

符号、媒介、利益：商业直播平台控制强度与关键劳动者主体性变迁研究

苏 琴

北京印刷学院新闻传播学院，北京

收稿日期：2025年3月20日；录用日期：2025年4月16日；发布日期：2025年4月24日

摘 要

商业直播已成为新兴的数字劳动形式，其背后的控制策略与劳动者的主体性构建成为亟待解析的重要议题。研究借助马歇尔生产四要素，采用网络民族志、半结构化访谈等质性研究方法，选取多家具有代表性的商业直播平台及其关键劳动者作为研究对象。通过对直播平台的内容生产、传播机制、管理策略及劳动者的工作体验、身份认同、权益保障等方面的考察，研究揭示了直播平台如何通过技术手段、媒介管理及利益分配实施控制，进而影响劳动者的主体性构建。

关键词

关键劳动者，商业直播平台，主体性，马歇尔生产四要素

Symbols, Media, and Interests: A Study of the Intensity of Control and the Change of Subjectivity of Key Laborers in Commercial Live Streaming Platforms

Qin Su

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Mar. 20th, 2025; accepted: Apr. 16th, 2025; published: Apr. 24th, 2025

Abstract

Commercial live streaming has become an emerging form of digital labor, and the control strategies behind it and the construction of workers' subjectivity have become important issues that need to

文章引用：苏琴. 符号、媒介、利益：商业直播平台控制强度与关键劳动者主体性变迁研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(4): 688-695. DOI: 10.12677/jc.2025.134101

be resolved. With the help of Marshall's four factors of production, the study adopts qualitative research methods such as cyber ethnography and semi-structured interviews, and selects a number of representative commercial live streaming platforms and their key laborers as research subjects. By examining the content production, dissemination mechanism, management strategy of live broadcasting platforms, and the work experience, identity, and rights and interests of workers, the study reveals how live broadcasting platforms exercise control through technical means, media management, and distribution of benefits, which in turn affects the construction of workers' subjectivity.

Keywords

Key Workers, Business Live Streaming Platform, Subjectivity, Marshall's Four Elements of Production

Copyright © 2025 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

当前,直播已成为一种重要的信息传播和娱乐消费方式,成为经济领域中一股新兴的力量。直播行业以其独特的传播方式和强大的互动性,迅速吸引了大量用户,创造了巨大的商业价值。直播市场规模持续增长,直播带货等商业模式更是成为推动消费升级和经济增长的重要引擎。2024年直播电商交易规模达到49,168亿元,同比增长40.48% [1]。商业直播平台作为一种新型的经济组织形式,通过整合资源、搭建媒介渠道,构建起一个虚拟的商业生态系统。在这个系统中,主播等关键劳动角色借助平台提供的技术和资源,进行内容创作和传播,以获取经济收益和社会认可。然而,平台与劳动者之间并非简单的合作关系,平台在追求商业利益最大化的过程中,往往通过一系列控制手段对劳动者进行管理和约束。这种控制不仅涉及劳动过程的组织和监督,还深入到劳动者的身份认同、价值观念和行为模式等层面。

基于马歇尔生产四要素对商业直播平台控制强度及其关键劳动者的主体性展开研究,有助于丰富和拓展马歇尔生产四要素理论在新经济领域的应用,延展平台经济下劳动研究的理论体系,深入理解劳动与资本、组织之间的关系在数字时代的新变化,为理解新就业形态提供新视角,同时也能够为平台经济健康发展提供参考,为劳动者权益保障提供依据。本研究借助网络民族志和深度访谈等研究方法,将直播平台作为考察中心,分析其如何通过符号操纵、媒介技术架构及利益分配机制,实现对关键劳动者行为的强控制或弱引导,并进一步探讨这些控制策略如何促进或阻碍劳动者主体性的构建与表达。研究通过细致剖析这一复杂互动过程,旨在深入探讨商业直播平台作为新兴媒介环境下资本运作的典型场域平台控制策略与关键劳动者主体性之间的互动关系,深入理解其在平台控制下主体性构建的过程和特点,剖析劳动与资本、组织之间的关系在直播平台情境中的演变,阐明其对劳动者主体性变迁的影响机制,为构建和谐稳定的劳动关系提供理论支持。

