

保护在线儿童

业界指南



www.itu.int/cop

法律告示

本文件有可能不时更新。

本文件视情况引用了第三方资料来源。国际电信联盟（国际电联，ITU）对外部资料来源中的内容不承担责任，包括本出版物中提到的外部网站。

无论国际电联还是代表国际电联行事的任何人，对本出版物中所含信息可能受到的利用都不承担责任。

免责声明

文中提到或引用具体的国家、公司、产品、举措或指南绝不意味着国际电联、作者或作者隶属的任何其他组织承认其优于其他未提及的同类事物或予以推荐。

欲翻印本出版物节选，请联络：jur@itu.int

© 国际电信联盟 (ITU), 2011

致谢

本指南由国际电联和来自信息通信技术行业主要机构的一组撰稿人起草。没有各位撰稿人奉献的时间和热情，本指南就不可能面世。

国际电联对下述作者牺牲宝贵的时间并提供有价值的见解表示感谢（按姓氏的字母顺序排列）：

- Cristina Bueti和Marco Obiso（国际电联）
- John Carr（互联网安全儿童慈善联盟）
- Natasha Jackson和Jenny Jones（GSMA）
- Nerisha Kajee和Rob.Borthwick（沃达丰公司）
- Giacomo Mazzone（欧广联）（改写英国广播公司Marc Goodchild和Julian Coles提供的文件）
- Michael Moran（国际刑警组织）
- Brian Munyao Longwe（AfrISPA）
- Lorenzo Pupillo和Rocco Mammoliti（意大利电信）

作者对Kristin Kvigne（国际刑警组织）的细心审校和评论表示谢意。

国际电联对eWWG的Salma Abbasi女士积极参与“保护在线儿童”（COP）举措表示感谢。

与本指南草案有关的其他信息和资料可查看<http://www.itu.int/cop/>，这些信息和资料将定期更新。

如果您有什么意见或希望提供任何附加信息，请通过cop@itu.int联络。



目录

| | |
|--------------------------|----|
| 序 | |
| 内容梗概 | 1 |
| 业界指南 | 2 |
| 整个信息通信技术行业要考虑的关键领域 | |
| 广播机构要考虑的关键领域 | |
| 互联网服务提供商 (ISP) 要考虑的关键领域 | |
| 移动运营商要考虑的关键领域 | |
| 1. 背景 | 6 |
| 整个行业的协作 | |
| 2. 内容和服务的分类 | 8 |
| 广播机构 | |
| 案例研究：英国广播公司 (BBC) — 英国 | 10 |
| 互联网服务提供商 | |
| 移动运营商 | |
| 案例研究：MySpace社交网的“六大”安全做法 | 17 |
| 案例研究：美国“无线内容指南”分类标准 — 美国 | 19 |

| | |
|---|----|
| 3. 内容控制机制 | 21 |
| 广播机构 | |
| 互联网服务提供商 | |
| 案例研究：意大利电信和儿童保护 — 意大利 | 26 |
| 移动运营商 | |
| 案例研究：NTT DoCoMo父母控制 — 日本 | 31 |
| 案例研究：ATT MEdia™ Net父母控制 — 美国 | 31 |
| 4. 客户交流和教育 | 32 |
| 广播机构 | |
| 互联网服务提供商 | |
| 采用限制性规定 | |
| 移动运营商 | |
| 案例研究：无线应用服务提供商协会（WASPA）关于加价短信服务的行为准则 — 南非 | 40 |
| 案例研究：沃达丰公司父母“要点提示” — 英国 | 41 |
| 案例研究：CBBC媒体知识技能 — 英国 | 45 |
| 案例研究：“从前有个网络空间”系列片，媒体发展局和Okto电视频道 — 新加坡 | 45 |
| 案例研究：通过客户交流支持制止垃圾邮件和欺诈短信的努力 | 46 |



| | |
|--------------------------------------|----|
| 5. 非法内容 | 48 |
| 限制性规定、使用者指南 | |
| 通知和删除 (NTD) 程序 | |
| 案例研究：虐待问题服务台服务与通知和删除方式 — 意大利电信 | 50 |
| 热线电话组织 | |
| 业界协作 | |
| 6. 其他问题 | 53 |
| 使用者自创内容 (UGC)：广播机构采取的方式 | |
| 案例研究：广播机构如何保护儿童不受不恰当的非内部资料的伤害：BBC的例子 | 55 |
| 7. 结论 | 56 |
| 8. 其他信息和阅读材料 | 59 |

保护在线儿童是

一个全球性问题

需要采取全

球性应对措施





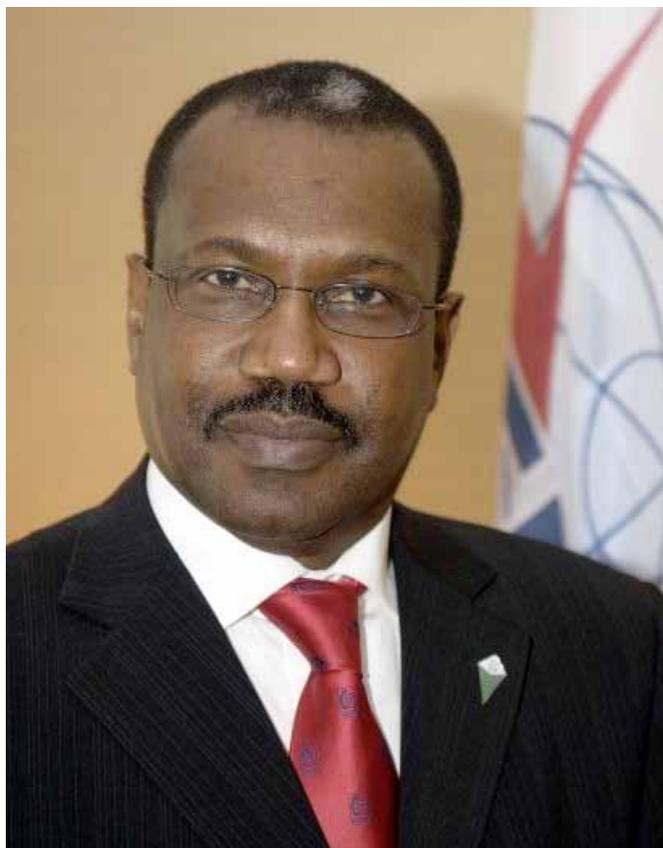
序

很高兴能有机会与您分享这份初步指南。本指南是在各利益攸关方的帮助下制定的。

在宽带互联网广泛使用的时代，“保护在线儿童”成为一个关键问题，急需全球性的协调应对措施。本地举措甚至国家举措当然有其自身的作用，但互联网没有国界，因此国际合作对于我们赢得面临的战役将是很关键的。

业界参与者，无论是广播机构、互联网服务提供商还是移动运营商，对于成功地抗击网络犯罪和网络威胁都很关键，我谨以个人名义对大家的支持表示感谢。

国际电信联盟（国际电联，ITU）秘书长
哈玛德·图埃博士





“联合国《儿童权利公约》规定，儿童系指18岁以下的任何人。本指南探讨了世界各地18岁以下的所有人面临的问题。但相比刚升入中学的12岁儿童或即将跨入成年人行列的17岁儿童，7岁这样年轻的互联网使用者的兴趣很可能会相当不同。在本指南的不同段落，我们针对这些不同的背景给出了不同的忠告或建议。尽管采用大致的分类是一个有用的准则，但不要忘了，每个儿童终归是不同的。应分别考虑每个儿童的具体需求。另外当地的法律和文化因素也多有不同，这些都对某一特定国家或区域如何使用或解释本指南具有很重要的影响。

目前已有相当多的国际法和国际文件构成了保护儿童措施的基础，并且在很多情况下都规定了强制性保护措施，既有普遍性的，也有具体针对互联网的。这些法律和文件构成了本指南的基础。在2008年11月举行的第三届反对儿童和青少年性剥削世界大会通过的《关于采取行动预防和停止对儿童和青少年进行性剥削的里约热内卢宣言和呼吁》中，对这些法律和文件做了全面归纳。



内容梗概

本指南是在“保护在线儿童”¹举措的范畴内起草的，目的是不单为今天的儿童，也为子孙后代拥有一个安全和保险的网络世界奠定基础。

本指南由国际电联和来自信息技术行业主要机构的一组撰稿人起草。这些机构包括GSMA、国际刑警组织、Afrispa、欧广联、意大利电信、互联网安全儿童慈善联盟和沃达丰公司。

在制作本文件的过程中携手参与的伙伴范围之广，本身就证明随着数字变革的不断加速，围绕着互联网已发生了巨变。

融合在许多国家已成为现实，毫无疑问由此带来了众多新的挑战。合作和伙伴关系是进步的关键。业界没有一个部门能独享知识和智慧。我们可以相互学习。

国际电联与本报告的其他作者在此呼吁所有利益攸关方促进实施在网络空间中保护

儿童的政策和标准，并促进儿童安全地获取网络资源。

希望不但能由此创建一个更为包容的信息社会，而且也能促进成员国履行其保护和实现儿童权利的义务。这些权利在联合国大会1989年11月20日第44/25号决议通过的联合国《儿童权利公约》和信息社会高峰会议（WSIS）成果文件中做了规定。

¹ www.itu.int/cop

业界指南

本节提出了保护在线儿童业界指南。为了形成重点在于儿童在线安全的国家战略，业界领导人应考虑下面各领域内的下述战略：

| | # | 要考虑的关键领域 |
|------------|----|--|
| 整个信息通信技术行业 | | 目前急需采取超越个别信息通信技术机构的共同行动。 |
| | 1. | 制定可互操作的标准和相关建议以在线保护儿童。目的是形成一种广泛参与的方式，在整个行业推广。 |
| | 2. | 评估在采取真正全球协调一致的行动在线保护儿童方面存在哪些选项和可能性。应把注意力集中在能力（例如跟踪和提醒以及事件管理）建设上，以促进威胁信息的收集和不同参与方之间的信息共享。 |
| | 3. | 确定业界不同部门（广播机构、互联网、移动）之间的共性，目的是制定行为准则或行业规则，帮助国际电联成员国更为有效地与私营部门/行业协作。 |
| | 4. | 建立政府与私营部门/行业之间的合作安排，以共享信息和形成应具备的具体能力，由此降低儿童使用信息通信技术的风险并发展儿童使用信息通信技术的潜力。 |



