

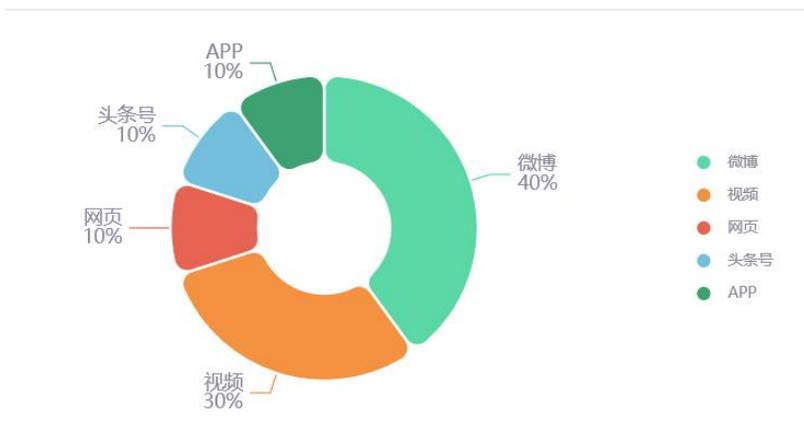
“乙女游戏”走红市场有关尺度问题引争议

一、舆情概述

据江苏新闻 3 月 19 日报道，近两年，“乙女游戏”类网游走红。这类网游以年轻女性为主要受众，在游戏里，玩家扮演年轻女性身份，可以和虚拟的男性角色谈恋爱。但部分游戏为吸引玩家，加大了游戏尺度，比如出现了虚拟男性角色裸露半身的画面，玩家在游戏中可以和虚拟男性角色拥抱、接吻，或者是触碰隐私部位。其次，也有一些乙女游戏的情景设置所传输的价值观存在问题，如设置所谓“渣女系统”，玩家可以和多名虚拟男性同时恋爱。其三，按照我国现行法规，网络游戏必须实名登录，目前“乙女”类游戏基本上是以读取手机号码的实名信息，来代替实名认证，但这种方式存在明显的漏洞，即登录游戏的玩家和手机持有者并不一定是同一个人。对此，报道认为，目前的《网游游戏适龄提示》仅仅是一个行业协会指导意见，对于网游企业的约束力较弱，操作性也不强，网游实名登录制度也有待进一步严格。相关报道引发舆论关于对游戏监管方面的关注。

二、传播分析

截至 3 月 20 日 17 时，共监测到相关信息共 47 条，其中，微博和今日头条相关信息较多。具体比例见下图：



其中，今日头条@环球网转载的相关信息引发较多关注，获两百余条评论。此外，百家号、小红书等平台也有个别自媒体转载。

“乙女游戏”走红，尺度偏大引争议！如何监管？



273



257



收藏



分享

2024-03-19 13:22 · 环球网

来源：江苏新闻

你听说过“乙女游戏”吗？所谓“乙女”，其实是一个日语词汇，就是年轻女性的意思。近两年，“乙女游戏”类网游走红。这类网游以年轻女性为主要受众，在游戏里，玩家扮演年轻女性身份，可以和虚拟的男性角色谈恋爱；而且，游戏里的一些画面尺度还挺大。因此，“乙女游戏”引起了较大争议，它的尺度该如何界定、监管？

在手机应用市场搜索“乙女”关键词，可以找到几十款“乙女游戏”。它们共同的标签是“恋爱”“剧情”“女性向”。

三、网民观点

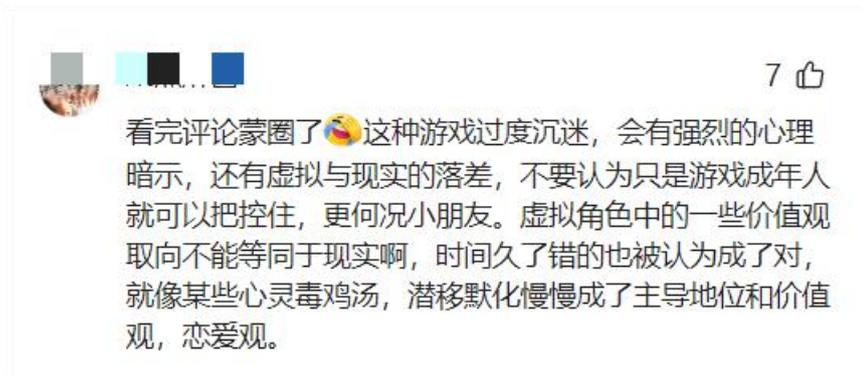
一是认为乙女向游戏明显针对十六岁或十八岁以上人员，玩家已经拥有足够的是非判定能力，因此对于此类游戏，监管不必上纲上线。



