

边界之善:网络视听平台社会责任评价体系的建构与应用*

李 韬 蒙柯键

(北京师范大学新闻传播学院,北京 100875)

摘要:网络视听平台作为平台经济的重要业态,兼具公平竞争与合规经营、权益保护、优质内容生产、内容生态治理、网络文明与社会教化等多重责任。当前,国际主流的工业企业社会责任评价指标体系难以充分适应数字经济、平台经济特别是网络视听平台发展需求,而人工智能加速发展并深度嵌入网络视听平台运作,加剧了平台责任治理的复杂性。通过深入分析基于一般互联网平台属性的共性责任和基于网络内容属性的视听平台特有的扩展责任,在连续三年的跟踪监测和研究基础上,立足中国本土实际和网络视听行业特征构建网络视听平台社会责任评价指标体系,并对这一体系进行实践验证与逐步完善,以期为网络视听平台社会责任评价提供理论支撑与实践指南,从而助力网络视听行业高质量发展和平台的善治。

关键词:平台边界;网络善治;网络视听平台;企业社会责任;评价指标体系

中图分类号:G206

文献标志码:A

文章编号:1001-862X(2025)05-0135-009

DOI:10.16064/j.cnki.cn34-1003/g0.2025.05.001

党的二十届三中全会强调要促进平台经济创新发展,健全平台经济常态化监管制度,并强调支持和引导各类企业提高资源要素利用效率和经营管理水平、履行社会责任。^[1]截至2024年底,我国网络视听用户规模达10.91亿,现有行业从业企业约75.7万家,涌现出抖音、快手、腾讯视频、爱奇艺、小红书、哔哩哔哩等代表性平台,去重后实际用户数9.12亿人左右,约占全国网民总数的83.6%^[1]。伴随着网络视听平台的快速发展以及用户规模的爆发式增长,一系列新型治理问题与挑战也随之而来。其中,既有一般商业性平台的共性问题,如不正当竞争与垄断、算法共谋与算法歧视、用户隐私安全等痼疾,也面临网络视听平台容易滋生的如内容低俗庸俗恶俗、深度伪造、技术滥用、群体极化加剧、不良情绪传染等特殊挑战。近年来,有关部门加强网络生态治理并取得一定进展,但客观看来,如何推动网络视

听平台治理从“事后监管”向“事前引导”、从“刚性规制”向“柔性约束”、从“垂直管理”向“协同治理”、从“短期止痛”向“长期治本”转变,已成为推动数字经济高质量发展的题中之义。

一、边界治理:互联网平台社会责任的建构与发展

随着全球化进程的加速与可持续发展议程的深化,社会责任理念进一步融入企业的战略决策之中。我国企业社会责任相关研究肇始于20世纪80年代,源于改革开放实践中国际贸易和跨国公司的推动。^[2]伴随着市场化改革深入推进,部分企业在发展中暴露出经营失序、债务违约、劳工权益受侵害等问题,促使社会责任议题从理论研讨转向政策法规设置。

数字经济的加速发展引发了新的社会责任

本刊网址·在线杂志:www.jhlt.net.cn

*基金项目:国家社会科学基金重大项目“文化强国背景下公民道德建设工程研究”(21&ZD060)

作者简介:李韬(1978—),安徽淮南人,北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师,互联网发展研究院院长,主要研究方向:数字治理、数字经济与产业政策;蒙柯键(1996—),广西柳州人,北京师范大学新闻传播学院博士生,主要研究方向:数字治理。

问题,也对企业履行社会责任提出了新的要求。而互联网平台企业作为数字经济的重要参与者,其社会责任履行问题也愈发受到社会各界的广泛关注。2016年4月19日,习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上指出:“一个企业既有经济责任、法律责任,也有社会责任、道德责任。企业做得越大,社会责任、道德责任就越大。”“只有富有爱心的财富才是真正有意义的财富,只有积极承担社会责任的企业才是最有竞争力和生命力的企业。办网站的不能一味追求点击率,开网店的要防范假冒伪劣,做社交平台的不能成为谣言扩散器,做搜索的不能仅以给钱的多少作为排位的标准。希望广大互联网企业坚持经济效益和社会效益统一,在自身发展的同时,饮水思源,回报社会,造福人民。”^[3]如今,中国互联网平台企业回馈社会的意识逐步增强,社会责任已经上升到企业战略层面,越来越多的平台企业加入履行社会责任的队伍中来。然而,遗憾的是,即便是头部互联网平台企业,在社会责任履行方面基本上还是参照国际通行的ESG标准,未能充分反映数字经济发展的独特性,也未能充分契合中国互联网平台企业社会责任建设的发展需求。

