

# 是谁在孩子身上“榨”取流量？

记者近日调查发现，未成年人成了一些博主的“流量密码”，孩子的童年生活、校园日常等全程被网络包裹，不少短视频中还充斥着商业气息，“网红儿童”配合家长演成了产品推手，剧本痕迹明显。更有甚者，一些“网红儿童”在视频中打扮性感成熟，跳着火辣舞蹈，评论区里充斥着低俗的言论。

受访专家认为，凡是涉及未成年人的视频创作都要保持谨慎，考虑拍摄目的是否会不利于未成年人的健康成长，发布是否侵犯未成年人的肖像权、名誉权、隐私权等。



## 拍视频孩子当主角 演绎剧本引流带货

除了是一名一年级小学生外，“×妹”还有另外一个身份——某短视频平台上拥有800多万粉丝的知名博主。该账号的视频内容多是围绕“×妹”展开，其中涵盖大量软广带货内容。

在多个短视频平台上，记者看到大量以孩子为主角的视频。一些账号突出“反差萌”，父母扮演“摆烂”的一方，玩手机、玩游戏、不会做饭，孩子自己照顾自己，展现懂事和早熟的一面；一些账号营造“天才儿童”，孩子面对镜头“金句频出”，琴棋书画样样精通；还有一些账号通过孩子“恶搞家长”“制造冲突”“化身小棉袄”等剧情演绎打造人设，吸引流量。

引流后往往是变现。记者随机查看十几个粉丝量超100万的“网红儿童”账号发现，都和“×妹”的视频类似，将广告内容穿插在视频剧情中，借孩子之口推荐商品。其中多个账号开通了橱窗带货功能，个别博主还进行直播带货。

在这些账号背后，还有MCN机构（网红孵化机构）的身影。位于浙江杭州的某MCN机构负责人刘女士介绍，他们日常会注意挑选有潜质的培养对象，一般要有一定的粉丝基础，并且五官端正、长相清秀、口齿清晰，主要选择幼儿或小学生的这类儿童比较吸睛且没有学习压力，培养成熟后可以往服装、日用品等商业方向发展，有较长的培养周期和收入周期。

“有时会让孩子们出境配合拍广告，孩子们不懂，就完全靠引导。有脚本的时候，我和孩子就是演员了。”辽宁大连的张女士家中有一对5岁的双胞胎女儿，其开设的账号在某短视频平台上有15万粉丝。

张女士告诉记者，她在2021年和某MCN机构签约，由机构对其账号进行运营指导，账号主角是两个孩子。“MCN机构会帮忙对接广告，抽取50%左右佣金，同时提供脚本和剪辑，我只负责给孩子拍摄视频。一个月能接两三条广告，每个广告到手2000元至4000元。”

要在瞬息万变的网络浪潮中吸引并留住热度，只靠呈现纯天然的儿童视频很难做到。有不愿具名的短视频博主告诉记者，孩子不可能每时每刻都有趣、有吸引力，为了提高短视频引流效果，一些家长、MCN机构想方设法为孩子打造人设、博出位，从开通账号、确定人设到运营推广都有一对一的具体方案，形成了一条完整的产业链。

## 校园生活成为卖点 小学生跳起了热舞

记者调查发现，以幼儿园、中小校园等为拍摄场景的视频也成了某些账号的主打卖点。记者在某短视频平台搜索“师生日常”“校园生活”“班主任视角”“教室监控”等关键词，出现了不少标注老师身份的博主分享学生出镜的短视频和教室监控视频。

近期，一则“给上课爱说话的学生戴小蜜蜂”的视频在网上引发广泛关注和争议。据报道，该老师遭到家长投诉后主动离职并发表了一则道歉视频：“由于自己的法律意识淡薄，给家长和孩子带来了伤害，同时也给学校带来了麻烦，在此我想对你们说一声对不起。”

受访专家表示，当前，教育类短视频中，一些作品是师生以随手拍的方式展示正能量，予人启迪；但也不乏以教育为噱头，让本应教书育人的地方成为个人秀场，把学校当成了流量蓄水池，把未成年人当成了短视频道具。

“根据未成年人保护法，处理不满14周岁未成年人个人信息的，应当征得未成年人的父母或者其他监护人同意。个别中小学教师直接在网上传播有关学生的视频，如果没有经过孩子及监护人的同意，可能会侵害未成年人的肖像权和隐私权，这种行为具有一定的法律风险。”中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁说。

郑宁分析说，有的视频看似记录校园生活，但学生是重点，各有各的人设，比如，课堂提问，总有几个冒充的学霸，也总有答非所问、引人发笑的后进生，而一旦学生“群演”人设固定、传播破圈，就很容易被人围观和议论，影响到个人学习和生活。“个别教师以此为噱头拍摄短视频，可能走向伤害学生的对立面。”

