



引用格式:孙端,顾敏康.网络直播主体信用问题及其治理:基于三维信用理论视角[J].郑州轻工业大学学报(社会科学版),2022,23(1):50-57.

中图分类号:G206;B82-092 文献标识码:A

DOI:10.12186/2022.01.007

文章编号:2096-9864(2022)01-0050-08

# 网络直播主体信用问题及其治理

——基于三维信用理论视角

## Credit issues and governance of webcast subject

—Based on the three-dimensional credit theory

孙端<sup>1,2</sup>,顾敏康<sup>3</sup>

SUN Duan<sup>1,2</sup>,GU Minkang<sup>3</sup>

- 1. 湘潭大学 公共管理学院,湖南 湘潭 411105;
- 2. 长沙师范学院 经济管理学院,湖南 长沙 410110;
- 3. 湘潭大学 信用风险管理学院,湖南 湘潭 411105

**摘要:**网络直播主体信用关乎网络直播行业的发展,是网络直播治理的重要内容。依据三维信用理论,发现网络直播主体失信、违规、违约等行为已经成为我国网络直播行业信用建设的突出问题,严重制约了我国网络直播行业的健康发展。网络直播主体缺乏诚信素质、漠视社会规范、轻视经济交易规则,是其信用问题产生的主要原因。网络直播主体信用治理应采用教育手段,提高网络直播主体诚信度、合规度和践约度;采用经济手段,提高网络直播主体的失信、违规、违约经济成本;采用法律手段,加大对网络直播主体的失信、违规、违约惩处力度;采用技术手段,有效监管网络直播主体的失信、违规、违约行为。

**关键词:**  
网络直播主体;  
信用;  
诚信度;  
合规度;  
践约度

[收稿日期]2021-10-09

[基金项目]国家社科基金重大项目(20ZDA056);河南省教育厅人文社会科学项目(2018-ZZJH-606);河南省哲学社会科学一般项目(XBB20210003)

[作者简介]孙端(1982—),男,河南省周口市人,湘潭大学博士研究生,长沙师范学院讲师,主要研究方向:公共管理、信用管理;顾敏康(1964—),男,上海市人,湘潭大学教授,博士生导师,主要研究方向:信用管理。

2020年伊始,新冠肺炎疫情暴发,人们日常生活和出行受到限制,网络直播却迎来了新的发展机遇。一时兴起的直播带货,特别是明星、党员干部直播带货等吸引了不少网民围观,其中不乏助力消费扶贫、有利于经济发展的正面网络直播。但是,纵观整个行业,网络直播中也存在大量虚假宣传、造假售假、愚弄消费者的案例,这不仅侵害了广大消费者的切身利益,而且破坏了市场竞争秩序,因此,开展网络直播行业信用问题治理势在必行。信用的本质是履约主体履约行为的确定性<sup>[1]</sup>,而履约行为的不确定性就构成了信用问题。网络直播主体信用是网络直播主体在网络直播过程中依据契约精神,履约网络直播行为的确定性,而网络直播主体履约的不确定性就构成了网络直播主体的信用问题。本文拟依据三维信用理论,采用规范分析方法,结合网络直播行业发展实际,分析我国网络直播主体存在的信用问题,剖析其产生的原因,并在此基础上构建一种融合教育、经济、法律和技术等手段的网络直播主体信用问题的协同治理模式,以期为各级政府开展网络直播主体信用治理提供参考。

## 一、文献综述与分析框架

网络直播是一个新兴的行业,侵权是其最为严重而普遍的问题,主要表现在网络平台的著作权侵权、商标侵权、体育赛事转播侵权、社交媒体直播隐私侵权等方面。李爱年等<sup>[2]</sup>认为,针对网络游戏直播违法行为乱象,应对其信用状况进行评估并实行分级管理。赵智敏<sup>[3]</sup>认为,应建立起各方共赢的良好信用体系,从信息传播源头遏制住直播失范的行为;邓年生等<sup>[4]</sup>提出应建立网络直播全行业信用评价体系和服务标准,进行行业约束,实现优胜劣汰。国内关于网络直播信用研究的论文并不多见,其研究广度和深度都有待拓展。国外学者对于网络直播信

