

网络直播生态中的伦理失范及其治理措施

陶新宏^{1,2}

¹南京邮电大学马克思主义学院，江苏 南京

²江苏现代社会研究基地，江苏 南京

收稿日期：2025年12月8日；录用日期：2025年12月19日；发布日期：2025年12月31日

摘要

网络直播是中国互联网经济的重要业态，生态繁荣背后伦理失范问题凸显，虚假宣传、低俗表演、数据造假、隐私侵犯及算法滥用等乱象频发，制约行业可持续发展。其成因与技术特性、资本逻辑、监管局限及主体伦理素养缺失相关，算法放大不良内容传播，流量至上催生短期逐利行为。需构建多元协同治理体系，通过完善法规监管、压实平台责任、强化行业自律、提升公众媒介素养与社会监督，推动行业规范化发展，助力数字经济高质量发展。

关键词

网络直播，伦理失范，多元协同治理，数字经济

Ethical Anomie in the Online Live Streaming Ecosystem and Its Governance Measures

Xinhong Tao^{1,2}

¹School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

²Jiangsu Modern Society Research Base, Nanjing Jiangsu

Received: December 8, 2025; accepted: December 19, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Online live streaming has become an important format of China's internet economy. Behind its prosperous ecosystem, prominent ethical anomie issues have emerged, with frequent disorders such as false promotion, vulgar performances, data fraud, privacy infringement and algorithm abuse, restricting the industry's sustainable development. The causes are related to technical characteristics, capital logic, regulatory limitations and the lack of main subjects' ethical literacy—algorithms amplify the spread of harmful content, and the "traffic-first" orientation fosters short-term profit-

seeking behaviors. It is necessary to construct a multi-dimensional collaborative governance system: improve legal regulations and supervision mechanisms, consolidate platform responsibilities, strengthen industry self-discipline, and enhance public media literacy and social supervision. This will promote the standardized development of the industry and facilitate the high-quality development of the digital economy.

Keywords

Online Live Streaming, Ethical Anomie, Multi-Dimensional Collaborative Governance, Digital Economy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

网络直播作为数字时代最具影响力的媒介形态之一，已深度融入社会经济生活的各个层面。中国互联网络信息中心(CNNIC)第 52 次报告显示，截至 2025 年 6 月我国网络直播用户达 8.74 亿，占网民总数 79.3% [1]。网络直播从早期的娱乐表演扩展到电商带货、教育培训、文化旅游等多个领域，形成了多元化的业态结构和庞大的产业规模。然而，在这片繁荣景象的背后伦理失范事件频频发生，引发社会广泛关注。诸如，引发舆论哗然的“验资 PK”事件中，平台头部主播用话术诱导和煽动粉丝打赏晋级，导致部分粉丝甚至借贷打赏。此外，网红“柴怼怼”及其妻子通过蓄意抹黑相关企业吸粉引流，而自己却售卖染色玉石和虚假功效的茶饮，达到以流量换销量变现的不法目的。此类事件不仅暴露了网络直播行业的伦理缺失，更折射出直播生态系统存在的价值扭曲。

事实上，伦理失范是指“在人们的社会生活中，作为存在意义、生活规范的道德价值及其规范要求或者缺失，或者虽存在但却失效，无法对社会生活发挥正常调节作用”[2](p. 15)，表现为社会规范失效、价值共识弱化，导致行为偏离伦理准则的状态。数字时代平台经济与算法权力加剧并重塑了伦理失范。值得注意的是，网络直播伦理失范不仅侵害消费者权益，扰乱市场秩序，更对社会主流价值观尤其是青少年价值观养成造成负面影响。中央网信办在“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动中，重点整治五类突出问题[3]。这一措施体现了国家对网络直播乱象治理的高度重视。现有研究已从多角度触及网络直播的伦理问题。直播研究多聚焦失范行为的现象描述(如内容低俗)与消费文化动因；平台治理研究探讨了平台的动态治理策略(如“自适应治理”)及法律规制难题；算法伦理研究则揭示了算法在直播中的“驯化”机制及其引发的隐私、公平等挑战等。上述相关研究未能将平台治理、算法运作与具体网络直播伦理失范的生成置于同一分析框架内进行阐释。因此，深入剖析网络直播生态中的伦理失范现象及其成因，系统探究其形成机理并提出有效的治理措施，将具有重要的理论意义和实践价值。

