

# 公共管理视角下网红现象与治理探讨

田甜

四川路桥建设集团股份有限公司, 中国·四川 成都 610041

**【摘要】**随着网络持续发展, 网红也随之而诞生了。可是, 基于公共管理视角, 可以了解到当前网红产业发展并不乐观。针对这样的情况, 本文首先从网红界定及其发展出发, 然后分析了网红现象带来的各种影响, 最后提出了网红现象治理的策略, 希望以此规范不良的网红现象。

**【关键词】**公共管理; 网红现象; 治理对策

## Under the Perspective of Public Management the Phenomenon and Governance Discussion

Tian Tian

Sichuan Road Bridge Construction Group Co., Ltd., China Sichuan Chengdu 610041

**[Abstract]** With the continuous development of the Internet, Internet celebrities have also been born. However, based on the perspective of public management, we can understand that the current development of the Internet celebrity industry is not optimistic. In response to this situation, this article first starts from the definition of the Internet celebrity and its development, and then analyzes the various impacts brought by the phenomenon of net redness. Finally, the strategy of governance of the influencer phenomenon is proposed, hoping to regulate the bad Internet celebrity phenomenon.

**[Keywords]** Public management; Internet celebrity phenomenon; governance countermeasures

总的来看, 早在2005年我国就出现了网络直播, 不过发展至2016年, 互联网直播才算逐渐兴盛起来, 从而涌现出了一大批网络红人。因为互联网发展比较复杂且具备多元化的特点, 因而给互联网管理造成了很大的压力, 再加上网红产业有很多不良问题存在着, 所以在公共管理视角下亟需对网红现象加以治理。

### 1 网红界定

网红就是网络红人, 可以在现实社会中看到, 也能在网络上看到, 很多网民因为这些网络红人的行为或事件而给予很大关注, 促使其变得越来越红。网络红人在互联网中扮演的角色过去是因为带有荷尔蒙气息, 不过伴随自媒体的出现和发展, 导致网红逐渐被污名化。网红现象的产生非自发性的, 需要受众心理需求和网络推手等各方作用下方可构成<sup>[1]</sup>。

### 2 公共管理下网红现象带来的影响

#### 2.1 消极影响

(1) 急功近利, 导致人们变得愈发极端。公共管理视角下, 网红现象中很多人是因为急于求成, 贪图眼前的成效与利益, 继而慢慢变得极端化。假设网络现象开始发生只是个体网民自娱自乐的结果, 而近期因为各种爆款网红的背后很明显是通过精心设计的, 这部分包装主要是为了变现流量, 比较功利性。此为现阶段很多网红现象引起网友担心和反感的主要原因之一。

(2) 价值观扭曲带来负面影响。分析网红现象表面, 其下一一般是资金与资本作祟。尽管市场经济背景下社会各领域追求价值回报是无可厚非的, 不过很大几率对处在其中的人造成价值观不正确。网红现象传递出来的扭曲价值观会误导青少年健康成长。在培养青少年社会主义核心价值观时, 必须要公共管理层快速清理与规范网络现象<sup>[2]</sup>。

#### 2.2 积极影响

(1) 刺激消费并增长内需。近期我国互联网发展情况统计报告表明, 在近十亿网友自主选择情况下, 起初一年中, 网络直播购物发展成线上消费最新亮点。涵盖了网络在内的网络直播销售

模式逐渐发展成我国大循环经济模式中不能缺少的一大支柱。在全球经济萎靡的现状下, 我国经济可以一枝独秀, 除去在宏观战略上有着一定的全面性与坚韧性以外, 微观上网红主播贡献的经济数据也是促进我国经济实现V形反转的主要力量。所以, 根据经济角度而言, 活跃于网络销售中的网红发挥了刺激消费增长内需的作用, 这部分积极影响是可以得到支持的。

(2) 激励网络创新。不单是在经济上, 互联网下的文化活动中时常由于多种网络的出现引发波澜。网红行为偶然的举动通常有触动人们共情的能力。网友大力传播把这部分真实的情感进一步放大, 最后构成了虚拟世界中很多新颖的文化创意形式。而一般人的突发奇想可以激发出很多的创意, 网络也可以变成激励互联网创新的重要力量。

