

算法支配下抖音歌唱主播的情感劳动与心理异化研究

周庆沁

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月19日; 录用日期: 2024年12月9日; 发布日期: 2024年12月23日

摘要

在数字化高度发展的今天, 直播作为一种新型传播形式, 正深刻影响着人们的社交互动、生活方式乃至心理状态。网络直播中主播的情感劳动与平台有着密切关联, 不合理的算法推送机制、不公平的资源分配逻辑使得主播被算法牢牢控制, 出现心理异化的风险。本文将抖音平台中的歌唱主播作为研究对象, 以情感劳动、受众商品论、数字劳工、互动仪式链等心理学与社会学视角, 运用参与式观察的研究方法, 深入剖析主播在直播间中的情感劳动特征, 并探讨在算法主导下主播心理异化的具体表现与内在机制。通过从传播主体心理、传播渠道特性、传播技术影响等多维度出发, 本研究旨在提出破解心理异化的策略建议, 以促进抖音歌唱直播的健康传播, 保障主播与用户的心理健康, 构建和谐的平台生态。

关键词

抖音, 歌唱主播, 情感劳动, 心理异化, 算法机制

Research on Emotional Labor and Psychological Alienation of TikTok Singing Hosts under the Control of Algorithms

Qingqin Zhou

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 19th, 2024; accepted: Dec. 9th, 2024; published: Dec. 23rd, 2024

Abstract

In today's highly developed digitalisation, live broadcasting, as a new form of communication, is profoundly affecting people's social interaction, lifestyle and even psychological state. The emotional

labour of anchors in webcasting is closely related to the platform, and the irrational algorithmic push mechanism and unfair resource allocation logic make the anchors firmly controlled by the algorithm and the risk of psychological alienation. In this paper, we take the singing anchors in Jitterbit platform as the research object, and with the psychological and sociological perspectives of emotional labour, audience commodity theory, digital labour, and interactive ritual chain, we use the research method of participatory observation to analyse the characteristics of the anchors' emotional labour in live broadcasting room, and to explore the specific performance and internal mechanism of the anchors' psychological alienation under the domination of algorithms. From the multi-dimensional perspective of the psychology of the communication subject, the characteristics of the communication channel, and the influence of the communication technology, this study aims to propose strategies to crack the psychological alienation, in order to promote the healthy communication of Jitterbit singing live broadcasts, safeguard the psychological health of the anchors and users, and build a harmonious platform ecology.

Keywords

TikTok, Singing Anchors, Emotional Labour, Psychological Alienation, Algorithmic Mechanisms

Copyright © 2024 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

新媒体时代,短视频直播平台凭借交互性强、包容性强等特点,深植于人们的日常生活,影响着人们生活的方方面面。中国互联网络信息中心发布的第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,“截至2024年6月,我国网民规模近11亿人,在新增网民中,娱乐社交需求最能激发网民上网,在该群体首次使用的互联网应用中,短视频应用占比达37.3%。”(中国互联网络信息中心,2024)直播作为近年来兴起的传播模式,在抖音等短视频平台中获得了许多忠实受众。当下,不同类型的直播层出不穷,用户可以根据自身情感诉求寻找相应的直播,与主播建立情感连接,获得丰富的情感体验。然而,由于短视频直播平台的特殊性,直播的热度与主播的粉丝数、商品购买量、收到礼物数、点赞转发量等有着密切的关系,为把握用户的情感动机和情感走向,探索更有效的营销方式,平台推出了各种算法机制,推动用户和主播进行送礼、互动,这也使得许多主播对粉丝的情感劳动被算法和资本捆绑,难以产生真正的情感价值,并最终走向异化。

2. 研究综述

2.1. 情感劳动的概念变迁

美国社会学家阿莉·罗塞尔·霍克希尔德早在1983年提出了“情绪劳动”的概念,通过对航空公司空乘人员的民族志研究,她将情绪劳动定义为“为了报酬,员工管理自己的情绪,并按照组织对面部表情或者身体语言的要求来表演的劳动”(Hochschild, 1983)。霍克希尔德认为情绪劳动包含两种属性,即商品属性和社会符号属性。此后,“情绪劳动”的概念逐渐被马克思主义政治经济学的学者所注意,并孕育出“情感劳动”的概念。情感劳动侧重资本主义社会语境下个人情感与资本积累、再生产的关系,其本质是一种剩余价值剥削的过程。