| | | 要考慮的關鍵領域 |
|----------------|-----|--|
| 廣播機構 | 5. | 形成關於投訴制度的共同規則。目的是防止把處理外界投訴的職能附加到廣播機構自己的內部系統上，讓使用者可能更感困惑，或者有可能讓公安部門和其他機構超負荷運轉，處理本不該由其服務處理或沒有能力處理的大量查詢。 |
| | 6. | 形成共同的标准和建议。目的是形成一種廣泛參與的方式，在線上保護兒童。這一方式要在整個行業推廣。 |
| | 7. | 至少在区域层面建立一个泛行业项目，以形成更为牢靠的程序，用于在儿童获取区分年龄的内容时征得父母同意。 |
| | | 要考慮的關鍵領域 |
| 互聯網服務提供者 (ISP) | | 下述建議為互聯網業界和互聯網服務提供者 (ISP) 提供了指南，用於為年輕使用者維持更安全的環境。有責任感的線上提供者應把下面要考慮的每一個領域當做為使用者提供保護這一課題的一部分。 |
| | 8. | 互聯網業界在兒童互聯網安全方面的戰略目標應該是降低有害或非法內容和行為的可獲得性，並對接觸有害或非法內容和行為加以限制。互聯網提供者還應該為兒童及其父母提供信息和便於使用的工具，幫助他們以潛在危險最小的方式有效地使用互聯網。 |
| | 9. | 在互聯網網站上和Web 2.0服務中，所用的語言和術語，特別是在網站的限制性規定、隱私保護政策、安全信息和舉報機制方面所用的語言和術語，對所有人都應通俗易懂、含義明確，包括兒童、年輕人、父母和家庭護理員。 |
| | 10. | 舉報擔心之事、虐待和不法行為：服務提供者具備牢靠的投訴處理程序是非常重要的。涉及騷擾和不恰當內容的投訴尤其應迅速處理，若情況許可，還應及時刪除違法內容。服務提供者應儘可能考慮具備一些機制，比如舉報虐待的途徑，或者標記出兒童或年輕人不宜或有可能使其遭受風險的資料，必要時應將能夠任何報告提升到法律實施層面。 |

| | 要考慮的關鍵領域 |
|-----|--|
| 11. | 服务提供商应尽可能考虑能够通过一个“举报虐待按钮”来举报互联网服务提供商提供的所有网页上和应用服务中出现的违法。可以采用一个总是在所有屏幕的同一个位置出现的普通的易辨认按钮。举报机制可以通过向举报人提供技术解决方案（比如将屏幕快照、连接统计数据、运行过程清单等附上的能力）而得到强化，还可以通过向使用者表明需要在举报时提供什么样的信息以提高有效性而得到强化。 |
| 12. | 服务提供商应考虑以通俗易懂的语言强调在互联网服务中什么样的行为是可接受的或不可接受的，尤其是向年轻使用者以及父母和家庭护理员强调。建议在限制性规定中应增加这一信息。 |
| 13. | 服务提供商应不断评估用于识别客户年龄的技术的有效性。此举的目的在于实现与各自的服务相适应的解决方案（这一点在相关服务按不同年龄受到法律限制时尤其重要），解决方案要达到法律上和技术上切实可行的程度，最重要的是能创建更安全、更保险的互联网服务。此类解决方案可能要以不同的方式尽力避免年龄不足人员获取或接触与其年龄不相宜的内容或服务，或努力向儿童专门提供无成人内容的服务。 |
| 14. | 服务提供商应考虑主动与地方和国家执法机构交流，在提供商一了解到发生虐待儿童的不法行为时就予以举报。服务提供商应另外具备自身所用的内部程序，确保其按照当地和/或国际法律承担在非法内容方面应承担的责任。服务提供商还应考虑尽可能定期地主动评估其服务器中驻留的商业内容（不管是名牌内容还是签约第三方内容提供商提供的内容），以便确保无法通过其网络获得非法内容或可能有害的内容。目前能够使用散列扫描和图像识别软件等工具协助完成该项工作。 |



| | 要考慮的關鍵領域 |
|-------|--|
| 移动运营商 | <p>下面是移动运营商在审查其保护儿童应采取的方式时在相关领域内要考虑的一张“核对单”，分为向其年轻的使用者提供安全适宜的移动环境和制止潜在的将其服务滥用于驻留或传播非法的儿童性虐待内容两方面：</p> |
| | 15. 若提供的内容或服务并非对所有使用者都是年龄相宜的，则要确保按照国内的期望值对内容进行分类，确保内容符合同类媒介的已有标准，并在可能的情况下同时提供年龄验证。 |
| | 16. 若有可能，与同一市场中的其他运营商合作，商定并推进一套行业范围内恰当提供区分年龄的内容的承诺。 |
| | 17. 提供能让使用者或父母/家庭护理员控制内容访问权的工具。另外，这些工具应符合国内的期望值和同类媒介的标准。 |
| | 18. 清楚地标明所提供的内容和服务的性质，由此让使用者对自己的内容消费和要遵守的任何约定（例如最低消费时长）做出有依据的决定。 |
| | 19. 为父母全面了解其子女可能正在使用的移动内容服务提供支持，以便他们指导子女恰当使用移动用途。 |
| | 20. 让客户了解一般如何处理对移动用途的担心，包括垃圾内容、盗窃和不恰当接触（比如羞辱）等领域，并确保为客户提供一种表达担心的手段。 |
| | 21. 利用本公司关于客户的限制性规定明确表明本公司对其服务被滥用于存储和共享儿童性虐待内容的立场，并表明本公司支持由执法部门按照国内立法对任何虐待情况展开调查的承诺；将“通知和删除”（NTD）程序（或同类程序）准备就绪；若存在国内热线电话或同类设施，则予以支持。 |

1

背景

当今的数字世界已在全球范围内改变了人们的生活方式。计算产业早已实现了全数字化，电信业也几乎是全数字的了，而广播部门也即将变为数字的。永远在线也成为一种常态，与其他媒体相比，人们花在数字媒体消费上的时间越来越多。

从中国到意大利，人们的日常生活里到处是短信，电子邮件，网聊，网上约会，多人游戏，虚拟世界和数字多媒体。

尽管这些技术对很多人意味着方便和享受，但监管机构和使用者的不同，常常比这一领域的快节奏发明落后一步。

另外，由于提供服务的渠道五花八门，电信业传统的或者不那么传统的服务面临一些新的困境。

整个行业的协作

在当今融合的媒体世界中，电信及移动电话业的不同部分之间、互联网公司与广播机构之间原来一直存在的差别正在迅速消失，或者说变得无关紧要了。融合正在把这些原本互不相同的数字流融汇成一股单一的潮流，流向世界各地的几十亿人口。在这种背景下，国际电联与GSMA、意大利电信、欧洲广播联盟、国际刑警组织、互联网安全儿童慈善联盟、



沃达丰公司和Afrispa协作，编写了这本“保护在线儿童业界指南”。

本指南的目的是为业界所有部门通过制定行为准则或通过给出权威的建议和指导等措施努力完成为儿童和年轻人提供尽可能安全的互联网这一共同目标提供一个共同的框架。

特别是互联网服务提供商早就认为，他们在保护在线儿童方面负有与众不同的责任。这主要是因为互联网服务提供商既承担了渠道的作用，为进出互联网提供通路，又因为提供托管、缓存和存储服务而起到了存储库

的作用。移动网也是如此，不少移动网目前的功能已远远超过当初连接语音和数据交换机的服务。与此类似，广播机构也已成为互联网空间中的主要参与方，提供了许多过去只跟互联网服务提供商或网站托管公司沾边的在线服务。不过由于广播机构的品牌知名度相当高，在互联网作为大众消费品出现之前好多年就已经形成，所以广播机构的网站常常会吸引众多支持者。

业界共同参与这一协作性项目的每一部门都带来了自己的发展经历和自己特定领域的专门知识。通过这种共同



参与和知识与经验的融汇，整个业界得以广泛地加速推广惠及所有人的更安全的互联网，但首先是惠及儿童和年轻人。

内容和服务的 分类

2

对一个普通受众而言，并非所有内容和服​​务都适合，这一点在“离线”世界得到了普遍认可，例如，电影和游戏按年龄分级，具有暴力或性内容的电视节目受到分时播出的限制。

若在线内容与“离线”版本完全一样（例如游戏或电影仅获得渠道有差别），就有可能重新采用已有的分级或分类。但对于新的或修改过的内容，在线内容和服​​务提供商就必须设法向客户表明内容的性质和针对的年龄范围。

对于更为传统的内容（例如电视剪辑），常常可以根据国内的游戏或电影同类媒介的框架制定一个标准，对内容进行年龄分级，或者也有可能根据区域性的同类媒介制定标准，具体采用哪种标准视社会敏感性的程度而定。但随着包括留言板、聊天室、社交网和使用者自创内容服务在内的交互式服务的范围越来越广，在越来越难按照传统方式“分类”的同时，还对更年轻的使用者产生了潜在性的风险，不只涉及消费与年龄不相宜的内容，更涉及不恰当行为（例如欺辱）和不恰当内容（例如引诱）。



下面几小节将探讨所有这些问题。“广播机构”小节探讨通过新媒介提供传统内容的问题，“互联网提供商”小节关注与非传统在线内容有关的内容、接触和行为问题，“移动运营商”小节概述了全球运营商如何着手处理对移动内容和服务进行分类和管理的问题。

广播机构

电视广播机构一直能够通过分时播出计划，利用电视收视的线性“广播”性质处理对区分年龄的内容的担心。例如，只适合高年龄段青少

年或只适合成年人的内容在晚间或夜间孩子睡着了之后（“儿童不宜节目播放时间”之后）广播。

不过随着广播机构越来越多地以一种非线性“点播”方式在线提供其内容，父母直接监督就靠不住了，分时播出计划也不再适用，广播机构一直在寻找以与年龄相宜的方式提供其内容的途径。

研究表明，父母一般都希望了解可能引起担心的内容的类型（例如语言粗俗或暴力），而不是简单地获知年龄分级。

因此，有些广播机构已经制定了标记系统，例如英国广播公司制定了用于指导的“G”标记系统，在一段内容包含有争议素材时就显示“G”字，同时在节目梗概中用文字标明内容的性质。若启用了父母个人识别码（PIN）控制系统，则在出现“G”字时就会触发该系统。



注：除非另有说明，本文件中的“广播机构”一词专指传统广播型内容提供商，因为“广播机构”对提供的内容具有创作和编辑控制权，不管内容是“空中播出”还是本文件重点讨论的在线播出。该名词不包括发表其他人创作内容的服务提供商，这种组织划入互联网服务提供商类别。

案例研究：英国广播公司（BBC）

BBC广播公司的iPlayer媒体播放器项目是以非线性（或称“点播”）方式在线获取BBC节目，并且目前已占英国互联网业务总量的9%。BBC在设法负责任地提供区分年龄的内容方面从这一项目中获得了重要经验。

目前安装BBC的iPlayer限于16岁和16岁以上的人，在注册过程中使用者还会得知已采用了PIN保护，并且必须做出是否马上激活的决定。如果选择“否”，他们被告知以后怎样激活。如果节目不是所有普通受众（即所有年龄）都适合，就会带有一条“指导”