2. 网络直播伦理失范的主要表现

2.1. 网络直播中的虚假内容与误导宣传

网络直播生态中的虚假内容与误导宣传已成为最为普遍的伦理失范现象，其表现形式多样，负面影响范围广泛。实际上，编造虚假场景与人设是网络直播虚假内容的典型表现。中央网信办在“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动中，将“编造虚假场景人设，无底线带货营销”列为首要整

治问题，重点列出诸如“编造虚假‘扶贫’‘助农’‘患病’等场景，通过‘扮穷’‘卖惨’诱导网民购买低质伪劣商品”^[3]在内的多种违规行为。在“大凉山造假事件”中，主播通过编造虚假情节吸引关注。其实，直播过程中的主播人设及其情节，全是网络服务机构精心设计编造的结果。他们直播带货的商品并非在大凉山，而是有组织、有计划的内容造假。此种行为不仅欺骗消费者，更消耗了社会同情心，破坏了社会信任基础。

值得注意的是，“伪科普”和“伪知识”传播是另一类常见的虚假内容形式。一些网络主播冒充相关领域专家，通过传播不实信息误导公众。诸如，直播内容涉及“伪科普”和“伪知识”以混淆视听，“冒充金融、教育、医疗卫生、司法等领域专业人员，借提供所谓‘专业服务’带货卖课，开展不当营销。打着‘情感咨询’‘婚恋军师’等名义歪曲婚姻观念”^[3]。此外，在医疗健康领域，私域直播领域存在的虚假宣传与夸大功效尤为严重，部分直播间通过伪科学养生课专家“一对一咨询”等形式诱导营销。这些伪科普内容不仅误导消费者作出错误的购买决策，更可能延误疾病治疗，对公众健康造成严重威胁。

实际上，虚高销量与夸大宣传在电商直播领域尤为突出。部分电商直播动辄发布“库存秒光”等惊人销售数据，以虚假销售信息制造饥饿营销，诱导粉丝盲目购买。此类行为不仅违反《消费者权益保护法》《电子商务法》和《反不正当竞争法》等多部法律法规，更导致恶性竞争。不容忽视的是，此类形式已呈现跨平台和体系化特征，逐步形成一体化产业链，使得虚假宣传行为更加隐蔽和难以识别。

2.2. 网络直播存在低俗内容与泛娱乐化倾向

低俗内容与泛娱乐化是网络直播生态中另一突出的伦理失范现象，其以追求感官刺激和流量最大化为目的，严重破坏了网络生态和社会风气。首先，软色情与性暗示内容在某些直播领域普遍存在。中央网信办在专项整治行动中，将传播软色情信息列为重点整治问题，指出部分直播“衣着暴露，刻意展示带有性暗示或性挑逗的动作，言语挑逗，发布‘软色情’擦边‘泛黄’内容，严重破坏直播生态”^[3]。这类内容往往通过打“擦边球”的方式规避直接监管，但其产生的负面影响尤为深远，尤其是对青少年群体的价值观形成造成严重误导。

其次，低俗惩罚与博眼行为同样常见于各类互动直播中。中央网信办指出，部分直播包含“使用侮辱性、暴力性、低俗无底线的惩罚方式博眼球、赚流量，违背社会公序良俗，诱导高额打赏”^[3]等行为。这类直播内容以伤害参与者的尊严、故意制造冲突对抗为卖点，以满足观众的猎奇心理和窥视欲，实质上就是对个体尊严和社会公德的公然挑战，其目的则是通过“出位”直播以博取关注和流量。此外，刻意制造冲突与对立也是低俗直播的重要内容特征。部分主播通过“污言秽语，拉踩引战、互相挑衅、攻击谩骂，刻意营造冲突对抗氛围，刺激打赏”^[3]。实际上，在被查处的相关直播案件中，因主播炒作不良信息以挑动社会对立而被平台限制账号的不在少数。这类内容不仅污染网络环境，更可能引发线上的群体对立和社会矛盾，破坏社会和谐稳定。

