

【新闻与传播】

网络直播的社会责任研究*

于建华 赵宇

摘要:网络直播日益受到广大网民尤其是青少年网民的喜爱与追捧,其影响力日渐增强的同时,内容低俗、罔顾法律与道德等问题也引起社会关注。提倡网络直播承担社会责任,从社会生态到媒介生态都体现出社会治理的多维价值。网络直播可从必尽社会责任、应尽社会责任、愿尽社会责任三大方面积极履行,并从平台自律、政府监管、主播与用户素质提升等层面形成履行社会责任的保障体系,从而推动网络空间治理,促进网络直播的健康发展。

关键词:网络直播;社会责任;媒介生态

中图分类号:G220

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2020)12-0167-06

网络直播是基于互联网用音频、视频、图文等形式向公众持续实时发布信息的活动^①,它融合了大众传播与人际传播的信息传播特质,是一种新兴的网络社交方式。网络直播平台也成为一种崭新的社交媒体。追溯网络直播的历史,2016年被认为是“中国网络直播元年”^②。随着互联网技术的快速发展,网络直播的内容、形式不断丰富,已逐渐形成独具特色的网络直播文化。主播通过网络直播平台展示自我,并获取收益;受众不仅可以通过观看直播满足娱乐需要、舒缓生活压力,还能在与主播或其他受众的交流互动中满足个人社交需求与消费需求。

截至2020年6月,我国网民规模已达9.40亿,网络直播用户规模已超5.62亿,占网民总数的59.8%^③;直播行业已进入成熟期,直播用户月度活跃情况从PC端向移动端转移的趋势明显,规模继续保持扩大趋势^④。作为新兴社交媒体,网络直播的把关与传统媒体有很大不同,相应的监管与法规亦不尽完善,加之金钱与名望对网络主播的刺激与市场竞争的日渐加剧,网络直播存在诸多问题,亟须

对其进行管理。习近平在网络安全和信息化工作座谈会等讲话中,多次强调要依法加强网络空间治理,加强网络内容建设,做强网上正面宣传。因此,网络直播承担社会责任,既是自身发展的需要,也是提升网络直播整体水平的必然选择。

一、网络直播履行社会责任的價值

已有研究尚未对网络直播的社会责任做出明确的界定。从网络直播的发展状况看,网络直播积极履行社会责任的功能还比较薄弱。只有高度重视并积极承担社会责任,才能增强网络直播企业核心竞争力,获取良好经济利益,树立良好形象,改善网络直播发展的生态环境。

1. 政治价值:促进网络正能量传播

作为网络媒体的新锐力量,网络直播对于受众尤其是对广大青少年受众具有较强榜样示范和价值引领作用,能够有效提升社会文明程度,营造积极健康的网络环境,推动我国社会主义现代化建设。对我国网络直播社会责任进行深入研究,构建科学合

收稿日期:2020-10-10

基金项目:教育部人文社会科学研究规划基金项目“中国社会化媒体正能量传播的激励政策研究”(18YJA860019);河南省哲学社会科学规划项目“网络直播平台的社会责任研究”(2019BXW004);河南省高等学校哲学社会科学应用研究重大项目“社会化媒体正能量传播研究”(2019-YYZD-06)。

作者简介:于建华,女,河南工业大学新闻与传播学院教授,硕士生导师(郑州 450001)。

赵宇,男,大河财立方传媒控股有限公司情资数据中心记者(郑州 450018)。

理的社会责任体系,并提出实施路径与对策,有利于相关政府部门对网络直播进行科学治理与规范。

2. 无形价值:塑造良好的企业形象

理论研究及实践证明,企业的形象价值与社会责任履行程度呈正相关,树立良好形象意味着无形资产的增值。学者林常荣从消费者视角研究了企业社会责任对品牌资产的影响,认为消费者对企业承担社会责任了解越多,越能增加品牌的忠诚度。^⑤柳蕴芳也在研究中证实履行社会责任可以促进品牌价值的增长。^⑥不少平台通过自身实践也证明承担社会责任可以获得良好的平台形象。例如,阿里巴巴与浙江省共同举办的“电商扶贫浙里行”活动,就是网络直播积极承担社会责任产生良好效益的典型。