总体而言,在政府推动、舆论引导、自身需求等多重因素驱动作用下,中国互联网行业推进社会责任建设的积极性主动性持续攀升,初步形成政府、平台或企业、社会组织、公众等多元主体广泛参与的“平台善治”格局,反映出新兴平台经济主体在推进责任治理的实践自觉与使命担当。然而,当前平台企业社会责任理论研究尚显不足、评价指标体系研究相对滞后,以及存在拿来主义盛行、本土化考虑欠缺等问题,特别是对于具备强大社会动员能力及社会教化功能的网络视听平台,尚缺乏科学、合理且操作性强的评价指标体系,难以有效回应网络视听平台发展中持续涌现的智能算法治理、政治与社会动员、社会教化等新型责任议题。

网络视听平台作为平台经济的重要业态,主要依托智能算法与互联网平台,为参与者提供音视频内容播放、传输、分享、消费服务,构建了信息交互与价值创造的全链条数字生态系统。网络视听平台以其巨大的规模效应、网络效应以及用户生态系统黏性,占据了全球平台经济的“半壁

江山”。因此,亟需构建一套与行业高度适配的责任评价体系,进一步深化具有本土智慧、科技向善、价值共生的履责导向,为网络视听平台评价指标体系构建工作提供兼具本土性、创新性和时代性的善治方案。

二、网络视听平台社会责任的共性与个性

本文基于平台经济中不同平台的责任特征,将平台经济划分为一般商业平台、网络内容平台与网络视听平台的类型图谱,并聚焦网络视听平台的双重责任耦合,形成“共性责任-扩展责任”分析框架,以期为推动网络视听平台优化履责战略提供动态校准支撑,以及为平台经济可持续发展提供责任治理参考。

(一)迭代:平台经济各类主体的关系变迁

一般来说,依据平台的功能定位与服务属性,可大致将其划分为两类。一是一般商业平台,主要指以电子商务、生活服务、交通出行、金融数字服务等为代表的平台(如国外的亚马逊、Uber、Airbnb,国内的京东、淘宝、美团),其凭借强大的规模效应、网络效应与双边市场效应,为供需双方提供多元商品与高效交易场所,构成了平台经济运行的重要基座。二是网络内容平台。该类平台以内容提供为核心业务(如国外的Meta、Twitter、Instagram,国内的微博、知乎),其促进信息传播范式从“固态存储”向“液态流动”转变,为参与者提供能够言论表达、价值交换的空间,形成了信息资源配置的重要枢纽。这两类平台并非界限分明、一成不变,一般商业平台也搭载很多内容服务,内容平台也积极参与商业价值变现,形成独特的商业模式。

在网络内容平台这一大类中,又可析出网络视听平台这一极为重要的类型。而基于网络内容属性的网络视听类平台,深度融合数字化创新、平台经济变现与社会价值辐射,既有一般商业平台的属性,又有内容平台的属性,其在内容层营造强互动高沉浸感、在市场层促进多样业态发展、在社会层形成正向舆论导向,成为了数字文明秩序构建的柔性基础设施。这类平台以音视频、网络直播、流媒体平台等为主要形式,可进一步细分为长短音视频类平台(如国外的Meta、Net-

fliX、TikTok,国内的抖音、快手、腾讯视频、爱奇艺)、社交直播类平台(如国外的 Twitch、YouTube Live、Facebook Live,国内如微博、小红书、抖音直播、虎牙直播)、垂直类平台(如 Amazon Live、淘宝、京东等电商平台,Udemy、豆瓣、知乎等知识平台,腾讯新闻、凤凰网、今日头条等新闻咨询平台)三大类⁽²⁾。

近年来,随着数字技术不断发展,特别是网络视听技术(如音视频采集与制作技术、网络传输技术、内容分发技术、播放与终端技术等)的加速发展与广泛应用,网络视听平台已成为网络内容平台的主流。根据 TOP20 商业价值 App 媒体排名,结合行业常识及平台属性判断,在排名中内容平台数量达 16 个,其中网络视听平台有 15 个⁽³⁾,意味着视听元素已深度嵌入绝大部分内容平台的业务模式之中,几乎所有的内容平台均可视为视听平台,即“无视听,不内容”。因此,网络视听平台作为网络内容平台的升维形态,满足“内容+服务+交易”复合供给需求,进一步消解了技术、商业、社会属性区隔,推动平台责任“互嵌深化”。

在上述平台主体关系中,网络视听平台作为技术、商业、社会属性互嵌式发展的“集大成者”,占据了平台经济价值网络的关键责任节点,这也决定了网络视听平台既要在商业逻辑、技术逻辑中嵌入独特的社会价值,又要在平台生态系统中驱动多元共治,这一双重性表现于“价值创造者”与“生态枢纽”的耦合角色中:一方面,作为价值创造的独立主体,需平衡股东、管理者、广告商等经济型利益相关方,以及客户、用户、社区等社会型利益相关方期望,推动铺设“平台-社会”的价值传导路径;另一方面,作为平台生态关键枢纽,需统筹协调参与者、优质内容、数字技术、意识形态等多元要素,形成“平台-生态-社会”的动态平衡系统。上述演变规律反映了平台功能从“交易工具”向“内容变现”,再到“生态构建”转变,其责任治理应从商业合规扩展至多元共治,最终形成“商业平台→内容平台→视听平台”嵌套结构。