2.3. 网络直播存在数据造假与流量操纵

数据造假与流量操纵已成为网络直播行业的潜规则和顽疾，其产业化、专业化程度不断加深，严重扰乱了市场秩序和公平竞争环境。首先，“刷单炒信”与数据注水是电商直播中最常见的数据造假形式。“此类行为形式更隐蔽，除传统刷单外，还出现虚构 IP、使用僵尸账号等新型技术手段，数据造假识别难度加大。”^[4] (p. 57)这些造假行为不仅制造了网络直播虚假的市场繁荣景象，更导致消费者基于错误信息作出购买决策，直接侵害了消费者的知情权和选择权。其次，流量作弊与算法操纵则是网络直播中的突出问题。一些网络直播服务机构想方设法篡改播放数据或者通过机器人等手段打造高流量的直播账号，然后再将其转卖给相关网络主播或者供货品牌方，从而形成一条完整的流量变现链条。在“验资 PK”

事件中，平台虽然标榜“自愿打赏”，实则暗地里通过算法将高打赏直播间的流量推向高峰，造成刷礼物多流量就越高的假象。实际上，这种算法推荐与商业利益的深度捆绑，已经使流量操纵不再是个别主播的独立行为，而是平台默许甚至鼓励的行为。

再次，打赏机制的非理性诱导也是建立在扭曲的数据之上。平台在与主播签订合同时，往往要求主播自愿延长直播时间，将此类法律风险转嫁给主播，从而使直播打赏行为转化为纯粹的数据流量竞争的钱游戏。这就导致诸多参与者因受主播话术煽动而出现非理性的借贷打赏，此类直播必然导致从业者乃至网络空间的伦理缺失，进而造成严重的社会危害。

2.4. 网络直播中的隐私侵犯与权利侵害

随着网络直播场景的不断扩展，直播生态中的隐私侵犯与权利侵害问题日益凸显。首先，偷拍直播未经同意的隐私是直播领域较为常见的侵权形式。这种直播将“隐私信息公开化”^[5](p. 35)以博取网民的猎奇心理，主要表现为主播通过追逐、拦截、骚扰他人直播搭讪，在未征得被拍摄人同意的情况下，将其形象和言行在直播平台公开传播，严重侵犯了公民的肖像权和隐私权。事实上，近年来搭讪直播与街头骚扰呈现增多趋势。中央网信办在专项整治行动中，明确将“追逐、拦截、骚扰他人直播搭讪，扰乱公共秩序”^[3]列为整顿重点。这类网络直播打着“真实记录生活”的幌子，以侵犯他人权利达到换取流量变现，直接对受害者造成心理伤害，还会引发模仿效应，破坏公共空间的安全感和人际信任。

其次，对网络用户数据滥用与算法歧视则是更为隐蔽的侵权形式。2025年年初，“公安网安部门依法查处8家涉嫌非法获取公民个人信息的MCN机构”^[6]，暴露了部分直播机构通过非法手段获取用户数据，用于精准营销甚至其他非法目的行为。此外，算法推荐机制可能导致“信息茧房”效应，从而限制了用户的信息接触多样性，实质上侵犯了用户获取多元信息的权利。

2.5. 网络直播还造成对特殊群体权益的侵害

未成年人和老年人是网络直播受众中的特殊群体。事实上，对此类群体的权益侵害体现了网络直播生态中的道德底线失守，其影响尤为恶劣。首先，未成年人在直播中权益受到侵害是其中最令人担忧的问题。一些不良机构利用“未成年人牟利”，甚至诱导未成年人进行非理性打赏，对其身心健康和价值观养成造成严重伤害。在“验资PK”等网络直播事件中，大量青少年粉丝在话术煽动下参与非理性打赏。中央网信办为此专门部署“整治暑期未成年人网络环境，强化涉未成年人不良内容治理，净化儿童智能设备、未成年人模式、未成年人专区等重点环节信息内容”^[3]。其次，老年人同样是不法直播侵权的常见对象。市场监管总局在整治私域直播虚假宣传违法行为时发现，部分不法商家“以‘健康’为噱头，通过‘直播领福利’‘免费健康讲座’‘专家义诊’等形式侵害老年人权益”^[7]。这些行为利用老年人对健康的关注和信息不对称，通过精心设计的话术和场景，精准“围猎”老年群体，诱导其购买高价甚至无效的产品和服务，实质上是针对弱势群体的精准欺诈。

此外，利用弱势群体博取同情也是常见的伦理失范行为。中央网信办指出，部分直播“利用未成年人、残障人士、孤寡老人等形象吸粉引流”^[3]，将这些群体工具化，作为吸引流量和打赏的手段。这种行为不仅忽视了弱势群体的尊严和权益，更可能导致社会同情心的透支和公共资源的滥用。

