

# 抖音发布新规治理“伪公益”

## 行业健康发展需自律更要各方联合

■ 本报记者 皮磊

日前,抖音官方账号发布了关于抖音公益内容治理的最新规范,引发诸多关注和讨论。据了解,此次发布的规范主要是针对平台上通过发布摆拍“贫困悲惨”、夸张凸显社会与家庭矛盾等不实信息内容,或借助发布“助农”“助老”“助残”“助困”等内容,谋求商业变现的“伪公益”行为,同时禁止公益类账号变现。

过。尤其以互联网平台为代表,人们在对其倾注了更多期望的同时,也提出了更多要求。在这方面,平台确有不可推卸的责任。

数据显示,自2016年慈善法颁布实施以来,我国累计有超过510亿人次参与互联网慈善,募集善款350亿元。互联网技术及平台的快速发展,尤其短视频平台的兴起,不仅极大降低了公众参与社会公益事业的门槛,也让公益更具互动性和趣味性,公益的形式越来越多样化。

相较于以往的图文传播方式,在以抖音等为代表的短视频平台,直播及短视频让我们能够更加直观地了解公益项目执行情况,也大大提高了由“看见”到“关注”再到“捐赠”的转化率。越来越多的公益机构、公益行业从业者开始尝试以直播或短视频的方式与潜在捐赠人互动,宣传公益项目。

但任何事情都有其两面性。短视频平台的快速发展在给公益行业带来更大发展空间的同时,也为行业及机构带来一些新

的思考,其中既有专业人才匮乏、内部能力构建等方面的问题,也有来自外界的持续关注。我们注意到,也正是看到了“公益”“慈善”对普通大众的吸引力,看到了直播等渠道变现的无限潜力,一些所谓“网红”流量博主”试图通过摆拍、造假、卖惨等方式制造话题,以“伪公益”欺骗用户,伺机从中谋取私利。

如,在四川大凉山地区,有短视频博主宣称深入农村地区“做慈善”,为家庭困难的老人发放现金及生活物资,感动了很多网友。然而事后该博主却将发给老人的现金和物资收回,让网友大跌眼镜,更有网友表示“以后再也不相信公益”。

也有博主“不辞辛劳”赶赴当地,拍摄一些身处困境的老人及儿童凄惨的生活环境,赚得粉丝无数眼泪,网友纷纷表示“要捐钱捐物支持他们”。然而最后却被证实,其视频为摆拍,有事先设定的剧情,视频中的老人和孩子也是博主雇来的“演员”……

这种借“公益”赚取流量的

行为,不仅一次次欺骗、消耗了公众的爱心,破坏了平台在用户心中的好感,更极大地损害了公益行业深耕多年才建立起来的公信力,而其目的无非是借此赚取流量或关注,最终实现流量变现的目的。

根据观察,2023年以来,以虚假摆拍、故意制造话题或矛盾等为特点的伪公益事件在互联网平台屡有发生。某些视频创作者试图利用虚假人设、情节、场景、道具等编造不实信息,凸显对立或冲突效果,引发各方高度关注,产生了一定的不良社会影响。

不论是《慈善法》还是《互联网信息服务管理办法》等相关法律法规,都对上述问题有过明确规定。抖音的此次表态,也说明平台非常爱惜自己的羽毛。而其作为民政部认定的第三批慈善组织互联网公开募捐信息平台之一,也有责任和义务推动行业健康、规范发展。

值得注意的是,此次抖音发布的新规,在“打假”之外,重点强调了账号的资质问题:账号如在平台发起慈善募捐,主体需持有相关资质并按照规定认证。对于公益类账号,新规还明确提出不得进行直播打赏、电商销售等营利性行为,以此规避试图通过公益变现等操作。

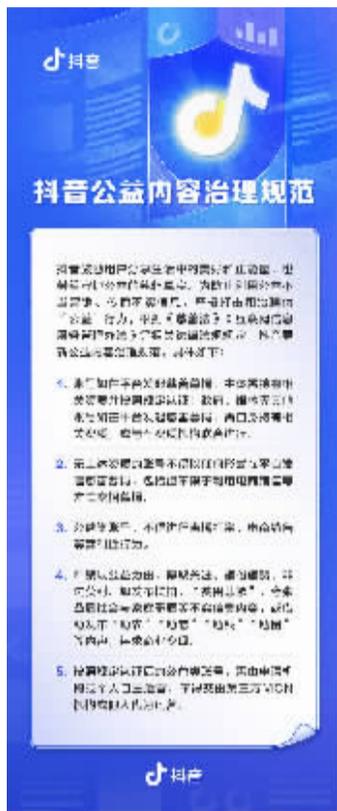
更新规则的同时是加强治理。截至目前,抖音陆续制定并发布了“演绎”类作品内容创作

新规《人工智能生成内容的平台规范暨行业倡议》等平台规范,系统打击和治理不实信息。自2023年4月至今,抖音已经下架与“伪公益”相关视频1131个,对3518个“伪公益”账号进行了无限期封禁等处置,并抹除其不当获取的新增粉丝,取消其营利权限。由此可以看出平台在加强内容治理上的力度。

归纳来说,抖音将从资质认证、严格打假、联合治理等方面着手,维护平台及行业的健康发展。当然,打击“伪公益”并不是一禁了之。抖音此次发布的新规也对如何申请认证公益类账号、如何发起公开募捐等行业和机构较为关注的问题做出了详细解释。

