

网络“吃播”变病态“吃奇”

流量至上的“变味吃播”该怎么管

为了吸引点击量，有美食博主将猎奇当作流量密码，不断挑战“审丑”底线，甚至把国家保护动物变成食材。“吃播”变病态“吃奇”，触碰法律红线。专家指出，低俗的吃播乱象成为困扰直播行业做大做强的隐患，网络直播行业的风清气正需要从立法、执法、守法三个层面建立合规治理体系来保障。

近日，美食博主“提子”烹食水煮鲨鱼和烧烤鲨鱼的视频引发广泛关注。经警方鉴定，被该博主吃掉的鲨鱼确实是噬人鲨，属于我国二级保护动物。目前，“提子”账号中的视频全部下架，其本人也将面临相应的法律惩罚。

在竞争愈发激烈的吃播赛道上，吃什么、怎么吃困扰着不少美食博主。部分博主将猎奇吃播当作流量密码，一些冲撞道德红线、挑战法律底线的病态吃播行为也不时出现。“吃播”变病态“吃奇”，该如何叫停？

大土龙、老虎蟹、大鸵鸟……常人难以尝试的“魔鬼”食材，是“提子”吃播内容的标签，也成了她收割百万粉丝的流量秘诀。

在短视频平台搜索“吃播”相关内容，将食材新奇性作为卖点的博主不在少数。许多博主还会把视频中最吸引眼球的食材作为视频封面图，并加上“百年一遇”“全网首吃”等极限形容词强调食材特殊，吸引用户点击观看。

据飞瓜数据发布的《2021 年美食类短视频及直播营销趋势洞察》显示，在美食类热门涨粉视频的内容标签中，“吃播”“创意视频”是位居前列的“爆款”元素。而在



资料图片

“猎奇吃播”容易酿出“吃祸”

流量导向下，一些以奇异食材为噱头，以挑战观众认知为目标的美食短视频却酿出了一桩桩“吃祸”。

2018 年，网红美食博主“哈凯哥”在视频中烹煮国家二级保护动物青海湖裸鲤，经网友举报后视频下架。2020 年 7 月，拥有 300 余万粉丝的美食博主“野食小哥”在视频中采摘濒危植物“水母雪兔子”，并与泡面同煮而食，引发网友大规模质疑后，于次日删除视频并道歉。去年 5 月，海南警方也通报了一起吃播博主食用国家二级保护动物“法螺”被依法刑拘的案件。

“‘变味吃播’暴露出部分美食类短视频博主法律意识严重不足。”北京市道泽律

师事务所律师周涛在接受记者采访时表示，根据刑法规定，非法猎捕、杀害国家重点保护的珍贵、濒危野生动物，或者非法收购、运输、出售国家重点保护的珍贵、濒危野生动物及其制品的，处 5 年以下有期徒刑或者拘役，并处罚金；情节严重的，处 5 年以上 10 年以下有期徒刑，并处罚金；情节特别严重的，处 10 年以上有期徒刑，并处罚金或者没收财产。

“吃播博主需加强法律意识，在食材选购时需关注其来源渠道是否合规，可通过上网查询、上溯生产商等渠道加以核验，避免选择不具备养殖资质厂商的产品。”周涛表示。

拥挤赛道背后的流量焦虑

镜头不说话就开始吃，粉丝量也都差不多”。

“米粉”开始寻求变化，从改变拍摄角度到丰富食物的种类，但几番尝试下来，她感到流量密码依然很“迷”。

记者采访了解到，爱美食、吃得香是许多像“米粉”这样的博主入圈的首要原因。为了不被淘汰，吃播博主们在这条越来越拥挤的赛道上不断“出奇制胜”。

几年前，感官刺激高的“大胃王”是许多吃播博主引以为傲的标签。但随着有关部门对此类视频账号进行限制，许多博主另辟

蹊径。有些转型侧重探店打卡，有的则不断挑战受众“审丑”底线。

“米粉”发现，短视频平台上渐渐出现了利用大家猎奇心态吃奇葩食材的博主，例如吃活昆虫、生吃大块肉等。“这些东西我自己都不愿意吃，也没必要为了涨粉委屈自己”。

在许多吃播博主的评论区里，有粉丝会“点菜”：“某某(博主)吃了这个，也想看你吃。”一些博主表示，为了“固粉”，需要不断尝试吃一些新食材。

刹住“吃奇”之风需多管齐下

一系列规范性和指导性文件。今年 6 月，国家广播电视总局、文化和旅游部联合印发了《网络主播行为规范》，其中明确提到网络主播应当坚持健康的格调品位，自觉摒弃低俗、庸俗、媚俗等低级趣味，自觉反对流量至上、畸形审美等不良现象。

