

广电总局发布管理提示——

遏制儿童类微短剧“三化”倾向

近日,广电总局网络视听司发布儿童类微短剧管理提示,要求遏制“成人化”倾向,纠偏“工具化”倾向,抵制“娱乐化”倾向。

提示称,近一阶段,以“萌娃”“亲子”为标签的儿童类微短剧数量有所增加,在丰富微短剧题材类型、创新叙事风格模式、展现当代家庭关系的同时,也一定程度出现“成人化”“工具化”“娱乐化”等创作倾向。

提示要求,儿童类微短剧不得为制造戏剧冲突或以穿越重生为由,刻意塑造腹黑、心机等儿童形象,宣扬以恶制恶、权谋算计等观念。严禁以儿童身份演绎“霸道总裁”、参与“校园霸凌”、展现“挑动对立”等成人化剧情。

提示要求,儿童类微短剧不得以造星为名进行“啃小”式商业炒作,宣扬成名要趁早、颜值即正义,诱导家庭支付高额培训费、包装费。不得安排儿童演员超负荷拍摄和出演超出其身心承受能力的暴力、惊悚、情感纠葛等戏份。坚决杜绝把儿童当成满足成年人一夜暴富幻想、情绪代偿或流量收割的“工具人”。

提示要求,儿童类微短剧避免以搞笑娱乐之名,制作缺乏基本逻辑、脱离儿童认知的庸俗低俗内容。杜绝假借艺术想象之名,宣扬功利化成长理念。



某些短视频存在传递暗黑价值观。

图片作者/蒋立冬

1 遏制“成人化”倾向

近日有媒体调查指出,多个视频平台上流行的儿童动画短剧中,暗含软色情擦边球与低俗语言等问题。更值得关注的是,部分剧情还存在宣扬校园霸凌、传递暗黑价值观、渲染恐怖倾向等内容,对青少年观众产生不良影响。

尽管多数平台设置了“青少年模式”,但一些家长反映,因为界面内容太单调,对

少年儿童吸引力有限。令人担忧的是,即便启用该模式,部分动画短剧仍借助“类儿童内容”标签进入算法推荐池。

广西师范大学学前教育系副教授周英指出,一些短剧团队本来就“沉迷机制”为导向设计内容,节奏快、反转多,依赖悬念与连载制造持续刺激,“这种快感结构容易诱发心理依赖,孩子若接触此类内容,往往

停不下来,极易陷入被动接受、缺乏思辨的沉浸状态。”

要刹住这股歪风,当务之急是要建立一套行之有效的发现、预警、监督、举报和治理机制,让“有毒”的短剧“人人喊打”、无处遁形。同时,应不断更新和完善监管细则,提高相关法律法规的有效性和针对性,从源头遏制此类乱象滋生。

2 纠偏“工具化”倾向

影视行业需要小演员,经典影视作品中的小戏骨,是几代人的共同记忆。但要看到,影视行业资源稀缺,注定了这仍是一个“千军万马过独木桥”的选择。业内人士坦言,培养一名童星,其成功率堪比培养奥运冠军。盲目、无序地跟风“造星”热潮,将使家庭沦为被收割的“韭菜”,不仅损失金钱,也会毁了童年。

儿童“造星”产业链之所以蔓延,背后是家长的焦虑、行业的信息差与监管滞后等问题相互交织。一些家长误以为影视行业

“收入高、来钱快”,以侥幸心理投入其中,认为一旦成功,便可获得高额回报。而直播间、短视频等渠道的“引流轰炸”,更营造“门槛降低、人人可及”的假象。

“望子成星”又恰好成为个别不法机构的“原料”。他们的目标是收割家长的钱包,从线上直播间的“红牌选拔”到线下商场的“星探偶遇”,从几百块的模卡拍摄到几万块的“包装套餐”,套路层层递进。有的家长以为只是花点小钱“先试试”,没想到在糖衣炮弹下不断投入“带资进组”,等

意识到被骗,才发现合同条款不对等,花了冤枉钱、维权无门。

广电总局网络视听司相关负责人表示,此提示旨在进一步加强未成年人保护,防止因创作不当损害未成年人身心健康发展。

治理这一乱象,监管部门应当尽快出台儿童演艺行业的专项规范,明确机构资质、合同标准、工作时间、权益保障等内容。无论如何,儿童不应成为成人娱乐工业与流量博弈中的“道具”。遏制儿童类微短剧成人化,守住孩子们的童真底线。

3 抵制“娱乐化”倾向

管理提示既强调堵住“歪路”,也引导疏通“正道”。儿童世界有其独特的逻辑、情感与梦想,管理提示要求平台和创作者必须“扎根儿童生活,尊重成长规律”,鼓励其创作“贴近现实、寓教于乐”“生动展现新时代少年儿童积极向上精神风貌”的优秀作品。

