

# 直播虐兒稱「教育」孩子 拍偽造犯罪影片驚動街坊 網紅博流量 踩過界 各國加強內容監管

香港文匯報訊 全球各地部分

網紅為博取流量，行徑日益出位，紛紛做出具爭議甚

至違法行為，例如最近中國台灣網紅「晚安小雞」和「阿鬧」因自導自演

在柬埔寨詐騙團區被綁架毆打，被柬方判刑兩年。為打擊有關網紅越界亂象，各地政府均採取措施加強監管，並探討相關立法問題。



◆加網紅偽造誘騙兒童影片驚動街坊。網上圖片



▲印度網紅在孟買火車站跳舞阻街，其後發影片公開道歉。網上圖片

▲弗蘭克拍片，以極嚴厲的懲罰手段來「教育」孩子。網上圖片



◆法國網紅喜極而極挑戰高樓危攝，最後不幸墮樓身亡。網上圖片

美國剛審判一宗虐兒事件，以育兒影片聞名的YouTube育兒網誌作家弗蘭克，因虐待兒童罪被判監30年。弗蘭克先前在YouTube上擁有超過200萬粉絲，她的頻道向粉絲和網民提供育兒經驗。但在她的影片中，弗蘭克以極嚴厲的懲罰手段來「教育」孩子，包括剋扣食物等。弗蘭克雖被判刑，但輿論仍擔憂其影片產生的模仿效應。《衛報》評論稱，弗蘭克的影片被觀看了10億次，「她在世界各地明目張膽『兇殘殘忍』，一想到她將虐待兒童正常化，就令人不寒而慄。」

## 印度網紅為火車站跳舞認錯

網上不乏做出博出位舉動的網紅，日本許多網紅將整蠱做怪的事拍成影片，例如早前紅極一時的「迴轉壽司之亂」等相關影片，另有網紅開車衝撞，在超市亂投蔬果等。去年亦有一名法

國網紅在香港極限挑戰高樓危攝，結果墮樓身亡。

網紅做出這些舉動的背後原因，是博取關注、增加流量、獲取利益。這在許多國家和地區都飽受爭議。去年12月，印度一名女子在孟買火車站跳舞的影片，獲得7,000萬至8,000萬觀看量，但她最終在兩名警察陪同下發影片公開道歉，承認這是不道德行為，給其他乘客帶來不便。

## 日限制隱形行銷 韓禁吃播暴飲暴食

一些網紅還會造假博關注。加拿大傳媒去年12月報道，魁北克省27歲網紅加涅斯偽造一條犯罪影片：他買了一輛麵包車，上面寫上「免費糖果」，試圖誘騙兒童上車。事件導致許多居民報警，警方最後以錄製偽造犯罪影片拘捕他。還有其他網紅利用自己的影響力直接獲取利益。日本網紅東谷義和

在社媒發布一系列自稱是娛樂界和其他領域「幕後故事」的影片，知名度直線上升，然而他利用自己的影響力在YouTube上威脅演員、珠寶設計師等，還擾亂其中一人的商業活動，他於去年6月被捕。

網紅亂象頻生，各國紛紛推出相關因應管理措施，有「吃播大國」之稱的韓國，從2019年起，相關部門就針對有暴飲暴食傾向的電視節目、社媒內容及廣告等制定指導準則，並建立監察系統，具體措施包括禁止吃播中出現暴飲暴食、禁止推薦高熱量食物等。去年6月，法國國會通過「網紅」產業監管法案，規範網紅商業活動，並打擊其在社媒上的出位行為。日本去年10月開始對隱形行銷進行限制，針對網紅的廣告宣傳活動。韓國則制定準則，對公職人員的個人網絡直播進行全面管制。

## 法推「網紅產業」監管法 打擊誤導性行為

香港文匯報訊 全球多個國家和地區均加強監管網紅，其中法國國會去年6月通過網紅產業監管法案，旨在規範網紅商業活動，並打擊他們的出位行為，使法國成為針對網紅商業活動率先制定完整監管架構的國家之一。該法案旨在打擊誤導性或欺騙性商業行為，讓網紅世界不再成為法外之地，違法者最高可面臨兩年監禁和30萬歐元罰款。

據法國《世界報》報道，法國目前估計有15萬名網紅，其中部分人的所作所為，使這一群體成為眾矢之的。為此，法案針對網紅和網紅經理人的身份及從業行為，提出法律定義和規範，當商業行為涉及的金額超過某門檻時，品牌與網紅和網紅經理人之間須簽訂書面合約。此外，法案強化網上平台承擔的責任和義務，例如須提供用於舉報非法內容的按鈕等。為加強保護消費者，法案禁止針對部分商

品或服務的推廣，其中涉及整形手術和含尼古丁的產品等。法案還提出專門針對未成年人的保護措施，例如禁止向18歲以下人群推廣博彩遊戲、體育賭博等。另外，法案強調從業行為的透明度，包括為合作夥伴有償推廣的內容，須明確提及屬於「廣告」或「商業合作」；經圖像優化的自拍、被修飾過的身體照片等，須標明是「經過處理的圖片」。

## 德要求網紅標明含廣告成分內容

多國也對網紅商業推銷和「贊助帖文」有愈來愈多規範。德國聯邦最高法院在2021年9月要求為產品或服務作有償推廣的網紅，須對廣告類帖文進行明確標註，「廣告必須公開透明，要和其他內容區分開，不能用軟廣告形式來推銷產品。」意大利也制定關於網上推銷內容的規則。在過去的案例中，一名韓國議員因引爆催淚彈被判刑。