3. 行业价值:促进行业可持续发展

积极履行社会责任可以为网络直播行业创造和谐稳定的发展空间和持续盈利。其一,承担社会责任可以提高投资人对网络直播行业的信任度和满意度,为网络直播赢得长期投资,获得持续发展的经济支撑。其二,承担社会责任可以提升从业人员对行业的归属感,促进从业人员整体素养的提升,形成网络直播独有的生态文化体系。良好的文化氛围可以提高从业人员的凝聚力和向心力,为直播行业的可持续发展提供人才支撑。其三,网络主播社会责任意识强,会为受众提供优质的直播内容与服务,提高受众的忠诚度,带来稳定的受众数量,推动流量经济、粉丝经济、网红经济、平台经济的大力发展。其四,承担社会责任还可以减轻政府的压力,改善行业与政府的关系,取得政府的政策支持,为网络直播的可持续发展提供良好的外部生态发展环境。

二、网络直播履行社会责任的基本内涵

网络直播作为一种新兴媒介,与传统媒体所承担的社会责任一脉相承,是媒介责任论在网络时代的发展与延续,但又具有这种新型媒体独有的媒介责任特点。媒介社会责任的研究源于企业社会责任的研究,美国钢铁集团公司的创始人安德鲁·卡耐基最早提出了企业社会责任的观点,认为企业管理者应将自己视为社会利益的委托人。罗伯特·哈钦斯主持的“新闻自由委员会”出版的研究报告《一个自由而负责的新闻界》,首次提出了媒体社会责任论,指出媒体在享受权利、享有自由的同时,还应承担相应的责任,承担法律义务。^⑦在网络新媒体承担

社会责任方面,有学者指出,网络新媒体社会责任是指网络媒体机构和从业人员进行网络新闻信息传播活动和经营活动时,对国家政治稳定、经济发展、社会进步和公民身心健康所承担的法律、道德、政治责任与慈善责任。^⑧

网络直播出现得比较晚,有关网络直播社会责任的研究起步也较晚。我国学者从 2015 年开始对网络直播进行研究,对网络直播社会责任的研究始于 2016 年,主要对网络直播涉及的色情、暴力、恶性竞争等问题进行探讨。2020 年新冠肺炎疫情以后,网络直播的社会责任更是引起社会各界关注。利益相关者理论认为,任何一个企业不仅要对其主体的利益负责,还要对利益相关者的整体利益负责,利益相关者包括投资人、雇员、消费者、供应商以及政府、媒体、自然环境等直接、间接的因素。^⑨

基于前人研究理论,网络直播的社会责任可定义为:相关组织与个人在网络直播相关工作过程中承担影响网络直播可持续发展的责任,以及对国家安全、社会稳定、公众身心健康应承担的政治、法律、经济、文化、道德及公益责任。^⑩

三、网络直播履行社会责任的主要内容

根据网络直播承担社会责任的重要程度,网络直播的社会责任可以划分为必尽责任、应尽责任与愿尽责任三大部分。

1. 必尽责任:网络直播履行社会责任的基础

必尽责任是网络直播行业必须尽到的责任,属于强制性责任,是所有直播平台都应当履行的责任^⑪。必尽责任的核心是直接推动网络直播健康持续发展过程中必须承担的责任,主要包括政治、法律、经济等责任。