不少业内人士对此表示积极肯定:“伪公益内容、行为利用了公众的善良,也破坏了公益慈善的良好生态。在平台上存在的伪公益行为,平台有责任也有权利进行监管。我们认可平台通过发布新的规则,进行主动治理的行动,共同推动网络公益内容的有序规范。”

或许其中还有一些细节值得商榷、完善,但相信抖音此举将在一定程度上提升公众对平台的信心,提振对公益事业信心。也期待有更多平台加入进来,共同打击“伪公益”行为,维护公益行业的良好形象,共同推动行业高质量发展。



新规提到,抖音鼓励用户分享生活中的美好和正能量,同时也希望守护公益的纯粹性。为此,平台对公益账号运营主体资质及运营方、发起慈善募捐及账号直播等内容都提出了明确要求。

抖音此番新动作可谓非常及时且非常有魄力,也可以看作是“他律”之外,平台在“自律”方面的又一次加码。此举也让我们看到了平台在净化网络环境、推动公益健康发展的勇气和决心。

事实上,随着公益逐渐成为人们的一种生活方式,有关行业如何健康发展的讨论就从未停止

# 蚂蚁集团近3年公益支出27亿元

## 聚集绿色低碳及女性发展等方向

6月1日,蚂蚁集团发布2022年可持续发展报告及2022年社会公益报告。报告显示,2022年蚂蚁集团公益捐赠实际支出为7.9亿元;自2019年起,累计公益捐赠实际支出27亿元,相关投入主要用于支持绿色低碳、女性发展等方向。报告指出,蚂蚁集团已沉淀出一套用数字技术和平台力量助力相关问题解决的创新公益模式。

据了解,“绿色低碳”是蚂蚁集团可持续发展战略的四大方向之一。2016年,蚂蚁集团发起公益项目“蚂蚁森林”,并逐渐形成了以“企业捐资支持生态建设”来激励和倡导“社会公众绿色低碳生活”的创新公益模式,以培养人人参与绿色低碳的生活方式,同时引导公众关注生态环境的改善。

截至2022年年底,“蚂蚁森林”与20多家公益伙伴一起,在19个省份实施生态类公益项目,累计种下超4亿棵树,参与共建了超过2700平方公里的保护地,开展500亩海草床的科学种植及1000亩红树林生态修

复。此外,蚂蚁集团还基于蚂蚁森林进一步发起“绿色能量行动”,与636家生态伙伴一起倡导低碳生活,见证6.5亿人践行绿色低碳,累积产生“绿色能量”2600多万吨。

蚂蚁集团董事长兼CEO井贤栋在可持续发展报告致辞中说,蚂蚁还在探索用技术帮助中小企业实现绿色转型。他举例说,通过在储能电站植入可信上链模组,能够帮助中小企业进行有效的电力调节,降低电费支出,走向绿色转型。

女性是蚂蚁集团系列公益行动的核心关注群体之一。关注到女性在家庭和社会中扮演的重要作用,以及数字时代下女性面临的机遇和挑战,2018年起,蚂蚁集团积极发挥自身数字技术和平台力量,发起“数字木兰”系列计划,从基础保障、就业支持、多元发展等层面入手,助力提升女性的安全感、成就感、幸福感。

基础保障方面,截至2022年年底,“数字木兰”系列计划累计已为欠发达地区困难女性免费

送出了375万份公益保险,助力提升教育、医疗保障。就业支持上,“数字木兰”已支持在欠发达县域建立17个数字就业中心,帮助一万余名女性提升职业技能。

西安交通大学社会学系教授、数字社会研究中心主任杨江华认为:“作为农村三留守群体中有劳动能力的人群,乡村女性的发展关系到整个乡村振兴的未来。数字木兰通过支持乡村女性就业创业,让女性在家乡就能兼顾事业与家业,满足了她们的经济收入与家庭养育的双重需求,为解决当前我国人口的性别红利与数字红利、助力经济高质量发展提供了新方向,具有深远的经济与社会意义。”

多元发展机会方面,“十年十亿”除支持中国女足外,还资助了全国23个省、市、自治区及直辖市的70支乡村校园足球队,帮助乡村女孩通过足球收获自信、历练人格,获得多元发展机会。

为助力乡村振兴,2022年,蚂蚁集团在支付宝上线了公益助农频道,为160个乡村振兴重

点帮扶县等欠发达县域农产品免费提供长期展销窗口,支付宝“百县百品”助农行动累计已带动公众助农帮销金额1亿元。

截至2022年年底,支付宝公益平台已支持公益机构累计发布了1.7万个公益项目,募集善款超63亿元,带动公众参与捐赠近37亿人次。2022年,支付宝公益平台共建委员会发起成立,和行业伙伴一起共建、共创、共赢。

此外,蚂蚁集团还持续助力老年、残障等群体跨越“数字鸿沟”。截至2022年年底,“蓝马甲”助老行动线上触及老年人超过2000万人次,线下面对面服务超过90万人次老年人。在中国残疾人联合会指导下,2022年,蚂蚁集团还与中国残疾人福利基金会联合发起“追梦行动”系列助残公益项目,助力残障群体康复、教育、就业。(皮磊)



蚂蚁集团发起“绿色能量行动”联合企业界促进绿色消费