

基于马克思异化劳动理论视域下网络直播异化的生成与消弭

吴俊婷

暨南大学马克思主义学院, 广东 广州

收稿日期: 2026年6月9日; 录用日期: 2026年7月1日; 发布日期: 2026年7月14日

摘要

本研究基于马克思的异化劳动理论, 对数字时代网络直播现象进行了批判性分析。文章首先界定了网络直播中存在的异化现象, 具体表现为直播主体的“符号化”遮蔽、直播受众的消费异化以及人际关系的“符号化”物化。随后, 文章将这些异化现象的根源归结为三个主要方面: 平台资本的逐利本质、数字算法的技术追踪和消费主义的意识形态渗透。最后, 文章从完善治理监管机制、培养直播主体的批判意识以及构建健康的消费模式三个层面, 提出了消弭网络直播异化现象的路径, 旨在重构健康的直播生态。

关键词

网络直播, 异化理论, 数字劳动, 网络治理

The Generation and Elimination of Webcasting Alienation from the Perspective of Marx's Theory of Alienated Labor

Junting Wu

School of Marxism, Jinan University, Guangzhou Guangdong

Received: June 9, 2026; accepted: July 1, 2026; published: July 14, 2026

Abstract

This study provides a critical analysis of the phenomenon of online live streaming in the digital age based on Marx's theory of alienated labor. The article first defines the alienated phenomena existing in online live streaming, specifically manifested as the obscuring of the live streaming subject through "symbolization," the consumption alienation of the live streaming audience, and the mate-

rialization of interpersonal relationships as “symbols.” Subsequently, the article attributes the roots of these alienated phenomena to three main aspects: the profit-driven nature of platform capital, the technological tracking of digital algorithms, and the ideological penetration of consumerism. Finally, the article proposes pathways to eliminate the alienated phenomena in online live streaming from three levels: improving governance and regulatory mechanisms, cultivating critical awareness among live streaming subjects, and constructing healthy consumption patterns, aiming to reconstruct a healthy live streaming ecosystem.

Keywords

Webcasting, Alienation, Digital Labor, Network Governance

Copyright © 2026 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

在互联网数字技术的深度发展下，衍生诸多依据互联网相关的行业，网络直播作为一种新兴数字实践行为，呈现出全民爆发的发展态势，对于改变传统社会社交模式和传统市场消费模式升级具有划时代的意义。随着网络直播行业的不断扩张，网络直播日益呈现出专业化、职业化趋势。一方面，网络直播行业的兴起切实带动我国网络经济的发展，一定程度上满足群众的物质文化需求；另一方面，网络直播准入门槛过低，在资本逐利的本质下驱动行业生态链下暴露出人与社会的异化问题。在网络直播行业问题产生以来，不少学者主要从数字劳动的一般过程以及算法控制下数字工人的矛盾进行研究，揭示了网络主播数字化专业化网络劳动的现象，在网络直播过程中数字劳动陷入算法和科层的双重控制。基于马克思劳动理论对网络直播劳动的批判性研究发现，其发展的背后实质上是资本的操纵。目前，多数研究主要从劳动过程视角上分析直播劳工的生存状态，较少从马克思四重异化结构上对网络直播现象进行深入探讨，揭示其表面乱象下其中蕴藏的深层逻辑问题。基于此，本文旨在异化劳动理论视域下，聚焦网络直播异化问题的具体表现，从异化劳动理论出发厘清网络直播异化现象产生的原因，针对网络直播异化问题提供解决路径，为网络直播得以实现本质回归，以重构网络直播健康生态空间。

2. 网络直播异化现象的具体表征

“异化”一词源于拉丁文，原意是疏远、隔离、出卖、受异己力量控制和统治的意思。异化一词是马克思从黑格尔的思想中继承过来的，马克思在《1844年经济学哲学手稿》论述了人的异化的四重规定性，并赋予了异化概念新的内涵[1]。在马克思以前，黑格尔、费尔巴哈对异化概念从不同的角度进行阐述；在马克思之后，法兰克福学派的西方马克思主义继续为异化一词注入新的内涵，最终形成了比较完善的异化理论体系。目前来看，异化就是异己化，是主体对象化活动中呈现出与自己的对立面，形成制约自身甚至奴隶人的异己力量。从人的本质来看，人的异化就是人的未实现化[2]。从这一本质来看，网络直播的异化实质是人的本质异化，具体表现为网络直播主体的异化、直播活动的异化和人与人之间的异化，分别表现出不同的形式。