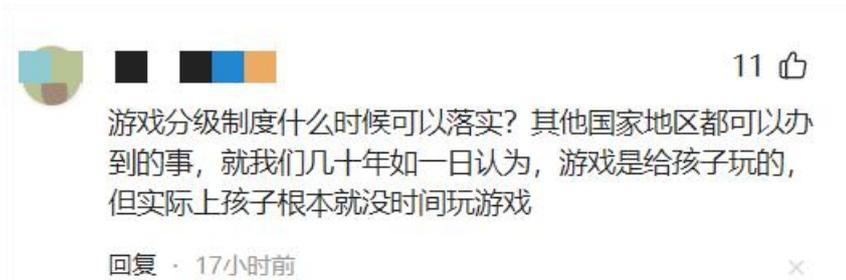
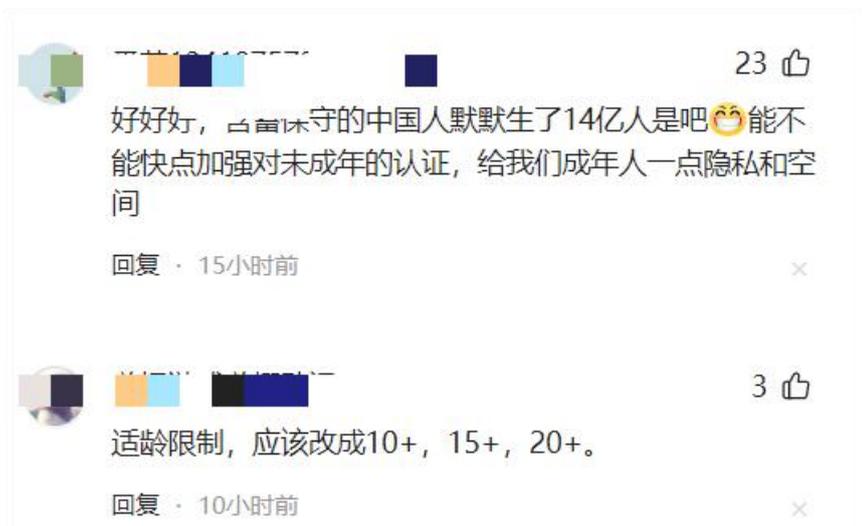
二是认为我国游戏市场当前需要的是更加宽松的发展环境，并关联近期 3·15 国际消费者权益日、多地出现未成年人遭霸凌事件等，认为政府部门和媒体应当对涉及食品安全、未成年人保护等真正事关民生的乱象进行监管，而非针对游戏“紧追不放”。



三是认为目前我国青少年是游戏市场的主要受众之一，游戏市场理应受到合理监管，避免影响青少年群体的价值观、世界观。



四是建议健全相关法律法规，尤其加强对未成年人登录游戏的管控，乃至及时推动游戏分级等相关法律法规的探索，让游戏市场能够进入良性发展。



五是认为青少年沉迷游戏的背后是家庭、学校对该群体在生理、心理方面缺乏足够的引导和教育。



本来就是成年人的游戏，小孩子想玩又有什么办法，学校又不科普这方面的知识，结婚了两个人都啥都不会

赞 0

四、研判分析

“乙女游戏”走红市场，引发网民对网络游戏监管、未成年人保护等话题的探讨。但需关注到，虽然游戏行业在国内一直有所争议，但其一方面是重要的文娱产业组成部分，对推动消费有着重要作用，据伽马数据发布的《2023 年中国游戏产业报告》，2023 年，中国游戏市场实际销售收入为 3029.64 亿元，首次突破 3000 亿元关口。此外，包括《英雄联盟》《王者荣耀》等游戏在内的电子竞技还被杭州亚运会确定为正式比赛项目，公众对于游戏的认知正在逐渐改变；另一方面，游戏本身的开发对人工智能、工业制造等高新技术的开发有所帮助。盛天网络副总陈自力曾表示，游戏引擎、虚拟数字人等游戏技术逐渐向其他领域溢出，助力不同行业提高创新效率，已成为推动数实融合发展的重要工具。在以上大背景发生变化的情况下，针对游戏行业的监管也需慎重。“乙女”游戏仅仅是众多游戏种类中的一小部分，但仍然折射有关部门对游戏领域的态度。对此，建议：

一是完善相关法律法规，与企业、用户等积极沟通，推进游戏分级，完善相关管理政策，引导市场进一步细分，实现良性发展。

二是与企业合作，加强对游戏中涉及诱导消费、防沉迷

设卡不严、实名认证制存在漏洞、“渠道服务”充值退款难等行业乱象的治理。

三是企业需积极配合，切实承担起防止未成年人沉迷网络游戏的“源头”责任，并在游戏设置、游戏生态等方面积极加以完善，推动游戏本身质量的提升，而非利用“擦边”等噱头吸引用户。