表1 网红发展四个阶段

年份	1996-2004年	2004-2009年	2009-2014年	2014年至今
阶段	文字时代	图文时代	移动时代	宽屏时代
类型	文学网站和微博等	文字与图片为主	微信和微博为主	视频、文字、图片相融

### 3 公共视角下网红发展现状分析

根据网红发展历程而言, 中国网红发展可以划分成四个阶段, 见表1所示。伴随网红不断发展, 网络直播平台也在不断增加, 网红影响力大大提高, 继而构成了网红热现象。

根据网红活跃平台来说, 网络直播、电商和社交媒体等平台是网红活动主要平台, 根据网红粉丝特点来说, 网红粉丝年龄大部分汇集在20岁到29岁之间, 90年、95后整体占据总数的70%左右。在这里面, 多是以女性为主, 同时汇集在一线城市与二线城市当中, 根据网红构成原因来说, 网红就是在多媒体的基础上, 特别是自媒体快速发展下, 受到网络推手和网红本身、受众群体心理需求三者共同作用所构成的产物。网红主要是以电商模特和美女等为中心, 作家和漫画等次之, 专业学者、企业

精英少之又少。除此以外,网红的出现,在某种程度上对国家社会经济与文化传播有很大的影响。故而,加速进行网红治理是非常重要的事情。

#### 4 网红现象存在的问题

##### 4.1 引导错误的价值观

目前部分网红有着骂脏话等粗俗现象,缺乏自我修养与约束能力,故而整体格调低。青少年是国家未来发展的接班人,这一时期是培养其准确的价值观的重要阶段,青少年在阶段模仿能力相当强,在其还无法全部了解善恶美丑时,倘若受到网红低谷或不良的价值观影响,对青少年未来成长与成长均是不利的。网红假设激发引导负面情况,会污染社会风气。网红作为社会公众人物,需要将公众人物的标准严格要求自我,积极承担起社会责任,接受人民群众的监督和批评,需要在价值观和公众态度等上发挥积极的引导作用,不过依旧有着一些网红为了获得粉丝,做出和社会主义核心价值观相悖的行为。

##### 4.2 对网络治理带来了挑战

伴随互联网技术持续发展,在互联互通的情况下,良好的互动传播,迎来了发展机遇,不过同时还为中国网络治理带来了挑战。按照文化部门对于违规平台的查处可以了解到,截至2016年,处理违规网红人表演的人就有一万六千多人,关闭违规表演房间四千多间。在2016年,活跃于网络上的网红有上百万人,每日的违规网红数不胜数,网络监督管理无法严防死守,且人工检测范围受限,在这样的环境下,政府部门怎么引导直播平台,进行科学有效的监督和管理,是中国政府需要处理的一大问题。

##### 4.3 促使网红现象趋于畸形

一部分网络红人成名只是博眼球与搏出位的现象,在社会上无实际价值,大部分都是通过炒作以后暂时性引起了人们的关注。假设这类网络红人热度不断,就会引发人们争相效仿,可能会促使网红现象趋于畸形。网红喧嚣泡沫诱惑人们尤其是未成年人眼睛时,就会出现美丑不分、善恶不明的群体,这对社会、国家以及个人而言均是不利的。就网红经济来说,注重的仅仅是表象,对内价值提高根本没有意义。最红的网络红人不一定是最有价值的,部分粗鄙不堪的网络红人同样会得到很多粉丝的关注,继而得到一些投资人的青睐,长时间下去,网红现象会变得越来越扭曲。需要看到,网红在某种程度上对人们的稀缺注意力构成错误的引导。网络是一个注意力空间,受众群体注意力有限,假设长时间关注吸引人眼球的网络红人,有需求就有市场,将来就会产生越来越多的负面网红。根据长期发展情况而言,网络红人需要将时间和精力放在原创内容、丰富的内涵等上。

##### 4.4 与社会公序良俗不符

很多网络红人通过搞怪与搞笑的模式吸引观众,还有一些低俗的内容。网红功能角色不一,性质千差万别。网红娱乐性可以吸引很多粉丝,不过娱乐过度会产生不良问题,一不小心就会触犯法律底线。一些网络红人在利益诱惑下,出现直播造人等违法行为,还有一些网络红人故意穿着暴露,说出低俗的语言,做出不雅的动作等是随处可见的,这些人钻法律空子行走在打擦边球的边缘,违反了社会公序良俗。还有一部分网络平台的网红通过暴力和色情等作为卖点吸引分析,秉持只要有市场,不管观念正确与否,只做技术,不问内容,要长期发生与生存下去,就需要定位内容、定位形象与传播,要具备健康的内容作为支撑,响应我国净网行动。假设网络空间时常是那些搔首弄姿、卖弄风情等视频,那么整个社会也会陷入低俗的境界,一旦社会风气不良盛行,则难以收场。