(1) 网络直播的政治责任。政治责任是网络直播生产与传播过程中首当其冲、必须承担的责任,即按照中央网络安全和信息化委员会办公室、国家互联网信息办公室、国家广播电视总局等部门的要求,要积极弘扬社会主义核心价值观,弘扬社会正能量,承担维护网络政治与社会安全的社会责任。在加强网络空间治理、加强网络内容建设、加大正能量宣传的新时代,网络直播生产与传播的所有内容都要积极向上,维护社会稳定、国家尊严和民族利益,不能传播含有色情、犯罪、侵权、暴力以及破坏国家安全、破坏民族融合、破坏社会制度的言论与信息等。网

络直播平台承担政治责任不仅能够推动自身建设与发展,也能够促进直播行业乃至全社会的和谐稳定。

(2)网络直播的法律责任。法律责任是指网络直播在法律许可的范围内进行经济及其他活动,要求网络直播的一切生产经营活动必须遵守法律法规和行业秩序,推进社会主义法制建设。法律责任是社会责任不可缺少的部分,是网络直播必须遵守的基础责任,是对直播利益相关者的最低强制性要求,同时也是网络直播合法运营的前提,体现了对社会公平正义的要求。法律责任主要体现在:所有直播活动,包括平台运营、各直播主体与客体均要遵循法律法规和行业制度的规定,要加强对平台各主播及用户的管理、培训与教育,制定严格的措施,大力普及法律知识,杜绝违法现象的发生,创造一个清新、干净、充满正能量的网络直播空间。

(3)网络直播的经济责任。经济责任就是在满足受众基本需求上,为网络直播产业创造利润,实现自我盈利,推动其健康发展。从我国网络直播的发展现状看,网络直播的经济责任主要体现在对国家、主播、消费者承担的责任。网络直播对国家承担的经济责任主要体现在依法承担纳税义务,杜绝偷税漏税现象;对主播承担的经济责任主要是切实保障主播的合法权利,如直播节目版权、主播肖像权、获得报酬权等;对消费者承担的责任,主要包括提供优质、价格合理的网络直播作品与服务。

2. 应尽责任:网络直播履行社会责任的关键

应尽责任是网络直播应该尽到的责任,是非强制性的可尽责任,是建立在人文关怀和道德准则上的,是基于网络直播的人性、思想、情感等人文主义价值建立的,能与网络直播观众形成良性沟通,营造绿色和谐环境的责任。应尽责任要求网络直播应将优秀文明成果渗透其中,丰富直播内涵,营造绿色传播环境,主要包括文化责任和道德责任。网络直播的长远发展,离不开富有内涵、积极向上、具有积极价值内容的支持,而承担文化责任与道德责任是促进网络直播长久发展、生态发展的重要方式。

(1)网络直播的文化责任。传承文化不仅是主流媒体的功能,也应该是网络直播的文化责任。早在1948年,传播学先驱拉斯韦尔就提出了传播具有社会遗产传承功能,即将思想、观念、文化、习俗传递给下一代。网络直播作为一种新兴媒介,其文化责任是指在传播内容选择、主播选择以及监督管理方

面均应积极传播中华优秀传统文化、人类优秀文明成果,满足受众多样化的精神与文化需求的责任,积极利用互联网对外宣传介绍中国,传播中华文化,促进国际交流。具体表现在文化服务、传承和教育三方面:一是文化服务,即通过提供精神文化产品来满足受众的审美需要。网络直播主播和直播板块策划者在内容生产创新方面弘扬人类优秀文明成果,运用中外传统文学故事、诗词歌赋、语言文字等别具一格的表现形式,对观众进行优秀文化的熏陶影响。二是文化传承,即有意识、创造性地继承发展优秀传统文化,并融入或引领当下主流文化。利用网络直播形式,生产传播大众喜闻乐见又蕴含文化底蕴的信息,既是对优秀传统文化的传承,又能够潜移默化推进社会主义核心价值观的大众化,从而促进文化责任全面实施。三是文化教育,网络直播的生动性、即时性和接地气的特点,使其生产传播的优秀作品具有润物无声的教育效果。