我国有关“情感劳动”的研究最早源于2004年,学者姚晓红和叶小云在《护理人员的无形劳动及其

价值》一文中探讨了护理人员为满足病人需要所付出的情感支持,并将其归于一种无形的劳动(姚晓红,叶小云,2004)。在此之后,围绕“情感劳动”的研究逐渐增多,涵盖了新闻与传媒、贸易经济、教育等20多个领域,目前国内发文量达703篇。纵观外网文献,可以发现,国外有关“Emotional Labor”的文献最早可以追溯到1996年,学者富兰克林·卡桑德拉在《当代律师事务所的性别与情绪劳动:詹妮弗·L·皮尔斯的性别审判述评》一文中对律师的情感劳动展开研究(Franklin, 1996)。

与其他情感劳动不同,网络直播中主播的情感劳动往往需要与观众建立更为持久的关系,因此需要进一步将主播的情感劳动与平台相联系。学者董晨宇和叶蓁在《做主播:一项关系劳动的数码民族志》一文中,引入了“关系劳动”的概念,并进一步将主播所进行的关系劳动放置在“平台化”的学术背景中进行讨论(董晨宇,叶蓁,2021)。“关系劳动”是南希·拜厄姆最早于2015年提出的概念,他将音乐人和听众粉丝的关系的维持视为一种关系劳动,并将这种关系劳动定义为“持续的、常规化的交流”,在这种关系中,粉丝更类似于音乐人的朋友、家人,而不是消费者、顾客(Baym, 2015)。抖音等短视频平台的崛起体现了文化生产的快速化、平台化,也为主播对粉丝的关系劳动提供了界面、流量、支付系统等一系列劳动必备条件。因此,在分析主播的情感劳动时,需要将平台机制、算法技术等融入考量。

2.2. 算法技术对人的心理异化

“异化”一词源自希腊语,意思是主体成为“他者”,且他者和自己相疏远。黑格尔将“异化”一词从日常用语提升到哲学范畴,与代表“主体-实体”的绝对精神相结合,指出异化是人的物质、精神活动本身及其产物在私有制历史条件下变成一种外在的异己力量,转过来反对、支配和统治人本身的一种社会现象。之后,费尔巴哈提出了人本学异化思想,使异化理论由黑格尔标榜的唯心主体向唯物方向转化。马克思从黑格尔的理念中得到启发,阐述了劳动异化的四个阶段,分别是劳动产品的异化、自我的异化、类本质的异化、人与人的异化。

数字化时代,算法权力不断扩大,在算法加持下,技术改变了传统劳动形态和劳动模式,使得平台拥有绝对控制权,管理和操纵着用户的一举一动。与此同时,资本中心地位进一步加剧了算法歧视,使得数据处理和资源分配的过程产生了许多不平等的现象。“在大数据技术所构建的‘全景式监狱’社会中,个体学会尽量按照外在的尺度去展现理想中的自我形象,而隐藏与理想形象不符的形象特征。”(唐永,张明,2017)算法技术正在异化平台用户,使得主播对粉丝的情感劳动受到资本和数据的裹挟,产生不健康的竞争行为。

我国有关算法对人的异化的研究最早可以追溯到2019年,学者张凌寒在《算法权力的兴起、异化及法律规制》一文中对人工智能时代算法与人类之间的技术支配关系做出研究,分析了智能算法的本质和权力化趋势,指出了算法权力在商业领域以及嵌入公权力等方面的异化风险,并提出可以从权力范围、正当程序、问责机制等各方面共同约束算法权力(张凌寒,2019)。自2019年起至今,我国有关“算法对人的异化”主题的发文量呈逐年上升趋势,越来越多的学者开始关注算法对人的影响这一问题,所做研究包含算法权力异化以及算法治理等主题。