警告，在此情况下，使用者决定要下载内容时，符号“G”和解释内容性质的文字标签就会显示出来。如果播放器已经激活，在观看时，文字标签依然会显示出来，在能够观看内容之前使用者必须输入PIN代码。使用iPlayer而又没有正确PIN代码的任何人都会收到一条解释性消息，表明他们无权获取“G”级内容。

BBC将很快把流媒体内容引入iPlayer，如果情况适合，在可以观看内容之前，程序也将显示“G”字样和文字标签。流媒体

内容一经推出，即可使用PIN保护系统，BBC目前正在寻找进一步增强这一系统的途径，因为流媒体和下载综合到了一个系统中。

BBC用于指导系统的“G”也得到了英国其他地面广播机构的采纳，包括ITV、第四频道和FIVE的在线点播服务。

BBC制订了明确的战略，用3家网站为从出生到成年前期的儿童提供支持，随着儿童的长大，这3家网站按照不同级别的保护、计算机知识、独立性

和成熟度提供与各年龄相适应的内容，此外，BBC的Learning（教育）网站还提供了特定的教育服务。

1. CBeebies (www.bbc.co.uk/cbeebies) 和 CBBC (www.bbc.co.uk/cbbc) 网站可让儿童及其父母或护理员在一个安全、可信和易于理解的环境中与网站互动和彼此互动。网站为儿童提供了高质量、有吸引力和有价值的互动内容和体验，并为12岁以下儿童接触适宜的外部网站提供了一个跳板。



2. 重点放在为儿童与BBC、其品牌和特色建立更深入的关系提供更大的自主权和机遇，提高他们的价值观、主人翁感觉以及对CBeebies和CBBC的影响。为达到这一目的，网站面向能力和背景各不相同的所有英国儿童提供了一系列革新的互动式工具和具有创意的机遇，为他们提供了发表自己的内容、想法和意见的空间。网站还为在线儿童提供每周7天、每天24小时的专门新闻服务，作为Newsround节目的一部分，并且还通过PressPack网页让孩子们能够积极参与跟他们有关的专题讨论。

3. BBC的Switch网站为所有青少年提供了在线空间，其内容旨在吸引年轻人，满足他们的兴趣，并鼓励互动。该网站既含有辅助性的电视和声音广播节目，也有一些独立内容。
(www.bbc.co.uk/switch)

4. BBC的Learning网站为学龄儿童提供了涉及各种科目和技能的产品。下面是各种课程或具体技能的链接。

Bitesize - 为5-16岁儿童提供所有科目的复习和总结
(www.bbc.co.uk/schools/ks3bitesize)

Blast - 针对青少年的创作性培养，目前重点是创作性艺术，包括与青年艺术家组织的伙伴关系 (www.bbc.co.uk/blast)

有些服务是为课堂教学设计的；还有一些不需要教师辅导，学生越来越多地直接在家或在学校使用。

BBC与英国通信办公室（英国媒介和电信监管机构）以及一些广播机构和平台提供商共同努力，旨在促进关于加标签的最佳做法；BBC还积极参与宽带利益攸关方集团（BSG）内容信息组的活

动。BBC还是“电视点播协会”（ATVOD）的准成员，该协会是点播服务业的自我管理机构。



Social Networking



互联网服务提供商

总体来说，互联网内容和 Web 2.0 服务这两个词用于指个人越来越多地利用互联网以视听和文字两种形式生成和传送自造的内容。Web 2.0 服务的具体实例包括：

• 使用者自创内容

像维基百科、博客和影像共享网站这样的网站，专门供使用者上载、共享或查看内容。

• 社交网网站

使用者在此显示个人“资料”，包括居住地点、兴趣和爱好（例如听音乐、看电影或看书）以及照片或视频、音乐曲目以及链接到好友的资料。网站还可以包括用于网聊、文档共享、写博客和讨论组等的设施。

• 在线社区和社交世界

参与者可在此选择、按需修改或创作称为“虚拟形象”的人物。这些虚拟形象可以建造房屋，装饰环境，与其他人互动，甚至

在多人虚拟世界中买卖物品时能够兑换虚拟货币。

• 在线游戏

玩家可在此与其他人比赛，常常身处复杂的和各式各样的“游戏世界”，在比赛过程中玩家还可以互动和对话。

英国关于互联网上和视频游戏中儿童遭遇危险的那份全面的独立评论报告认为，这些分类常常会发生交叉，这些网站也日益被视为青年文化的一部分。

按照“欧盟儿童在线”项目²提出的一种结构，在“内容”、“接触”、“行为”几方面对潜在风险之间的差别做出区分是有益的。随着 Web 2.0 的出现和相关的互动性逐步增强，一对一、一对多和多

对多的交流目前成为可能。这种情况显然增加了人们对违被本意的接触以及某些情况下对非法行为的担心。为了了解接触与行为之间的差别、交叉以及应对措施，对接触与行为做出区分是有益的。关键差别是：“接触”指儿童是交流/消息的接受方（“受害者”）的情况；“行为”指儿童是不恰当行为的教唆者（“作恶者”）的情况³。其他评论者增加了另外两个类别，也值得记住：“赚钱”和“网瘾”。“赚钱”指无良公司利用年轻人缺乏经验而剥削儿童或年轻人的可能性，或者指“网站钓鱼”等问题，这种情况下年轻人更容易受到伤害。另一类问题是“网瘾”，指儿童和年轻人沉迷于网络技术已到了相当地步，对发展正常的人际关系和参与健康的有形活动形成了阻碍或障碍。

² www.eukidsonline.net/

注：关于“互联网服务提供商”的各段探讨了整个互联网业界可以采用的方式。整个互联网业界除电子服务提供商/内容和服务提供商外，还包括互联网接入提供商，本报告中统称为互联网服务提供商（ISP）。因此需要注意的是，不一定所有建议对所有互联网服务提供商都适用。

³ 《让数字世界中的儿童更安全：拜伦评论报告》（<http://www.dcsf.gov.uk/byronreview/>）。

从互联网业界的观点看，儿童互联网安全有三个战略目标，需要业界和父母/家庭护理员共同承担责任，提高儿童的在线安全：

- **降低可获得性**：降低有害或不恰当内容、接触和行为的可获得性（业界）；
- **限制访问权**：为儿童及其父母提供有效工具，控制对不恰当内容的访问（业界和家庭）；
- **增强抗拒力**：培养儿童对其可能接触到的材料的抗拒力；让儿童为处理遇到的有害及不恰当内容和

行为做好精神准备，让父母为帮助子女处理这些问题做好精神准备，并在子女即将出现有害和不恰当行为时开展有效教育（父母）。

互联网的性质引起的一个严重后果是，不存在一个明确的能够进行编辑控制的位置，与广播媒介能够对频道进行编辑控制不同。编辑控制虽然存在（例如使用者自创内容网站的检查员），但却广泛分布在“互联网价值链”上。这个价值链包括内容制作商、内容集成服务商、互联网服务提供商（ISP），还包括虚拟主

机提供商、搜索服务提供商、号码簿服务提供商、网络提供商和消费者设备等。

对于价值链上的每一个位置，都有一定范围的技术工具可以帮助父母控制子女对互联网的访问（例如父母控制软件、安全搜索和网上年龄验证）。

下面是互联网业界与家庭合作努力所起作用的一个例子：

- 1.使用者自创内容网站对上载至其网站的有害和不恰当材料进行记录。

- 2.儿童和父母在找到有害和不恰当材料时向主网站举报。

- 3.互联网服务提供商阻断对非法材料的访问，比如虐待儿童图片。

- 4.父母安装过滤有害和不恰当内容的软件。

- 5.网站对如何保证安全提供清晰、醒目的建议。

- 6.父母与子女、儿童与朋友和兄弟姐妹谈论电子安全问题。



降低可获得性：

降低有害及不恰当内容、接触和行为可获得性的目标可由服务提供商通过下述措施完成：

- 对使用者自创内容采用有效的**检查程序**——例如 MySpace 对自己网站上的每幅图片和每段视频开展上传后检查。
- 根据网民社区的举报确定检查程序——对一位以上使用者的举报和（根据参与活动的水平以及其他使用者给出的评分或信誉度确定的）长期使用者的举报

做出有效回应，有助于创建一个“自治”的和寻求自身与其他人在线安全的有效社区。

- 像服务条款、可接受使用政策和/或用户指南中说明的那样提供一种举报不恰当内容、接触或行为的机制——举报机制应在任何时间易于使用者使用，程序应通俗易懂并与年龄相宜。应对举报做出确认并迅速处理。应向使用者提供有效举报所需的信息，情况许可的话，还应标明通常怎样处理举报。

- 将虐待报告与“通知和删除”程序链接起来——采用一个关于回应次数或删除次数的公共服务水平协议。

- 避免有害或不恰当**在线广告内容**。

限制访问权：

限制对不恰当内容的访问可通过下述途径：

- **父母控制软件**，可以让父母控制子女对互联网资源的访问。

- **更安全的互联网工具**，包括父母控制软件，最好提供下述类别的软件：白名单、内容过滤器、使用量监测、接触管理、时间/节目限制。

- 在提供新的计算机或互联网服务访问时一并提供**默认状态为“激活”的父母控制软件**，伴有突出的安全警示消息，说明默认设置所起的作用。

- 采用“**安全搜索**”：大多数搜索引擎提供了安全搜索选项，凡被认为含有对儿童不恰当的图片或关键词的结果都不会返回。

- 采用适当的年龄验证方法防止儿童访问区分年龄的内容、网站或互动式服务，比如聊天室等有不恰当接触和行为风险的地方。
- **内容标签：**专业制作内容（例如游戏、可进行编辑控制的广播型内容）提供商应外加一个明确说明其网站上的内容的标签，表明对儿童的适宜性。
- **网络级阻断，**按照国家一级的标准，在互联网上的一些材料（比如虐待儿童图片）显然属于非法时使用。

增强抗拒力：

增强儿童控制风险的抗拒力是一个重要目标，与另外两个目标“降低可获得性”和“限制访问权”相互关联，互为补充。

尽管父母和儿童在降低有害和不恰当材料的可获得性方面也起一定作用（例如向主网站举报虐待情况），但这主要还是业界的任务。而尽管业界确实对培养儿童的抗拒力（例如通过给出安全建议）方面起一定作用，但父母和其他人与儿童一起努力产生的影响可能最大，因而肩负的责任也就最大。

业界和家庭的上述作用在三个目标之间相互交叉但又互不相同。这些作用非常重要，同时也提示，为保证儿童在线安全，有必要制定国家一级共同战略，不但能影响和帮助业界，也能影响和帮助家庭。

通过比较提高儿童互联网安全的现有安排的优劣，并根据国家一级各不相同的现有法律，互联网业界就能够有效地制定各国的自我管理的行业规则；这些规则会比“良好做法”指南更为透明，条件是其监督/协调机构在行业监控和公布结果方面效率较高。还可以在这些框架内