用问题的研究也较少,且侧重研究事前的明晰规范、事后的法律惩戒和消费者取证等问题。

网络直播是通过互联网技术、终端设备、服务器等在网络直播平台上同步进行的实况直播,具有超越时空的特点。信用是信用主体在道德文化关系、社会活动关系和经济活动关系中的价值体现。网络直播主体信用是指网络直播主体在网络直播过程中所体现出来的具有社会价值导向的道德文化、社会活动和经济活动关系。三维信用理论指出,诚信度是指信用主体在道德文化关系中的信用价值取向和信用责任,合规度是指信用主体在社会活动关系中的信用价值和信用责任,践约度是指信用主体在经济活动关系中的价值取向和信用责任<sup>[5]29-33</sup>。而信用主体的信用水平可以采用失信率、违规率和违约率三个标志性指标进行度量。探讨网络直播实践中存在的信用问题、产生的原因和治理对策,对规范网络直播行业发展,治理网络直播乱象,维护消费者的合法权益,以及促进经济社会发展,均具有重要的现实价值和实践意义。

## 二、网络直播主体信用问题表现

网络直播主体信用问题的表现形式多种多样,结合我国当前网络直播的现状,依据三维信用理论,我国网络直播主体信用问题主要表现在以下三个方面。

### 1. 失信问题严重

三维信用理论认为,诚信是人类内心活动中的道德价值取向,表现为人类的诚信度,而失信是表示其诚信度的反向量化指标,诚信度的大小可以用失信率来表示,失信率越高则诚信度越低<sup>[5]42</sup>。失信率是指单位时间内信用主体的失信次数,单位时间内失信次数越多,则失信率越高。中国演出行业协会网络表演(直播)分会于2019年10月公布了存在宣扬色情赌博

等行为的42名网络主播黑名单,于2020年4月公布了存在穿着暴露等行为的54名网络主播黑名单,于2020年7月公布了存在涉嫌从事违法违规活动等行为的48名网络主播黑名单,于2020年10月公布了存在涉嫌从事违法违规活动等行为的47名网络主播黑名单,于2021年5月公布了存在涉嫌从事违法违规网络表演活动等行为的40名网络主播黑名单。从这些已经公布的网络主播黑名单来看,网络主播职业道德失范、思想道德素质低下,已成为网络直播失信的重灾区。2020年6月,中国广告协会发布的《网络直播营销行为规范》对商家履行商业规范作出了七条详细规定。然而,部分商家并没有全面履行主体责任,没有遵守商业道德。中国消费者协会2020年开展的“网络直播侵害消费者权益类型化研究”归纳出虚假宣传、退换货难、销售违禁产品、利用“专拍链接”误导消费者、诱导场外交易、滥用极限词、直播内容违法七类网络直播销售中存在的侵害消费者权益行为的主要类型。直播平台是网络直播软件的提供者,在网络直播中扮演着网络直播服务提供者的角色,依法经营,履行消费者权益保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等责任是直播平台应尽的商业义务,无论是电商直播平台、内容直播平台还是社交直播平台,都应该净化直播平台生态,加强直播平台审查、主播教育管理和直播平台治理。但是,从网络直播实践来看,直播平台传播涉嫌淫秽色情、严重低俗庸俗内容依然是其失信的主要体现。2020年6月国家网络信息办公室、最高人民法院、工业和信息化部等八部门开展集中整治网络直播行动,44个直播平台因涉嫌传播涉淫秽色情、严重低俗庸俗内容而遭受处罚。总体来看,网络直播主体在思想道德文化领域缺乏公共认知,触犯思想道德文化底线,违背社会基本价值、社会风俗、公序良俗、伦理道德等思想意