这意味着,儿童类微短剧要有对童年的敬畏,能以儿童的视角观察世界,用童真的语言讲述故事,在生动有趣的情节中厚植爱国情怀、激发儿童的求知欲与创造力。平台也应切实履行主体责任,严把审核关口,让符合规范、优质用心的作品获得更多展示机会。

守护孩子的童年,就是守护社会的未来。坚持为儿童构建高质量内容生态,涤清“成人化”的迷雾,摒弃“工具化”的利用,提升“娱乐化”的格调,我们方能在这方小小的屏幕上,为下一代撑起一片健康、明媚、充满无限可能的数字天空。

来源:首都教育

评论

拒绝微短剧消费“萌娃”

让稚嫩儿童演绎“霸道总裁”、参与“情感纠葛”、超负荷拍摄……不知何时起,“萌娃”沦为流量密码,一些儿童类微短剧呈现野蛮生长态势。近日,国家广播电视总局发布《管理提示(儿童类微短剧)》(以下简称《提示》),直指“成人化”“工具化”“娱乐化”三大乱象。这一监管举措不仅是对行业乱象的及时纠偏,更向全社会传递出清晰信号:童年不是流量的筹码,乱象该休矣!

在算法推荐与商业利益的双重驱动下,创作者为博眼球无所不用其极。让孩子演绎各种成人剧情,打着儿童剧的名义刻意制造反差,这些儿童类微短剧极易混淆儿童的认知,将成人社会的复杂、功利与阴暗植入纯真心灵,进而扭曲价值观的形成。尤其是部分制作方将儿童视为低成本、高话题度的“摇钱树”,安排超负荷拍摄,部分家长沉迷“成名要趁早”的幻想,让孩子背上了不应有的负担,严重影响了青少年的身心健康和成长。

监管的及时介入,为儿童类微短剧划定了创作的“安全区”,也指明了方向。《提示》明确禁止成人化剧情演绎、“造星”商业炒作等行为,要求作品扎根儿童生活、遵循成长规律,这并非对创作的束缚,而是为优质内容的生长扫清障碍。涉及孩子的内容,保护必须排在流量前面。

优质的儿童类微短剧,从来不是简单的“萌娃秀场”,而应是贴近儿童认知、传递真善美的精神滋养。创作者需要摒弃浮躁的“流量思维”,沉下心来观察儿童生活、研究成长规律,将正确的价值观融入叙事中,创作符合儿童成长规律、孩子们喜欢的作品;平台则需强化审核责任,建立专项审核机制,为优质内容开辟传播通道;家长更要守住监护底线,拒绝“造星”焦虑,让孩子在自由的环境中享受童年。

儿童类微短剧的健康发展,关乎千家万户的幸福,更关乎下一代的精神成长。全社会要协同发力,让儿童类微短剧成为照亮童年的光,让每一个孩子都能在纯净的视听环境中,拥有不被流量污染的、真正灿烂的童年。

来源:人民网



短视频账号截图。

资讯

女大学生罗雨欣 剪掉37厘米长发……



罗雨欣曾经把长发扎成辫子,在校园社团活动中成为一道风景。



短发罗雨欣开心面对学习生活。

“云程发轫,风禾尽起。小朋友,加油!”她剪了4年的37厘米长发剪掉,捐给公益机构,为抗癌治疗儿童送去温暖。

她,就是罗雨欣,武汉工程大学艺术设计学院2022级工业设计专业大学生。

早在上中学时,电视上播放的一则捐发广告吸引了罗雨欣的注意,善意的种子就此悄然种下。

进入大学后,罗雨欣开始计划这件事,最终决定将头发捐给公益机构。

但是,捐发也非一蹴而就,在捐发资格和名额上就有相关要求。

她了解到捐发的基本要求:长度需达到25厘米以上,不能烫染。恰逢高中留下的头发已经有了一定的长度,她便决定蓄下去,这一蓄就是四年。

2025年1月,罗雨欣如愿获得了捐发名额,剪掉了她悉心养护了四年、长达37厘米的头发,然后寄出。她还附上了“云程发轫,风禾尽起”的手写祝福,“我希望我的头发能给予癌症患儿的小朋友带来一点力量。”

“我是一名与怪兽做斗争的小学生,放化疗导致我满头的发丝脱落,皮肤毛囊损伤,爱美的我为头发而哭泣,害怕异样的眼光……”2025年11月,罗雨欣收到一封头发受赠孩子的感谢信,信中倾诉着内心的伤痛。

“捐发的意义不仅在于提供假发,更多的是希望让孩子能重拾人生的信心。”罗雨欣说。

来源:湖北日报

火车上,71岁老师 一眼认出20年前学生



近日,在一列火车车厢里,一位戴着眼镜、头发花白的老人,握着对面中年大姐的手,并一口叫出大姐的名字,让大姐当场泪崩。大姐一边激动地抹泪,一边泪中带笑地说“这是我的老师!”