(2)网络直播的道德责任。道德责任是指网络直播利益相关者在承担基本的经济责任、法律责任的基础上,依据约定俗成的社会道德观,运用正确的价值取向和手段,进行经营管理。道德责任是一种无形的责任,但又是一种不可回避的责任,主要体现在社会公德和职业道德方面。首先,树立正确的道德观念,是网络直播应当和必要的道德责任与义务。一是对利益相关者应承担的道德责任,包括对国家的道德责任,即努力践行社会主义核心价值观以及维护社会稳定、建设幸福中国的道德观念。二是对网络直播平台以及其他利益相关者应承担的道德责任,即与网络主播、投资人、债权人、消费者等利益相关者在平等、友好、互利、诚实守信的道德原则指导下,建立长期稳定的合作关系,传播道德观念正确、符合社会主义伦理道德和主流价值观念的优秀产品。其次,网络主播及其他直播从业人员要遵守职业道德责任,即思想健康、恪尽职守、敬业奉献的网络直播职业道德。主播是向大众履行道德责任的直接承担者,一言一行离不开道德伦理的约束,否则,就可能出现偏离文明道德、违规违法的低俗、色情、暴力等问题。直播产业其他人员的职业道德也关乎道德责任,如果管理层只追求经济利益,放任偏离道德文明作品的播出,那道德责任则会成为一句空话。

3. 愿尽责任:网络直播履行社会责任的升华

愿尽责任是指可以承担也可以不承担的责任。

但是,站在人类发展和社会和谐的角度上,应该提倡愿尽责任的积极履行。这是网络直播履行社会责任的高级责任,主要为公益责任。

公益责任是指网络直播对社会进行公益反哺的自愿性义务与责任。通过捐款捐物、举办活动等形式,对弱势群体等需要帮助的群体进行人文与物质关怀,是网络直播最高层次的社会责任。公益责任的履行既有益于国家、社会与弱者,又可塑造网络直播企业的良好形象,获得媒体广泛关注,改变公众的态度,有利于网络直播的长远发展。

网络直播的公益责任主要体现在开展公益活动与进行平台引导两个方面。开展公益活动主要形式是以捐款捐物的方式进行社会捐赠和慈善活动,对需要帮助的群体进行关爱帮扶。平台引导是指网络直播运用其自身平台的力量,将现实生活中的公益事业带到虚拟网络中,积极传播、倡导公益活动,以感染网络主播与受众,激发他们的利他主义与关怀弱势群体的道德责任感,引导他们参与公益活动,促进社会公益事业的发展,为我国社会治理、网络空间治理、媒介生态治理提供创新路径。

四、网络直播履行社会责任中存在的主要问题

2016 年网络直播大热以来,各大网络巨头纷纷进入,特别是阿里巴巴、京东等电商平台进入并推出自己的网络直播产品,实体交易与直播带货互动进行,网络直播市场呈现出一幅百花齐放、百家争鸣的景象。但是在繁荣背后,出现的问题也不少,更加凸显网络直播履行社会责任的重要性。

1. 恶性竞争:经济责任浮夸

经济责任是网络直播赖以生存的基础责任。作为新型社交媒体,网络直播企业前期资金投入巨大,巨额资金的涌入极大促进了网络直播平台的扩张,各式各样的“直播+”行业纷纷出现。在大量热钱涌入之后,经济泡沫越来越多,各直播平台之间的恶性竞争也愈演愈烈,恶性竞争手段频出,主要表现是经济数据浮夸与抢人大战。因当红主播的巨大号召力,打造“当红主播”与成为“当红主播”是直播平台与大量草根主播的第一目标。为提高观看量,主播花钱买粉丝,营造主播高人气的假象,甚至找“托儿”打赏主播,吸引普通观众进入直播间跟风打赏,主播与直播平台的经济利益就产生了。同时由于主播在利益链条中的重要角色地位,造成各大直播平