3. 网络直播伦理失范的成因剖析

3.1. 技术与算法驱动为网络直播伦理失范提供技术可能

一方面，算法推荐的内容导向是网络直播伦理失范的重要技术推手。算法作为网络直播内容分发的核心技术，其设计理念和运行逻辑深刻影响着直播生态的演变方向。它往往优先推荐高互动、高停留时

长的内容，这类内容往往具有刺激性强、情绪化程度高、冲突性激烈等特征。平台通过算法将高打赏的直播间推上流量高峰，造成越刷礼物直播间就越火的恶性循环。实际上，这种算法逻辑就是形成一种扭曲的激励机制，使主播不得不迎合算法偏好，生产更多能够引发强烈情绪反应的内容，而非真正有价值的信息。

另一方面，数据造假技术的迭代升级也为伦理失范提供了技术可能。随着网络技术的更新迭代，网络直播场景中的虚高销量与夸大宣传等行为“形式更隐蔽，除传统刷单外，还出现虚构 IP、使用僵尸账号等新型技术手段，数据造假识别难度加大”，数据造假形式已“呈现跨平台、链条化特征，形成‘刷单 - 好评 - 种草 - 带货’一体化产业链，从‘粗放刷单’转向‘技术化、产业化’”^[8]。这种技术化、产业化的造假能力，使得识别和打击伦理失范行为的成本大幅提高，而违规者的违法成本则相对降低。

此外，监管技术面临的取证难题同样是技术层面的挑战。部分不法分子通过举办“社区义诊”“送鸡蛋”等各类线下活动诱导老年人加入微信群或者下载小程序，再发链接进入私域直播间进行“坑老”营销。然后，不法商家通过“‘播完即关’、屏蔽信息、解散群组等销毁证据、逃避责任”^[9]，导致很难进行主动监控监测、取证不法直播内容以及对相关不法分子的追溯。这就给监管执法工作带来了困难和挑战，从而也构成网络直播伦理失范得以持续存在的重要条件。

3.2. 流量与资本驱动是网络直播伦理失范的根源

流量至上的商业模式是网络直播伦理失范的根源。在当前的网络直播生态中，流量直接关联着各方主体的经济利益。直播平台依靠流量获取广告收入和资本估值，MCN 机构通过流量实现商业变现，而主播则凭借流量赢得知名度和收益。这种利益捆绑导致“流量至上”成为行业共识。“一些 MCN 机构特别是中小型机构，存在只要短期流量、不顾长期效益的做法”^[10](p. 57)，这种短视行为正是流量至上商业模式的必然产物。其次，资本回报的短期压力同样助推了伦理失范现象的蔓延。实际上，“不良 MCN 机构像流水线上的作坊，批量生产‘爆款’，却不在乎内容的真实性”^[11](p. 113)。这种作坊式的内容生产模式，反映了资本对投资回报率和周转速度的要求。当资本追求短期高回报时，直播内容生产的周期被压缩，质量让位于数量，从而导致大量同质化、低俗化内容的产生。

此外，网络直播行业内部的分配结构进一步加剧了市场失衡。实际上，直播行业的头部与尾部主体的收入差距极为悬殊，头部主播单场收入往往远超普通主播，收入鸿沟日趋扩大。这种极化的收入分配驱使大量中小主播和机构采取极端手段争取流量，而头部主播则产生“赢家通吃”的心态，忽视自身的社会责任和伦理底线。

3.3. 监管挑战与局限是伦理失范得以存在的制度条件

网络直播业态的快速创新与发展，使相关法律法规的完善速度稍显滞后。这就要求完善直播电商服务规范相关法律法规以防止伦理失范的进一步扩大。网络直播作为新兴业态，其业务模式、技术手段和参与主体不断变化，而法律法规的制定和修订需要一定周期，这种制度创新与业态创新之间的时差，为各种“打擦边球”的行为提供了空间。其次，跨部门协同机制的不足同样制约了监管效能。网络直播活动具有跨地域、跨平台、多主体的特点，而传统的监管模式往往基于地域管辖和部门分工，这种条块分割的监管架构与直播活动的网络化特征之间存在结构性矛盾，导致监管盲区和执法难度的增加。