此外，记者调查发现，一些未成年人成了一些过度成人化的视频主角，跳起了劲歌热舞。

在某短视频平台，“小学生拍跳舞的视频”和“爱跳舞的小姑娘又来了”两个话题约有400万人参与拍摄，230亿次播放量。部分视频中，10岁左右的女孩随着音乐跳舞，一些女孩上身穿吊带或露脐短衣，下身穿短裙或短裤，还会刻意做出眯眼、嘟嘴、扭屁股等表情动作。记者点击进入视频使用的背景音乐发现，使用该音乐的更多是成年女性用户，且风格成熟性感。

在郑宁看来，根据《未成年人网络保护条例》，类似内容可能涉嫌软色情擦边，让未成年人模仿过度成人化的舞蹈动作违反社会公德，同时违背了最有利于未成年人原则，不利于孩子的身心健康。如果视频暴露了未成年人的私密部位，则可能侵犯其隐私权。

## 进行必要风险评估 推出自律规范引导

华东政法大学韬奋新闻传播学院硕士生导师刘广伟认为，小孩子美好可爱的形象和天真烂漫的想法，成了商业社会中具有吸引力的消费符号。“我们在相关调研过程中发现，在商业利益驱使之下，不管是签约‘网红儿童’的MCN公司，还是对儿童寄予厚望、望子成龙的家长，他们多倾向于打造更具有流量价值的儿童符号。打造‘网红儿童’时，从孩子的穿搭、讲话内容到人设上都呈现成人化趋势，这多是家长或资本有意为之。”

在受访专家看来，虽然法律目前并未明文禁止未成年人作为短视频的主角或者参与方之一，但并不意味着拍摄发布含未成年人视频不受任何限制。从未成年人保护法等法律法规、社会公序良俗等角度来看，未成年人出镜的短视频内容应受到更为严格的审核和把关。将未成年人推向网络，要进行必要的风险评估。拍摄视频要谨慎，避免未成年人参与有炒作、演绎性质的内容。同时，关注人身安全和个人隐私，不过度曝光青少年生活，引导青少年正确看待粉丝规模和褒贬，不过度强调粉丝背后的经济属性、价值属性。

在郑宁看来，目前，我国已构建起完备的保护未成年人权益的法律体系，要加大法律监管和执法力度，对利用“网红儿童”牟利、损害未成年人身心健康的行为进行严肃查处。加强对MCN机构的监管，让其不得参与或推动损害未成年人权益的活动。短视频、直播等网络平台需进一步加强内容审核和管理，利用技术手段精准识别和处理损害未成年人身心健康的违规内容。

（文中受访者除专家外均为化名）

本报综合消息

今年的毕业季秋招，很多毕业生有了一次人生初体验——面对AI面试官，以人机对话的形式完成一场面试。

据了解，今年的秋招面试，多家公司都用上了AI系统。这种全新的面试方式可以帮一些企业提效，而对一些求职者来说则是挑战。

## AI面试官来了，与线下面试有何差别？

### 初次体验 对着手机里的卡通人物面试

AI面试还没正式开始，思思就有点手忙脚乱。因为面试需要下载“AI面试官”软件，但软件对浏览器有要求，思思连着试了两个浏览器，都无法打开页面。好在用人单位在发来的面试邀请邮件中还提供了移动端面试软件的二维码，思思最终用手机成功下载了面试软件。

使用AI面试的一个好处是节省交通和时间成本。所以，虽然浏览器出了点小问题，但她还是成功登录进面试界面，并没有“迟到”。

手机进入面试软件后，思思先按软件要求进行了登录操作，经过输入手机验证码识别身份、声音识别等一系列操作后，页面跳转到了面试页面。此时，手机屏幕上出现了一个“智能HR”的形象，“她”留着微卷的短发，身穿淡黄色外套、藕色内搭和牛仔裤，手里捧着一个笔记本电脑。而在屏幕的左上角，也实时显示着思思的样子。

“智能HR”一共提出了八个问题，内容与普通的面试问题大致相同。“智能HR”的提问环节进行了30多分钟。每个问题回答结束后，需要思思手动点击屏幕上的“下一步”。在八个问题全部回答完后，系统就自动进入了测试页面。在该环节，思思被要求做了一篇测试题目。测试题做完后，这场面试就结束了。

### 事后复盘 AI面试在互动环节存在不足

对于第一次参加AI面试，思思事后进行了复盘。她觉得，从硬件角度来说，AI面试系统在PC端对浏览器有要求，这一点在面试之前的邀请信中完全没有提及，这导致她无法使用准备好的电脑面试。虽然面试最终用手机完成了，但由于举着手机回答问题的时间较长，她不但胳膊很酸，状态也有点受影响。

