

[首页](#) >> [新闻传播学](#) >> [学术资讯](#)

网络直播：要“颜值”更要价值

2019年04月03日 10:23 来源：光明日报 作者：何祎金

字号

[打印](#) [推荐](#)

根据中国互联网络信息中心2019年2月最新数据，中国的互联网普及率达到了59.6%，其中手机上网用户的比例达98.6%。得益于互联网技术的蓬勃发展和庞大的互联网用户基数，过去两三年，网络直播在中国迅速兴起。工人、农民、教师、学者、艺人、司机、厨师……不同职业、不同年龄、不同身份的人，纷纷涌进直播间，带来了全新的网络文化景观。

为所有人提供展示自我的平台

网络直播作为一种体现参与式文化的社会媒介，在传播资源盈余的时代，具有全民参与性、场景丰富性、场景互动性和即时性的特点，打破了传统场景建构模式而形成场景混合化，缩短了场景距离、实现了场景信息共享、促进了场景交往行为“无地域”，体现了参与式传播和场景式传播的特点。这些特征让网络直播满足了新媒体时代受众的社会心理需要，因而吸引了大批用户。根据直播用户的心理特点，可以将用户需求归纳为以下五个方面，分别是休闲娱乐的需要、低卷入陪伴的需要、认同和归属感的需要、社交需要和认知的需要。

许多针对用户的调查报告显示，休闲娱乐是网民选择观看网络直播的主要原因。现代社会快节奏、高强度的工作和生活，适时和适当的休闲娱乐成为调节身心健康的必需品。移动互联网的普及，在技术上为网络直播赋能。直播的便捷性和参与式互动，结合丰富多元的内容，为有休闲娱乐需求的用户提供了多样化的选择。同时，与影视剧不同，从精心打造的剧本到专业团队的制作播出，电影和电视剧的完整故事结构与叙事逻辑在网络直播中并不适用。直播用户可以随时随地地通过打开应用软件成为观看者，这种低卷入的状态并不会影响他们的观看和参与体验。在现代生活的碎片化闲暇时间中，低卷入的直播和陪伴体验更能满足用户的现实需求。

在互联网产品的发展中，社交属性越来越受到开发者的重视。与一般的点播平台相比，直播的最大特征在于实时性与参与性。观看者数量的动态显示、弹幕等功能以及发送表情符号、虚拟礼物进行互动，给予了用户参与感和在场感。在观看直播的过程中，用户和主播、用户之间的参与互动促成了群体认同的生成，这种体验可以满足用户在社会互动、认同和归属感方面的需要。

因为网络直播呈现的泛娱乐化特征，用户的认知需求是一个较容易被忽视的领域。事实上，在直播所塑造的文化空间里，泛娱乐只是其中的一部分，除了音乐，还有许多内容创作涉及日常生活和专业领域的知识。例如，母婴、美妆、料理、健身、语言学习、旅游攻略、电脑硬件评测等等。直播为这些知识和技能的传播提供了新途径。可以说，直播平台像一个搜索引擎，为不同知识结构和背景的用户提供了直观而便捷的学习体验。

更重要的是，直播的低门槛，为几乎所有人提供了展示自我的平台、传播信息的机会，打破了传统工业化社会通过现代化的教育体系和社会身份制度形成的社会区隔，提升了基层群众对社会现实的预期，体现了社会的公平性。

建构全新的网络文化景观

直播平台所提供的并不仅仅是“视频直播”产品，它同时也是“社交网络”产品，平台创造价值能力的提高离不开共创型用户的参与。从这个意义上说，直播平台代表了一种互联网时代的“文化空间”。

一方面，针对特定的视频内容或活动，参与者从中获得了自身的文化和身份认同，并在参与过程中强化了这种身份。围绕某个主播或事件的直播，用户的观看和参与变得具有仪式感，“我”在这个过程中成为集体的一部分。观看、点赞、评论、发表情符号、参加线下活动等成为用户与共同体或者社群建立联结的方式，这些互动形塑了直播平台的文化空间。

另一方面，网络直播为普通人参与文化创造提供了机会。虽然各直播平台都有自己的产品定位和一定的美学取向，但这一空间并不是同质化的，而是完全开放的，它提供了一个充满了张力的文化空间，为多元文化的汇聚创造了可能。就直播内容和直播主体而言，从PGC（专业内容生产）到UGC（用户原创内容）再到PUGC（专业用户生产内容），从普通网民到体育、娱乐明星都可以成为主播。不同年龄、不同地域、不同信仰的群体，均能在网络直播创造的空间中找到属于自己的一片天地。比如，“网红”并不再是俊男靓女的专利，很多中老年用户，借助直播平台或展示才艺，或记录生活，或卖萌耍酷，得以迅速走红网络。

网络直播创造了新的文化和生活方式。以网络游戏直播为例，在直播空间中，玩家们有自己的语言。比如，“因吹斯汀”和“大丈夫”，分别是英语“interesting”和日语“没问题”的谐音。像“up主”和“打call”，则以中英文混合表达的方式，表达“上传者”和“支持与助阵”之意。和游戏相关的“carry”和“打野”，分别指“带动队友游戏节奏”和“游戏时避开主战场，在野区获取资源”。此外，“老铁”“双击”“点赞”也是直播平台上频繁使用的语言。值得关注的是，像“老铁”“点赞”已在现实生活中广泛使用，游戏玩家们也开始把线上的活动搬到线下，由线上互动到线下聚会，这说明网络直播文化已经开始影响现实生活。

直播间内外要形成价值观的同心圆

跟所有新生事物一样，网络直播在创造了新的文化，提供了新的机会的同时，也带来了一些不好的“副产品”，比如消极的网络亚文化。在前几年网络直播野蛮生长阶段，这方面的问题比较突出：重口味、大尺度、无下限的低俗内容，淫秽色情内容，暴力虐待内容，侵权内容等大量存在，污染了社会文化环境，对青少年的精神世界造成了不良影响。

低俗的网络亚文化在直播平台发展初期或许可以带来一定的流量，但短期的饮鸩止渴无法为长期的可持续发展提供保证。为了直播行业的长远发展，形成健康的网络直播生态，不仅要规范网络主播的行为，更要引导网络直播文化与社会主流文化对接，在直播间内外形成价值观的同心圆。

规范化的核心对象是直播平台和网络主播。一方面，直播平台应主动作为，加强对直播内容的审核把关，加强对网络主播的引导、管理甚至线下培训，通过建立一定的协同和联动机制，如灰名单和黑名单制度，严格规范主播的直播行为与内容；另一方面，直播企业应充分发挥自身的技术优势，用技术手段减少不良直播内容的生存空间。

把网络直播这一新生事物纳入法治轨道，是政府管理部门和行业必须认真思考的问题。总的来说，目前直播行业的规范化，形成了以政府主导、协会协调、企业落实的工作机制。

需要指出的是，无论是法规制度的实施，还是行业规则的确立，抑或是行业共识的形成，都很难一蹴而就。在管理中切忌“一刀切”，那样很可能会扼杀掉网络直播这种新的技术和业态。积极的做法应该是，将政府、产业、用户等多元主体有机结合起来，从监管、扶持创新、协助培训等角度，对平台和主播进行引导，在法律法规允许的范围内，尽可能地给直播行业多些包容。

一句话，发展中的问题最终还是要要在发展中解决。网络直播行业的问题及负面影响，终将在这行业走向规范和成熟的过程中逐步得到解决。

（作者：何祎金，系中国社会科学院—上海市人民政府上海研究院特约研究员）

作者简介

姓名：何祎金 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：中国社会科学网（责编：张赛）