识,进而毫无诚信地追求自身利益,从而造成了失信行为。

## 2. 违规问题突出

三维信用理论认为,合规度就是信用主体对社会规范的遵守程度,并且能够用具体的指标加以衡量,即违规率;违规率越高,表示信用主体信用能力越低<sup>[5]42</sup>。违规率是指单位时间内信用主体的违规次数,单位时间内违规次数越多,则违规率越高。从网络主播来看,主播自身的思想道德文化素养是其诚信的基本素质,而能否遵守社会规则是其自身思想道德文化素质在社会活动中的延伸,表现为其行为是否触犯了社会规则。从上述中国演出行业协会公布的网络直播黑名单可以看出,一些网络主播不仅自身道德文化素质低下,而且已经触犯了社会规则,构成了实际的违规行为,所以受到了政府相关部门的处罚。从商家来看,数据造假已经成为直播行业的潜规则,数据造假从刷单、刷点赞、刷评论到云端控制软件开发,已经形成了一个完整的产业链,造假形式多种多样,伪装隐蔽难以察觉。2020年11月11日,脱口秀主持人李某某在某直播平台一场直播中的观看人数达到311万,但是第二天直播间的一位技术人员爆料,其真实数据不到11万,300万左右的观看量竟然是花钱刷出来的。数据造假商家先通过反推直播平台的算法来算出平台的点击、评论、弹幕、转发、浏览与热度的转化关系,再通过人工或机器就能很精准地了解买方的需求。商家这一数据造假行为违背了公平公正交易的市场规则,不仅扰乱了正常的市场秩序,损害了网民的基本利益,而且严重影响网络直播信用,不利于网络直播行业健康有序发展。从直播平台来看,数据造假、侵犯知识产权、平台治理混乱等是直播平台违规的主要表现。平台数据造假是指利用技术手段,人为地通过刷单、刷量、刷分、拷贝原创等方式修改直播平台的真实数

据,从而达到制造虚假繁荣、吸引网民消费的目的。有学者认为数据造假已成为网络直播平台和网络主播提高其竞争力的重要手段,也成为网络直播行业发展的一项潜规则。直播平台侵犯知识产权也呈现多样化形态,常见的有两种:一是直播平台传播主播发布的侵权作品;二是直播平台在尚未取得知识产权人授权的前提下传播其作品(产品)。

### 3. 存在违约现象

三维信用理论认为,信用主体的诚信度在经济交易活动中表现为践约度,具体涵盖成交和履约两个内容,而践约度的衡量指标则用违约率表示,违约率越高则表示践约度越差<sup>[5]42</sup>。违约率是指单位时间内信用主体的违约次数,单位时间内违约次数越多,则违约率越高。从网络主播来看,其在网络直播活动中已经与围观网民建立了广告契约关系,网络主播宣传的内容都应该是真实的,这是网络主播在经济活动关系中获得商业信用的重要手段和方式。然而在网络直播实践中,网络直播虚假宣传成为网络主播违约的重灾区,其主要包括虚构商品信息、功效等。例如,2019年9月,李某某在直播间把普通的“状元蟹”称为“阳澄湖大闸蟹”,把成立4年的公司品牌称为23年的老品牌。除头部主播外,肩尾部主播因没有大量的粉丝基础,偏向于故意发布虚假低价消息以获取更多的交易量,严重侵害网络消费者的利益。虚构产品功效是指主播在描述产品的作用时给产品附上其本不具备的使用功效。例如,不少网络主播在直播间将阿胶、阿胶糕、固元糕混为一谈,阿胶具有补气养血的作用,但是阿胶糕等只是具有阿胶成分的食品,把食品当成药品、保健食品进行虚假宣传,欺骗和误导消费者。商家在经济活动中确保商品和服务质量是其从事市场交易必须遵守的基本规则和应承担的市场责任。然而,在网络直播实践中,大量商家无