2.1. 网络直播主体的异化：“符号化”遮蔽主体性

网络直播具有实时共享性、同步互动性等特征，在直播内容的选择上更加灵活、丰富。从表面上看，

直播具有选择直播内容、直播方式的决定权和自主权,实际上,主播在直播的良性竞争循环中更加依赖于主播在面向目标大众群体中展露的特定公众形象。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出劳动与劳动产品的异化,“对对象的占有竟如此表现为异化,以致工人生产的对象越多,它能够占有的对象就越少,而且越受自己产品及资本的统治。”[1]在信息时代,人们对网络信息的吸收趋向于碎片化、直接化的趋势,对具体人的认识更加扁平化和抽象化。网红主播利用这一认知特点,主动向受众展示自身的“信息标签”,既主动向受众呈现出符号化的形象,以获取对象的认可度。受众认可主播树立的抽象符号,主播难以摆脱自身设立的抽象化符号,反过来在直播内容以及社会化活动中被“符号”所制约,剥夺掉大众认可的“符号化”形象面临着失去固定流量观众,因而主播们不得不持续固化自身“符号”。而越是固化的标签以及“符号化”形象,就越是被标签反过来制约自身的发展。困于这种隐形限制,网络主播为了获取稳定的流量和曝光,会逐渐陷入外在认可的抽象形象,逐渐失去对网络直播内容的自由和自我迷失。主播越是劳作越是将自己推向“符号化”形象这个客体,就越是受这个客体的制约和反噬,发生与自身类本质的异化。这种异化劳动“把原本你我的自主活动、自由活动贬低为手段,也就把人的类生活变成维持人的肉体的生存手段”[3]。

2.2. 网络直播受众的异化：消费异化消解自由意志

网络直播活动通过可直接接收未被加工的信息使得社会大众拥有在社交媒体上公开表演的机会。网络主播可以通过直播活动获得一定的经济收入,而受众在观看网络直播过程中可获得文化娱乐需求,并在直播互动过程中满足个人社交需要。

主播、观众以及之间的消费行为的复杂形态,对主播进行打赏的互动行为,实际上背离了网络直播最初满足文化娱乐需求的初衷。为了获取最大的经济利益,平台偏离主播与其他用户互动的个性化需求,通过利用算法技术追踪,时刻监控用户的行为模式,出现新的剥削形式。网络直播平台通过对用户年龄、性别、职业、兴趣等进行隐私数据收集,不断推送相关内容,从而达到对用户生活各方面的监控。网络直播在活动中模糊了传统生产性劳动和非生产性劳动之间的界限,受众闲暇时间被网络直播所侵占,休闲行为被打上了商品化和资本化的特征,直播受众本该自由自在的休闲行为被异化为资本占有剩余劳动价值的生产性活动,与此同时,网络主播的行为也被同步异化。网络主播为了获取流量和打赏等利益行为,可以制造网络噱头或社会矛盾,煽动网络舆论;部分主播跟风热点、不做调查,随意发布虚假信息;部分主播故意拍摄敏感话题和非法视频,罔顾法律。因而,网络直播活动没能有效承接其文化方面的内容,与满足人们精神文化需求的本质相背离,不断创造出各种虚假产品需求,成为平台获取利润的经济模式。

网络直播受众实际上也是消费主体。在算法技术和资本平台的操纵下,直播受众在操纵下的空间会产生“符号消费”和“虚假消费”等主体异化消费行为。在直播过程中,主播利用连麦、点名感谢、表演节目等方式诱导受众以刷弹幕、刷礼物点赞等方式参与互动,忽视了直播的目的是推销产品,从而使受众产生凌驾于产品之上的幸福感、满足感的符号价值。直播平台的打赏排名机制,使得观众之间形成了一种基于金钱的竞争关系。这种竞争使得观众之间的关系从单纯地对直播内容的共同兴趣,转变为金钱实力的较量,人际关系被彻底物化。随着信息技术的发展,网络直播平台在利益的驱动下采取技术靶向驱动刺激消费者的消费欲望,为其创造出“虚假消费”需求[4],从而导致消费交往行为的发生。这种“虚假消费”成为资本逐利的主要手段。可见,网络直播的实质是基于算法技术和资本联合造成的被动选择,消费者的真实需求被掩盖在算法工具下,消费者在网络直播过程中逐渐被异化。

2.3. 网络直播间人与人关系的异化：人的社会关系“符号化”

在网络直播互动中,人与人之间的关系因“数字符号”而发生异化。马克思指出:“人同自己的劳动

产品、自己的生命活动、自己的类本质相异化的结果就是人同人相异化。[3]”在网络直播活动中,“刷礼物”行为将主播与观众之间的交流互动演变成数字符号之间的交往,存在的情感交流也被异化成直播间数字礼物的附属物。现实人在网络虚拟空间的活动,使网络用户之间可以进行无障碍的面对面交流。然而,资本的强制介入将主播与用户之间的交流活动变成情感数字符号,导致无论是主播还是观看用户,都是直播平台压榨的对象。用户既是网络直播中的生产者也是消费者,为直播平台创造了大量的数字劳动,主播在直播平台上展示直播内容,付出自己的数字劳动和创新思维吸引用户,为平台带来大量的数据流量,成为直播平台剥削的对象。