台互挖人才,主播的签约费用越来越高。这种相互内耗的恶性竞争,让主播身价虚高,也让本来盈利能力就不甚强大的直播行业雪上加霜,造成直播人才的断层,并持续消耗平台的运营效率。种种乱象导致网络直播平台经济责任浮夸,在经济利益不稳定的情况下,持续不断的内卷消耗不利于网络直播的可持续发展。

2. 内容生产:政治、文化责任堪忧

政治与文化责任是网络直播不可忽视的重要社会责任,否则,网络直播就失去了良性发展的支撑。在我国现有的网络直播产业链条中,政治与文化责任的履行主要体现在内容生产与传播方面,存在问题是直播内容导向整体格调粗俗拙劣、内容生产过度娱乐化与低俗化。首先是拜金主义的低俗价值观。因网络直播的匿名性、隐私性等特点,直播间成为大众释放和激发“本我”的场所,主播与观众及其互动内容缺乏积极的政治与文化导向,观众为了获取主播的“芳心”,相互攀比送礼物,直播变成金钱的竞技场,甚至存在为金钱不惜违背道德或游走于法律边缘的现象。其次是聊天语言粗俗。大多数直播平台都带有弹幕功能,这一功能实现了主播与观众之间的实时互动,也意味着粗俗语言在主播与观众之间传播更快,如辱骂主播、掀起“地域黑”、口水大战等时常出现。最后是直播内容的低俗化。网络直播涉黄、涉暴等问题频出,内容生产与传播中的低俗价值主义等说明新技术冲击下话语权下沉等现象,致使政治与文化传承责任的弱化,不利于社会主义核心价值观的弘扬。

3. 从业素质:道德责任弱化

网络直播被广为诟病的就是道德责任的弱化甚至缺失。由于网络直播平台的开放性、免费性等特征,主播门槛很低,这是普通民众成为“网红明星”的一条捷径,致使一些道德素质低劣者在利益的诱惑下做出违背法律道德之事,如影响恶劣的“直播造人”、将共享单车扔入河中、女主播衣着暴露直播睡觉等。这些恶劣事件,即使引起国家有关部门重视并依法进行相关处罚,也屡禁不止。文化部、中央网络安全和信息化委员会办公室、国家互联网信息办公室多次公布处罚结果,如禁止、关停、暂停一些直播应用,虎牙、YY、龙珠、火猫、秒拍、映客、快手及火山小视频等网络直播平台均受过处罚。网络直播平台从主播到管理者,整体文化水平与素质均比较

低,造成网络直播履行道德责任的弱化与迷失,产生的不良社会影响不容忽视。

4. 自律规范:法律责任薄弱

法律责任是网络直播可持续发展的保障。作为一种新兴的网络媒介及产业,网络直播的法律责任履行依然处于力不从心之状,主要表现有:一是直播内容涉及破坏国家安全和社会稳定。人人皆有麦克风是网络时代最显著的特点,如果网络直播者借机散布谣言、诽谤他人或传播其他有害信息,则会给社会带来不安定因素,危害社会稳定,涉嫌犯有危害社会治安罪。二是直播内容涉及色情、暴力、赌博内容。直播内容涉黄严重扰乱了国家对文化出版物的管理秩序,涉嫌传播淫秽物品牟利罪;直播暴力事件、宣扬暴力理念涉嫌犯有教唆犯罪;利用网络直播平台进行赌博涉嫌赌博性质类犯罪等。三是直播内容涉及侵犯公民隐私权。真人秀一类的网络直播由于涉及生活与工作场景,其直播内容存在侵犯他人隐私的问题。