制定一些为父母和儿童提供建议的机制。

移动运营商

随着越来越多的移动运营商为其客户提供有吸引力的范围广泛内容服务，包括游戏、音乐、视频和电视节目，如何控制客户对商业内容的访问是移动运营商面临的挑战，这些内容如果从其他渠道获得的话，本应受到年龄限制。

新的网络社区和向使用者提供的互动式服务的范围日益扩展，这也引起了对使用者年龄的担心。例如，许多大的社交网站都在其“服务

案例研究：MySpace 社交网的“六大”安全做法

- **图片和视频检查：**网站应找出对驻留的图片和视频进行检查的途径，对不恰当者一经发现即予删除。
- **讨论组检查：**社交网站应检查讨论组，发现有有害的主题、煽动仇恨的言论和不法行为，此等内容一经发现即予删除。
- **清除已备案的性罪犯：**社交网站应采用当今已有的技术禁止已备案的性罪犯在其网站上建立账户。
- **为实施最低年龄要求做出有意义的努力：**网站应实施最低年龄要求，并应采取措施识别和删除虚报年龄获取访问权的未成年使用者。
- **保护年轻使用者免于未经本人同意的交流：**社交网站应实施默认的隐私保护设置，防止成年人接触在现实世界中他们本不认识的16岁以下的青少年。
- **与执法部门合作：**所有网站都应随时提供执法部门的热线电话，以便在发生突发事件期间或遇日常查询时协助执法部门。



条款”中提出了最低年龄要求，因为人们担心年轻的使用者面临因粘贴过多个人信息等而引起的风险，比如身份盗窃或不恰当接触。

为了提供一个共同的透明方式，一些国家的移动运营商和内容提供商正在为回应上述挑战而共同努力，协商确定分类制度。分类制度通常用于管理商业移动内容，也就是自己制作的内容或者与第三方通过商业合作制作的内容，并以国内公认的标准为基础，与同类媒介（例如游戏、电影）采用的方式一致。

只要有可能，确实应该重新使用其他行业的内容分类方法。电影或电影预告片的分类或者个人计算机游戏的分类可以作为一个例子（假定图像改变用途后重新用于移动用途），这样使用者对同一内容的体验在国内各媒介之间会保持一致。

但是，考虑到移动运营商在确定最终使用者年龄时遇到的实际挑战，有一些市场（例如澳大利亚、丹麦、新西兰）目前已约定采用简单的两级分类制度：仅适合成年人的内容和/或一般性内容。

例如，澳大利亚的规则是简单地把原有分类委员会的评分和分级转换成移动环境中所用的“限制级”（18岁以上成人级）和“非限制级”（普通）类别，而美国的运营商则在其行业协会CTIA的支持下创建了一种标准，将原有的电视、电影、音乐和游戏的标准转换成“蜂窝可用”（普通）或“蜂窝受限”（18岁以上成人级）类别，CTIA把这些结果归纳如下：

这种非此即彼的方式允许移动运营商和第三方在满足国内可接受性测试的情况下销售所有合法的商业内容；该方式确保了最大风险的范围

得到控制，并反映了把成年人年龄作为年龄验证点最为实用（例如，是否出现在选举人名单上或是否拥有信用卡）。

不过，有些市场正向细化的方向发展。德国已经采用了一种三级制度对商业内容进行分类，该系统是以德国“FSK”电影分类制度为基础的：

- 普通内容/服务：默认提供给所有使用者
- 16岁以上级内容/服务：默认提供给所有使用者，父母可以选择申请禁用

案例研究：美国“无线内容指南”分类标准

- 18岁以上级内容/服务：默认对所有使用者禁用，成年人必须通过年龄验证

法国于2006年10月宣布推荐一种四级分类制度（“所有使用者”，12岁以上级，16岁以上级，18岁以上级），该制度是在“互联网权利论坛”（Le Forum des droits sur l'Internet）支持下与各利益攸关方磋商后制定的。这四种不同的级别有利于化解互动式服务和使用者自创内容访问权控制所遇到的挑战——其中很多服务和内容都适合高年龄段青少年，但既不属于“成人级”，也不适宜低年龄段青少年和儿童。

移动内容将根据现有的电影、电视表演、音乐和游戏的分类标准分为“限制级提供商内容”和“可普遍获得的提供商内容”。

如果内容中含有任何下述限制级内容标志，一般就认为内容是“限制级”的：

限制级内容：

- 严重渎神
- 严重暴力
- 性活动或性行为的图形描绘
- 裸体

- 煽动仇恨的言论
- 非法毒品使用的图形描绘
- 法律限于18岁或18岁以上人员的活动，比如赌博和博彩

没有被分类为“限制级内容”的任何内容都将被视为“普通内容”，可以向任何消费者提供。

“无线内容指南”的其他详情可查看CTIA网站：

<http://www.ctia.org/advocacy/index.cfm/AID/10394>



要获得18岁以上级内容，使用者必须进行年龄验证；12岁以上级和16岁以上级分别与下述两种级别的父母控制相对应：

- 初级父母控制 (Contrôle parental de premier Niveau)：阻止访问16岁以上级商业内容、使用者自创服务/便于约会的互动式服务（例如约会网站）、互联网。
- 增强型父母控制 (Contrôle parental renforcé)：阻止访问12岁以上级和16岁以上级内容、所有使用者自创服务/互动式服务、互联网。

内容分类制度既可以由运营商团体制定，也可以外包给具备相关专业知识的第三方组织。许多国家（例如包括丹麦、马来西亚、新加坡和新西兰）只是在其国内行业规则中简单地规定了分类范围，或将这个分类范围作为其国内行业规则的一个附录。

其他国家，包括前面提到的法国，已经通过第三方组织规定了分类标准。英国的两级分类制度是2005年由业界资助的“移动分类独立机构”（IMCB：<http://www.imcb.org.uk/>）推出的。IMCB除制定分类标准外，还对个别内容项目分类

引起的争议提出建议或充当仲裁者。

应当注意的是，并非所有内容分类制度都与年龄敏感度相关：马来西亚和新加坡都采用了以现有国家标准为基础的非此即彼的内容分类，不过这种分类依据的是“可接受”内容与“不可接受”内容，没有按照年龄进行区分。

共同的内容分类制度简化了内容伙伴的自行分类程序，因此整个业界的成本降低了，而效率提高了。对客户而言，特别是对不在运营商门户网站上宣传（例如在杂志上宣传）的第三方服务而

言，上述做法使得分类制度更为透明，并顾及了工具的统一引入，比如为加价短信服务预先确定的成人简码，便于实施年龄控制。



内容控制机制

3

在线内容和服务提供商正在采取一系列方式，促进对在线世界中的内容进行与年龄相宜的控制。其中包括在他或她证明自己的年龄（“年龄确认”）之前无法获得内容的限制机制，以及向父母提供的限制子女消费在线内容和服务的控制机制。

广播机构

广播机构提供了一系列在线内容和服务，其中一些只适合某一最低年龄以上的使

用者。为确保年轻使用者只消费与年龄相宜的内容和服务，广播机构采用了一些列技术，比如：

- 一次性登录（SSO）程序——例如BBC的在线服务，在儿童注册到留言板时，被要求提供出生日期。然后该数据用于确定儿童年龄是否足够访问服务——日后假如儿童发现由于年龄原因而无法访问某种内容时，也无法更改最初输入的出生日期。

注1：制止出现非法在线内容，特别是儿童性虐待内容的机制在下一节专门探讨。

注2：关于广播机构和使用者自创内容的更详细信息可查看第6节。





- 父母通过电子邮件表示同意——例如BBC正在开展一系列试验，检查父母通过电子邮件表示同意这种方式的使用情况，并正在使用一种注册系统，可让父母决定子女能参加公众服务广播网站的何种活动以及父母收到哪种程度的报告。BBC也正在检查对16岁以下青少年适用何种规则以及在有必要征得父母同意之前是否能进行更高层次的互动。
- 而此时，许多公共服务广播机构在等待更完善规则的同时，对网络采取了比对其空中播出节目更为严格的方式。例如，意大利公共广播机构RAI采用了一种限制性政策，不在其网站上公布未得到“对所有家庭放行”分类（用一个白色蝴蝶加以区分）的任何内容。目前互联网上暂不提供标有黄色蝴蝶（与大人共同观看）或红色蝴蝶（仅限成年人观看）的内容。

互联网服务提供商

互联网服务提供商为阻止获得某些类型内容和服务而实施控制是很重要的。

在很多国家，国内法律都规定不向儿童（即低于法定成人/成年年龄的人）提供某些类型的内容或服务。互联网服务提供商在按照商业条款提供此类内容时，应该采用一种能够验证成人状态的方法。另外，如果法律未规定需要采用这种方法，则有

可能存在一种明确的期望值，认为儿童和年轻人应该无法获得成人内容。在这方面，互联网服务提供商和其他机构可能会希望考虑制定或采用年龄验证制度作为确保遵守法律的一种手段。

互联网服务提供商应牢记，要求使用者点击鼠标声明自己超过18岁的年龄确认程序是靠不住的，因为这完全取决于使用者诚实与否。

⁴ 值得指出，BBC对使用者在遇到对其明显有害或担心对其有害的材料时如何启用“红色按钮”表示谨慎。BBC主要担心选项太多可能会驱使使用者转往其他名声弱一些、管理也松一些的网站。广播机构维护其环境安全的声誉十分重要，而关键的安全警告不那么烦人也同样十分重要。

业界正在展示对

儿童在线使用信

息通信技术和通

信采取一种负责

任态度的承诺





但是，还必须意识到，尝试证实使用者年龄的解决方法，比如说要求提供信用卡或身份证细节，也不可能完全保险：对所有年龄验证方法的基本担心是，互联网上的身份验证很困难，因为基本上无法知道提供信息的这个使用者确实是这些信息所代表的那个人。尽管使用者在注册某个网站时会提供一些信息，但既无法找到有效力也无法找到有效率的途径确保输入的信息真实无误。例如，采用政府发放的国内身份证号加上相关的PIN进行年龄验证也不一定就靠得住，因为其他人（例如家庭成员）常常也知道这些详情。

此类方式还有可能侵犯使用者的隐私权——例如，除了验证使用者超过成人年龄所必不可少的那些信息（例如出生日期）外，身份证还披露了其他详情。

互联网服务提供商在涉及与年龄相宜的内容方面越来越富有创造性。例如，MySpace为了制止13岁以下的使用者谎报其年龄，在其服务的限制性规定中要求13岁或13岁以上的所有使用者采用一种搜索算法，输入未达规定年龄的使用者常用的词来发现和删除未达规定年龄者的资料。MySpace在其网站上扫描这些词并更

新搜索词数据库，以反映出使用者行为和用词的变化。

许多主要的互联网接入提供商目前都提供父母控制解决办法，帮助父母控制其子女能够访问哪些网站、内容和服务。



案例研究：意大利电信和 儿童保护——意大利

为了让儿童和青少年安全地网上冲浪，意大利电信已采取措施，禁止伤害其完整身心状态的内容，在集团的门户网站上有此说明⁵，并为客户提供了保护性服务和工具，能够促进安全的网上冲浪⁶。