1月11日,来自河南商丘的71岁退休教师李老师和女儿一起,从天津乘卧铺火车回家。下午6点左右,临近下车时,李老师起身,看到了学生姜冬花(化名),一下就叫出了她的名字,姜冬花也认出了老师。

原来,两人铺位就在相邻的两个隔间,当时两人都非常激动,姜冬花一直在抹眼泪。

李老师不仅记得姜冬花的姓名,还记得她是自己1999年带的初一一班的学生,自己当时是班主任,姜冬花在班上担任副班长,两人已经二十余年未见。当天两人下车后,姜冬花帮李老师拿行李,一路出站把他送上车,才依依不舍地离开。

李老师今年71岁,1974年高中毕业后,在河南商丘田庙初中教数学,直到2016年退休。他从教40余年,学生超千名,他自豪地说“大部分教过的学生,我都能记得名字”。

这感人的一幕,被李老师女儿拍摄到。她说“我真的是随手一拍,没想到收到了很多人的关注和祝福”。父亲一生都奉献给了教育事业,记忆力也非常好,“我毫不夸张地说,在父亲心里,学生的地位跟他孩子都是一样的”。

在评论区,不少李老师教过的学生都现身了,“这不是李老师吗?”“我08年就是他教的呀”……李老师的IP地址,来自河南、江苏、北京、山东等全国各地。

来源:新华每日电讯

多所高校发布辟谣声明 “教授内推”“付费保录”全是坑!

寒假临近,一些打着高校名义的“教授内推”“寒假学堂”“招生咨询”等信息层出不穷,这些信息靠谱吗?真的是各高校发布的吗?

多所高校对冒用校名虚假招生信息辟谣

近日,北京大学、清华大学、西南交通大学、香港大学等多所高校接连发布声明,对冒用校名、虚假招生信息及违规活动进行辟谣。

针对有社会机构或个人冒用北京大学物理学院名义开展“北京大学‘寒假学堂’营”的活动,北京大学官网发布声明,提醒各位同学不要上当受骗,以免造成损失。

针对部分机构或个人冒用学校名义开展招生宣讲,清华大学招生办也发布声明,强调清华大学各类本科招生项目的报考资格、选拔程序、录取政策等均以官方发布的招生简章为准,清华大学从未授权或委托任何个人及机构举办任何形式的与招生挂钩的营利性培训、宣讲或咨询活动。

香港大学通过“港大招生”公众号就不法中介声称“保录”港大并出示伪造录取通知书发布声明称,港大从未授权任何内地中介介绍,亦不存在“教授内推”等非正规渠道,提醒广大考生提高警惕。

此外,复旦大学、西南交通大学、中央音乐学院、浙江理工大学等多所高校也相继发布声明,对各类虚假招生信息、违规活动、违规使用学校名称及标识等行为进行辟谣。提醒广大学生和家要提高警惕,防止受骗。



骗局有套路 防骗认准官方渠道

以名校光环为诱饵,编织出“寒假学堂”“教授内推”等花样百出的虚假信息。其实,这些骗局背后都遵循着相似的套路。

专家称,家长和考生之所以会屡屡上当,主要还是部分家长和考生存在试图走捷径的心理。提醒广大家长和考生,切勿轻信“小道消息”,一定要认准官方渠道。

■ 使用诱惑性话术,迎合部分人走捷径心理

这些骗局中常会出现,比如“付费保录”“教授内推”“低分直通”等具有诱惑性话术,这些承诺公然违背国家教育考试的公平、公开原则,却恰恰迎合了部分人试图走捷径的心理。

■ 精心包装,仿冒官方身份

这些骗局常用高仿的报名通知、伪造的公文红头、真假难辨的“教授”或“老师”

身份等,获取家长和考生的信任。其目的就是让受害者在信息不对称的情况下,误以为自己接触的是“正规渠道”。

■ 利用关键时间节点,制造紧迫感

这些骗局往往还会利用寒假等关键时间节点,炮制出“寒假研学营”“名校体验班”等概念,宣称是与校方合作的“内部名额”,错过不再有,以此制造紧迫感。

专家提醒,高校的招生政策、活动通知只会通过学校官网、官方微信公众号、官方认证的招生网站以及各地教育考试院发布。对于任何来自社群、个人推送的所谓“内部消息”,务必通过上述官方渠道进行二次核实。

专家:如遇可疑信息,需谨慎核实并保留转账记录等

专家还提醒,广大家长和学生在参加培训 and 招生咨询中,一旦遇到可疑情况,要向教育主管部门或者公安机关举报。

若金额较大,属于典型的诈骗范畴,受骗的家长和学生可以到公安机关去报案。可以留存几方面证据:

骗子的宣传材料,如涉及“保过”“教授内推”“买卖名额”的信息,包括私人的聊天记录;转账的信息,如银行转账、社交媒体转账等。

此外,专家强调,诸如此类冒用校名、虚假招生等违法违规问题,教育部门、互联网平台,还有网信、市场监管等部门都需要形成合力,强化治理责任。

来源:央视新闻

多所高校发布辟谣声明

“教授内推”“付费保录”全是坑!