视市场交易原则和市场责任,擅自销售假冒伪劣商品、降低服务标准。中国消费者协会发布的《2020年全国消协组织受理投诉情况分析》报告显示,消费者投诉直播带货存在的问题主要有夸大或虚假宣传、拖延或者拒不履行合同约定、不承担售后服务义务等<sup>[6]</sup>。直播平台在网络直播经济活动中处于核心地位,扮演着网络直播业务居间人的角色,履行直播业务居间人义务是网络直播平台应尽的责任。然而在直播实践中,直播平台与主播之间的违约事件层出不穷,最典型的案件是发生在2017年的直播平台违约挖角第一案,即“斗鱼案”。该案缘起于2017年8月,原虎牙独家签约主播江某某,在合约期未的情况下,违约跳槽至斗鱼平台开播。虎牙于2017年8月28日向法院提起诉讼。2018年2月14日,一审法院判决江某某承担4970万元违约金。江某某不服上诉,二审法院于2018年12月12日宣布维持一审判决。判决生效后,斗鱼方面提出多项异议、复议,均被法院驳回,最终斗鱼账户4970万元被强制执行。

## 三、网络直播主体信用问题产生的原因

网络直播主体信用问题产生的原因主要表现在以下三个方面。

### 1. 缺乏诚信素质

对网络主播而言,个人的思想道德修养、文化理念、职业精神及其意愿能力与行为能力是其诚信素质的重要组成部分。网络主播这些基本诚信素质是在其漫长成长过程中形成的,并受到家庭环境、学校教育和社会环境的影响,网络主播在直播过程中的诚信表现是由其自身基本诚信素质决定的。如果网络主播思想道德修养不高、文化理念不属于主流的价值观念,那么其极易可能在网络直播中作出低俗表演、歪曲事实、虚假宣传、失信言论等不良行为;如果网

络主播职业精神缺乏而意愿能力与行为能力又不强,那么其极易冲破职业道德,从事各种违背职业道德的行为。中国演出行业协会网络表演(直播)分会发布的网络主播黑名单显示,涉嫌色情表演的上榜主播中,多数主播存在三观不正、思想道德素质低下、职业精神严重缺失等问题。对商家、直播平台来说,遵守商业契约精神、履行企业的社会责任是商家和直播平台在现代社会中必备的基本素质。企业诚信缺失一方面来源于企业家的诚信缺失,另一方面来源于企业文化缺乏诚信基因。企业家诚信与企业文化又有着密切的关系,企业文化的塑造来源于企业家的素质;如果企业家没有诚信素质,那么其塑造的企业文化也不会含有诚信基因。作为企业,商家、直播平台的诚信素质是来源于其所有者及其精英团队,以及其塑造的企业文化。从网络直播行业来看,虚假宣传、制假售假、数据造假等失信逐利行为普遍存在的主要原因,是商家和直播平台的所有者及其精英团队缺乏诚信,未塑造出诚信的企业文化。

## 2. 漠视社会规范

社会规范表现为国家的法律法规、公共政策、公共秩序、行业规范等对网络主播在社会活动中的各种社会约束。对网络主播来说,社会约束是网络主播个人诚信精神在社会中的延伸。网络主播只有遵守这些社会规范,才能在社会活动中获得他人信任,从而提升自己的诚信度。网络主播之所以违背社会规范,一是因为网络主播个人诚信度较低,诚信素养缺失,在社会活动中无视个人诚信,从而把社会规范置之度外,有意或无意违背社会规范。例如,部分已经被直播行业协会拉入黑名单的网络主播,摇身一变换个身份,更换直播平台继续违规直播。二是因为社会规范约束力不够强大,不足以震慑网络主播的违规行为。例如,目前直播行业协会出台的黑名单制度还不足以震慑网络

