

违法低俗内容充斥平台，对未成年用户没有设限

## 治“连麦”乱象，该出重拳了！

本报记者 李嘉宝

今天，生活节奏逐渐加快，移动互联网飞速发展，语音社交也逐渐崛起。越来越多的APP（应用程序）新增了语音社交功能，还有专门的语音社交软件应运而生，收获了不少忠实用户。

然而，一段时间以来，网络音频行业野蛮生长、乱象丛生。不久前，国家网信办针对网络音频乱象启动专项整治行动。对一些热衷于语音社交的用户尤其是青少年用户来说，这无疑是一个好消息。

## 语音社交“变了味”

《2019中国网络视听发展研究报告》显示，2018年底，中国网络音频用户达3.01亿，其中新一线城市对网络音频的使用率较高，达到44.5%。语音社交逐渐成为社交热点。

语音社交是指以语音为主要交流手段，通过移动端APP实现交友、信息传输、交流分享等功能。从用户体验看，与文字社交相比，语音社交更加生动有趣；与图片及视频社交相比，语音社交的隐私性更高、门槛更低，且更能传达真实情绪。

如今，一些语音社交软件正逐渐占据不少“90后”“00后”的空闲时间。“音控”群体逐渐壮大，“连麦”成为时下年轻人流行的社交方式。据艾媒咨询的数据显示，语音社交用户预计将在2020年突破2亿，用户多为“90后”群体。

但是，一些语音社交平台在实际运行中“变了味”。记者在调查中发现，在应用商店界面，大部分语音社交APP标注的下载年龄为“17+”，甚至还有平台将下载年龄限制规定为“4+”，令人心惊。用户可以通过手机号、微信号、QQ号等注册登录，没有任何限制未成年人登录的措施或规定。此外，一些聊天房间的名称、语音内容等用词轻佻、低俗，打色情擦边球的现象较为普遍。还有一些营销号在语音社交APP上发布小广告，引诱用户跨平台从事违法违规交易等。

## 监管审核效果差

国家网信办提出，网络音频平台的违法违规内容，严重破坏网络生态，对青少



曹 一作（新华社发）

年的健康成长带来恶劣影响，必须坚决予以治理。专家表示，依据《互联网信息服务管理办法》等规定，互联网用户、平台的名字不能有暗示、挑逗信息，不能散布淫秽色情信息，网络服务提供者有对信息内容经营管理责任。

今年6月，网信办会同有关部门，针对网络音频乱象启动专项整治行动，首批依法依规对26款传播历史虚无主义、淫秽色情内容的违法违规音频平台，分别采取了约谈、下架、关停服务等阶梯处罚，对音频行业进行全面集中整治。

记者在一家语音社交软件首页上，看到了平台“净网项目组”发布的一则用户通知，称“将加强对恶意刷号、诈骗信息、虚假广告等传播违法信息行为的

监察力度，并会对此类账号查实后封停处理”。

然而，平台的监管作用有限，一些发布违法违规内容的用户和主播们“打一枪换一个地方”的现象依旧存在。一些语音社交平台从业者表示，相较于文字识别和视频识别，语音识别技术相对滞后。一个平台就有成百上千个房间，机器审核仍存在技术困难，人工审核则体量太大、盲区多。

有业内人士认为，目前，语音社交类软件缺乏行业内容标准。各平台的审核系统、人力配比均不相同，且审核尺度、处罚标准各异，使得不同平台间监控和审核效果差别较大。此外，语音社交类APP技术门槛较低，APP上架程序十分简单。把

握不好源头关，一些非法语音社交软件很容易死灰复燃。

## 平台要筑牢防线

国家网信办相关负责人表示，针对违法违规音频平台开展集中整治，遏制行业乱象，督促企业落实主体责任，最终目的是为了促进行业健康有序发展。

一些语音社交平台本着“流量为王”的错误理念，放任违法违规内容滋生壮大。面对行业乱象，监管部门要重拳出手，及时拉紧闸门、设置门槛，同时引导语音社交平台建立行业自律标准，坚持标本兼治、管建并举。此外，平台作为语音内容的载体和第一道“防线”，应承担企业主体责任。一方面应加大语音内容审核力度，另一方面应遵循正确导向，生产更多网民喜闻乐见的优秀音频内容，营造主旋律高昂、正能量充沛的网络音频空间。

有业内人士建议，引导国内顶尖语音人工智能企业，对涉黄语音、软色情声音标本进行识别，并引导技术企业将识别技术输出给各大语音社交软件，减少各初创平台人工审核压力和尺度把握不统一的问题。