儿童所用的最重要工具是“爱丽丝的魔幻桌面”（Alice's Magic Desktop）软件，它是一个简化的操作系统，用于普通个人计算机。“爱丽丝的魔幻桌面”能让儿童以一种安全和寓教于乐的方式在父母精心管理下使用个人计算机，并配备了互联网功能。这项服务的

目标使用者是10岁及10岁以下儿童。

该产品的主要特点是：

- **保护个人计算机**免受儿童不正确的使用（避免损坏父母的文件、配置、已安装软件）；
- 根据父母提供的推荐网站的白名单**安全地上网冲浪**；
- **电子邮件客户端程序**，专为儿童设置，有专用的图形用户界面和父母预先准备好的地址簿；

- **儿童网络游戏和工具**，专用于玩乐和学习，有不少富有教育意义的材料可供使用；
- **全面的父母控制界面**，可让父母控制和规定儿童的“有围墙的花园”。

儿童能以相当轻松的方式使用安全的环境，其中有不同的桌面主题，有个性化的互联网浏览器（“我的第一个浏览器”），儿童只能访问父母同意的“推荐”网站；还有“魔幻”邮件程序，来自未经允许的地址的邮件邮递到“检疫”文件中，在传给儿童之前先由父母验证。

另外，意大利电信为了遵守极为严格的关于保护儿童的意大利国家法律⁷并确保为使用其商业服务的公民的安全保障提供全球应对措施，已经提出了一项计划，与意大利警方和专业化的国家制止在线儿童色情制品中心（CNCPO）⁸密切协作，提供高度专业化的技术基础设施，并装备一个过滤系统，阻断CNCPO通报的网站。

⁵ www.telecomitalia.com, Sustainability->Hot Topics-> Protection of Children and Abuse

⁶ Alice Total Security and Alice Magic Desktop, <http://adsl.alice.it/servizi/index.html>

⁷ 意大利38号法/2006，制止包括互联网上在内的儿童色情剥削和儿童色情制品；意大利70号立法令/2003，对电子商务实施管理，并要求包括意大利电信在内的电信运营商向主管机构提交关于在网络基础设施上产生的网络犯罪和儿童色情剥削的报告；欧盟“网络犯罪公约”，欧洲理事会于2001年11月23日签署，意大利由48号法/2008批准。

来源：意大利电信



另外，为了制止及预防儿童色情虐待内容（色情制品）的传播和保护儿童，意大利电信已经在网上提供了求助电话线/举报机制，使用者在互联网上浏览时遇到非法内容可以借此举报。这些举报可以通过填写网上标准表格匿名进行，经过分析后迅速转给邮政警察（CNCPO），邮政警察将对疑似犯罪展开调查，因为这类行动完全托付给警方负责。

尽管父母控制解决方案一直在不断改进，但还是不能指

望这些方案提供彻底的安全——但结合着教给儿童负责的互联网做法（见下文“客户交流和教育”）父母控制就能有助于为年轻使用者提供安全的在线体验。

移动运营商

控制获取区分年龄的内容的机制分为两类：

- 年龄验证机制
- 父母控制

年龄验证机制

向比较传统的媒体流和内容零售商及广播机构提供的“年龄检查”工具不能直接转用于移动内容环境。例如，对于移动内容，没有机会像电影院或商店那样在“销售点”当面查验；考虑到移动装置的个人性质，移动运营商也无法像电视广播机构一直能做到的那样依靠父母监督。

不过，世界各地都有一些运营商正在通过开发年龄验证系统来解决这一挑战。到目

前为止，这些系统主要集中在那些希望获得所有内容的成年人的年龄验证。应当注意的是，年龄验证机制对于提供法律上有年龄限制的商业内容和服务的运营商尤为重要。

⁸ http://www.poliziadistato.it/articolo/10232-Centro_nazionale_per_il_contrasto_alla_pedopornografia_sulla_rete





不同的运营商根据现有选项的作用，对年龄验证采取了不同的态度，比如下述选项：

- 国内的身份证号码（ID）方案
- 信用卡
- 税务/财务代码
- 选举人名单
- 在商店当面查验ID或通过，比如说，邮局
- 合同状态/与账单支付者现在的关系

使用者一旦通过了成人年龄验证，或者会得到一个“成人PIN”选项，如果使用者希望访问成人级内容或服务则必须输入PIN，或者在其

账户加入“成人数据资料”，对内容和服务的限制就会取消了。

由于在虚拟/“在线”环境中验证成年之前的年龄存在困难，运营商通过采用父母控制机制而不是试图验证每一位最终使用者的年龄，为父母提供了控制年轻使用者访问内容和服

父母控制

务的能力。年龄验证机制意味着运营商主动实施了某些系统，以确保个别客户年龄高于访问给定内容项目所需的最低年龄，而父母控制则有赖于父

母采纳了这一举措并在其认为对子女合适时采用父母控制。

各国的许多运营商已经引入了父母控制系统——有些系统完全集中在阻断对年龄不宜的商业内容的访问，而另一些系统则组合了附加的特性，比如时间或花销控制。

也有一些例外，包括法国在内的运营商已经采用了两级访问，世界各地的另一些运营商则采用了各种多级父母控制，大多数系统趋向于采用“开”或“关”的选项，在“开”的情况下阻断对设定级别的区分年龄的

商业内容或服务（例如18岁以上级或16岁以上级）的访问。

大多数父母控制系统目前完全集中在商业内容上，反映了运营商在这个领域实施了最高程度的控制，因此在这一领域的责任也最大。日本的运营商在父母控制适用的情况下对网站采用阻断/白名单方式，其他市场的一些运营商则准备好了互联网过滤系统，但大多数运营商还尚待引入互联网过滤，作为其父母控制计划的一部分。



作为一种过渡措施，一些运营商在父母控制启动的情况下只是简单地阻断对互联网的访问。

但是，鉴于采用移动设备访问基于互联网的服务的趋势越来越强，互联网过滤工具有可能会加速推广。

考虑到父母或家庭护理员肩负的控制责任，推动这一选项和提高对这一选项的认识对于该设想在保护青年使用者方面的总体有效性自然是很关键的。同样，运营商必须确保父母了解运营商只能控制在自己网络上载送的内容。

其他供考虑的选项包括移动运营商在名牌手机上默认安装父母控制程序，移动电话制造商也有可能在其产品上安装软件，让父母能够控制产品的使用，并对子女接触的人或接触其子女的人进行限制。



案例研究：ATT MEdia™ 案例研究：NTT DoCoMo

Net 父母控制 — 美国

AT&T的父母控制计划是免费向客户提供的。它能让父母限制子女通过移动设备访问成人内容，并且还提供了限制购买下载内容的选项，比如游戏和彩铃。

控制内容：父母可以将“内容过滤器”设置为“开”或“关”。如果内容过滤器设置为“开”，则访问AT&T的门户网站MEdia™ Net上的成熟内容（例如网聊、约会）受到限制，而通过搜索功能访问范围更广的移动网络则被关闭。设置

为“关”就没有限制，所有内容都可能见到和访问。内容过滤器的默认设置为“关”。

控制MEdia™ Net购物：父母可以将“购物阻断器”设置为“开”或“关”。如果将购物阻断器设置为“开”，则会阻止儿童购买加价内容，包括彩铃、下载、游戏和图片。设置为“关”则允许所有购物行为。购物阻断器的默认设置为“关”。

父母控制 — 日本

DoCoMo提供各种水平的内容过滤（例如“儿童”i-mode过滤和i-mode过滤）外加“时间限制”选项，“时间限制”选项既可单独使用，也可与其他水平的内容过滤一并使用。所有三个选项都是免费提供给客户的：

1. 儿童i-mode过滤：只允许访问i-mode菜单上的网站（i-mode菜单上的内容提供商依合同禁止提供“有害内容”，包括成人内容和敏感内容，

赌博，暴力，约会，聊天服务和讨论组）；“儿童i-menu”含有专为儿童设计的网站，是默认的菜单设置。

2. i-mode过滤：允许访问i-mode菜单上的网站，也允许访问不含有害内容的独立网站。

3. 时间限制：在22.00至6.00时间段内阻止访问任何网站（无论与i-mode结合还是单独限制）。

4

客户交流和 教育

为了让使用者对可能选用的内容和服务做出有依据的决定，以及让父母和教师有更大的自主权引导儿童及青少年获得安全、有责任感和适宜的在线体验，电信和内容公司正越来越多地向教育和交流计划投资。

本节提出了在线内容和服务提供商可能采取的一系列方式。

广播机构

制作受儿童和年轻人欢迎的节目的广播机构可能有相应的年轻在线“观众”，因此对发布与保持在线安全有关的信息负有特殊责任。



广播机构在利用其内容的普及性发送简单消息，帮助年轻使用者抗击“网络欺辱”或侵犯隐私之类的问题方面，也占有优势。

广播机构可采用的其他方式包括鼓励儿童在使用特定的服务之前征得父母同意。在儿童注册账户时，提醒他们征得父母的允许，并确认其父母知道他们要使用留言板之类的服务。使用上的限制性规定也应明确：儿童在使用留言板之前应得到父母或监护人的允许。

如果儿童粘贴的消息表明其父母不知道或不愿意他们使用广播机构的在线社区，网

管员一般会明确通知使用者，必须得到父母/监护人允许才能使用留言板。

有些组织的验证会要求父母回复邮件，以加强安全性。不过，举例来说，BBC自己的使用者测试经验表明，有些儿童也使用父母的电子邮件地址，这样就削弱了系统的效力，而且有一定比例的BBC受众仅在课后俱乐部访问CBBC，原因是家里不支持这种服务，或者在家无法上网。

因此，采用点击复选框的办法或电子邮件验证都不足以确认那些需要根据事实做出判断的父母/监护人/教师确

实在监督儿童的活动，而且对数字鸿沟不利一侧的儿童一点帮助都没有。在该领域的某种泛行业探索受到了欢迎，探索的目的是寻求更牢靠的既有社会包容性又不对虐待敞开大门的父母同意程序。





互联网提供商

互联网业界有责任在以下几方面检查与客户交流的作用和重要性：

- **明确**内容的性质、限制性规定（T&C）和可接受使用政策（AUP）；
- 将网页的一些特定区域专用于提示互联网威胁和儿童保护可用的工具，以**提高认识**；
- 通过在线举报的形式**开展协作**；
- 为家长和教师提供关于儿童在线安全的**信息**；
- **教育**儿童更安全地使用互联网；