(二)分殊:网络视听平台社会责任层析

依据责任归并方法,本文将几类平台共同具备且属于基础层面的责任加以整合,构成“共性

责任层”。网络视听平台在平台经济业态格局中占据着核心地位,因其业务特性以及强辐射力衍生出一系列独特责任,故对其独特属性加以归纳与提炼,形成“扩展责任层”。由此形成用以分析建构网络视听平台的“共性责任-扩展责任”框架。一方面,网络视听平台承载着基于一般互联网平台属性的共性责任,涵盖公平竞争与合规经营责任、权益保护责任、智能算法治理责任、网络安全与数据安全责任、公益慈善与社会服务责任、生态环保责任;另一方面,网络视听平台具有基于网络内容属性的视听平台特有的扩展责任,包括政治安全与意识形态责任、优质内容生产责任、网络文明与社会教化责任、网络生态治理责任。需要特别强调的是,此责任层划分并非绝对化、僵化界定。实际上,各类平台在责任履行上存在着诸多共性以及内在关联,某些特定责任在不同平台之间会出现一定程度的重叠与交互;扩展责任也并非网络视听平台所专属,其他平台在特定情境下也可能承担类似责任。而本研究的责任分类能够更加清晰凸显对网络视听平台责任主体研究的侧重点与独特性,两类责任相辅相成、相互促进,共同为构建网络视听平台“刚性约束+柔性治理”复合机制奠定了长效基础。

1.基于一般互联网平台属性的共性责任

基于一般互联网平台属性的共性责任是网络视听平台基于其技术优势与社会角色所必须履行的义务集合,即公平竞争与合规经营责任、权益保护责任、智能算法治理责任、网络安全与数据安全责任、公益慈善与社会服务责任、生态环保责任等六大维度。它们具有鲜明的公共性、普惠性、约束性特质,共同驱动网络视听平台从“合规执行者”向“生态共建者”转型。

第一,公平竞争与合规经营责任。平台通过合法经营与公平交易达成经济效益最大化,以夯实其可持续发展的物质根基。该责任要求平台秉持公平、公正、公开原则,立足法律秩序、社会效益和群众诉求相统一高度,一方面,积极培育核心竞争优势,推动上下游补链强链、就业创业、资源整合,引领网络视听行业创新发展;另一方面,杜绝不正当竞争、垄断与大数据杀熟、商业贿赂、虚假宣传等不良现象。平台通过确保经营活动合法有序、完善风险防控、提供售后服务、遵循商业

伦理等举措,提升其社会形象和信誉度,进一步为推动平台经济与共享经济高质量发展贡献重要力量,并与其他各类平台携手共建和谐稳定的“数字经济营商环境”。

第二,权益保护责任。在平台经济重塑劳动关系背景下,依法保障劳动者与消费者权益已成为平台战略体系的重要责任维度。在劳动者权益层面,通过建立员工维权申诉机制、推动员工参与民主管理,结合定期优化收益分配与实施反歧视监察机制,破除劳动者过劳困局及隐性歧视因子(如性别、户籍等)。构建技能认证体系与职级晋升通道,促进灵活就业群体就业形态向“发展型”转变,推动人力资本可持续性增值;在用户权益层面,通过规范平台经营行为、建立完善隐私保护政策、商品服务全链条追溯、鼓励用户反馈等方式,保障用户知情权、同意权与公平交易权,进而强化消费领域信用体系建设,促进平台实现社会价值与商业效益的双重跃迁。

第三,智能算法治理责任。智能算法作为平台的核心技术工具与价值实现载体,已深度渗透至信息生产、传播、推送及管理各环节中,其决策过程中的潜在风险正日益显化,其内生矛盾催生“回形针效应”与“数字利维坦”等治理难题,引起算法黑箱、算法共谋、信息茧房等困境频发,加之自身偏差、环境干扰加剧算法自动生成“非确定性”内容,如深度伪造现象、虚假信息或误导信息等,形成技术发展与社会价值的内在冲突。平台应以“技术向善”为锚点,打破“技术中立”的幻想,破除“平台无罪”“技术无罪”的偏知偏见,建立创新导向的容错机制与风险评估体系,以开放包容的姿态拥抱技术迭代,促进算法透明化、责任明晰化、伦理规制化、协同共治化,推动形成以人为主体的公共价值为导向的算法治理全新范式。

第四,网络安全与数据安全责任。在深度数据化的当下,平台面临着网络信息安全漏洞、用户个人信息或隐私泄露等问题,需形成以技术韧性、安全管理、信任网络为基础的治理体系,以破解网络攻击、数据泄露与信任赤字等多重困局,促进其成为平台经济“安全基座的铸就者”。在技术层面,部署基于 AI 的智能监测、威胁溯源、灾备重构系统,实时研判异常流量模式,锁定攻击