不同的硬件问题，是不少有过AI面试经历的应聘者频频吐槽的点。

有过AI面试经验的梁璐说，她面试的时候被要求只能用电脑不能用手机，用人单位甚至让她下载了一个软件对手机进行屏蔽，避免她面试的时候作弊。但在这种情况下，梁璐担心如果电脑出了问题，会被迫放弃面试。

AI应聘系统的智能化问题也是应聘者关注的另一焦点。第一次AI面试体验下来，思思觉得，她使用的“AI面试官”系统，在提问时总在一个大问题下罗列太多小问题，导致她有时会记不清前面的问题是什么，也无法回答得太充分。

有应聘者吐槽AI面试界面卡顿，问题没有逻辑，语言很滞涩。更有应聘者表示，自己的问题还没有回答完，“智能HR”就已进入到下一个问题界面。

思思还觉得，相较于与真人HR面对面进行线下面试，AI面试虽然能节省用人单位和应聘者的时间成本，但AI面试在互动环节上还是存在一些不足。

### 两者差别 线下面试能让应聘者更好了解企业

从网络上对AI面试的反馈来看，大多数应聘者对AI面试还是可以接受的。但也有部分毕业生表达了不满：“我宁愿跟好几个真人面试官面对面谈几个小时，也不想跟AI面试，也不是紧张，就是感觉不舒服。”

接到两个AI面试邀请的梁璐也提到了类似问题。她在面试前查了一下，其中一个企业是在筛选简历后开启了AI面试，而另一个企业连简历都没筛选就直接进入了AI面试。在她看来，后一个企业对她根本不了解，AI面试成了一个过场，所以她并没有选择参加该企业的面试。

“我更希望跟真人交流，因为比较有场景感，而且我也希望跟懂业务的人聊一聊工作的相关细节。”梁璐觉得，线下面试能让应聘者更好地了解企业的精神面貌、工作氛围，应聘者在选择的时候也能有更多参考。

梁璐还认为，即便线下面试没有通过，她也能通过这次经历让自己应对面试的能力有所提升，而这一点是AI面试提供不了的。“面试者的整体表现，AI面试官无法给予真正‘人情往来’的有效反馈”。

从有过类似经历的网友反馈看，对应聘者来说，AI面试是把“双刃剑”，既有好的方面，也有不好的地方。比如，有人认为面对“智能HR”的时候，紧张情绪会小很多，但同时自信满满的状态又没办法被用人单位完整捕捉到。

梁璐也提到，AI面试最大的好处就是能消除面试者的紧张情绪。此外，AI面试最后的筛选得分是由系统做出的，这排除了一些真人HR的主观倾向，能够相对公平。

### 建议 应聘者要学会在镜头前“推销”自己

对于AI面试在招聘领域的应用及发展，北京柏英咨询管理顾问有限公司猎头首席顾问刘芳认为，AI面试对企业来说最大的好处就是降本增效。人力资源部门不再需要进行海量的简历浏览筛选，也不需要频繁地跟业务部门对接面试题目，这大大降低了人力成本，提高了面试效率，所以很多公司都开始采用AI面试。

此外，刘芳还认为，通过AI面试招聘，可以相对减少业务部门负责人在选择新员工时存“私心”的可能性，改善招聘过程中的公平性问题。不过，刘芳表示，AI也无法完全消除招聘中的偏见与歧视，而是换一种形式来呈现。

她进一步举例说明，比如在以往的传统面试过程中，一些应聘者虽然学历不高，但专业能力强、情商高，他们能够在面试过程中扬长避短，为自己争取到一些机会。但面对AI面试，这类应聘者可能完全没有展现自己的机会，就被直接筛选掉了。

作为有丰富招聘经验的首席猎头顾问，刘芳给应聘者们在面对AI面试时提出了一些建议。

她表示，对于应聘者来说，要放平心态，提升自己适应变化和发展的能力。

“AI面试官是冰冷的机器人，交流中它可能不会给应聘者很多互动，但应聘者要时刻提醒自己，展现更好的精神状态。”刘芳说，随着人工智能可视化的水平提高，用人单位也会在面试结束后，调取AI面试过程的视频录像，通过对比，挑选出那些形象更有朝气、精神状态更饱满、更有激情和活力的应聘者。所以，千万不要因为面试官是机器人，就在面试的时候有所懈怠。

刘芳觉得，在重视形象的同时，应聘者还要注重提高自己的表达能力，要能更精准地回答AI面试官的问题。

本报综合消息