此外，违法成本与收益的失衡也是监管乏力的重要表现。当前直播生态治理面临主播和 MCN 机构等直播主体违规违法成本低的挑战。对涉案主播或者 MCN 机构不仅在处罚额度方面难以触及其要害，而且也存在监管范围和程度等方面不足。这导致“商家被处罚后可换账号继续经营，信用惩戒力度不足”^[4]。这种违法违规成本与收益的不对称，实质上降低了违规行为的法律风险，变相加大不法直播的投机行为。

3.4. 主体价值迷失与工具理性导致直播突破伦理底线的行为

当前网络直播生态中，部分主播存在畸形的名利观。实际上，当流量变现的物质成功和名声曝光成为直播唯一的价值尺度，直播内容创作的本真意义就被异化为纯粹的工具理性，从而导致各种突破伦理底线的行为。其次，直播行业伦理标准的缺失使得网络主播缺乏内在的自我约束机制。目前的网络直播行业尚未形成普遍认同的伦理准则和行为规范，使得从业者在面临伦理抉择时缺乏明确指引，往往基于短期利益而非长期价值作出决策。

此外，公众媒介素养的不足也为伦理失范内容提供了生存土壤。面对网络直播生态中的虚假宣传、低俗内容以及“碰瓷式营销”，部分受众缺乏足够的辨别能力和批判意识，客观上使得这类内容仍有相当的市场需求。

4. 网络直播伦理失范的治理措施

4.1. 进一步完善法治监管体系和处罚力度

建立健全网络法律法规体系是治理网络直播伦理失范的基础。面对不断创新发展的网络直播生态，迫切要求立法机关和监管部门密切关注网络直播发展的新趋势、新问题，及时制定和修订相关法律法规，消除监管空白和模糊地带。目前，市场监管总局推动修订《反不正当竞争法》强化平台责任。新修订的法律于2025年10月15日正式实施，为整治提供法律保障，各地也纷纷出台针对性举措。其次，创新监管方式手段是提升治理效能的关键。面对网络直播领域的技术复杂性、主体多元性和行为隐蔽性，传统监管方式已难以适应治理需求。市场监管部门要通过“强化电子取证固证、跨区域协同办案、全链条‘穿透式’监管等针对性手段，着力提升法治监管、信用监管、智慧监管能力和水平”^[9]。特别是针对不法商家“播完即关”、屏蔽信息等逃避监管的行为，需要采取更加积极主动的技术监管手段，实现监管环节的前移和监管范围的全面覆盖。

此外，加大执法处罚力度是遏制伦理失范行为的必要措施。针对当前治理面临商家违法成本低的困境，需要进一步提高对违法违规行为的处罚力度，增加违法成本，形成有效震慑。“目前，全国市场监管部门共对私域直播虚假宣传违法行为立案30件，其中私域直播平台6件，直播商家24件。已处罚没金额293万元，拟处罚没金额约663万元。”^[12]这就是对当前私域直播虚假宣传的“坑老”乱象的有力回应，坚决加大打击直播虚假宣传违法行为。实际上，对于严重的伦理失范行为，需要强化行政执法与刑事司法的衔接，避免以罚代刑，提高法律的威慑力。

4.2. 加大压实平台主体责任

当前平台普遍采用的流量分配算法过于强调受众停留时长和互动率，这种单一评价标准间接鼓励了伦理失范内容的产生。平台应该重塑网络直播商业生态，用消费者的复购率和好评度等动态指标替代此前以直播带货金额来衡量主播的考核机制。实际上，当平台将流量分配指标及机制转向以直播内容质量为主体，并且践行为正能量内容的主播提升更多曝光度的时候，网络主播将会转向以追求正能量的直播内容。因此，平台应该优化算法推荐机制，增加伦理评价维度在直播内容分发中的权重，打破“流量至上”的单一维度，重构直播平台的评价体系。

此外，加强技术治理能力也是平台履行主体责任的技术保障。面对日益复杂的数据造假和违规内容，平台需要不断提升技术识别和处理能力。平台应“承担全链条监管义务，……用技术识别造假行为，发现问题后及时下架商品、暂停服务并上报监管部门”^[4]。特别是在数据造假识别方面，平台可以通过大数据分析和人工智能技术，建立异常流量监测系统，及时发现和处理刷单炒信、虚假交易等行为。值得注意的是，完善内部治理结构同样是平台履行主体责任的重要方面。中央网信办要求“网站平台应健全