3. 抖音平台中歌唱主播情感劳动的异化表现

3.1. 社交表演,自我商品化的身体叙事

大数据时代,人们深处于信息茧房的桎梏中,“信息的繁杂性与人们注意力资源的有限性成为一对矛盾,谁能在繁杂信息中抢占注意力资源,往往也意味着谁在信息社会拥有了优势与影响力”(彭婧,伍麟,2022)。许多主播在直播的过程中,会刻意营造个性化的形象,使得直播间更具有辨识度。例如以一首《兄弟想你了》爆火的抖音音乐人“潇公子”,他拍摄的《兄弟想你了》短视频在抖音获得了292万

次点赞和 22 万次转发。然而，吸引观众的并不是歌曲本身，而是潇公子魔性的骑马舞，以及夸张的咬字风格。在直播中，潇公子会配戴颜色鲜艳的头巾，梳着奔放的发型，穿着花衬衫，展现出热情的形象，在歌唱时，潇公子还会配合音乐进行具有节奏感的摇动，带动直播间的气氛。“兄弟想你了”已经成为音乐人潇公子的形象符号，人们在观看潇公子直播时，歌曲呈现质量和歌唱水平已不再重要，人们的观看重点迁移到了主播所传达的情感符号上，获取精神上的满足，并愿意为这种象征性情感溢价符号买单。

3.2. 话语连结，一对多的情感工厂

主播通常以“家人”“姐妹”来称呼观众，以此对直播间树立内外界限，为观众粉丝提供认同感与归属感。直播不是主播单向的情感劳动，而是主播与观众双向互动的过程。“主播需要通过将礼物去货币化，用人情味浓厚的‘家人’来模糊她们与观众之间的经济关系。”(彭婧, 伍麟, 2022)在互动的过程中，点赞、刷礼物等行为表面能够增进主播与观众的情感关系，实则是一种亲密关系商品化的营销手段，能够为主播带来直接的经济利益。

“故事的讲述并不完全依赖口语进行，一个人的穿着打扮、手势姿态都能传递讯息。”(张明豪, 2024)曾经坐拥千万粉丝的抖音歌唱主播“秀才”，被称为“中老年妇女收割机”，在他发布的短视频中，他总是身着 polo 衫或西装，梳着精致的发型，作出抿嘴、挑眉、撩发几个动作，并假装不经意地看向镜头，对着口型演唱歌曲。秀才账号的首页背景写着“遇到我以后，我们的故事就开始了”，在直播唱歌的过程中，秀才宣传“年龄身高身份都不是距离，有爱就好”“需要一个懂自己的人”等，本质上是在消费中老年粉丝群体的期待，让受众感到自己的情感诉求被满足。因此，即使秀才本人的歌声并不动听，还是有许多粉丝为他点赞、送礼物、打榜，而秀才正是利用与粉丝之间的情感联结，将礼物化作粉丝的情感寄托，模糊了其中的经济成分。

3.3. 直播 PK，从情感奔赴到商业变量

直播间聚集了大量拥有相似情感需求的粉丝用户，在送礼、刷屏的过程中，粉丝能够感受到彼此的存在，使得对直播间的“围观”产生更热烈的氛围。许多主播会不时地连线其他主播进行歌曲合唱、才艺 PK，以此带动更多粉丝观众参与进来，提升直播的观看体验。在 PK 的过程中，主播会作出许多“拉票”行为，例如发出激昂的呐喊，或是表现出可怜的模样，用“家人们，一起守个塔”“家人们再冲一波”“谢谢某某大哥”等具有感召力的语句激发粉丝对胜利的渴望、对主播的保护欲、对集体荣誉感的维护等，在获取胜利后，主播通常会营造喜悦、欢乐的气氛，让粉丝感受到满足和自豪；失败的一方则会放狠话，做出不服输的样子，让粉丝感到被重视和鼓励，稳固与粉丝的关系。

