

广电总局新规4月30日起施行 未成年人节目不能有16项内容 明星亲子真人秀节目要“凉”了

近日,国家广播电视总局(简称广电总局)发布《未成年人节目管理规定》,强调未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女,不得渲染暴力、血腥、恐怖,教唆犯罪或者传授犯罪方法,不得肯定、赞许未成年人早恋,而且“网上网下统一标准”。此消息一出,网友们纷纷表示:“真心觉得好!”业内人士分析认为,根据该《规定》,曾经火爆荧屏但招致不少争议的明星亲子真人秀节目可能就要“凉”了。这部管理规定将从4月30日起施行。



资料图片

现状争论

该不该让孩子从小暴露在聚光灯下

2013年10月,《爸爸去哪儿》在湖南卫视首播,掀起了亲子真人秀节目的播出热潮。随后,《爸爸回来了》《放开我北鼻》《妈妈是超人》等节目陆续登上荧屏。

不得不说,亲子真人秀节目捧红了众多星二代萌娃,令其身价倍增,也成功让一些过气明星重新回到公众视野。但随之而来的问题是:让孩子从小就暴露在聚光灯下,真的好吗?作为当中生命力最长的一档节目,《爸爸去哪儿》就曾被指过度消费“星二代”的童年,炒作包装明星子女,并因此引发了不少争议。

节目播出后成了小童星的王诗龄经常跟着父母出席各种活动,小小年纪身上的衣服却价格不菲,也因此受到网友的攻击,称其“穿得过于成熟,像个暴发户”。

《爸爸去哪儿2》播出后,杨阳洋与多多的“甜蜜”互动引起网友热议,随后在录制某档综艺节目时,杨阳洋更“表白”多多:“如果我有一百万就给多多买裙子。”然而他在上另一档节目时却称那句话是导演教的,于是网友纷纷怒斥这样的节目没节操,毁了孩子的童年。

从一开始就有评论指出,在公共媒体上如此充分地呈现几名儿童形象、身份、性格、个人爱好等信息,是否有损未成年人的隐私?即使家长与节目制作方签订了相关法律文书,但在这些儿童不能完全理解节目性质的情况下,家长是否可以代替他们做出关乎其身心健康的判断和决定?

新规回应

真人秀节目不得包装炒作明星子女

其实,针对亲子真人秀节目的政策“紧箍咒”早在2016年就开始收紧。2016年,广电总局出台《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》,明确要求严格控制未成年人参与真人秀节目,不得借真人秀节目炒作包装明星。随后,一大批亲子真人秀半路叫停,《爸爸去哪儿4》转成网络综艺,《爸爸回来了2》等节目停止制作。

然而,《爸爸去哪儿4》转战网络后再度引发争议。实习奶爸董力与呆萌少女阿拉蕾的临时父女组合一夜爆红网络,但是随着节目进展,节目组却貌似将两人的“父女搭档”带偏成了“情侣搭档”,因此引起网友极度不满,认为这样不利于儿童安全教育。

2018年,《爸爸去哪儿6》一再延期,至今没有播出。当时便有知名人士爆料第六季不会播出,并称因为这个节目扰乱了社会风气,有的小孩子看过这个节目开始思想扭曲,觉得自己的父亲不如节目中的爸爸,严重影响了孩子们健康的心理成长。

在广电总局此次发布的《未成年人节目管理规定》中,对上述问题均有涉及。《规定》第四条即明确,未成年人节目管理工作应当坚持正确导向,注重保护尊重未成年人的隐私和人格尊严等合法权益,坚持教育保护并重,实行社会共治,防止未成年人节目出现商业化、成人化和过度娱乐化倾向。第十四条则规定,邀请未成年人参与节目制作,其服饰、表演应当符合未成年人年龄特征和时代特点,不得诱导未成年人谈论名利、情爱等话题。未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女。

上述规定一出来立即得到广大网友的认可。网友们纷纷表示:“支持!”“早就应该这样!”

