www.shfzb.com.ci

列出 21 类 100 条具体 "红线"

短视频迎来审核新规

检察院录制短视频, 以直实案例讲行普法官 传; 医生通过科普短视 频, 用几分钟时间纠正 "养生谣言" ……短视频 已融入人们日常生活的方 方面面,如何对其有效监 管、避免"野蛮生长"成 为一道必答题。中国网络 视听节目服务协会日前发 布《网络短视频内容审核 标准细则》 (2021) (以下简称 2021 版《细 则》). 列出 21 类 100 条 具体"红线",为平台审 核短视频提供了更直观、 可执行的依据。



监管手段与时俱进

根据中国互联网信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2021年6月,中国网民规模达10.11亿;短视频用户规模为8.88亿,占网民整体的87.8%。数据显示,2021年3月,短视频应用的人均单日使用时长为125分钟。

在网络短视频迅猛发展的背后, 种种行业乱象不容忽视:短视频侵权 成为知识产权问题的新表现;未经过 滤的劣质内容污染网络空间;"流量 变现"之风盛行,不良广告营销损害 用户利益等。相关部门和短视频平台

业内人士认为,2021版《细则》

为网络短视频审核提供具体依据。其

中第54条规定,短视频节目等不得出现"展现'饭圈'乱象和不良粉丝文

化,鼓吹炒作流量至上、畸形审美、

狂热追星、粉丝非理性发声和应援、

明星绯闻丑闻"的内容。专家指出,

该条内容配合了中央网信办此前开展

的"'饭圈'乱象整治"专项行动,是

在短视频领域打击"饭圈"乱象的一

2021 版《细则》在第 93 条规定,短视 频节目等不得出现"未经授权自行剪

对于备受业界关注的版权问题,

记重拳

在强化监管和内容审核时,一度缺乏可供 参考的统一标准。

据中国网络视听节目服务协会介绍,《网络短视频内容审核标准细则》自 2019年初发布以来,已成为各主要网络视听平台加强节目内容审核管理的基础性制度文件。2021版《细则》对 2019版《细则》进行了全面修订,对原有 21 类 100 条标准进行了与时俱进的完善。

业内人士分析,针对备受公众关注的 短视频泛娱乐化、低俗庸俗媚俗,以及泛 娱乐化恶化舆论生态、利用未成年人制作 不良节目、违规传播广播电视和网络视听 节目片段、未经批准擅自引进播出境外节目等典型突出问题,2021版《细则》为各短视频平台一线审核人员提供了更为具体和明确的工作指引。

"2021版《细则》出台有其必要性。" 无锡数字经济研究院执行院长吴琦接受采 访时指出,一方面,随着短视频成为主流 传播渠道和重要传播方式,过度追求流量、 泛娱乐化、盗版侵权等行业乱象亟待整治, 这是促进短视频行业健康持续发展的必然 要求。另一方面,随着技术发展,网络短 视频领域的新业态新模式大量涌现,相关 监管标准也要适应行业规范发展的新需求。

平台要当好"守门人"

切、改编电影、电视剧、网络影视剧等各类视听节目及片段"的内容,引发行业热议。

青年剧作家、导演向凯告诉记者,目前部分网络短视频平台依然充斥着大量涉嫌侵权的二创短视频。一些所谓"创作者"还对原作品进行恶搞和低俗解说,以博人眼球、追逐流量,对原作品的内容价值造成伤害。"行业协会针对该问题出台严格的审核标准,影视传媒界喜闻乐见。"

据悉,中国网络视听节目服务协会现有会员单位700余家,包括主流媒体机构、影视节目制作公司、视听节目服务机构等,覆盖了网络视听行业全产业链。该协会指

出,2021版《细则》出台将进一步提高短视频平台对网络视听节目的基础把关能力和水平,促使平台当好内容"守门人",清朗网络视听空间。

在吴琦看来,2021版《细则》作为提升行业自律性的规范文件,虽然不具有法律强制力,但其主要依据源于国家相关法律法规,且涉及网络视听行业主要机构和单位,仍有较大的约束力。在当前加强数字经济治理的大背景下,2021版《细则》将通过加强对短视频创作者及相关平台的监管,在更好地满足人民群众文化需求的同时,促进短视频行业创新商业模式,更好地服务于经济社会发展。

以正能量吸引高流量

审核标准细则已出台,如何落实是关键。短视频的高传播、低门槛及传播海量 法律化、碎片化、便捷化等固有特征,给监管 责;带来了难度。 频创 专家指出,除了要与时俱进创新监管 传播