為。

挪威政府早於2021年7月通過立法，要求網上活躍的挪威名人和網紅在社媒發布的廣告內容中，若對身體形狀、大小、臉型或皮膚進行了修飾，須加上政府部門指定的標籤標記。如果沒有標註也不承認「P圖」，將被處以罰款。以色列、法國、加拿大和澳洲都有類似的修圖加標籤要求。



◆很多韓國網紅喜拍暴飲暴食影片。網上圖片

◆Kiaraa Kitty 衣着性感暴露。網上圖片



◆Kiaraa Kitty 助理扮癩人自導自演。網上圖片

香港文匯報訊 新加坡女網紅Kiaraa Kitty近日前往中國台灣進行環島徒步挑戰，但2月9日途經高雄期間，在直播時遭一名婦人扔雞蛋，對方不斷指責Kiaraa Kitty發布性感照片，稱「不要勾引我老公」，Kiaraa Kitty被嚇得大聲尖叫。然而警方調查後，發現扔蛋婦人為Kiaraa Kitty的助理、新加坡籍薛姓男子假扮，扔蛋純屬為節目效果自導自演。

Kiaraa Kitty事後受訪稱已經報警，並在社媒X上發文，但警方並未接獲任何報案，她最終於2月21日前往警局，承認自導自演。警方表示，她及其助理違反《社會秩序維護法》，將移交地方法院簡易庭裁處，同時要求她在其Facebook粉絲團或直播中，向高雄民眾公開道歉，以正視聽。Kiaraa Kitty被網紅揭露不少爭議行徑，她曾在新加坡某美食專頁擔任小編，因不滿老闆重用另一名女同事，憤而刪除所有影片。此外，她還曾公開販售自己罐裝「原味屁」和「洗澡水」，價格高達數百美元。

## 星主播環台徒步被扔蛋 揭助手男扮女裝自導自演

「不是吧，更令我震驚的是，(因去烏克蘭前線)觸犯了法律的李根，竟還能在韓國的YouTube上出現。」有網民質疑，「如果買了在公共場所引爆，這難道不是恐怖襲擊？」有人說，「果然是李根，只要能(獲得流量)賺錢，他什麼都做得出。」還有人批評說，「看來韓國的法律真的很可笑，這樣下去，他可能會變成恐怖分子。」

對於網紅銷售軍用催淚彈，《朝鮮日報》解釋稱，儘管韓國現行槍炮、刀劍、火藥類等管制法中，沒有對催淚彈或催淚液本身的管制規定，但向他人或在公共場所引爆催淚彈時，可能會受到處罰。據報道，在過去的案例中，一名韓國議員因引爆催淚彈被判刑。



◆「李根大尉」示範引爆催淚彈技巧。網上圖片

## 韓 YouTuber 帶貨軍用催淚彈惹議

香港文匯報訊 據韓國《朝鮮日報》周日(2月25日)報道，此前因擅自往烏克蘭參戰被調查的韓國網紅「李根大尉」，最近在社交平台YouTube上載影片，介紹催淚彈的用法和購買渠道，還鼓動網民「與軍隊裝備規格相同」、「要盡快購買」，影片引起網民爭議。

在「李根大尉」的影片中，一對男女演員示範了防毒面具的使用方法，以及引爆催淚彈的技巧。李根在影片中補充說，「這些裝備與軍隊使用的規格相同，因此軍迷們都會想收藏。」

## 網民：公共場所引爆難道不是恐襲？

當片中演員向「李根大尉」問普通民眾是否可購買時，他答道：「本來是不可以的，這些產品受聯合國控制，但韓國目前還沒有相關法律，所以這是首次銷售，要盡快購買，因相關法律即將推出。」這影片上載後引發爭議，有網民驚訝地說，

## Z世代受落「金融網紅」 投資組織促應對

香港文匯報訊 社媒上不時有「金融網紅」提供投資建議，吸引許多年輕人觀看，但當中涉及高風險投資產品，許多受害者因此血本無歸。全球投資專業人士組織CFA協會近期發布《金融網紅的吸引力：社交媒體時代的投資》報告，顯示Z世代投資者在投資決策方面，接受金融網紅提供的指導多於正規金融顧問，當中存在明顯的風險，協會呼籲監管機構和業界採取更多行動，以應對有關現象。

該研究對美國、英國、法國、德國和荷蘭的社交平台內容進行分析，以識別金融網紅內容的主要特徵。在經檢視的內容中，45%提供指導(提供有關投資的一般信息，但無建議採取特定行動的內容)，36%包含投資推廣(投資產品的營銷和廣告)，32%包含投資建議(建議採取特定行動的內容)。53%的推廣內容包含信息披露，但僅20%包含投資建議的內容有作出信息披露。此外，27%的內容包含相關連結。

## 信息欠周詳 礙消費者評估能力

協會高級研究主管普里斯說，研究顯示金融網紅提供的內容，往往在信息披露方面欠周詳，或會阻礙消費者評估信息客觀性的能力，且部分投資者可能根本不了解金融網紅在何時和如何透過推廣金融產品來獲得報酬。他指出，不同市場對投資建議的定義存在差異，這增加了金融網紅的複雜性，也令使用其內容的消費者處於灰色地帶。一些金融網紅可能不知道自己的活動受監管，並需作出適當的信息披露。協會敦促監管機構考慮為投資建議設定通用定義，企業和社媒亦應與金融網紅合作，確保他們遵守適用的政策。

英國金融行為監管局(FCA)去年7月宣布新指引，要求銀行等金融機構的社媒帖文同樣需為消費者提供負責任建議，限制這些高風險推廣對消費者帶來「重大傷害」。FCA要求企業監督社媒名人進行投資宣傳和推廣，讓他們能負責任地與「粉絲」溝通。社媒上一些搞笑貼圖或帖文若被認定有意吸引用戶，加入高風險的加密貨幣等投資，也會被納入監管範圍。