主播,他们对于行业监管并不十分惧怕,心存侥幸地继续从事违规直播。对商家、直播平台来说,社会约束体现了商家和直播平台遵守社会规范的程度,是其所有者或(和)组织领导者诚信在社会活动中的体现,也是其组织诚信文化在社会活动中的体现。商家、直播平台之所以违背社会规范,一是因为商家、直播平台的所有者或(和)组织领导者诚信度欠缺,把组织利益凌驾于社会规则之上,甚至不择手段捞取个人利益和组织利益;二是相较于违规所得利益,商家、直播平台违背社会规范的成本较低,只要违规收益大于违规成本,他们依然会选择违规而不是遵守社会规范。2020年7月1日实施的《网络直播营销行为规范》第六条规定,网络直播营销主体不得利用刷单、炒信等流量造假方式虚构或篡改交易数据和用户评价,不得利用虚假或者引人误解的商业宣传欺骗和误导消费者;2021年3月5日国家市场监督管理总局发布的《网络交易监督管理办法》第十四条规定,网络交易经营者不得以虚构交易和虚构点击量、关注度、点赞数、打赏等数据等方式欺骗、误导消费者。这些社会规范的出台和完善,对打击商家、直播平台违规行为具有十分重要的意义。

## 3. 轻视经济交易规则

网络直播主体在遵守基本的诚信道德和社会规范的基础上,还要遵守经济交易规则。对网络主播来说,经济交易规则表现为其在网络直播中与消费者、商家和直播平台等其他市场主体所应遵守的市场交易规则,包括交易意愿和履约能力两个层面。交易意愿强调网络主播从事网络直播业务要以诚信为基础,按照平等交易原则从事真实的市场交易,而不是出于欺诈目的从事虚假宣传;履约能力强调网络主播以自身诚信和社会规范为基础,以其拥有的资源和能力保质保量地履行契约规定的交易义务。如果网络主播没有遵循真实交易意愿而从

事了欺诈行为,或者没有保质保量地完成履约责任,那么网络主播就违背了经济交易规则。网络主播违背经济交易规则的原因,一是个人诚信意识缺乏,无视市场规则而片面追求个人利益,把个人利益凌驾于经济规则之上;二是违约所得大于违约成本,只要能够获得经济利益,网络主播便不惧怕违约,无视个人诚信积累而一味地自我膨胀是很多头部主播的一贯行为;三是网络主播误入合同陷阱,对商业合作缺乏专业法律认识;四是法律法规不够完善,处置网络主播违约的法律依据缺失。从商家、直播平台来看,从事经济活动,依法赚取经济利益是其存在的基本价值,也是推动经济社会发展的基本要求。遵守经济交易规则是商家、直播平台依法获取经济利益的基本条件。然而,在网络直播行业,商家、直播平台违背经济交易规则的现象频频发生,究其原因,一是因为违约收益高于遵守合约收益,当其因违约可以获得更大的收益时,商家、直播平台就会选择违约;二是因为其自身诚信缺失。在失信和经济利益面前,不同的商家、直播平台会有不同的选择:有些会选择诚信而宁愿失去暂时的经济利益,但是也有很大一部分会选择失信而维护自身的经济利益,这主要是由商家、直播平台的价值取向决定的。

#### 四、网络直播主体信用问题的治理对策

网络直播主体信用问题的治理,可以从以下四个方面着手。

##### 1. 采用教育手段,提高网络直播主体的诚信度、合规度和践约度

教育手段是指国家机关依照教育发展规律,运用各种教育工具、教育方法和教育组织对教育对象实施教育活动,从而实现教育目的的方式方法。首先,应加强网络直播主体诚信教育。应围绕网络主播、商家、直播平台等不同主

体,有针对性地开展网络诚信课程培训。通过学校、广播、电视、网络等多种途径,在直播平台上形成全方位、立体化的诚信教育体系,在网络主播日常工作生活中时时传播诚信观念,不断滋润人们内心的诚信品质<sup>[7]</sup>。其次,应加强网络直播主体合规教育。建议在加强《广告法》《合同法》《反不正当竞争法》款“基本商业法律教育”之外,着重开展与网络直播行业密切相关的社会规范教育,如加强对《电子商务法》《网络表演经营活动管理办法》《互联网直播服务管理规定》《网络直播营销行为规范》《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》等社会规范的学习与教育。再次,应加强网络直播主体践约教育。网络直播主体践约度是网络直播主体在信用交易过程中遵守交易规则的意愿和能力,网络直播主体自身的资源状况和自我约束能力直接影响着其践约度。加强网络直播主体践约教育,应培养其践约意愿和践约能力,使其基于自身资源状况和自我约束能力做出适当的经济合约决策,一旦经济合约签订,就要遵守合约,履行合约承诺,并执行合约;应教育网络直播主体,任何违背诚信践约原则的人、事、机构都会在网络空间里被记录、被揭露、被惩罚,同时也会失去其他人和机构的信任。