许多粉丝在观看直播的过程中，受到直播氛围的强烈感召，便一股脑地刷礼物，只为获得情感上的满足和被认可。诚然，虚拟礼物为粉丝和主播建立了稳定的亲密关系，而这也为主播带来了越来越多的实际利益，促使他们追求更多的流量，加深自己的情感劳动和情感输出，带动更多粉丝关注、送礼。在流量的驱使下，一些主播为了 PK 获胜，激发粉丝的好胜心和凝聚力，刻意“斗狠”拉票，例如吃生鸡蛋、喝酒惩罚、鞋底打嘴等行为，这些低质内容的放出，不仅严重影响了平台的生态，也对主播和粉丝的身心造成了伤害，是非理性的拉票行为。

4. 算法支配视角下主播情感劳动的异化内因

4.1. 流量至上，数据算法霸权

“随着 5G 智媒时代的到来，用户数据的激增和人工智能技术的完善，内容生产机构在深度运营的基础上以算法为手段开展用户与内容之间的深度关联，使以数据为基础的内容精准营销成为常态。”(郑亮，

2021)算法推荐能够精准捕捉用户画像、分析用户偏好,用户在平台中的每一次点击、互动、屏蔽等操作都能产生反馈并被记录。随着算法技术深度嵌入社交媒体平台,流量成为了主播层级的重要参考指标,主播为了获取更多关注,赚取经济利益,会通过立人设、进行夸张的身体展演等方式吸引流量,在情感劳动的过程中与用户建立情感联结,推动用户的点赞转发,不断扩大自己的流量池。

主播们习惯在直播中唱一些热门的、传唱度较高的歌曲,有时会出现视频风格雷同、内容同质化的现象。一些主播通过借势负面热点获得了暂时的热度,但是直播内容毫无营养,只是对当下热点的“蹭流量”,无法为直播间提供稳定的浏览量。如果一味借势热点而忽视了原创内容的输出,那就偏离了歌唱直播的初衷。麦克卢汉曾说过,“人一旦进入某种机械性、一致性和重复性的热媒介之中,就等于扼杀其创造性和参与性,那么他会很快变成精神崩溃者(邵培仁,2007)。”一味追求流量,只会让创作被数据绑架成为算法写意式的注释,推动平台生态环境不断恶化。

4.2. 平台隐性剥削,资源分发不均

大数据时代,众多短视频直播平台推出了主播层级制度,根据直播间的浏览量、点赞数、送礼金额等为主播划定等级区间,为主播分配资源。看似合理的制度实则并不公平,平台通过垄断市场供需信息,向主播进行高额抽成,最大程度上剥削了主播生产的剩余价值。抖音推出的“DOU+”功能更是将流量分配明码标价,无论视频本身质量如何,只要购买了“DOU+”就会得到更多的推送。因此,想要获得更多资源就需要加强流量吸引,就要求主播通过各种极端的手法吸引流量,不得已将直播的内容质量放在一边。同时,这种模式也加剧了抄袭现象的发生,由于抄袭、混剪、模仿的一方可以为原视频提供更高的热度,一些原创作者为了视频的传播效果,对于一些明显的抄袭和侵权行为会选择忽视。

除了不合理的资源分发逻辑,平台还生成了软性规定,使直播用户受到隐性剥削。例如,平台对主播进行无形的时间控制,主播看似在工作时间和工作地点的安排上较为自由,然而由于流量波动和多劳多得等因素的存在,主播的工作存在不稳定性,导致对平台具有依附性,并且处在超长待机状态。此外,抖音平台会对主播按照粉丝数、点赞量等进行排名,制定各种达人榜,对主播用户进行定期地评价,通过“鼓励式洗脑”的方式隐蔽地压榨主播,促使主播时刻处在紧张的戒备状态。

4.3. 商业竞争失序,注意力争夺激烈

在平台压榨与资本利益驱使下,许多主播对利益展开了畸形的追逐,不断放大自己的形象标识来争夺用户的注意力,如画上夸张的妆容,重复唱自己的热门歌曲,在歌唱同时加上夸张的舞蹈动作等。在抖音平台中,一些主播与MCN公司合作,将专业知识和传播技术相结合,稳定短视频生产的持续力。这类公司通常会对用户进行包装,打造相应的人设,以赚取更多的流量与利益。例如抖音歌唱主播“大笨蛋”在直播中刻意加深自己脸上的雀斑,打上浓厚的腮红,露出黄黄的牙齿,穿着朴素,营造热爱歌唱的乡下女子形象,实际是为了直播卖货。