3. 网络直播异化现象产生的原因

网络直播异化问题的产生源于政治、经济和文化等许多原因,但从根源上来看是资本逐利、算法资本的技术追踪以及消费主义的过度渗透等各方面的相互影响、相互作用。

3.1. 根本原因: 平台资本的逐利本质

马克思指出“资本不是物,而是一定的、社会的、属于一定历史社会形态的生产关系,后者体现在一个物上,并赋予这个物以独特的社会性质。[5]”作为生产关系的资本必须通过货币这一中介来体现。在如今大数据和人工智能的快速发展,资本逻辑发展已经成熟并衍生出数字劳动这一新型劳动模式与之相适应。当下,这一资本逐利逻辑在网络直播中体现得淋漓尽致。在网络直播中,直播平台、主播以及观众的各种活动均被数字化、商品化,成为数字资本主义生产价值的“免费劳动”。逐利是资本主义的本质,直播平台正常的网络活动是无可指摘的。但是,需要警惕资本无孔不入的虚假宣传,资本可能通过隐蔽的意识形态手段控制人们的意识,大量观众可能会被大量“虚假消费信息”轰炸,从而失去分辨意识,成为资本收割利益的对象。最后,这种异化消费使人们从追求满足自我需求让位于逐利的资本逻辑。

3.2. 物质条件: 数字算法的技术追踪

如今,随着大数据和信息技术的快速发展。科学技术以不可阻挡的姿势渗透社会生活的方方面面,在创造出先进生产力的同时,也在不断异化、意识形态化,成为控制社会生活的新形态。作为数字技术快速发展的产物,网络直播平台建构信息互联互通、面对面对交流的新型网络空间,同时也是被算法技术不断侵蚀的网络空间。“算法还造成了人的异化,人成了算法的奴隶”[6]在这个空间中,人们享受着算法技术推送的个性化内容服务,同时也被算法技术所改造,人的价值需求让位于算法技术,人的价值也被异化为直播空间的符号价值。同时,算法技术的异化也控制着网络直播内容的产出和选择,直播受众越是沉溺于算法推送直播内容之中,越是深陷算法技术的笼子中。技术与资本的结合使得网络直播空间呈现出单向度性、封闭性等异化特征。因而,网络直播异化现象的根源可追溯到技术异化。

3.3. 思想渗透: 消费主义侵占认知理性

马克思的异化理论在当今仍然成为社会研究的热点,原因是当今人们仍未脱离异化的生存环境以及当今社会普遍存在的异化现象。鲍德里亚的消费社会论中认为消费异化已经成为社会异化的主要问题,也就是说异化现象逐渐从生产异化过渡到消费异化、文化异化。在这种西方消费主义异化思潮的影响下,网络直播也催生出网络直播消费异化现象。在网络直播中,直播平台不停地向消费者灌输产品的符号价值,从产品消费中获得幸福感和满足感,刺激消费者购物欲望,诱导消费者消费。这种从众消费心理导致消费者失去了对自身真实需求的判断,盲目跟从他人的购买行为。一些意志力不足和分辨是非能力弱的消费者容易陷入虚假消费陷阱,导致过度冲动消费。而且,直播主体由于“流量变现”模式下获得更

多红利，轻而易举获得上至百万的收入，使得一些主播为了流量和打赏等利益，不顾原则无底线地满足消费者的各种需求，失去公共媒体者应有的素质要求，使自身异化为资本榨取价值的奴隶。

4. 网络直播异化现象的消弭路径

在数字经济时代的发展空间下，网络直播异化现象反映了现阶段下网络空间治理存在的问题和现实挑战。按照马克思异化理论，从整个人类发展历程中来看，马克思和恩格斯指出：“只有在共同体中，个人才能获得全面发展其才能的手段。^[7]”人不是独立的个体，而是社会关系的总和，人们在现实生活中超越异化而实现人自身自由全面的发展，实现共产主义即对人的异化的积极的扬弃。因此，只是从表层进行网络直播异化现象的管控不能解决问题，必须要从网络直播治理与监管机制、直播主体的批判意识和健康的消费主义入手，一定程度上缓解网络直播异化现象。