##### 2. 采用经济手段,提高网络直播主体的失信、违规和违约成本

经济手段是指国家机关依照经济发展规律,通过制定、执行经济政策,运用各种经济杠杆,调节市场主体经济利害关系,从而保持经济稳定和发展的方式方法。网络直播主体失信、违规、违约是其在追求自身经济利益最大化的过程中出现的失范行为,采用经济手段对网络直播主体的利益格局进行调整,是治理网络直播主体失信、违规、违约的有效方法。政府应依照网络直播行业发展规律,通过行业组织,实施网络直播行业经济政策,利用各种经济杠杆对

失信、违规和违约的网络直播主体进行利益调整,加大经济处罚力度,将其列入网络诚信黑名单,并处以高额罚款;涉嫌违法犯罪者,应依法严肃处理。而对网络直播行业中诚信度高、合规度高、践约度高的直播主体,在税收、信贷、融资、利率等方面应给予一定的优惠政策,支持其做大做强。目前来看,《网络表演经营活动管理办法》等相关社会规范侧重于对网络直播主体的从业规范进行规定,这对网络直播行业发展具有示范作用,能够引导网络直播行业健康发展;但是,针对网络直播主体失信、违规、违约行为,通过经济手段调整利益关系的政策还未见出台。针对虚假宣传、虚夸功效、色情表演等失信的网络主播,建议将其纳入诚信黑名单,并处以高额罚款且纳入信用教育对象范围;对于违规和违约的网络主播,建议依法依规处理,并设定网络直播行业进入门槛,违规、违约次数超过一定限次的,终身不得从事网络直播行业;对信用优秀的网络主播,建议将其纳入信用白名单,实行动态管理,适时给予通报表扬和一定的物质奖励。针对数据造假、虚假宣传等失信的商家、直播平台,建议将其主管领导(负责人)纳入诚信黑名单,作为信用教育对象,并对商家和直播平台处以高额罚款;对违规、违约的商家和直播平台,建议将其纳入企业诚信黑名单,并且按照社会规范、经济规范实施处罚,并提高其在信贷、融资等方面的进入门槛;对违法犯罪的商家和直播平台,应依法惩治;对信用优秀的商家、直播平台,建议通报表扬,并在税收、信贷、利率等方面给予一定的优惠条件。

### 3. 采用法律手段,加大对网络直播主体的失信、违规和违约惩处力度

法律手段是指国家机关依照法定职权和程序,通过制定、执行法律法规,管理各类经济社会事务,解决各种矛盾和问题,促进经济社会发展的方式方法。首先,应不断完善现有相关法

律法规,补充涉及网络直播行业规范的条款和内容。比如,《广告法》中没有明确网络主播的法律地位和法律规范,网络主播在直播中的营销活动是否适用广告法仍然存在争议。其次,网络直播行业是一个新兴的行业,且又在不断变化的过程中,面临法律空白的问题。建议相关国家机关依据实际情况分门别类地,通过法定职权和程序,形成不同法律和制度。再次,针对网络直播主体失信、违规、违约行为,应依据现有法律制度,加大对现有法律制度的执行力度。最后,在条件成熟的时候,建议国家立法机关启动信用立法,制定一部全国通行的信用法,将信用管理全面纳入国家治理过程之中;即使暂不启动信用立法,也应该建立信用审查监管制度。针对网络直播主体的诚信度、合规度、践约度,建议相关职能部门成立综合执法组,成立网络信用举报中心,发动网民、社会组织和机构等社会力量,对网络直播行业实施动态信用监控,搜集网络直播各类主体失信、违规、违约的证据,及时提醒和依法制止其失信、违规、违约行为。