五、网络直播行业履行社会责任的保障途径

鉴于网络直播影响的广泛性、下沉性等特点,网络直播履行社会责任的保障,需要从平台自律、政府监管、主播与用户素质提升三个层面进行努力。

1. 平台层面:严格自律

目前,大部分直播平台对于其主播的管理还很不成熟,管理方式单一,管理力度薄弱,而面临的问题也层出不穷。鉴于此,可从以下方面解决:首先,整顿直播环境。一方面加强对技术的投入,通过技术手段屏蔽不良行为。如通过提取直播的关键帧和关键字进行识别,屏蔽不良信息的传播。另一方面,建立预警与观众网络管理员制度。预警制度指的是当某一直播的观看人数在短时间内迅速激增,就发出预警,引导网络管理员对该直播进行重点监察。观众网络管理员制度指的是充分发挥观众的主观能动性,当主播直播违反管理规定的内容时,若观众及时进行举报,累计一定次数后则可以给其授予一定时间的网络管理员“荣誉官职”,他们可以自行对违规主播进行惩罚,满足一些观众的互联网管理需求。这种做法不仅能震慑有不良企图的主播,还充分调动了观众积极性。其次,创新文化传承形式。创新是维持网络直播平台可持续发展的不竭生命力,要通过不同平台的竞相创新激发网络直播的良性竞

争。如精准定位每一个观众,针对不同观众的偏好推荐不同的主播与直播内容等。网络直播平台还可以借助大数据,来挑选有价值的、有文化涵养的话题供网络主播参考,提高主播的思想认识。同时大力提升直播平台的管理治理能力,在网络直播生产与传播的各个环节,都要对照相应规章制度严格管理。

2. 政策层面:加强监管

政策引导决定网络直播的发展方向。政府在法律法规与各种政策的制定中,要慎重思考政策是否完备、配套措施是否齐全、是否能真正做到确保网络直播大方向上符合社会主义核心价值观的要求,这属于“堵”的措施。社会责任研究是主张从正面弘扬的角度自愿承担,鼓励网络直播相关利益者自觉地履行社会责任,这属于“疏”的措施。“堵”与“疏”双管齐下,才能够真正确保网络直播承担起社会责任。

在“堵”的方面,可以从加快相关法律法规的制定与加强政府管理两方面进行。法律是打击网络直播中出现的不法行为最有效、最权威的手段。随着网络直播的不断发展更新,对其管理的相关法律也要进行及时调整,来适应不断变化的新形势。国家在网络直播生态治理与管控方面已制定了相当多的法律法规,共有近 20 条密切相关的监管制度与措施。尤其在 2016 年以后,《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》(2016 年)、《互联网直播服务管理规定》(2016 年)、《网络直播平台管理规范》(2019 年)、《网络直播主播管理规范》(2019 年)等相继出台。各级各类相关法律法规愈加严格,这为执法部门管理网络直播提供了法律保障。但这些法规在相关违法行为认定的标准与所承担责任的界定方面依然存在薄弱环节,依然需要加强管理。一是继续加大对网络直播的管理力度,完善网络直播市场准入、追究、处罚、退出机制,构建反应迅捷的网络集群舆情监测应对机制,切实提升治理能力。二是对管理模式创新,建立完善多部门协同发力的监管平台,实现各部门之间的监管信息与数据共享,明确分工。网监职能是对直播平台进行随机巡查,发现违法犯罪现象主动出击。主管部门负责对网络直播平台与主播的资质进行审查,对出现违法现象的直播平台或主播进行事后处理,如吊销营业执照、拉入禁播“黑名单”等。直播平台要积极配合,提高自身责任意识,为网络直播的可持续发

展尽自己的力量。

在“疏”的方面,一是鼓励各个网络直播平台成立内部协会组织,制定内部自律规范,完善内部管理。通过制定共同遵守的内部规范来避免各网络直播平台企业间的恶性竞争,促使平台良性发展,同时引导各网络直播平台注重打造自身品牌特色,通过差异化竞争和良好的用户体验赢得市场。同时注意解决网络直播平台与主播之间的利益分配问题,给主播创造一个有保障的从业环境。二是给予优惠政策。对优秀的直播网站,政府可以给予一定政策倾斜,如税收减免政策、某些领域的网络独播权、正面的宣传报道等。通过政策支持,树立社会责任履行比较优秀的网络直播典型,发挥榜样示范引领作用。