对用户来说，要自觉养成健康的上网习惯，不断提升网络素养。自觉用法律的戒尺衡量和约束自己的网上言行，自觉抵制并主动举报淫秽色情及低俗媚俗等不良信息。家长尤其要注意言传身教，为青少年健康上网做好榜样。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，未成年人权益保护是一个红线。语音交友、语音直播行业的运营有低俗色情成分在，类似一种新的服务业，它不应当适用未成年人。

## 怎能一言不合就「斗图」

栾雨石

如今，表情包已经成为网络交流中喜闻乐见的事物。明星图片、动画形象等越来越有趣味的表情包不断涌现。这些表情包极大地丰富了网络语言与文化，并为广大网民特别是年轻一代网民所喜爱，有网友笑称：“现在网上聊天，一言不合就开始‘斗图’。很多想表达的内容，一个表情包就能解决。”

可是，对表情包的喜爱并不意味着可以肆无忌惮地使用。专家表示，利用明星或者其他人物形象绘制的表情包，形成一定商业性行为的，涉嫌侵犯了他人的肖像权。同时，如果其中有故意对形象加以丑化和歪曲的行为，还可能侵犯其名誉权。

今年3月，某汽车销售服务有限公司与葛优肖像权纠纷一案审理终结。根据中国裁判文书网提供的判决书显示，该公司在其微信公众号发布的涉案文章使用了5张含有葛优肖像的配图，形象是根据葛优在《我爱我家》中的剧照改成的漫画。法院经审理认为，葛优对其影视作品

中的角色形象享有肖像权，他人未经许可不得以营利为目的使用其肖像。为展示企业形象，该公司在其官方微信公众号向用户推送各类信息，亦属于公司经营行为。该公司未经葛优许可，借“葛优躺”的网络热度吸引相关公众关注、阅读，借以推介其微信公众号及产品，具有商业性使用性质，该使用行为侵害了葛优的肖像权，应当承担停止侵害、赔礼道歉、赔偿损失的侵权责任。

尽管如此，仍有很多人法律意识不强，对可能造成的侵权行为无动于衷。同时，一些表情包的原创者在面对抄袭、滥用等侵权行为时，要么不知如何维权，要么选择息事宁人。凡此种种，说明培育全社会的法律意识还有很长的路要走。

要改变此种状况，一方面，表情包的原创者在面对侵权行为时，要善于通过法律手段维护自身合法权益，维护相关法律法规的权威性；另一方面，网络平台也应发挥更为积极的监管作用，发现侵权行为后及时举报，把潜在触犯法律的风险消灭在萌芽阶段。每一位网民在使用表情包进行娱乐消遣的同时，切记不能触及法律红线，要依法依规合理使用。只有这样，才能更好地保证高质量表情包的创作与传播，满足公众多元化的表达需求。

建立用户间的连接，实现流量精准营销

## 社交电商，释放更多消费潜力

李 贞 李玥晴

“这个夏天我能实现‘水果自由’，多亏了拼多多。”热衷网购的戴先生最近对电商APP（应用程序）拼多多推出的社交游戏“多多果园”很感兴趣。通过这一功能，用户可以拉好友帮忙共同种植虚拟果树，然后在现实生活中兑换成水果。“我花了十五六天种的第一棵树，兑换了5斤芒果，现在第二棵准备兑换柠檬的树也快好了。”

这种“社交+电商”的模式近来成长迅速，发展潜力巨大。中国互联网协会在今年7月发布的《2019中国社交电商行业发展报告》显示，2018年全国社交电商市场规模超1.2万亿，占整个网络零售交易规模14%。2019年预计市场规模达2万亿元，同比增长高达63.2%。社交电商已成为电子商务中不可忽视的规模化、高增长的细分市场。

## 社交电商购物用户达5亿

社交电商是一种基于移动社交而迅速发展的电子商务模式。对消费者来说，用社交电商APP购物常能享受到更多实惠。在淘宝和微店上有9年开店经验的杨女士告诉笔者，虽然自己就是网店店主，但平时在购买卷纸这类生活用品时，会优先选择拼多多。“我会用一些无门槛优惠券或者参加好友一起砍价的活动，买下来就会特别划算。”

《2019中国社交电商行业发展报告》显示，2019年中国手机网购用户规模达6.1亿，社交电商购物用户规模达到5亿，预计2019年社交电商占比网络零售规模超过20%，2020年将超过30%。

自2018年起，随着拼多多、云集等多家社交电商企业陆续成功上市，传统电商也开始纷纷试水社交电商。2018年6月，京东推出“京东拼购”，后又与享橙、芬香合作，联合拓展社交电商；今年5月，淘宝旗下社交电商APP“淘小铺”也正式上线。

对外经贸大学国家对外开放研究院研究员程絮森在接受本报采访时指出：“传统电商向社交电商转型是未来的一个发展趋势。”