#### 5 网红现象治理对策

##### 5.1 网信办与工信部等需要构成联动机制

网信办与工信部等各大监督管理部门需要构成一股合力,

构建系统化的联动机制进行科学监管,构成加强指导与共同协商、联手执行的工作机制,确保每项工作可以正常进行,组成内外相融的多级联动,并非是通过某一个部门单独进行。网络空间为社会空间的延展,网络红人内容生产面向广大群众,联动部门需要强化网络基础建设与管理,提高网络空间管理规范化水平,避免出现任何违反规定的操作,继而促使网红可以健康发展。制定科学的制度规范,保证有章可循。根据谁主办谁承担的原则,增强主体责任,有效监督管理网红媒介平台,假设发现问题,需要立即使用应急举措,防止带来社会危害。

##### 5.2 公安机关需要进行专项整治网红与直播平台

互联网直播平台为网络红人活跃之地,公安部门需要定期在全国范围以内积极进行直播平台专项整治,强化管理网络直播平台,依法打击利用直播平台展开多种违法犯罪行为。公安机关的网安部门需要仔细查看直播平台安全管理机制举措落实程度,指导直播平台清理违法信息,按照法律停播违法信息账号与房间等,严格查询违法违规行为直播平台,对网络曝光和网友举报等全面落实,对设计不雅视频和色情表演等的网络红人给予重拳,促使网红健康发展。再者,公安机关需要准确指导直播平台,让其严格履行法定责任和义务,贯彻落实网络案件发现报告和违法信息防范处理等,促使网民注册登记管理和网红主播实名登记制等管理机制,严格排查平台管理秩序和管理制度问题,协同直播一同构建违法处理联动机制,对借助直播平台展开暴力和色情等违法犯罪的需要严格打击,同时追求法律责任,监督平台安全有序运行,合理净化网络环境。

##### 5.3 文化部需要使用信用惩戒制度约束网络红人行为

文化部需要制定针对互联网文化经营单位的相关岗位规范与互联网文化经营等制度,对危害社会公德的网络文化产品整合到查处名单,对网络表演平台中违法行为的网络红人实时处置和报道,对产生不良倾向的违纪网红立即喊停,构建违规网络红人黑名单制度,被列入该名单的网红需要严禁其在全国举办营业性演出活动,经过信用惩戒制度约束网络红人行为。严格制止不和谐与粗俗的趋势,不管是对网红还是互联网直播,均需要严格规范标准与要求,严格监督管理,构成良好风气的互联网生态环境。在完善内容管理机制和违法信息报道等上,明确规定互联网表演经营单位义务,监督网络表演经营单位与网络红人落实责任。与此同时,文化部门需要对网红管理构成低俗判定标准,该标准需要构建在广泛社会共识的基础之上,民意表达与政策反馈,政府需要积极总结各种意见或者建议,继而构成判断低俗的标准。经过这部分措施,严格规范互联网文化市场经营秩序,构建优质的互联网文化环境。

#### 6 结束语

总的来说,网络社会和网络红人均均为时代的衍生物,有着自身的特性。对怎么把握网红在互联网直播平台上的监管尺度,需要制定出统一的法律红线。网红需要做到有法依法,无法律违规根据风俗习惯,无风俗习惯需要严格依据法理。对网络违法违规行为带来的争议,就算法律没有明文规定,不过其违背了社会习惯或者法学通用理论,同样属于违法行为,需要接受法律的制裁。对任何钻法律空子的与打擦边球的网红行为,假设平台监督管理部门管理,就需要及时追究其行政责任。仅有严格治理网络社会,才可以促使网红越来越规范。

#### 参考文献:

- [1] 刘小露. 消费主义视角下的老年网红现象探析[J]. 视听, 2022(06): 164-166.
- [2] 杨雨薇, 刘婧雯, 赵怀斋. “网红”现象对大学生价值观的影响研究[J]. 商业文化, 2022(06): 128-129.