正如鲍德里亚的消费社会理论所讲的,我们置身于消费社会的各种景观之中,满眼都是符号化的物品和物品化的符号。对于创作者来说,其自身的创作积极性和视频质量是需要被保护的,纯粹追逐利益,就会被商业环境所异化。如果一味追求商业化的利益而不顾及视频内容本身,就会加剧网络环境中劣质信息的传播,增加管制的难度与压力,产生公众思维和判断能力下降的情况。

5. 破解异化的思路对策

5.1. 主播加强自我约束和自我审查

新媒体时代,人们的消费需求愈趋碎片化与多元化,短视频直播平台利用算法技术为用户提供了个

性化的服务。然而,用户的注意力资源有限,歌唱类主播要获得流量,首先要对自己的形象加以整饰,吸引用户的关注。“‘人设’作为一种社会形象,要想在观众面前表演并达到理想的观赏效果,就必须保持相对稳定的状态。”(欧文·戈夫曼,2008)有的主播为了抢夺用户注意力,刻意扮丑,编造过往经历,将自己打造成“弱者”角色,获取观众的同情。还有一些主播在荧幕前扮演正直友善的形象,却被爆出不良过往经历,或是私下人品与台前相差甚远,导致人设塌方。因此,主播在营销人设的同时,要注重前后台的平衡,适当规制自己的后台行为。

此外,在这个纷杂浮躁的时代,短视频平台的创作者更应该注重内容的生产,发挥意见领袖的价值引领作用,传播优质信息。歌唱主播在充实自己的视频展演形式的同时,还需注重传播的现实价值,提高内容的质量,回归歌唱的本心,用音乐和歌声打动观众,拉近与观众的情感距离,让他们在沉迷于体验不同直播形式的欢乐时,也能感受到音乐的美好。

5.2. 平台加大管控力度,改善内容生态

抖音平台中,许多主播根据算法推荐的规律,专门挑选一些热门的、没有营养的口水歌翻唱,拉低了受众的审美能力;还有一些原创作者为了自己获取更多流量,对于抄袭或搬运视频不管不顾,助长了平台抄袭风气。由于算法程序的复杂性和智能性,及其运行程序和决策机制的不透明性,主播和用户无法获悉算法运作的实际过程,推送什么内容、向什么人推送往往由算法编辑和决定,使得越来越多人遵循“流量至上,利益至上”的口号,让算法推荐的设计理念逐渐偏离正确导向。抖音等短视频直播平台要不断优化自己的算法设计,秉持算法中性的理念,将传播权力重新让渡到用户本身,平衡流量资源分配,通过后台智能筛查,减少低俗内容的推荐权重,对直播环境实时监测,发现有违规内容播出时及时予以切断,抵制商业炒作行为,促进优质内容的传播,构建健康、和谐的平台生态。

5.3. 用户培养正确的价值观念和判断力

主播受到流量红利和“眼球经济”的影响,会采取夸张的身体展演、无意义的歌词重复、奇葩的唱跳形式等吸引用户的关注,以获取经济利益。“当受众习惯于观看短视频时快速接收信息,不愿耗费精力去思考深层次问题,仅停留于浅层化的认知时,很容易形成思维惰性,容易模糊受众独立思考的能力。”(邓若伊,余梦珑,2018)因此,短视频直播平台的用户应积极提升自己的判断力和独立思考的能力,善于甄别蹭流量、夸张化的身体叙事等营销手段,主动过滤劣质的符号信息,更多关注原创、有深度的直播。