源并生成风险图谱;在管理层面,实施全生命周期的“最小必要”与动态授权管控,推行系统权限分级管理与精细化安全认证;在信任层面,打造人际、数字、智能、系统等四维信任矩阵,推动安全防御的“规模效应”,促进健全多元协作与监管的平台经济治理新格局。

第五,公益慈善与社会服务责任。平台作为公共服务供给的关键数字设施,应将社会责任内化为“战略基因”,始终坚持以人为本,着力保障和改善民生,积极投身公共服务,促进“技术赋能-社会参与-价值共创”的公益循环系统创建。具体而言,依托数字化技术与平台增强公益实践适配度,开放学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居等公益场景;针对大龄、残疾、零就业等特殊群体,提供定制化职业培训与无障碍就业平台服务,实现更广泛群体的数字社会融入。此外,更以社会责任履行反哺商业环境,突破“责任外溢”窠臼,打造“用户公益-用户收益”“链上公益”等多种模式,助力平台真正成为增进社会福祉的“共造者”。

第六,生态环保责任。平台是生态文明理念的重要传播载体,应将生态环保责任植入商业基因,构建全流程绿色运营体系,以形成内容引导、技术赋能、价值创造的可持续生态闭环。具体而言,平台应积极策划制作以生态美学为价值坐标、以生态文明建设为主题(如生物多样性保护、务实型气候行动等)、以“视听+”(纪录片、虚拟短片等)为呈现形式的优质作品,推动生态环保内容“出圈”,引导用户增强环保意识与践行绿色生活方式;同时,主动与环保机构组织合作开展公益活动,积极参与行业绿色标准制定,在内部推行办公场所绿色管理,推动整个网络视听行业向绿色化低碳化方向发展,助力数字经济社会的绿色转型与可持续发展。

2. 基于网络内容属性的视听平台特有的扩展责任

网络视听平台凭借其用户规模形成的强大虹吸效应、传播效能指数级裂变能力,以及智能算法实现精准调度等优势,能有效进行政治动员、社会动员、教化引导的能力,并逐步突破传统平台的结构性框架,极大地拓展了平台责任的内涵与外延,形成涵盖政治安全与意识形态责任、

优质内容生产责任、网络文明与社会教化责任、网络生态治理责任等多维度的责任扩展体系,从而有效促进网络视听平台从“内容供应者”向“价值共创者”的转型,彰显其价值引领与平台责任治理中的主体性担当。

第一,政治安全与意识形态责任。网络视听平台作为兼具强内容属性、强意识形态属性、强社会动员属性的重要阵地,应当发挥自身的专业与技术优势,主动肩负起深度参与维护国家政权稳定与意识形态安全的特殊使命,并积极融入全球治理、国家治理、社会治理之中^[4]。这要求网络视听平台将政治安全意识深度内化为运营逻辑,在激发数字空间创新活力的同时,营造良好的网络政治生态。具体而言,网络视听平台应强化数字化智能化的内容审核矩阵与舆情监测系统,有效消解算法推荐机制可能诱发的信息成瘾、把关权分化等困境,为数字经济健康发展构筑安全屏障;在塑造主流意识形态的“拟态环境”过程中,网络视听平台应深化政治认同、文化认同、责任认同,开展全域价值引导与价值叙事工程,有效拦截极端民族主义、民粹主义等错误思潮的网络渗透,预防“意见气候”所引发的群体极化倾向等问题,推动网络意识形态安全、数字空间安全守护等目标协同并进。

第二,优质内容生产责任。网络视听平台需将创作、筛选与推广兼具思想内涵、艺术价值、社会正能量的内容作为矢志不渝的目标,为群众提供有温度、有深度、有价值的视听作品,推动网络视听内容生态繁荣发展。在内容创作上,网络视听平台应立足选题好、立意深,挖掘涵盖爱国主义、红色文化、脱贫攻坚、乡村振兴、生态保护等多元题材,采用软表达、故事化等叙述手法赋予内容鲜活生命,让优质内容如源头活水般滋养数字文化生态;在内容传播上,网络视听平台通过智能算法技术实现精准推荐、升级视听体验,将资源扶持、流量倾斜等举措贯穿于优质内容孵化与分发的全周期中。同时,注重专业化人才培养与引进,并鼓励用户深度参与内容传播进程,进而增强专业人才、用户对视听平台的粘性与满意度。此外,网络视听平台应积极推动优秀作品出海,通过国风 IP、多语配音等手段打造融通中外的新概念、新范畴、新表述,形成同我国综合国力