专家指面,除了安与时间近回新监督 手段、严惩违法违规行为外,更需要参与 短视频经营的相关责任主体行动起来,做 好相应审核、引导工作。

纵观近年来能迅速传播的"爆款"短视频:点赞防疫期间坚守岗位的"白衣天使",记录消防员逆行的"最美背影",歌唱普通人真挚的亲情与爱情,分享干货满满的生活工作小技能……往往都以正能量吸引高流量。

专家建议,短视频创作者应自觉遵守 法律法规和公德良俗,对自己的作品负责;平台应切实履行主体责任,引导短视频创作者合规从业,为优秀短视频作品的 传播营造良好环境;监管们应完善协同治 理的政策法规体系,营造健康理性的网络 视频生态。

"推动短视频市场健康发展,应注重强化平台合规监管与促进创新发展的平衡,构建短视频创作者、相关平台、监管部门及视听观众多元协同治理的模式。"

对于版权保护这一行业发展痛点、难 点问题,有专家认为,不能"一竿子打翻 一船人",一味把所有影视解说短视频都 认作侵权。"如果不是简单的裁剪,而是 在原作品基础上注入自己思想的二度创 作,就不能轻率禁止。"

中国政法大学知识产权法博士后郝明 英认为,在短视频版权治理过程中,应该 有一个基本目标,即通过科学有效监管、 合理的责任分配抑制短视频盗版恣意增 长。同时要考虑到,为创作留下足够的空 间,促进产业健康有效发展。

在向凯看来,版权保护还有漫长的道路要走,最终还需依托法律的强制约束力。

(来源:人民日报海外版)

相关链接>>>

短视频创作为 普通人带来更多机遇

端起一盘热气腾腾的山七干子,28岁的张志菊对着镜头娴熟地介绍着家乡的土特产。

"我每天都拍一些短视频,有时候拍家乡的特产,有时候拍自己的日常生活。通过这些短视频,每天网友在我这里购买的特产有 60 多单,差不多能卖 5000 元。"张志菊说,临近年关,土特产的订单量还在不断增加。

近年来,随着短视频在中国的兴起,越来越多像张志菊这样的普通人开始化身为短视频创作者,通过拍摄各类短视频,为自己的生活带来了更多的机遇和发展。

中商产业研究院在 2021 年 8 月发布的一篇报告中指出,截至 2021 年 6 月,中国短视频用户已达 8.8 亿,并仍有增长趋势。中国广视索福瑞媒介研究发布的报告显示,有将近 42.8%的用户开始自制并上传短视频,其中有 68.5%的内容是在记录"个人生活"。

2018 年,安徽省六安市舒城县的张志菊成立 了志菊农民专业合作社,开始用短视频帮助乡亲们 销售家乡的土特产。菜园里的纯天然绿色蔬菜、山 坡上悠然吃草的羊群、工坊里刚出锅的豆干……这 些都是张志菊短视频里的"常客"。

"这些不到一分钟的短视频可以真实展现土特产的来源和生产过程。通过拍摄短视频,我们积累了2万多粉丝,在让更多人了解我们的同时也把家乡的土特产销往了全国各地。"张志菊说,2021年,合作社的销售额突破了100万元。

在全民短视频的时代,除了大量年轻的短视频 创作者,不少"银发族"也成了"弄潮儿",在短 视频中找到了久违的归属感与存在感。

中国人民大学人口与发展研究中心与抖音在 2021年8月联合发布的《中老年人短视频使用情况调查报告》显示,截至2021年4月,抖音平台60岁以上创作者累计创作的视频超6亿条,累计获赞超过400亿次。

57岁的牛侠是美食区的短视频创作者,靠着和儿媳一起拍摄怀旧美食烹饪视频仅半年就吸粉近130万。

"拍视频就是想记录生活,回忆一下从前的味道。能有这么多网友喜欢,我们很吃惊也很开心。" 生体说。

在牛侠看来,农村的留守老人多,短视频让他们看到外面的世界,随手拍摄的作品也能得到陌生人的点赞与评论,这给老人们带来了温暖与归属

"在记录个人生活的同时,我们也希望能通过 短视频让更多人看到农村的新面貌,了解农村的新

随着短视频的兴起,为了保障短视频和直播行业积极健康地发展,中国也在细化相关的规范。中国网络视听节目服务协会在2021年12月15日发布的《网络短视频内容审核标准细则(2021)》中对短视频节目内容、标题、评论、名称以及所使用的表情包等出台了进一步的规定。

安徽大学社会与政治学院教授徐华表示,短视频因为较低的门槛和智能手机的普及而深受大众喜爱,而短视频带来的互动感、价值感和成就感也是流行起来的重要原因。

谈及国家进一步加强短视频管理的举措,徐华 认为,为了保障逐渐壮大的短视频产业良性发展, 针对短视频规定的细化是大势所趋。 (新华社)