“‘低俗’的具体边界在哪？这在法律层面还没有给出明确、清晰的定义，导致执法部门对于一些‘擦边球’行为难以把握是否违规。这也是未来立法和监管中必须进一步加强的方向。”孙佳山表示。

孙佳山还建议，监管部门应建立综合执

“变味吃播”

何时休

在短视频和直播平台，烹食大白鲨或属个案，但类似猎奇“美食”却并不鲜见。这些内容往往不以烹饪手法的高明和食材的美味取胜，而是依靠足够具有冲击力的画面博取观众关注。去年 5 月，就有食用国家二级保护动物“法螺”的美食博主被依法刑事拘留。教训并不遥远，为什么还有人以身试法？一些吃播博主一味追求食材的新奇稀有，借此刺激观众的猎奇心理，甚至打法律的擦边球，可能还是出于对流量的焦虑。踩线越界的现象频发，暴露出部分吃播博主法律意识的淡薄和环保理念的缺失。

问题不只存在于吃播这一细分领域。不少人都曾在直播、短视频平台刷到这样的内容：西装革履的“成功人士”，大谈金钱至上的人生哲学；声嘶力竭的带货主播，卖力兜售“全年最低价”的劣质商品；以“交友”“陪练”等名义打擦边球的话术，充斥信息流首页……一些网红机构和博主把“色、丑、怪、假、俗、赌”当成“流量密码”，用猎奇的情节吸引眼球，用浮夸的演技挑拨情绪，试图在争议中赚取流量、在质疑中装满钱包，结果是损害了用户的使用体验，也污染了网络空间的环境生态。

纷纷扰扰的乱象，折射出不少网络直播、短视频行业从业者面临的相似困境。高度同质化的内容，暴露出创意的短缺和创新能力的不足；对于感官刺激的一味迎合，背后是同行间激烈的竞争厮杀和吸粉变现的巨大压力。业内把不同的内容垂直领域称为“赛道”，“赛道”上的博主们以百米赛跑的姿态一窝蜂冲刺向前，却忽视了这可能是一场考验能力和耐力、决心和信心的长跑，甚至跑着跑着忘记了自身前进的目标和方向。如果一味地什么门槛低做什么、什么有流量发什么，而找不准自己的定位和特色，也不专注于提升内容质量，就很可能落入“唯流量”的窠臼，导致剑走偏锋。

内容是真正的流量密码，特色是真正的吸粉神器。有人说，网络直播、短视频平台上不缺少博主，但缺少专业又有趣的博主；不缺少内容，但缺少优质而有特色的内容。这一定程度上道出了观众的期待。在一些平台上，记录大好河山风土人情、普及上天入地科学知识的视频成为爆款，讲解天南地北特色美食做法的博主受到欢迎，分享平凡生活亮点巧思的直播点赞众多……这些内容的共同点在于真挚的热爱、扎实的功底、有价值的“干货”，以及由此形成的独特气质和风格特色。可以想见，多一些创新创意少一些千篇一律的模板套用，多一些用心打磨的精品少一些跟风猎奇的粗制滥造，网络直播和短视频的内容生态将更加丰富而美好。

网络空间是亿万民众共同的精神家园，整治网络直播、短视频领域乱象，相关部门一直在行动。今年 4 月以来，为期三个月的专项行动瞄准“色、丑、怪、假、俗、赌”等违法违规内容呈现乱象，从严整治功能失范、“网红乱象”、恶意营销等突出问题，推动网络直播、短视频行业信息内容呈现面貌实现初步改观。前不久印发的《网络主播行为规范》，系统、全面规范了网络主播行为，有助于提高网络主播队伍整体素质，规范行业秩序。加强网络主播职业道德建设，每位从业者都遵纪守法、以身作则、向上向善，才能让乱象无所遁形，让网络空间天朗气清。

(来源：工人日报、人民网)