当下,消费者对“情绪价值”的需求变得更加迫切和强烈,情绪成为了推动消费者产生购买行为的重要因素,很多时候,消费者并不考虑产品的现实使用价值,只是因为开心而买单。同样地,粉丝在直播间刷礼物的行为也是一种超越实体性礼物的交换方式,粉丝通过送礼物能够获得精神认同和社交体验,而主播对粉丝的互动性回馈则满足了粉丝的情感诉求,实现了情感关系的双向奔赴。为了最大程度地满足自己的情感需求,许多粉丝展开了“无止尽”的刷礼物行为,意图通过刷礼物实现自己的价值,脱离了现实中被秩序与规则控制、道德与文明要求的角色,是不可取的。在观看直播的过程中,粉丝在寻求情感慰藉的同时,也要保持理性思考,充分考虑自己的现实经济状况、身份、工作等,合理地进行刷礼物,避免过度沉陷于这种虚拟的情感关系,而忽视了对现实关系的维护。

6. 结语

在注意力经济主导的今天,算法不仅将主播的情感劳动与平台紧密相连,还在一定程度上塑造了主播与观众之间的心理互动模式。然而,不合理的算法推送机制、隐性的平台剥削以及激烈的市场竞争等内部因素,导致主播的情感劳动逐渐偏离了原本的情感交互初衷,转而被商业利益所驱动,走上了心理异化的道路。在抖音等短视频直播平台中,主播情感劳动的心理异化现象日益凸显,具体表现为自我商

品化的身体叙事引发的自我价值感降低、一对多的情感话语泛滥导致的情感疲惫以及商业化的直播 PK 手段造成的焦虑和压力等。这些现象不仅削弱了大众的审美和思考能力，还严重影响了主播和观众的心理健康。为了破解这一心理异化难题，营造积极向上的直播氛围，主播、平台和观众需要携手努力。主播应从内容生产和账号运营两方面着手，深入挖掘优质内容，提升账号的整体运营水平，同时注重个人形象的塑造和心理状态的调整，避免前后台形象的割裂和心理失衡。平台方面，则应改进算法推送机制，优化资源分配逻辑，降低对低质内容的推荐力度，并加强版权保护和违规警示工作，为主播和观众提供一个更加健康、安全的直播环境。对于观众而言，他们需要提升自身的判断力，树立正确的价值观和金钱观，提高审美能力，在直播中保持理性互动，避免被情绪营销所左右，同时也要关注自己的心理健康，避免过度沉迷直播导致的心理问题。

参考文献

- 邓若伊, 余梦琰(2018). 短视频发展的问题、对策与方向. *西南民族大学学报(人文社科版)*, 39(8), 129-134.
- 董晨宇, 叶蓁(2021). 做主播: 一项关系劳动的数码民族志. *国际新闻界*, 43(12), 6-28.
- 欧文·戈夫曼(2008). *日常生活中的自我呈现*(冯钢 译). 北京大学出版社.
- 彭婧, 伍麟(2022). 社交表演: 青年游戏男主播的情感劳动与性别操演. *当代青年研究*, (4), 25-35.
- 邵培仁(2007). *传播学(修订版)*. 高等教育出版社.
- 唐永, 张明(2017). 大数据技术对社会心理的异化渗透与重构. *理论月刊*, (10), 44-49.
- 姚晓红, 叶小云(2004). 护理人员的无形劳动及其价值. *浙江预防医学*, (9), 70-71.
- 张凌寒(2019). 算法权力的兴起、异化及法律规制. *法商研究*, 36(4), 63-75.
- 张明豪(2024). 乡村的回归: “东北雨姐”短视频的叙事分析. *新闻前哨*, (16), 11-13.
- 郑亮(2021). 新媒体时代短视频内容生产的特点、趋势与困境. *中国编辑*, (3), 81-85.
- 中国互联网络信息中心(2024). 第54次《中国互联网络发展状况统计报告》.
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age*. Polity Press.
- Franklin, C. S. (1996). Gender and Emotional Labor in the Contemporary Law Firm: A Review of Gender Trials by Jennifer L. Pierce. *UCLA Women's Law Journal*, 7, 131-168. <https://doi.org/10.5070/1371017669>
- Hochschild. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. BUniversity of California Press.