下面详细探讨上述领域中的每一个。

明确内容的性质、限制性规定、可接受使用政策：

互联网服务提供商越来越认识到明确表示内容和服务的性质的重要性，由此可让所有使用者，包括年轻使用者，都能对其消费做出有依据的决定。

对于互联网业界，“明确”意味着：

- 对区分年龄的内容做出提示；
- 通报关于内容定价、租订条款、如何取消租订等的信息；

- 规定并通报明确的可接受使用政策和限制性规定；
- 按照国内的相关法规规定并更新涉及低年龄段青少年和儿童更安全使用互联网的政策。

将网页的一些特定区域专用于提示互联网威胁和儿童保护可用的工具以**提高认识**：

互联网服务提供商可以通过在其网站上清晰可见地显示关于安全使用互联网的信息和关于儿童保护工具的信息，促进提高对儿童保护的认识。该特定网络区域的目的是：

- 提高对互联网威胁和保护儿童以及儿童可用工具的认识，如阻断和隐私保护设置，并对此展开讨论；
- 为使用者提供安全提示；
- 包含教育资源；
- 说明国内和国际监管背景；
- 为客户提供关于儿童保护可用工具（父母控制等）的信息。

互联网服务提供商还可以通过采用自我管理准则来提高客户的认识，该准则通过具体规则和工具实现未成年人保护，并通过一个表明符合该准则的可见认证标记提高客户的认识。

通过在线举报的形式开展协作：

为了制止和预防儿童性剥削内容以及保护儿童，互联网服务提供商应：

- 在网上提供一定的空间，使用者在互联网上浏览时遇到非法内容可借此空间举报；可以通过填写网上标准表格进行匿名举报；
- 向客户提供如何举报安全担心的详情；
- 迅速与相关公安/执法机构接触，由他们对疑似犯罪展开调查；互联网服务提供商的客户服务人员应做好准备，负责处理并向有关机构转交客户举报。

为家长和教师提供信息：

服务提供商已经认识到向家长和教师提供必要信息十分重要，这些必要信息可让家长 and 教师了解子女怎样使用信息通信技术服务（例如包括欺辱这样的事情），并让家长 and 教师在指导子女负责任地使用互联网方面处于优势地位。

- 应让家长 and 教师了解互联网上的所有风险，以便更好地保护子女。提供的消息应是积极的，能促进家长采取措施。
- 该信息应通过多种传媒渠道发送，因为不少家长不使用互联网服务。例如，通过与校区协作，为儿童

提供网上安全课程，为家长提供教材。凡有可能，互联网服务提供商还应促进国内支持服务，在遇到虐待或剥削时，家长和护理员可借此服务进行举报或寻求支持。

家长和教师应：

- 自己学习了解互联网和子女使用互联网的方式，以及一般性的技术；
- 探索和评价可用技术工具对其特定的子女和家庭的有效性，并根据情况采用这些工具；
- 参加和投入子女的互联网使用过程；
- 对年轻人经常面临的风险保持警觉，帮助子女了解



- 和探索所用的技术；
- 密切注意所在社区内和子女同龄人群中遭受危险的儿童；
- 确认他们何时需要寻求他人帮助。

教育儿童更安全地使用互联网：

对于“婴儿浏览者”来说，虚拟世界是有用和有趣的资源，但也是一个能接触到不适合他们的材料的地方。

儿童使用互联网随年龄和发展水平的不同而有很大变化；特别小的孩子自己是无法理解上网浏览的益处和危险的，因此最好随时有大人

(家长或教师) 陪伴，帮助和引导孩子选择内容，并帮助建立孩子需要遵守的适当的行为规则。

但对于青少年而言，任务则困难得多。他们更加独立，对网络提供的机会也了解更多，对用于互联网、即时发信、聊天室和在线游戏等的软件比家长和教师知道得清楚。但不管怎样，为孩子设定规则对父母而言总是个好主意，此外还要教给孩子在网浏览时应保持警觉，行为端正和有责任感。







互联网服务提供商直接向儿童提供关于更安全地使用互联网的信息也非常重要。儿童应受到如何检测到和应对不恰当行为的教育。下面是一份推荐的核对单，含有互联网服务提供商向年轻使用者提出的忠告：

- “绝对不要泄露实际的详细联系信息”；
- “绝对不要与网上认识的任何人当面接触，特别是事先未与大人商量的情况下”；
- “不要回答不恰当的（欺辱、淫秽的或无礼的）消息并保留证据，不要删除消息”；
- “如果你对某件事或某个人感到不安，告诉大人”；

- “绝对不要泄露你的账户密码或用户名；要知道其他参与者可能对真实世界里的特征提供虚假信息”。

凡有可能，互联网服务提供商还应促进国内支持服务，在遇到虐待或剥削时，儿童可借此服务进行举报和寻求支持。

采用限制性规定

非常重要的一点是，互联网服务提供商以及总体而言的互联网业界在其提供的互联网服务中突出显示“限制性规定”（T&C）网页，明确对任何违反限制性规定的政策。例如，“限制性规

定”网页的典型消息都注明客户不能将网站或服务用于：

- 上载、粘贴、传送、共享、存储或提供任何可能有害、违法、诽谤、侵害、滥用、庸俗、淫秽的内容，干预个人生活或公权，煽动仇恨和种族主义；
- 假冒任何个人或实体，或捏造年龄，捏造与某人或某实体有特殊关系；
- 在网站上上载、粘贴、传送、共享、存储、提供与第三方有关的任何个人信息，包括住址、电话号码、电子邮件地址、信用卡号码；
- 套取任何18岁以下人员的

个人信息，包括姓名、电子邮件地址、家庭住址、电话号码或所在学校名称，但不限于此；

- 上载、传送、共享含有病毒的任何材料；
- 上载、粘贴、传送、共享或提供会构成、给出刑事犯罪指令的内容，侵犯任何第三方权利的内容，或违反当地、州、国家或国际法律的内容；
- 以任何方式有害或剥削儿童；
- 出于任何原因敌视、诋毁、欺骗、暧昧暗示、贬损个人或组织，包括出于年龄、性别、残疾、民族、种族、宗教或性取向原因；

限制性规定应得到公司关于违规的政策声明的明确支持——声明通常包括下面这样的文字：

- [X公司]对于被认定屡次违规的客户采取注销其账户的政策。公司保留随时审查和取消使用者自创服务和内容，并在不加通知的情况下删除内容和账户的权利；
- [X公司]对于任何违规的使用者也有全权限制其访问网站或终止其成员资格。

互联网服务提供商应在嵌入服务的社区指南和“提醒告示”中用使用者易于接受的语言重申其限制性规定中的

关键信息——例如，在上载内容时提醒使用者不恰当内容的类型。

移动运营商

教育和客户交流在确保儿童和年轻使用者能够享有与年龄相宜和更安全的移动体验方面起着十分关键的作用。

运营商越来越认识到明确表示所提供的内容和服务的性质的重要性，由此可让所有使用者，包括年轻使用者，都能对其消费做出有依据的决定。这包括对区分年龄的

案例研究：无线应用服务提供商协会(WASPA)关于加价短信服务的行为准则——南非

WASPA准则含有若干条承诺，专门用于向客户明确通报情况。下面是这些承诺的例子：

- 用于所有租订服务的促销材料都应突出、明确地表明这些服务是“租订服务”
- 一旦客户注册了租订服务，必须向客户发送一条通知消息，内含下列信息：
 - a) 租订服务的费用和收费频次；

b) 用于取消租订服务的简单、明确的操作指南；

c) 成员的联系信息。

- 必须按月向租订服务客户发送含有同样信息（上面的a、b和c）的提示消息。

《行为准则》全文可查看WASPA网站：<http://www.waspa.org.za>

案例研究： 沃达丰公司父母“要点提示”——英国

内容做出提示，但还需要通报关于内容定价、租订条款、如何取消租订等的信息——特别是因为在这个领域，缺少绝对的明确尤其会让年轻使用者遭遇不经意间登记租订服务的风险，例如，他们原本只打算买一次彩铃。

至于其他媒介，移动运营商无法对确保儿童或青少年正当地使用其移动设备负全部责任——父母、家庭护理人员、教育工作者也都需要发挥作用。难题在于父母常常不像了解子女那样了解新移动设备的功能，所以对这部分人口进行教育很关键。

作为其儿童安全客户教育举措的一部分，沃达丰公司为父母制订了一套高水平的“要点提示”袖珍指南。该指南为几个领域提出了建议，包括网聊、游戏、加价服务和欺辱。

下面是涉及用移动设备下载内容的“要点提示”：

- 与子女探讨他们在移动设备上使用什么服务，例如，他们可能直接用自己的移动设备下载彩铃、壁纸画或游戏。

为达到这个目的，有些运营商已经向针对父母且涵盖各

- 搞清他们是否与朋友共享任何下载的内容。
- 与子女探讨他们不愿意下载、接收或与别人共享哪种类型的内容。
- 强调不回答任何陌生人的消息、奇怪的消息或推销廉价物品的消息的重要性。这些消息总在出现，“说得太好反而信不过”。
- 确保子女远离任何让“内容控制”禁行杆竖起来的电话。

种相关问题的教育计划和指南投资，比如：

- 您可以致电191接通沃达丰客户服务、访问任一家沃达丰零售店或上网 www.vodafone.co.uk，重新申请内容控制禁行杆。

“保持接触：移动电话父母指南”要点提示可从下列网址下载：<http://online.vodafone.co.uk/dispatch/Portal/SimpleGetFileServlet?dDocName=VD007645&revisionSelectionMethod=latestReleased&Inline=0>

- 内容和服务：向父母说明目前可用的服务类型（例





如说明社交网站是什么，基于位置的服务是什么，移动设备怎样访问互联网），并视情况说明父母实施控制可用的选项；

- 不恰当接触：怎样避免“生人危险”；在子女网所谓的“网络欺辱”或短信受到欺辱时应该怎么办；
- 在电话被盗或子女收到垃圾邮件是应采取的措施；
- 隐私管理——不要在线共享信息，保证社交网服务（SNS）中的个人资料不外泄等。

通过教育家长，运营商加强了他们亲自引导子女安全和负责任地使用移动服务的自主权。有些运营商与其市场上的其他参与者协同努力，制定并公布了共同的父母指南（例如法国⁹、爱尔兰¹⁰），而其他运营商则公布了自己公司专为其客户制定的指南。

同样，提高对父母控制工具可用性的认识也很关键，特别是在并非默认采用这些工具的市场上。认识到这一点，运营商正越来越多地以各种方式通报父母控制选项，包括在网站上、在商店

里、通过账单中所附插页以及通过在销售点提供父母控制等，作为销售过程的一部分。

运营商还通过在线教育计划以及与其当地市场中的非政府组织形成伙伴关系，直接接触年轻使用者，或通过为教师提供资源，教育和告知学生正当使用移动设备，而间接接触了年轻使用者。这方面的例子可参考欧洲一个移动及互联网提供商集团创办的“今日教学”网站（www.teachtoday.eu）。