和国际地位相匹配的国际话语权。

第三,网络文明与社会教化责任。加强网络文明建设是加快建设网络强国、全面建设社会主义现代化国家的重要任务。网络视听平台在推进社会主义精神文明建设、提高社会文明程度、增强文化自信方面发挥着“柔性教化”作用,主要体现在其响应党和国家网络文明建设号召,在网络空间思想引领、道德建设、行为规范等方面付诸实际行动。其一,网络视听平台应加强自身平台社区规则、用户协议建设,鼓励支持各类利益相关者加入到网络文明建设中。其二,应主动推动中华优秀传统文化与当代文化精品数字化、网络化传播,推动文化遗产项目、在线教育课程的有效供给,助力文化产业数字振兴、传统文化以及非物质文化遗产创新与传承。此外,网络视听平台企业还应针对不同受众的精神文化需求进行内容与服务的“量体裁衣”,促进其更好地于潜移默化中引导用户凝聚价值共识、实现自我道德提升^[5],例如,为青少年开发寓教于乐的视听作品、为“银发族”增设适老化服务栏目、为残障等特殊群体定制无障碍转播,助力多元用户跨越数字鸿沟、共享时代红利。

第四,网络生态治理责任。党的二十大明确提出“推动形成良好网络生态”。网络视听平台作为网络内容传播的关键主体,在不断满足民众精神文化需求之际,应积极担当网络生态共建共治共享主体责任。在内容治理上,根据《网络信息内容生态治理规定》提出“加强本平台网络信息内容生态治理”的要求,网络视听平台应构建多级动态审核机制,并优化算法模式以防范偏见歧视,确保内容资源的优质纯净。如开展抵制低俗恶俗媚俗之风、排查过滤网络谣言和虚假信息、预警网络暴力和欺凌、打击非法行动性信息及黑灰产业链等一系列活动;在用户管理方面,需落实实名认证与信用体系,妥善处理意见投诉,尤其针对未成年人用户上线防沉迷系统、开展“青少年模式”;在协同治理上,应积极配合监管部门、建立完善行业自律机制,参与制定网络信息内容生态治理行业规范,指导相关平台企业依法提供网络信息内容服务、协同处置违规行为、接受社会监督,多方合力共同营造风清气正的网络空间。

三、网络视听平台社会责任评价指标体系建构的多维边界

鉴于网络视听平台在数字经济格局中占据关键地位,其责任属性兼具复合性与动态性,构建科学合理、适配性强的社会责任评价指标体系显得尤为重要,这不仅能够深度衡量其在多维度责任履行的实际成效,也能系统梳理其优势特色、短板不足、发展中的现实问题与潜在需求。因此,有必要构建多层次、靶向性的动态监测评价指标体系,为监管部门提供客观量化的决策依据,也为网络视听平台提供明确的责任行为指引与责任建设路径,从而推动平台治理模式从传统“事后追责”向“事前免疫”转型,实现社会效益和经济效益双效统一。

(一)评价指标体系构建的可信与动态原则

在构建网络视听社会责任评价体系的过程中,需遵循一系列原则以确保评价体系的完整性、适用性与生命力。一是科学性原则。遵循霍夫兰的“可信性效果”理论,评价指标体系的信息来源应具备高度的权威性、准确性、专业性的理论研究与实践数据,如择优选择政府官方数据、行业权威报告以及经过审计的公开信息,以此保证评价结果具备学术严谨性与社会公信力。二是系统性原则。在构建评价指标体系时,需统筹考虑网络视听平台各类信息,并覆盖网络视听平台运营各个环节,通过多个相互关联指标的系统化设计,搭配可量化、可获取的指标维度,从而全方位、多层次反映网络视听平台的本质属性。三是动态性原则。为更好针对网络视听行业技术迭代快、社会议题变化频繁等特点,以及部分现行的评价体系存在周期过长、场景脱节等问题,需敏锐捕捉国内外政策导向、行业规范及公众诉求变化,定期优化评价指标,确保评价体系与时代发展同频共振。四是针对性原则。通过深入调研典型网络视听平台责任履行情况,有效把握行业特殊性与发展热点,构建既符合国际趋势又充分体现中国特色的评价指标体系,促进评价工作的有序性、稳健性、文化适配性。

(二)评价指标体系政策与法理依据

构建网络视听平台社会责任评价体系,是实

现国际视野与本土实践深度融合的重要举措,为数字时代平台社会责任实践提供方向指引和评价依据。其一,需对标国际通用标准。参考联合国责任投资原则(UN PRI)的 ESG 理念、ISO26000 社会责任标准、联合国可持续发展目标(SDGs)及全球报告倡议(GRI)标准,有效提升评价体系的国际接轨水平与兼容性,确保评价指标体系设计有章可循、有据可依。其二,参考国家政策法规。依据社会责任国家标准《社会责任指南》、上交所与深交所有关上市公司规范运营指导文件,深度融合互联网行业监管要求,促使评价指标体系与国家战略导向高度契合,为推动中国特色平台履责发展提供有力依据。其三,立足行业特殊属性。鉴于网络视听平台在内容生产、社会教化、社会动员等方面具有行业独特性,应参考权威部门信息,同时挖掘平台公开数据和第三方研究报告潜在价值,制定一套针对性强、审慎包容、科学客观的评价指标体系。