3. 主播与用户层面:整体提升素质

作为网络直播的参与者、使用者,主播与各用户、观众观念与行为的转变对网络直播履行社会责任有着基础性作用。如果主播与用户、观众在使用网络直播时都把社会责任放在首位,网络直播履行社会责任就不成问题。

对于网络主播而言,《互联网直播服务管理规定》等管理制度的出台明确了网络直播不得逾越的法律界限。任何主播都需要进行实名认证,这就要求网络主播在直播过程中承担相应的道德伦理责任,对自己的言行负责。2018年7月31日,斗鱼知名主播陈一发儿因调侃南京大屠杀而被封禁,就是一个很好的反面典型。2019年1月,多家行业协会以及斗鱼直播等互联网企业共同编制的《网络直播平台管理规范》《网络直播主播管理规范》,更加详细地对直播平台的主播监控、账号监管、平台巡查以及主播的着装要求、准入标准、直播内容等进行了规

范。主播只有通过不断学习,提高自身综合素质,遵守行业和管理规定,主动承担相应社会责任,才能长远发展。

在用户与观众层面,应该在舆论引导方面多下功夫。一是通过宣传引导的方式教育广大用户和观众,呼吁所有参与者文明参与网络直播互动,让所有人都明悉互联网不是“法外之地”,也有相应的准则约束自己。二是在直播平台上设置社会责任专区,通过不同形式的社会责任宣讲,使承担社会责任的理念深入网络直播生产与传播的各个层面,将承担社会责任形成人人遵守的良好风气。

注释

- ①《互联网直播服务管理规定》,中国网信网,http://www.cac.gov.cn/2016-11/04/c_1119847629.htm,2016年11月4日。②胡鹏辉、余富强:《网络直播与情感劳动:一项探索性研究》,《新闻与传播研究》2019年第2期。③中国互联网络信息中心(CNNIC):《第46次中国互联网络发展状况统计报告》,2020年9月发布。④艾瑞咨询:《2018年中国网络直播营销市场研究报告》,2018年3月发布。⑤林常荣:《消费者视角的企业社会责任对品牌资产的影响研究》,山东大学博士论文,2012年,第42—64页。⑥柳蕴芳:《企业社会责任对企业品牌价值的影响研究——基于“中国最具价值品牌排行榜”实证数据》,天津师范大学硕士论文,2016年,第33—41页。⑦[美]新闻自由委员会:《一个自由而负责的新闻界》,展江等译,中国人民大学出版社,2004年,第10、43、54页。⑧杨振国:《新时期我国网络媒体的社会责任》,《青年记者》2016年第8期。⑨[英]大卫·威勒、[芬]玛丽亚·西兰琶:《利益相关者公司——利益相关者价值最大化之蓝图》,张丽华译,经济管理出版社,2002年,第9页。⑩苏文雪:《斗鱼网络直播的社会责任研究》,河南工业大学硕士论文,2018年,第19—20页。⑪于建华:《中国影视动画生产与传播的社会责任》,《郑州大学学报》(哲学社会科学版)2017年第2期。

责任编辑:沐紫

Study on Social Responsibility of Live Video Streaming

Yu Jianhua Zhao Yu

Abstract: Live video streaming becomes more and more popular among teenagers, and its impact has increased dramatically. Meanwhile, problems such as anti-tradition, invasion of privacy, sex and violence have posed great challenge to public cognition. It has been advocated that live video streaming shoulder up their social responsibility and the multidimensional value of social governance is reflected in terms of both the social ecology and the media ecology. Live video streaming should fulfill actively the social responsibilities it must, should, and will take up. Meanwhile, network platforms should have self-discipline, the government should keep surveillance, and the anchors as well as customers should raise their qualities, so as to form the guarantee system of social governance. Only in this way can the governance of network space be promoted and the business of live video streaming develop healthily.

Key words: live video streaming; social responsibility; media ecology