随着内容和服务变得越来越丰富，关于使用者正在使用

的某种服务的性质以及如何安全地享用该服务的建议和提示，对所有使用者都将是有益的。例如，许多运营商还在其互动式服务（比如聊天室）中纳入了社区指南，提醒使用者什么是恰当和安全的行为，例如，提醒使用者不要泄露其具体联系方式等（更多例子见上文“互联网提供商”一节中的“教育儿童更安全地使用互联网”）。类似地，在最佳做法方面，许多运营商都会针对能显示使用者位置的“基于位置的服务”（LBS）向使用者发出常规的提醒告示，让他们知道这项服务已经开启，提醒他们如何改变个人资料或关闭这项服务。

⁹ <http://www.sfr.fr/media/pdf/offre-sfr/maj-240107/att00013578/701.09Guideparents2007.pdf>

¹⁰ http://www.vodafone.ie/download/pid=ICIA_PARENTS_GUIDE.PDF





案例研究：CBBC媒体知识技能——英国

CBBC(儿童BBC)有一个媒体知识网页,称为“保持安全”(Saty Safe),它是用一只叫做Dongle的动画卡通兔来代表的。研究显示,小学年龄段的儿童对这个形象反应热烈。该网

页提供了一个互动式测试,是“弹出式电视”。该网页还链接到其他资源,比如“thinkuknow”。网页上的材料涉及在线和移动安全,内容是围绕“保持安全”SMART规则建立的:

S = 保证隐私安全

M = 不要见面

A = 收邮件可能有危险

R = 靠得住吗? 这个人可能不是他自称的那个人

T = 如果你感觉到害怕或不安, 请告诉大人

CBBC所有社区的网页上都有“保持安全”网页的链接,主持人也强化了这些消息,因为他们对使用者的正确行为加以鼓励。

但重要的是要指出, 尽管SMART规则得到了广泛使用和认可, 但业界正在使用各种不同的版本, 有些儿童可能会感到困惑。

案例研究：“从前有个网络空间”系列片，媒体发展局和Okto电视频道——新加坡

在新加坡媒体发展局 (<http://www.mda.gov.sg/>)的支持下,制作了一套六集动画片,由新传媒集团(MediaCorp)的Okto电视频道播出六周。这套动画片旨在宣传互联网和新媒体的益处,同时强调在网上提高警惕的必要性。这项举措是结合新加坡政府设立的“网络健康”和“网络安全”公众教育项目提出的。

动画片以10-14岁儿童为目标观众,片中主要角色均来自大家熟知的童话故事,但换成了现代背景,故事情节也集中在新媒体和互联网上。

例如,在第一集《小红帽即时发送消息》中,小红帽上网后发现一位住在丛林中另一个地方的陌生女孩发来一条消息。小红帽开始跟女孩聊天,最后跟女孩说她要去看奶奶家,甚至把奶奶家的地址都说了出来。动画片接着透露所谓的“女孩”其实是大灰狼装的。

其他五集分别是《白雪公主与在线游戏》、《匹诺曹约会陌生人》、《三只小猪与互联网病毒攻击》、《睡美人和她的移动电话》和《大坏蛋称霸互联网》,内容梗概可查看媒体发展局网站:
<http://www.mda.gov.sg/wms.file/mobj/mobj.1334.Annex.pdf>

案例研究：通过客户交流支持制止垃圾邮件和欺诈短信的努力

包括低年龄段青少年和儿童在内的客户可能会遇到两种形式的潜在短信欺诈，靠正确的信息处理起来并不难。

短信服务可用于发送希望回电话的消息，或者是回复到加价服务的消息。典型的消息或许是：“恭喜您中奖。查阅详情请呼叫XXX XXX XXX [加价号码]”。这种欺诈或“微型诈骗”是想从电话用户的预付费余额或账户中转移资金。

网站钓鱼也有一种变种，客户也能因为移动电话而成为身份盗窃欺诈的目标。例如，客户可能会收到貌似税务部门发来的文字

信息或语音邮件，告诉客户可以部分退税，客户回电话时就会被套取详细的账户资料。

出现这些情况时，运营商应通过教育活动帮助客户了解如何识别并因此避免成为此类欺诈的受害者（例如获知国内加价费率代码，在回答来源不明的短信时不拨叫该代码）。凡有可能，运营商应公布随时反映当前欺诈行为的资源，例如，可以查看SCAMwatch（欺诈跟踪）网站（<http://www.scamwatch.gov.au/>），该网站由澳大利亚竞争及消费者委员会负责维护，目的是“帮助您识别、举报欺诈行为并保护自己不受欺诈”。

短信滥用的另一种主要形式是利用加价短信服务提供租订服务。租订服务是为重复性的事务提供的合法服务，比如每周购买同样的信息服务。租订短信服务滥用指信息服务提供商给客户的印象是一次性付费或只付一次费用，其实收取的是重复性服务或租订服务的费用。以杂志广告为例，给人的印象是一次性付费，但实际上是一种租订服务。客户应取消后续要为服务支付的款项。

客户在遇到欺诈短信时，应有能力向其网络运营商和/或向国家通信或加价费率监管机构投诉，例如应该有将短信转发给一个公开的专用移动号码。反复投

诉有助于业界识别出无良提供商并采取适当措施，最终使其采用这种做法无利可图。

运营商可以通过向客户强调下列类型的信息，帮助客户免受垃圾短信和短信欺诈的侵扰：

- 对于呼叫价格较高的加价号码的引诱，不要回复——给您发短信让您呼叫他们的人会使用普通的移动号码。即便您认不出主叫移动号码，您也可以通过记住并识别出所在国的国内加价费率代码（一般用09打头）而避免此类欺诈。



- 竞争活动的组织者不要随便发送获奖通知——若您不能确认是竞争活动通知，那很可能就是欺诈。
- 如果您购买了彩铃或其他服务并发现您不断收到彩铃，您就有可能已经同意租订了短信欺诈。取消将来要支付的款项（通过查看原始广告），并向运营商和相关的国内监管机构投诉。
- 同样，运营商如果已经引入了附加的举报垃圾短信的机制，应广泛通知客户。例如，法国的移

动运营商支持推出了短信服务简码，供消费者在专用网站上举报垃圾短信：<http://www.33700-spam-sms.fr/>



非法内容

5

来自70多个国家、代表9亿以上客户的移动运营商对需要重点考虑的项目抱有同样的看法，他们已签署了《GSMA反垃圾信息行业规则》，承诺确保“客户表示同意[接收市场营销信息]所用的程序明确和透明”，并承诺向客户提供“明确易懂并有效率的手段，退订运营商后续通过短信服务或即时发信服务推出的移动市场营销通告”。

当然，交流是一个双向的过程，许多运营商目前都向客户提供与自己联系的选项，供客户报告存在的问题或讨论担心之事——不管是发现移动服务中存在不恰当内容

或接触，还是移动设备失窃，亦或是收到垃圾信息或者请求采用/撤销父母控制，并培训工作人员对此做出有效反应。

正如下面将要讨论的，正确处理客户关于潜在非法内容的举报是制止非法内容，包括儿童性虐待内容的一个关键组成部分。

所有互联网提供商（既包括固定也包括移动）必须与执法机构共同努力，在非法内容方面落实其法规义务。不过许多互联网服务提供商还利用其他方式帮助制止滥用其服务进行非法内容的驻留和/或传送，包括儿童性虐



待内容（儿童色情制品）。常见的附加措施包括：

- 明确禁止不法活动的“限制性规定”和“使用者指南”；
- “通知和删除”（NTD）或“结束和终止”程序；
- 使用并支持国内热线电话。

限制性规定、使用者指南

互动式服务能让使用者存储和共享内容（例如相册、社交网站），提供这种服务的互联网提供商可在其客户合同中采用限制性规定，明确表示对滥用其服务驻留或传

送非法内容的立场，以便强调其与执法行动合作的承诺，并保留所有相应权利，包括删除非法内容并冻结使用者账户的权利。

许多互联网提供商还在其“使用者指南”中反映并重新强调了限制性规定中的内容。“使用者指南”是运营商以明白易懂、使用者易于接受的语言编写的，概括了其服务的使用者应有的行为种类。这类使用者指南一般可直接从相关服务中获取，或者在生成服务账户的时候获取。

服务提供商还可以定期地主动评估自己的服务器上驻留

的商业内容（不管是名牌内容还是来自签约第三方内容提供商提供的内容），以确保无法通过其网络访问非法内容或可能有害的内容。

通知和删除（NTD）程序

不管是作为自愿措施还是法律要求，对于寻求其服务不含非法内容的运营商来说，“通知和删除”（NTD）或“结束和终止”类型的程序都是一个关键的保卫措施：提供商一旦得知其服务被用于驻留非法内容，就可以采取措施将其删除。

“通知和删除”（NTD）措施要想有效落实，必须对非法内容的性质做出法律上的明确，且执法机构（或得到授权的组织）应有能力确认内容中的哪些具体项目是非法的。

案例研究：“虐待问题服务台”服务与通知和删除方式

——意大利电信

为了遵守关于儿童保护、预防网络犯罪和抗击儿童色情虐待内容（儿童色情制品）的当地和欧盟法律，意大利电信成立了处理虐待问题的服务中心，称为“虐待问题服务台”（专门针对不同类型的客户：零售商、企业和顶级客户）。这些中心是服务的用户（以及总体而言的互联网用户）与公司之间处理虐待和不正当使用服务的纽带。

通过虐待问题服务台操作员的专业工作，意大利电信得以处理不同类型的网络犯罪，向地方主管机构报告所有相关事实和重大事件，比如在集团的网络

或站点上存在儿童色情虐待内容。

目前有两种非常重要的预防方案：第一种是“通知和删除”（NTD），或者由客户或警方将非法内容通知虐待问题服务台，或者将网站屏蔽；第二种是网络过滤系统，以DNS（域名系统）过滤和IP过滤方法为基础，用于意大利电信的所有网络，能够拒绝访问某些网站或一系列不同的IP地址；要阻断的DNS或IP清单是由意大利公共组织“国家制止在线儿童色情制品中心”（CNCPO）提供的，清单每天可自动下载。

运营商和服务提供商可以采用或支持互联网虐待问题服务台、帮助热线或专业网站，以便处理、减少或消除其网站或基础设施上的网络犯罪和非法材料。他们可采用这种方法从客户、普通公众、执法机构或热线电话组织（见下文）获知存在非法内容。如果举报来自普通公众（例如通过客户服务），运营商/互联网服务提供商将信息酌情转给执法机构或国内热线电话——例如，用于确认内容是否非法或采取进一步的法律行动。

热线电话组织

到1995年，由于互联网开始流行，业界以及政府和执法机构都明显感到，互联网正被用于登载和交换非法内容，特别是儿童色情虐待内容。大家开始讨论制止这一问题的各种方法，包括设立专用热线电话，供人们举报非法在线内容。

