为个人账号和搬运类账号,一些搬运账号有上传热点以吸引点击的动机。不过,如此大规模的集中爆发,涉及账号较多,还需要进一步分析和调查。

目前,腾讯已采用音视频指纹、ES搜索等技术,以快速处置有害视频。“针对少儿内容,我们将重新制定审核标准和尺度,运用人工智能(AI)学习有害的视频样本,打击后续有害内容的上传和传播。”

当然,清扫“精神垃圾”,监管刻不容缓。不仅要对他触犯法律的行为绝不手下留情,各网络平台也需切实履行主体责任。

除此之外,对孩子们来说,最关键的依然是家长的陪伴。

发现孩子看过怎么办？

高璇说,如果发现孩子看过“毒动画”,家长也不必过于

恐慌,因为风险是可控的:

首先,如果家庭中平时沟通氛围较好,孩子看到自己没有见过的画面时,通常会询问家长‘这是什么’,引起家长警惕;

第二,媒体中的暴力色情画面让孩子产生恐惧焦虑后,只要家长及时和孩子沟通,并不会产生久远的心理影响;

第三,德国有研究发现,媒体视频中的暴力行为,极少导致儿童出现模仿行为,也不会直接增加受暴力和性犯罪者侵害的风险。

那么,如果家长发现孩子接触过此类视频,家长应如何处理?

高璇建议,首先一定要先关注孩子是否有恐惧情绪,多陪伴孩子,比如和孩子一起睡觉,夜间留一盏灯,同时询问孩子感受,告诉孩子“如果遇到让自己害怕的事情应该怎么做”,如调整呼吸、向父母倾诉等,既转移孩子对恐怖画面的注意力,一方面也借机教给孩子正确面对恐惧的方法。

家长也可以通过带孩子欣赏美好画面来驱逐、替代丑恶画面在孩子心中留下的印象,比如画面优美的绘本和视频,也多带孩子到户外游玩。

有一点需要注意:这类丑恶视频虽不堪入目,但也可能会激起孩子的好奇心,让孩子“又害怕又想看”,所以家长需要态度严正地“立规矩”,“明确告知孩子这类视频不能看,如同告诉孩子‘不能喝酒’。”/新华社

文化部门严查 网游违规经营

保护未成年人健康成长

据悉,文化部近期指导北京、黑龙江、江苏、浙江、福建、海南等地查办网络游戏重大案件15件。文化部公布了其中较为典型的六起案件:

常州风云网络信息技术有限公司国产网络游戏上网运营之日起30日内未按规定向国务院文化行政部门履行备案手续案。常州市文化广电新闻出版局执法人员登录“乐翻天游戏”网站进行检查时发现,该网站经营了三款网络游戏,且均未备案,常州市文化广电新闻出版局依法责令常州风云网络信息技术有限公司改正,并给予当事人罚款的行政处罚。

南京智力网络科技发展有限公司未要求网络游戏用户使用有效身份证件进行实名注册案。南京市文化广电新闻出版局执法人员对“7637游戏网”进行执法检查时,发现该公司所提供的网络游戏中未要求用户使用有效身份证件进行实名注册,并保存用户注册信息,其行为违反了《网络游戏管理暂行办法》第二十一条的规定,给予其罚款的行政处罚。

厦门喵星科技有限公司未要求网络游戏用户使用有效身份证件进行实名注册案。厦门市文化市场综合执法支队执法人员执法检查时发现其未要求网络游戏用户使用有效身份证件进行实名注册,并保存用户注册信息,厦门市文化市场综合执法支队依法责令厦门喵星科技有限公司改正,并给予罚款的行政处罚。

北京金刚游科技有限公司以随机抽取等偶然方式,诱导网络游戏用户采取投入法定货币或者网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品和服务案。根据12318文化市场举报平台线索,北京市文化市场行政执法总队对手机游戏《仙剑奇侠传五》进行了执法检查,发现其官网及相关页面都没有对随机抽取概率进行公示,存在“以偶然方式诱导网络游戏用户采取投入法定货币或网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品和服务”的违规行为,北京市文化市场行政执法总队依法责令北京金刚游科技有限公司改正,并给予其罚款的行政处罚。

海南元游信息技术有限公司以随机抽取等偶然方式,诱导网络游戏用户采取投入法定货币或者网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品和服务案。执法检查时发现《青云诀》手机游戏以随机抽取等偶然方式,诱导网络游戏用户采取投入法定货币或者网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品和服务,海南省文化市场综合执法总队依法责令海南元游信息技术有限公司改正,并给予其罚款的行政处罚。

上海硬通网络科技有限公司违规经营网络游戏案。按照文化部督办要求,上海市文化市场行政执法总队对《龙纹战域》等多款网络游戏进行执法检查,发现上海硬通网络科技有限公司存在国产网络游戏在网上网运营之日起30日内未按规定向国务院文化行政部门履行备案手续等。

/新华社

相关新闻

网游《使命召唤》被侵权案一审落槌 原告获赔60万元

认为对方将译制电影取名“使命召唤”,侵犯了自身的合法权利,《使命召唤》系列游戏权利人、“使命召唤”商标权人动视出版公司将华夏电影发行有限责任公司等告上法庭,要求停止侵权、公开声明消除影响,并诉请赔偿经济损失200万元及维权合理开支70万元。

上海市浦东新区人民法院日前对此案作出一审判决,华夏公司立即停止侵权及不正当竞争行为,赔偿原告经济损失及维权合理开支共60万元,并

登报消除影响。

动视公司诉称,其系全球规模最大互动娱乐软件开发商之一的动视暴雪的重要组成部分,是全球最知名的互动娱乐软件开发商之一。《CALL OF DUTY/使命召唤》系其开发的知名电子游戏,自2004年1月开始在中国进行宣传、经销和发行,广受市场认可。

2013年,原告在中国国家商标局于第41类服务及第9类商品上分别注册了两项“使命

召唤”商标。

原告发现,涉案电影“使命召唤”于2015年9月间在全国多家影院上映,华夏公司系该电影发行方,长影公司系译制方。该电影及其海报、预告片等同时还在聚力公司运营的PPLIVE等网站上播放。

动视公司认为,各被告未经许可将原告的注册商标用作电影名称,构成对原告注册商标专用权的侵害。同时,“使命召唤”属于知名商品特有名称,华夏公司和长影公司擅自将

“使命召唤”用作涉案电影的中文名称,导致相关公众的误认,构成不正当竞争。

浦东法院审理后认为,被告华夏公司为吸引观众以获得高票房收入,未经原告许可,故意攀附原告游戏名称的知名度,擅自将“使命召唤”作为电影名称使用,并通过发布预告片、海报、微博等形式进行大量宣传,使相关公众产生混淆,构成擅自使用知名商品特有名称的不正当竞争。由此,法院作出一审判决。/新华社