(三)评价指标体系的验证与设计

为客观、真实、全面监测网络视听社会责任履责情况,笔者所在单位自 2021 年起连续三年开展“网络视听企业社会责任监测”项目,并联合发布《重点网络视听企业社会责任监测报告》(简称《报告》)。本文运用大数据挖掘、集中座谈、个别访谈、文献研究、案例分析、专家访谈等多种方法,以动态监测的形式,从政府信息公开、企业官网、社会责任报告、权威媒体报道和公众调查等渠道获得受测对象的社会责任履责信息;在客观、独立的数据分析基础上,引入网络视听平台自评、网络视听监管部门和专家打分机制。经统计分析、综合校准后得出本次重点网络视听平台社会责任监测的评分结果。2024 年,选取北京市 53 家重点网络视听平台及其主要网络视听产品为监测对象,覆盖 25 个长短视频类平台、11 个社交直播类平台和 17 个垂直类平台等多个细分领域。同时,对同属同一母公司或同一实际控制人的平台进行分别监测与合并评价,最终实际报告中的平台数目为 44 家。本次监测设置了包含政治责任、安全保障、网络生态治理等 10 个一级指标、32 个二级指标、106 个三级指标的评价指标体系,并突破性引入“科技向善”“数字包容”等数字化治理维度,为探索顺应符合数字时代需求

的网络视听平台社会责任评价指标体系提供数据支持。监测结果显示,各网络视听平台在安全保障、网络内容建设、网络生态治理、科技向善、社会服务等领域表现良好,但在公平竞争与发展、责任管理、权益保护、生态环保等维度仍存在提升空间。

与此同时,本文在已有《报告》构建的评价指标体系基础上开展优化与完善工作,着重提炼并聚焦核心责任要点,以提升评价指标体系的精准性与导向性。首先,综合对网络视听平台社会责任分类内涵与外延的分析。结合网络视听平台的运营特点与责任履行重点,针对新近涌现且重要性日益凸显的责任维度,新增了相应指标维度。例如,增设“政治安全与意识形态责任”“网络文明与社会教化责任”等特定责任维度,以回应网络视听平台在政治与社会动员、新时代文明实践、网络公序良俗等方面所肩负的特殊使命。其次,保障构建的评价指标体系具有较强的动态适应性。随着网络视听行业的快速发展和监管政策的变化,指标体系应能够迅速响应并适时更新,以契合新的行业态势与监管要求,确保对行业合规发展进行全面审视。例如,在既有“科技向善”指标体系基础上,调整增加“智能算法责任治理”这一关键维度,有助于弥补当前指标体系在算法伦理、算法透明度、算法包容性等方面的评估不足。

基于此,本文尝试建构具有一定科学性、前瞻性和可操作性的网络视听平台社会责任评价指标体系。该体系采用分层递进式架构,共包含十个领域层级。其中,共性责任(六大核心维度)构成基础层,为网络视听平台社会责任履行划定了刚性要求;扩展责任(四大特色维度)形成价值层,为网络视听平台向更高层次的社会责任目标迈进提供了柔性指引。每个领域层下均设置若干具体评价指标,以确保评价的全面性与客观性。值得注意的是,网络视听平台社会责任指标研究复杂多元,新业态新趋势新问题的出现也将促使平台主体承担更多责任。因此,评价指标体系并非一成不易,而是与时迁移、应物变化,不断吸纳并修订相应责任维度,以期更好反映网络视听平台在不同发展阶段的履责情况,从而推动形成更契合政府有为、平台有责、

用户受益的善治模式。

四、网络视听平台社会责任评价体系的适应性评估

(一)评估的基础:可信的海量数据收集

数据是评价研究的基础,其全面性与可靠性直接关系到评价结果的准确性和有效性。为此,本文从四个维度进行数据采集:一是官方公开数据。系统整理平台官方网站、年度报告等官方发布的各类资料,获取平台的基本信息、财务状况、业务布局等公开透明的宏观行业数据。二是第三方研究报告。参考第三方机构发布的行业趋势分析、竞争格局发展、市场份额等权威报告,通过设置数据交叉验证机制以建立横向比较基准。三是利益相关者反馈。通过问卷调查、深度访谈、焦点小组等方式,收集用户、员工、供应商等多元利益相关者的第一手反馈意见,直观反映平台在社会责任履行、服务质量体验、工作环境满意度等方面的实际情况。四是技术驱动数据。充分运用数字化智能化等前沿技术,实现对平台的静态披露信息挖掘与动态监测,实时追踪用户微观行为数据,为行业情况和未来发展趋势的评估提供更为精细化、微粒化的数据支撑。同时,在以上“背靠背”的数据采集基础上,从2024年开始,引入对平台的社会责任数据资料和创新案例的征集工作^[6],以期用“面对面”的案例数据与“背靠背”的挖掘数据形成对应验证。