举报儿童色情虐待内容的第一部热线电话是1996年6月在荷兰设立的，是业界、政府和执法机构的合作举措。接着挪威、比利时和英国也出现了类似的举措。



自此以后，许多国家也已设立了热线电话。国际互联网热线电话协会（INHOPE）作为热线电话的总括性组织，其正式成员目前已设立约30部热线电话，分布在世界各地。

运营商除了采用标准的“通知和删除”（NTD）方式处理自己服务中驻留的非法内容外，还支持和推广当地热线电话，这为客户和普通公众提供了在发现非法内容的情况下予以举报的手段，也是帮助制止非法内容，包括儿童色情虐待内容的一个重要步骤。

业界协作

还有一些协作性的业界举措，比如“反对儿童色情制品技术同盟”、“反对儿童色情制品金融同盟”和“反对儿童色情虐待内容移动联盟”，也已启动。这些举措将每一行业内的主要参与方联合在一起，目的是代表各行业就制止出现在线儿童色情虐待内容的新途径交流知识和开发技术技能，包括通过阻断对已知含有儿童色情虐待内容的URL的访问等。







6

其他问题

使用者自创内容
(UGC)：广播机构
采取的方式

语言。不属于机构内部的URL，连同电子邮件地址，也可以阻断。

本节概述广播机构为处理其服务中的使用者自创内容(UGC)所能采取的方式。

为确保留言板上不出现不恰当内容，建议广播机构制定一些程序，保护在线使用者免受不恰当的使用者自创内容的伤害。这些程序包括：

a) 自动过滤器 — 用户名和消息中的不恰当词语在发帖的时候就可以阻断。这种过滤器要过滤的内容包括诅咒、性名词和煽动种族主义或憎恨同性恋的

b) 预先检查 — 例如，由一组儿童内容专业检查人员对所有留言板进行预先检查，按照已公布的内部规则筛查内容是否违规。每条消息在发布之前都可受到检查，检查员还将识别出有嫌疑的使用者并加以标注，以及识别和标注处于危险中的使用者。

c) 主持 — 除了检查员小组外，还可以有一组社区主持人。社区主持人从公众的角度管理留言板，在检查员对某位使用者怀有疑

虑时，可以联系的第一个人就是社区主持人。

所有的检查应由在办公室工作的一组人员完成，这组人已经经受了严格检验，在哪家外部机构中都没有犯罪记录。另外，检查小组可以采用下面的规则：

- 应该不允许在家里工作，以便确保没有人能获得儿童的信息。
- 检查应该集体进行，这样检查员就可以交流对粘贴内容或使用者的担心，并能够作为一个群体建立关于使用者行为的知识。
- 应严格按照随时间逐步确立的检查指南完成检查。
- 检查员应有固定工作时

间，留言板只能在这些时间内开放。因此，每当留言板开放供粘贴时，总有一位检查员当班。

不过这是一项甚为劳累的工作，社区越受欢迎和越成功，检查所要调动的资源也越多。

最严重的惩罚是阻断长期漠视已公布的内部规则的那些人。但将来，广播机构可能更希望转向一个以“信任和名誉”为基础的系统，以良好的行为为例让同龄人相互学习最佳做法。

社区中那些关键人物和中心人物会因其良好的行为而得

到奖励，捣乱分子将会被取消特权。所有提交的使用者自创内容在能够面世之前都应经过预先检查。

经过预先检查的独家公共聊天室因为有，比如说，儿童喜爱的作家和特约嘉宾的加入而成为儿童参与广播机构在线社区的一种激励，这是针对目标年龄组已在使用的活动和其他加价内容对使用者谎报年龄和注册针对大龄使用者的服务是个抑制。

广播机构的在线服务日益鼓励使用者除发送文字外，还发送照片和视频。所有这些都应进行预先检查，以确认

这些材料适合在广播机构的网站上登载，并检查儿童是否公开了自己或别人的敏感个人信息，如学校标牌、街名、门牌号等可能通过“拼凑ID”的方式让儿童遭遇危险的信息。

尤其是在儿童提交视频时，广播机构应要求提供监护人或父母的电话号码，在登载视频之前征得大人的正式同意。（这一点与电视政策一致，例如，可保护儿童免遭得到法院不利裁定的疏远的父母跟踪。）



案例研究：广播机构如何保护儿童不受不恰当的非内部资料的伤害：BBC的例子

通过英国广播公司的Cbeebies和CBBC网站链接的所有外部内容都经过了一位编辑专家预先审定,列入了“绿色”清单,然后可通过BBC的搜索服务进行搜索。

Cbeebies专用于搜索Cbeebies网站上的内容,也可搜索独立制作方创建的支持自己的Cbeebies程序且经审定的子网站上的内容。

CBBC (儿童BBC)搜索工具是更为复杂的资源,可帮助用户寻找最佳的CBBC和Newsround (儿童新闻节目)内容,以及寻找经过了仔细挑选的BBC和其他网络上的站点。所有这些站点都必须都是编辑人员认为有

价值,适合7-12岁英国受众的,且不能:

- 载有色情材料或其他露骨的性材料, 或者链接、宣传此等材料 (除非是为这一受众群剪裁的性教育资料的一部分)
- 载有露骨的暴力内容或怂恿暴力行为的内容 (包括打斗、赶尽杀绝或使用其他武器的在线游戏和游戏评论)
- 怂恿任何违法之事
- 包括任何种类的歧视
- 宣扬不卫生习惯/不健康饮食
- 使用不适当的语言

- 只为销售产品或服务而存在

- 宣扬赌博

- 只为付费订户提供特色内容

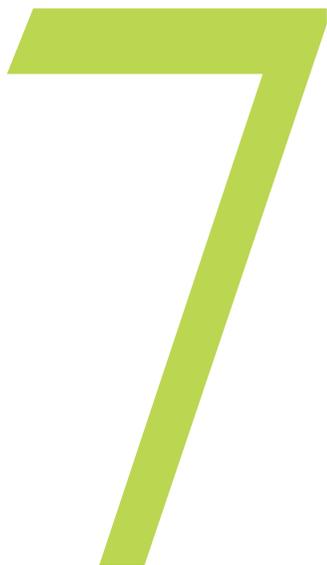
BBC不允许CBBC链接到任何社交网站。如果外部网站中含有留言板,则任何情况下都必须经过预先检查。从BBC的儿童网站不可能链接到任何实时聊天室。

采用一种自动工具连续不断地对CBBC的搜索数据库进行检查,这一工具按照关键词 (例如“留言板”或“聊天室”)“扫描”数据库中的所有网站,查看有无变化。如果检测到有变化,则将网站加上标记后交给

研究人员,由研究人员再次检查网站的适宜性,必要时从数据库中删除。

类似地,公众服务广播 (PSB)的Switch网站在每次播出时间内都执行一种严格的政策,以保护使用者免受不恰当在线内容的伤害。尽管作为Switch为青少年提供服务的关键组成部分,Switch的内容也在许多第三方网站上出现,目的是将Switch内容带给不一定总是特别熟悉PSB服务的受众,但这一空间中的所有商业活动都得到了全面的检查和仔细的监控。BBC在SWITCH网站上尽可能设置了关于在线安全特色内容的很多重要链接,但绝不设置到实时聊天室的链接。

结论



对有效参与保护在线儿童举措的互联网服务提供商和其他在线提供商来说，清晰了解在各自运作范围内怎样对内容和服务进行分类是很关键的。

与当地广播机构协作对形成这种了解十分有益。了解当地立法怎样认定内容的“位置”和怎样确定提供服务或接受服务所在的“地点”也很重要。

每一国家都有责任各自制定在其管辖权内可用于互联网内容和服务的立法。

遗憾的是，正像一些研究表明的，许多国家处理保护在线儿童问题的立法不充分或不适当。

另外，管辖区不同，所持观点也不同。这些差别有可能被滥用或利用，对儿童造成伤害。犯罪分子和虐待儿童者将会知道哪些国家处理此类问题的法律最不健全或机制最为欠缺，他们自然会把注意力转移到这些国家，除非采取对抗性措施。



考虑到不同国家的立法框架和政策框架存在的这种差异，整个互联网业界积极支持最佳做法指南以及采用全球标准和行业规则是极为重要的，这样业界就能努力为解决保护在线儿童问题承担起社会责任。

在世界上的许多国家，业界正在带头采取自愿和自我管理的方式，展示出对儿童在线使用信息通信技术和通信采取一种负责任态度的承诺。采取行动、把握趋势特别符合业界的利益，不仅因为从道德角度看应该这样做，还因为长期来看这样做将有助于建立公众对互联网作为传播媒介的信心。

没有这种信心和信任，任何技术都无法发挥或实现其巨大潜力，不仅无法增加个人财富和让个人掌握自己的命运，也无法增进各国经济繁荣和安康。





其他信息和 阅读材料



整个行业的协作

让低年龄段青少年和儿童更安全地使用移动服务欧洲框架：http://www.gsmeurope.org/documents/safer_children.pdf

欧洲各国移动运营商为更安全地使用移动服务制定的行为准则链接（英文或原来所用语言）：
http://www.gsmeurope.org/safer_mobile/national.shtml

GSMA关于垃圾内容的行业规则：http://www.gsmworld.com/our-work/public-policy/protecting-consumers/mobile_spam.htm

更安全的互联网程序：让儿童掌握自己的命运和在线保护儿童：http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/index_en.htm

意大利电信关于儿童保护的信息：www.telecomitalia.com, Sustainability->Hot Topics-> Protection of Children and Abuse
关于为更安全的互联网程序过滤软件和服务设定基准的研究：http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/projects/targeted/filtering/sip_bench/index_en.htm

内政部：儿童保护互联网任务组（英国）— 业界良好做法文档：<http://police.homeoffice.gov.uk/operational-policing/crime-disorder/child-protection-taskforce>

内容分类

英国得到业界资助的独立移动分类机构：

<http://www.imcb.org.uk/>

欧盟儿童在线项目：<http://www.eukidsonline.net/>

让数字世界中的儿童更安全：拜伦评论报告：

<http://www.dcsf.gov.uk/byronreview/>

教育和客户交流

由业界资助的有助于教师了解年轻人技术使用情况的资源：<http://www.teachtoday.eu/>

非法内容

互联网热线电话国际协会：<https://www.inhope.org/>

反对儿童色情虐待内容移动联盟

<http://www.gsmworld.com/mobilealliance>

反对儿童色情制品金融同盟

http://www.missingkids.com/missingkids/servlet/Servlet?LanguageCountry=en_US&PageId=3703

媒介的自我管理

BBC所有在线服务都要遵守BBC编辑指南

（<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/ed-guide>）

及BBC在线服务指南（<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/onguide>）

国家报告

英国：让数字世界中的儿童更安全：拜伦评论报告
（<http://www.dcsf.gov.uk/byronreview/>）



图片鸣谢: www.shutterstock.com, Violaine Martin/ITU, Ahone Ayeh Njume-Ebong/ITU

国际电信联盟
Place des Nations
CH-1211 Geneva 20
Switzerland
www.itu.int/cop

瑞士印刷
2011年，日内瓦

本指南得到以下机构的协助：