MCN 机构管理制度，对 MCN 机构及其签约账号实行集中统一管理。在‘自媒体’账号主页，以显著方式展示该账号所属 MCN 机构名称”^[13]。这表明，平台需要建立更加系统化的内部治理机制，明确各方责任，实现从内容审核到违规处理的全流程管理。实际上，市场监管总局已部署专项整治，约谈平台企业压实主体责任，要求配合取证、限制违法链接访问，并推动修订《反不正当竞争法》强化平台责任。

4.3. 强化行业自律与伦理准则

制定行业伦理准则是网络直播行业走向成熟的重要标志。2024 年 4 月 18 日，中国网络视听节目服务协会网络视听专业经纪机构工作委员会已联合视频平台和多家 MCN 机构，“发出行业自律倡议，呼吁 MCN 机构及从业人员坚决向虚假内容、向‘唯流量论’说‘不’”^[14]。实际上，这种行业自律机制需要进一步细化和发展，形成针对不同直播领域、不同主体类型的伦理准则和行为规范，为从业者提供明确的伦理指引。其次，积极推动直播内容质量提升以加强行业自律。其实，包括 MCN 机构在内的直播从业者或者服务者，都应该将优化直播内容质量作为健康直播的发展目标。这就要求平台和相关部门推动优秀 MCN 机构和主播围绕内容质量和国家发展导向不断创新，并在资源提供和发展空间方面给予大力支持和指导。事实上，已有不少 MCN 机构和主播的输出的高质量直播内容获得了社会的认可并产生了可观的经济和社会效益。因此，直播内容质量与商业价值是可以相互促进而并非对立关系。

此外，建立直播行业信用体系是强化该行业自律的重要保障。中央网信办就《网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定(草案稿)》公开征求意见，要求“MCN 机构应在其签约的网络账号发布信息前，履行信息发布审核义务，进行合规审核，并留存审核记录备查”^[15]。这些措施实质上是将行业自律要求转化为制度化的操作规程，通过可追溯、可问责的机制压实 MCN 机构的主体责任。同时，还应该建立行业黑名单制度，对严重违反行业伦理准则的主体实施联合惩戒，提高其违规成本。

4.4. 全面提升公众媒介素养与社会监督

加强公众媒介素养教育是治理网络直播伦理失范的重要环节。面对网络直播生态中的各种虚假宣传、低俗内容和伦理失范行为，公众需要具备更高的辨识能力和批判意识。公众在参与网络直播中“需增强自我保护意识，核实信息、留存证据，……应通过录屏、证据保全等方式固定，为后续维权做好准备”^[4]。实际上，这种媒介素养不仅包括对直播内容的辨别能力，也包括对自身消费行为的理性控制，特别是在面对各种直播营销话术和情感煽动时保持清醒判断。此外，鼓励社会监督参与是扩大治理力量的有效手段。当前网络直播的广泛性和开放性使得单纯依靠政府监管面临诸多困难，而鼓励公众参与监督可以有效扩大治理的覆盖面和及时性。在具体操作层面，可以建立便捷的举报渠道和反馈机制。同时，对提供有效线索的举报者给予适当奖励，形成正向激励机制。

值得注意的是，通过培育理性消费文化是从需求侧遏制伦理失范的重要治理措施。网络直播中的很多伦理失范行为之所以存在，主要是因为有相应的市场需求。实际上，通过培育理性、健康的网络消费文化，可以从源头上减少对伦理失范内容的支持。在网络直播打赏领域，引导 MCN 和主播基于内容价值而非盲目跟风进行打赏；在电商直播领域，鼓励消费者基于实际需求和产品质量作出购买决策，而非单纯受直播营销话术和从众心理影响。这种理性消费文化的形成，需要政府、媒体、教育机构和社会组织的共同努力，通过持续的教育引导和舆论宣传，逐步改变不健康的消费习惯和观念。

5. 结语

网络直播生态中伦理失范呈现出多维表现，应该挖掘其深层根源，探索有效的治理措施。首先，这种现象的产生是技术特性、资本逻辑、监管局限与主体伦理素养缺失多重因素交织作用的结果。算法推荐机制放大了不良内容的传播，“流量至上”的商业模式刺激了短期逐利行为，监管体系的困境与挑战