(二)立体评估:综合的评价方法

基于既定的评价体系指标体系和权重分配,基本明确各项指标的评价标准和得分区间,并将各项指标得分进行科学整合,最终得出能够全面反映平台整体责任绩效的综合分数及排名。

1.指标权重确认与修正。为构建科学合理的网络视听行业社会责任评价指标权重体系,研究采用层次分析法(AHP)搭建层次结构模型,并形成了一套指标权重确认与动态修正流程。首先,通过问卷调查、深度访谈等方式收集网络视听行业监管部门、高校科研机构、平台社会责任研究领域等多方面的资深专家的意见,他们根据自身专业知识和实践经验,对各指标之间的相对重要性进行两两比较并打分。其次,参考年度国家政策导向、社会热点事件以及行业特性,依据资深

专家咨询的整理资料,构造判断矩阵并计算最大特征值与特征向量,经归一化处理后确定一、二、三级指标权重;通过CR值检验($CR < 0.1$)判断矩阵合理性,确保权重分配的客观性与合理性。此外,为推动权重设置上升为网络视听行业共识,结合多阶段专家意见和实际评价数据,对判断矩阵进行重新构造和计算,适时调整指标权重,确保评估指标权重始终与行业发展保持同步。

2. 指标赋值与责任底线强化。根据所构建的评价指标体系,为各评价维度下的具体指标赋予相应权重,并制定清晰明确、可操作性强的评分标准,如采用分段赋分、等级赋值。对平台在受测时间窗口内的表现进行客观评分,针对平台违规经营、违反商业诚信原则、触犯伦理道德底线、受到消费者投诉或涉及负面舆情事件、发生严重违法违规事件或影响恶劣的重大负面事件(如导致公民生命权等基本权利受到严重威胁或侵害)等情况,参照全国文明城市评价指标体系等相关要求,采取子项得分清零原则,以强化平台社会责任的底线要求,维护评分过程的真实性与公正性。将评分标准与权重设置方案纳入网络视听行业监测报告,推动企业将社会责任建设融入日常运营。

3. 综合评分计算与校正。根据各指标权重和实际得分进行加权求和运算,得出初步的综合评分。同时,引入专家德尔菲法,通过多轮匿名反馈,对初步综合评分进行独立评估和调整建议。围绕网络视听内容生产传播的利益相关者,选取政府主管部门、行业协会、社会组织、网民等多元主体对平台社会责任履责情况进行总体评价,并与网络视听监管部门对接,结合监管部门对各个平台开展日常管理和执法的情况进行校准确认。为减少样本偏差、最大程度确保人工打分结果的客观性,制定了标准化流程并在校正过程中严格、规范执行,同时要求专家和监管部门提供详细的调整依据,以便对校正结果进行再次审核和验证。最终,通过上述方法得出重点网络视听企业社会责任监测的评分结果,依据综合得分实施分级分类监管,按得分情况给予四色分区呈现样态配套可视化反馈,即60分以下为黄区,60(含)~70分为橙区,70(含)~80分为蓝区,80(含)~100分为绿区。本研究的计算公式为:

$$y = K \times \sum_{i=1}^{10} \delta_i \sum_{j=1}^n a_{ij} x_{ij}$$

其中 y 代表任意平台的社会责任指数; a_{ij} 代表任意一个二级指标的权重; x_{ij} 代表任意指标的数值,例如 x_{13} ,代表一级指标“平台责任”中第3个子项“合规管理”的数值; δ_i 代表专家根据任意企业方面在一级指标 i ($i=1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10$) 部分所做的贡献(采集的数据中未涉及的)对该企业指数进行调整。 y 代表基于网络视听监管部门打分和专家评价对整体社会责任指数的校正。

(三) 评价指标验证:模拟评价实践与长效落地机制

为验证评价指标体系的科学性与实用性,本文策划并开展了模拟评价实践。一是通过网络视听行业中遴选出具有较高知名度、市场估值排名靠前的网络视听平台作为典型案例对象,保证评价结果的代表性和可比性。二是严格遵循评价指标体系要求,系统收集、整理平台公开披露的年度报告、社会责任报告、官方网站信息,以及第三方数据监测平台、行业研究机构发布的相关数据,之后对各项指标进行逐一评估,按照既定评价规则进行打分,有效保障评价过程的客观性和准确性。三是使用加权平均法对平台的各项指标得分进行计算,根据预先设定的各指标权重,将各项指标得分进行加权求和得出平台的综合得分,为各利益方提供平台社会责任整体履责画像。四是基于监测结果及监管部门意见、专家建议、社会反映、平台反馈情况,将模拟评价结果与平台实际情况进行对比分析,重点关注测评结果的动态性与一致性,根据对比数据及时发现问题并对指标体系进行优化,提高其在网络视听平台社会责任评价中的实用性与可操作性。