## 以人际关系网络为渠道

与传统电商以“货”为纽带、以网络平台为经营渠道不同，社交电商以“人”为纽带，利用互联网社交工具，以人际关系网络为渠道进行商品交易或提供服务。

《电子商务“十三五”发展规划》提出，要“鼓励社交网络发挥内容、创意及用户关系优势，建立连接电子商务的运营模式”。显而易见，通过社交属性建立起用户之间的连接是提高电商平台活跃度、加强商品针对性从而实现流量精准营销的关键因素。也有时尚社交分享电商平台笔记编辑功能很强大。有网友说：“比如挑选口红，我在试色的时候，就可以将精确的色号关联在文章下方，有粉丝感兴趣就可以直接点进去购买。”这样完善的分享模式让网友很有动力写心得测评，也经常浏览别人的笔记“种草”。

“社交电商是用户主导的平台。”程絮森表示，“社交电商中信息传播的受众更加精确，因为用户的社交网络有一定的筛选作用，能够更精准地找到具有购买能力和购买冲动的消费者。”

## 既包容审慎也强化监管

在社交电商站上风口的时候，加强对其规范监管也同样刻不容缓。程絮森指出，社交电商不像传统电商一样具有完善的信用评价体系，容易导致用户受到虚假推荐、虚假评论等问题的困扰。

此前，抖音“网红”商户刷单售假屡遭消费者投诉。今年3月，社交电商“花生日记”因涉嫌传销被处以罚款7456.58万元，是迄今为止国内社交电商最大的一笔罚单。

在法律规范层面，相关规定不断完善。2018年7月，商务部公布的《社交电商经营规范》（征求意见稿）中明确了社交电商与传销、非法集资等行为的界



社交电商助推安徽临泉县晚秋黄梨全网发售。图为临泉滑集镇史庄村村民在包装黄梨准备出售。

戴文摄（人民图片）

限。今年初，《电商法》也正式实施。在监管方面，今年6月，国家市场监督管理总局等八部门联合开展2019网络市场监管专项“网剑行动”，为规范电商主体资格、加强对社交电商等经营者的规范引导。

“对于平台经济，我们将秉承包容审慎原则。”国家市场监督管理总局网络交易监督管理局负责人韦犁表示，包容审慎不等于不监管，对于出现假冒伪劣、侵犯知识产权、严重侵害消费者权益等行为，将依法从严打击。

## 互联网大咖秀

克里斯·戈帕拉克里什南：  
营造创新氛围至关重要

海外网 陈非扬



Infosys（印孚瑟斯）是一家提供商业咨询、信息技术和外包服务的印度跨国公司，也是仅次于塔塔咨询服务有限公司的印度第二大信息技术公司。克里斯·戈帕拉克里什南则是Infosys的联合创始人之一，他被公认为是全球商业和科技思想领袖，并在机构投资者（Institutional Investor）首次发布的亚洲高管排行榜上，被选为首席执行官（IT服务类）。

1981年，克里斯与孟买的6位年轻企业家白手起家，创立了一家全球性公司Infosys Technologies。他们为自身设定了很高的标准，克里斯说：“我们想打造一家受人尊敬的全球公司。”数年后，这家公司成长为IT巨头。如今，Infosys总部位于印度班加罗尔，在全球设有办事处，提供广泛的服务组合：业务和技术咨询、业务软件服务、产品工程、业务流程外包等。2002年，商界称Infosys为“印度最受尊敬的公司”。

2007年，克里斯开始担任Infosys的首席执行官兼董事总经理。在他4年的任期内，Infosys的总资产翻了一番，达到60亿美元。但是，对于Infosys来说，一开始的道路并不平坦。在创立初期，因少有投资者了解公司的业务及潜力，Infosys无法获得风险投资或银行融资来扩张。在印度大规模政策改革的帮助下，Infosys终于迎来了发展的黄金期，业务全面爆发。

从一家陷入困境的初创企业到价值数十亿美元的跨国公司，作为领导人之一的克里斯表示，勇气和远见是领导力的两个基本特征，这让企业家和员工不仅注重短期目标，还关注长远抱负。克里斯指出，在竞争对手快速复制成功的时代，营造创新氛围至关重要。在Infosys，技术人员从现有的培训机制中获益，如果他们希望在公司获得晋升，就必须获得越来越高级的证书。此外，经理们也被要求每年进行2次创新实践，否则可能会损失部分部门预算。

Infosys以其出色的运营能力著称，公司积极推进与客户拓展更进一步的战略合作伙伴关系。克里斯认为，Infosys的未来将更加全球化和多样化，公司的口号是“在平坦的世界中取胜”。Infosys及其竞争对手，如Wipro Technologies（维布罗公司）和Tata Consultancy Services（塔塔咨询服务有限公司），将知识流程外包、业务转型伙伴关系和其他高级业务功能视为印度IT企业的下一个重大进化步骤。