### 4. 采用技术手段,有效监管网络直播主体的失信、违规和违约行为

技术手段是指国家机关依照科学技术发展规律,通过技术创新、技术开发和技术利用,不断提高技术水平和技术能力,以此管理各类经济社会事务,解决各种矛盾和问题,促进经济社会发展的方式方法。技术是中性的,技术的价值掌握在其拥有者的手中。对国家而言,开发和利用技术可推动经济社会发展,解决各种社会矛盾和问题,促进经济和社会发展。对企业和个人而言,开发和利用技术可获得经济利益和社会利益,实现自我价值。网络技术是网络直播的基本条件,网络技术的迭代和更新能够推动网络直播行业的发展和进步。对网络直播主体而言,利用网络技术,开展网络直播活动获

得经济价值等利益,这是无可非议的。但是,如果网络直播主体利用网络技术修改平台数据,侵犯知识产权,进行色情表演、虚假宣传,虚增交易量、点击量、关注度等等内容时,就属于失信、违规或违约行为。国家职能部门应联合相关部门和企业机构,通过网络技术开发和利用,对网络主播、商家、直播平台进行实时在线监控,利用大数据、人工智能、云计算等技术,构建一套相对完善的风险指标,对网络直播主体进行算法画像,将其分成不同的信用风险等级,分类进行监控和管理。

## 五、结语

信用是反映一个社会文明程度的重要标志之一,信用度越高,社会文明程度越高。网络治理体系和治理能力现代化是国家治理体系和治理能力现代化的重要组成部分,而加强网络直播信用建设是网络治理体系和治理能力现代化建设的重要内容。本文通过研究得出如下结论。其一,网络直播信用是网络直播行业发展不可缺少的条件。信用不仅是社会秩序得以维护的基础,也是行业健康发展的重要保障。网络直播行业是以网络直播信用构建起来的商业体系,任何损害网络直播信用的行为都会影响网络直播行业的良性发展。因此,确保网络直播行业健康发展就必须重视网络直播信用问题,及时解决网络直播信用问题。其二,网络直播信用问题形态多样,需要多层次、多角度深入探究。网络直播行业的爆发式发展是网络直播信用问题的直接来源,隐藏着大量尚未显现的信用问题。从三维信用理论出发研究网络直播

信用问题只是一个路径,需要进一步从多角度、多学科深入探讨网络直播信用问题及其治理对策。其三,网络直播信用问题治理是一项系统工程。网络直播信用治理需要联合使用教育手段、经济手段、法律手段、技术手段和必要的行政手段,对其进行综合治理;同时,应在党的领导下,建立由政府主管部门主导,网民、网络直播主体、社会组织等多主体共同参与的治理机制,以充分发挥协同治理的作用。

## 参考文献:

- [1] 郑天涯,田侃. 马克思信用理论及其当代价值[J]. 福建论坛(人文社会科学版),2020(8):13.
- [2] 李爱年,秦赞谨. 网络游戏直播监管困境的法律出路[J]. 中南大学学报(社会科学版),2019(5):38.
- [3] 赵智敏. 基于“五常”传统伦理视角的网络直播行为失范与规制[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版),2019(3):119.
- [4] 邓年生,姜博文,黄丽芳. 批判与破解:对移动直播的理性反思与深度追问[J]. 山西大学学报(哲学社会科学版),2017(4):68.
- [5] 吴晶妹. 三维信用论[M]. 北京:清华大学出版社,2016.
- [6] 中国消费者协会. 2020年全国消协组织受理投诉情况分析[EB/OL]. (2021-02-03)[2021-07-18]. <http://www.cca.org.cn/tsdh/detail/29923.html>.
- [7] 余玉花,邓安能. 改革开放以来中国诚信建设的部署、实践和经验[J]. 思想教育研究,2018(12):134.