为了做好评价指标体系的落地工作,未来还应从以下几方面入手持续发力:一是在广电网络视听监管部门过去三年评价验证的基础上,继续扩大监测范围,力争将主要网络视听平台企业全部纳入监测评价,建立社会责任监测预警机制。二是持续完善评价指标体系,推动网络视听平台社会责任评价指标体系转化上升为行业标准,让网络视听行业的责任实践有章可循。三是鼓励支持网络视听平台企业以评价指标体系为指引,积极开展社会责任实践,逐渐将评价指标体系要求转化为企业履行社会责任的内在动力和要求。四

是政府相关部门应积极探索企业履行社会责任激励机制,将评价结果与政策扶持、税收减免、行业准入、资源分配等挂钩,进一步激发企业履行社会责任的积极性、主动性,促进网络视听行业健康、可持续发展。

五、结 语

在数字经济浪潮的席卷之下,网络视听平台已突破媒介载体的边界桎梏,演变为数字生态的建构者、文化基因的编码员、网络文明建设的调节阀。网络视听平台社会责任治理的成效,已然超越自身发展的范畴,成为衡量数字文明成熟度的重要标尺。^[7]然而,随着数字化、网络化、智能化进程的加速推进,网络视听平台面临的社会责任问题日益复杂多元,各方主体权责边界模糊、前沿技术嵌入引发的问责困境、评价指标体系与问责机制滞后等挑战也愈发严重,持续制约着平台责任治理效能提升。

本文所提出的立足中国本土实际和网络视听行业特征的网络视听平台社会责任评价指标体系,为网络视听行业高质量发展提供了意见与展望。其一,致力于厘清利益共同体在网络生态中的权责边界,以期有效避免权力越界与推诿扯皮等现象发生,推动健全权责清晰、协同高效的责任治理体系;其二,针对前沿技术应用中新型数字主体(如智能体、数字人)涌现出的主体资格审视及问责维权等问题,该体系将不断为相关法律规范更新与完善提供有力依据,推动科技在合法合规前提下创新发展;其三,注重评价指标的优化与升级,力求研发出既符合国际通行标准又彰显中国治理特色的责任评价范式,为网络视听平台的责任治理决策提供参考借鉴。

互联网平台社会责任建设绝非一蹴而就,而是需要夯基垒石,久久为功。数年的跟踪调研发现,不管外在形势与环境怎么变化,有些平台持续健康发展,有些平台却昙花一现。无数互联网平台的成长历程表明,要实现自身健康持续发展,就必须把社会责任建设摆在重要位置,建立起卓越、高效、负责任的价值观,把社会责任作为精益管理的一部分,通过加强社会责任提升服务效能、创造更大价值、实现共生共赢。

注释:

- (1)根据 QuestMobile TRUTH 数据库(2024 年度报告)及《中国网络视听发展研究报告(2025)》等数据整理所得。中国网络视听平台企业代表性平台用户去重总用户量分别为:抖音 9.783086 亿、快手 5.865553 亿、腾讯视频 3.868866 亿、爱奇艺 3.543872 亿、小红书 2.251297 亿、哔哩哔哩 2.083612 亿,计算得到六个平台去重用户总量合计约 27.32 亿,通过设备 ID+账号体系双重去重后实际用户数 9.12 亿左右,约占全国网民总数(10.91 亿)的 83.6%。
- (2)根据北京广播电视局、北京师范大学互联网发展研究院发布的《重点网络视听企业社会责任研究报告》,网络视听平台企业分为长短视频类平台、社交直播类平台和垂直类平台三大类。
- (3)根据 QuestMobile TRUTH 数据库(2024 年度报告)中 TOP 商业价值 App 媒体前 20 排名,内容平台数量有 16 个,其中网络视听平台有 15 个——抖音、快手、爱奇艺、哔哩哔哩、芒果 TV、腾讯视频、优酷视频、西瓜视频等为长短视频平台;微信、微博、小红书、QQ 等提供大量视听内容直播与分享的为社交直播类平台;今日头条、百度、腾讯新闻等以咨询为主要内容且融合视听元素的为垂直类平台。

参考文献:

- [1]中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[M].北京:人民出版社,2024:8-12.
- [2]王红一.我国企业社会责任研究发展评述[J]. Advances in Social Sciences, 2017(6): 99.
- [3]习近平.在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话(2016 年 4 月 19 日)[M].北京:人民出版社,2016: 22-23.
- [4]李韬,冯贺霞.数字治理的多维视角、科学内涵与基本要素[J].南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学),2022(1):70-79,157-158.
- [5]周瑞春,李韬.认同与规训:直播带货的媒介社会建构路径——以 D 直播间为例 [J]. 天府新论, 2023(2):144-159.
- [6]李韬,邢悦,张媛.网络视听企业社会责任现状与治理路径[J].传媒,2025(9):49-52.
- [7]谢莉娟,李伟豪.数字流通平台助推中国式现代化的作用表现和重点问题[J].商业经济与管理,2024(1):5-19.

(责任编辑 蔡华玲)