4.1. 完善网络直播治理与监管机制

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出，异化的本质是指劳动者与劳动产品、劳动过程的分离^[1]。在网络直播中，主播的劳动产品，即打赏收益、内容流量等被迫与资本平台通过算法规则和利润制度强制占有，主播失去主体性意识，被迫成为资本增值的工具。要解决这一问题的关键，是完善网络直播治理与监管，回归到劳动的本质。第一，建立透明的算法监察制度，要求平台公开算法规则流量分配原则，接受网信部门和社会第三方的监督；第二，建立直播算法的影响评估机制，要求平台主动展开算法影响评估，重点评估算法有关未成年保护、低俗内容助推、非理性打赏诱导等风险，并将评估报告报备监管部门；第三，建立符合规则的“算法申诉通道”，平台必须向主播提供其账号流量推荐的主要依据，并开通账号申诉通道，将资本平台通过算法控制的内容和流量分配权回归到劳动者手中^[8]。通过这些举措来反对资本对于文化的异化，建立新型“互联网+”网络直播空间阵地，宣扬社会主义文化。

4.2. 培养直播主体的数字批判意识

算法技术的发展，在网络直播上通过控制内容主题、流量分配的操纵，直播平台的推荐算法通过数据画像、成瘾机制制造“信息茧房”，使主播被迫迎合流量逻辑，创作出为资本增值的内容。马尔库塞的技术异化理论表明，资本主义将技术异化为资本统治工具，技术成为资本增值的重要手段^[4]。为了控制算法霸权在网络空间的主导，还要培养直播主体的数字批判意识，避免成为被流量裹挟的工具。第一，通过行业协会制定数字素养标准并开展常态化培训，将识别资本运作、算法偏见与消费主义诱导等能力纳入行业基本素养，并组织年度轮训与线上微课；第二，工会组织设立“数字权益研讨会”并提供法律援助，依托主播工会或新就业形态劳动者工会，定期举办相关研讨会，邀请传播学者、法律专家解读平台规则与流量分配机制，帮助主播识别并抵制非理性打赏诱导、算法压迫等异化行为。第三，增强观众的主体性意识教育，虽然算法逻辑在各方面操纵网络直播内容的选择，观众对此也要增强主体性意识教育，从自身出发警惕算法逻辑对人全面发展的侵蚀。

4.3. 构建健康的消费交往模式

在网络主播的激情叫卖和平台信息轰炸中，诱导观众激情消费，这种售货方式把观众异化为消费符号，直播间中的打赏机制异化为获得“榜一大哥”称号的数字礼物身份竞赛。马克思指出：“每个人都力图创造出一种支配他人的、异己的本质力量，便从这里找到他自己的利己需要的满足。^[1]”在网络平台和主播的虚假宣传下，观众通常会冲动消费，为了遏制这种现象的无限制发展，第一，健全网络直播行业规范，提高主播行业准入门槛，规范直播平台运营活动，整治直播平台道德缺失，违法违规行为；第二，设置直播打赏冷静期，推出单日直播打赏最高限额和24小时冷静期撤销权，减弱资本虚假操纵的打

赏机制；第三，观众要提升自主性意识，提高分辨是非能力，避免陷入资本的虚假消费圈套中。

5. 结语

网络直播自兴起以来，依托资本平台、技术支撑和观众消费等形成了新兴的网络狂欢现象，由此带来的网络直播异化现象成为网络空间治理的现实挑战。因此，从异化理论视角出发分析网络直播异化现象的具体表现和根源，并据此提出了消除网络直播异化现象的现实路径，对此，网络直播主体一方面要正当盈利，另一方面要警惕直播异化现象，相关部门也要采取监管等措施，维护网络安全，保持网络的清正风气。

致 谢

本研究得到暨南大学马克思主义学院的鼎力支持，在此深表感谢。特别感谢导师在论文选题与写作过程中给予的悉心指导，以及课题组成员提出的宝贵修改意见。同时，感谢匿名审稿专家对本文提出的严谨、中肯的评审建议，使文章得以进一步完善。最后，向所有在网络直播异化治理研究中提供帮助的学者与实践者致以诚挚谢意。

参考文献

- [1] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第 1 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [2] 杨鹏. 《巴黎手稿》中人的异化问题研究[D]: [博士学位论文]. 北京: 中国社会科学院, 2016.
- [3] 马克思. 1844 年经济学哲学手稿[M]. 北京: 人民出版社, 2018.
- [4] 马尔库塞. 单向度的人[M]. 刘继, 译. 上海: 上海译文出版社, 2008.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第 7 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [6] 张文祥, 杨林. 智能网络信息传播中的平台责任及其治理[J]. 新媒体与社会, 2021(1): 96-111.
- [7] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第 1 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [8] 龙香. 马克思主义异化理论视域下网络直播异化问题探析[J]. 唐山学院学报, 2023, 36(2): 52-56.