新规亮点

不满十周岁不得做广告代言人

一些“星二代”被节目捧红后,商业活动、广告代言纷至沓来,而且身价倍增。然而过度的商业曝光也不免让人为他们的健康成长担忧。

此次《未成年人节目管理规定》第十条就明确,不得制作、传播利用未成年人或者未成年人

角色进行商业宣传的非广告类节目。第十八条则规定,不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。至于什么是“广告代言”,北京朝阳法院法官周欣月在接受采访时做出了解释:“广告代言人与广告表演者不同,广告代言人是以自己的名义或者形象对

商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或者其他组织。如果在广告中不表明身份,对相关受众来说也难以辨别其身份的,就属于广告表演,不属于广告代言。当然如果知名度较高,不表明身份也能被相关公众直接辨识,也属于广告代言。”

未成年人节目不能有16项内容

周欣月法官指出,电视节目对未成年人的成长有着潜移默化的影响,尤其是暴力、色情内容,对于心智尚未成熟的未成年人建立世界观、人生观、价值观影响深远。

2013年,江苏省连云港市一名10岁男孩模仿动画片《喜羊羊与灰太狼》情节做“绑架烤羊”游戏,把两个小伙伴绑在树上点火,造成严重烧伤。后经受伤孩童家长起诉,当地法院判决点火

孩子的父母承担60%的责任,赔偿15.7万余元,动画片制作公司承担15%的责任,赔偿3.9万余元;2016年,陕西一名5岁女孩模仿动画片《熊出没》常见动作,用电锯把妹妹的鼻子锯开了;2017年,重庆一对双胞胎因模仿《熊出没》,哥哥用打火机点燃了弟弟的衣服,将弟弟烧成重伤;2017年,广东一男孩也是因模仿《熊出没》撑伞跳楼摔成重伤。

《未成年人节目管理规定》第

九条则明确了16项未成年人节目不得含有的内容,包括渲染暴力、血腥、恐怖,教唆犯罪或者传授犯罪方法;肯定、赞许未成年人早恋;宣扬或者肯定不良的家庭观、婚恋观、利益观;过分强调或者过度表现财富、家庭背景、社会地位;介绍或者展示自杀、自残和其他易被未成年人模仿的危险行为及游戏项目;表现违反社会公德、扰乱社会秩序等不良举止行为等。

覆盖网络平台网上网下统一标准

随着短视频和直播平台的迅猛发展,很多平台唯流量论,存在大量对未成年人进行炒作包装的现象。14岁早恋生子、“00后”情侣直播私奔、17岁炫富红人……这些竟然都被推成了“网红”。2018年就有媒体调查发现,在这些平台上,未婚生子甚至被当成荣耀宣扬,而且播放量很大。

对此,广电总局的新闻发言人在答记者问中明确,此次《规定》落实“网上网下统一标准”的要求,规范调整的未成年人节目包括未成年人作为主要参与者或者以未成年人为主要接收对象的广播电视节目和网络视听节目。

对于违反《规定》的行为,由广播电视主管部门给予警告、

罚款或者依据《广播电视管理条例》给予更为严格的行政处罚。对于负有责任的主管人员或者直接责任人员,广播电视主管部门可以向被处罚单位的主管部门或者有权处理单位通报情况,提出对负有责任的主管人员或者直接责任人员的处分、处理建议,并可函询后续处分、处理结果。

专家评论

新规是对未成年人节目进行年龄分级制的尝试

对于《未成年人节目管理规定》实施的意义,周欣月法官分析指出,电影分级制和电视内容时段限制是国际传媒自律的普遍做法,如英国独立电视委员会的《节目标准》中规定:“儿童不宜的内容不得在大量儿童有可能观看电视的时间内播出”。目前我国针对影视行业的监管尚未实施分级措施,也没有对电视内容时段进行限制,但此次《未成年人节目管理规定》明确了广播电视播

出机构、网络视听节目服务机构、节目制作机构应当根据不同年龄段未成年人身心发展状况,制作、传播相应的未成年人节目,并采取明显图像或者声音等方式予以提示。周欣月认为,这一规定可以理解为是对未成年人节目进行年龄分级制的一个尝试,《规定》本身也是未成年人节目走向进一步法治化的探索。

北京市律师协会女律师工作委员会主任马慧娟律师则指出,未

成年人需要法律和社会给予更多的关照和保护。广电总局此次发布的《未成年人节目管理规定》,将未成年人节目管理工作纳入法治化轨道,既是对娱乐节目过度消费童年现象的矫正,也是对保护未成年人权益的严正声明。“建议在制度的落实方面可以更加具体化,也期待新规的实施可以真正约束到‘网上网下’的未成年人节目,传播正能量,树立正确的价值导向。”

据《北京晚报》