使违规行为未能得到及时遏制，而伦理素养的缺失则使从业者在面对利益诱惑时容易突破底线。这种多元因素的叠加，使得网络直播伦理失范呈现出系统性、结构性的特征。其次，治理网络直播伦理失范需要构建多元协同的治理体系。单一主体的孤立行动难以应对复杂的伦理失范问题，需要政府、平台、行业组织、从业者和公众等多元主体的共同参与。法治监管、平台责任、行业自律与社会监督缺一不可，只有形成治理合力，才能有效应对网络直播伦理失范的挑战。

事实上，网络直播伦理治理的目标应当是促进直播行业的健康可持续发展，而非简单限制或压制其活力。监管部门要积极“引导 MCN 机构从‘流量至上’转为‘内容向善’”[15]，推动网络直播从规模扩张转向质量提升，从流量竞争转向价值创造，从而实现社会效益与经济效益的统一。

基金项目

本文系江苏省高校哲学社会科学研究思政重大项目：新时代巩固文化主体性的实践路径研究(2024SJZDSZ014)；江苏省教育科学规划重点课题(高校重点)：新时代大学生社会责任感现状及其培育路径研究(B-b/2024/01/37)；南京邮电大学教育科学“十四五”规划招标课题：江苏红色文化资源融入高校思政课教学研究(GJS-XKT2302)；江苏省教育科学规划战略性与政策性重大招标课题：全面推进江苏省大中小学思政课一体化建设研究(课题编号：B6)；南京邮电大学党建与思想政治教育研究规划项目：“两个结合”赋能高校思想政治教育高质量发展研究(XC2023003)；南邮研究生教育教学改革课题：“两个结合”赋能马克思主义理论专业研究生教育高质量发展研究(JGKT23_XJ22)；南邮校级教学改革重点项目：《思想道德与法治》课堂互动协作教学模式改革与实践研究(JG01821JX17)的阶段性成果之一。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第 52 次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2025-08-16.
- [2] 高兆明. 道德失范研究：基于制度正义视角[M]. 北京：商务印书馆, 2016.
- [3] 中央网信办. 中央网信办启动“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动[EB/OL]. 2024-07-31. https://www.cac.gov.cn/2024-07/31/c_1724107668689755.htm, 2025-10-26.
- [4] 陈音江. 网络直播营销的法律规制研究[M]. 北京：中国政法大学出版社, 2024.
- [5] 陈相雨. 网络直播内容生态的失衡及矫治[M]. 北京：社会科学文献出版社, 2024.
- [6] 公安部网安局. 公安网警：8 家 MCN 机构被处罚[EB/OL]. 2025-01-26. https://legal.gmw.cn/2025-01/26/content_37822152.htm, 2025-10-26.
- [7] 市场监管总局. 直播电商监管办法拟出台 向社会征求意见[EB/OL]. 2025-06-10. <https://www.ahsz.tv/cjzf/p/155740.html>, 2025-10-26.
- [8] 陈音江, 邱跃, 段慧传. 直播间虚高销量夸大宣传乱象何解 专家建议：平台亟须完善信用评价与分级制度[N]. 法治日报, 2025-10-24(5).
- [9] 市场监管总局. 市场监管执法向私域直播乱象说“不” [EB/OL]. 2024-10-27. https://www.samr.gov.cn/xw/mtjj/art/2025/art_00a4419f8abb45cfa7254d522477fbc7.html, 2025-11-12.
- [10] 董晨宇. 网络直播与数字社会关系研究[M]. 北京：中国社会科学出版社, 2023.
- [11] 沈阳. 算法传播与平台治理[M]. 北京：人民出版社, 2025.
- [12] 丛林. 从养生课到收割局，私域直播是时候告别野蛮生长了[EB/OL]. 人民网, 2025-10-16. <https://www.peopleapp.com/column/30050525831-500007147410>, 2025-10-26.
- [13] 中央网信办. 关于加强“自媒体”管理的通知[EB/OL]. 2023-07-10. https://www.cac.gov.cn/2023-07/10/c_1690638496047430.htm, 2025-10-26.
- [14] 网络视听节目服务协会发布行业倡议：坚决向“唯流量论”说“不” [EB/OL]. 人民网, 2024-04-18. <http://media.people.com.cn/n1/2024/0418/c14677-40218647.html>, 2025-10-26.
- [15] 中央网信办. 关于《网络信息内容多渠道分发服务机构相关业务活动管理规定(草案稿)》公开征求意见的通知[EB/OL]. 2025-01-10. https://www.cac.gov.cn/2025-01/10/c_1738209405008163.htm, 2025-10-26.