2. 概念与研究对象界定

核心概念的明确与研究对象的界定构成理论探讨与实践分析的基础。

2.1. 马歇尔生产四要素

马歇尔将生产的基本要素从萨伊的三要素(劳动、资本、土地)扩展为四要素,即劳动、资本、土地和组织(企业家才能) [2]。这一理论不仅在经济分析中占据重要地位,也为理解现代商业直播平台中劳动者

主体性构建及其控制策略提供了有力工具。劳动在马歇尔的理论中指的是人类拥有的体力和脑力劳动的总和。在直播平台上,劳动主要表现为主播的直播活动,包括内容创作、互动、表演等。主播的劳动不仅具有直接的经济价值,还通过情感互动和符号消费的方式与观众建立联系,形成独特的价值链条。资本是指人类所生产出来的且用于生产其他产品所需的一切工具、机器设备、厂房等的总称。在商业直播平台上,资本主要表现为平台的资金投入、技术设施、运营管理等。平台通过资本投入,构建和维护直播生态系统,为主播提供技术支持、流量分配、收益分配等关键资源。组织在马歇尔的理论中是指企业家组织生产、经营管理、努力创新和承担风险的能力总和。在商业直播平台上,组织主要表现为平台的运营管理、内容审核、市场推广等职能。

2.2. 商业直播平台

商业直播平台,是指基于互联网技术与移动通信设备,专为内容创作者(主播)与观众提供实时互动、内容分享及商品交易服务的在线平台。商业直播是在互联网背景下发展起来的新型产业,在2016年之后凭借其碎片化、娱乐化、便捷化等特点,逐步占据用户大量空闲时间。商业直播类型多样,涵盖娱乐、生活、知识等多个领域,通过广告植入、打赏机制、直播带货等多种盈利模式实现了资本的快速积累与流转。商业直播平台通过其强大的算法推荐系统、用户数据分析能力及内容审核机制,有效连接了内容生产者、消费者及广告主,形成了一个高度动态且复杂的数字劳动市场。本研究,商业直播平台不仅是技术创新的产物,更是资本与劳动关系演变的新场域,笔者格外关注商业直播平台下资本对劳动过程的塑造、组织边界的模糊化等方面。

商业直播平台作为互联网经济的重要组成部分,近年来迅速崛起,成为推动经济增长的新动力。戴颖洁,吕梓剑(2022)研究发现,平台通过制定详细的直播规范和内容要求,对劳动者的直播行为进行约束和限制。此外,平台还通过培养和管理主播团队,提高直播的专业性和多样性,以吸引更多的观众和消费者。在商业直播平台上,资本通过算法和数字信息技术对劳动者进行更加隐秘的控制[3]。杨善奇,刘岩(2024)认为,平台通过设定特定的绩效指标和激励机制,将劳动者的劳动过程量化和标准化,从而实现了对劳动者的有效管理。这种控制模式不仅提高了生产效率,还通过创造一种虚假的满足感和想象的自由,掩盖了剩余价值的剥削本质。在直播平台的控制下,劳动者的主体性呈现出弱化趋势。品牌带货主播在直播过程中,往往被要求服从团队命令,只售卖品牌产品,失去了对直播内容的自主选择权。这种高度的规范化和标准化,使得劳动者的能动性、自主性和创造性全方位下降。然而,主播们会通过摸鱼坐班、虚假打卡、自主跳槽等方式,对平台的剥削和压榨作出抵抗。这种反抗不仅体现了劳动者的能动性和主体性,还为其主体性的回归提供了可能[4]。

2.3. 关键劳动者

本研究中,“关键劳动者”特指商业直播平台上的主播群体。主播作为直播内容的创造者与传播者,是直播平台价值链条中的核心环节,直接参与直播内容的生产、表演及互动,对吸引用户流量、促进用户消费、维持平台活跃度具有不可替代的作用。他们不仅是数字劳动的具体执行者,也是平台经济中新兴职业群体的典型代表,其劳动形态、工作条件、职业路径及权益保障等问题,成为探讨数字时代劳动关系、资本逻辑与个体主体性变迁的重要窗口。

本文中的关键劳动者是指在商业直播平台进行直播劳动的主播群体。在国内学术界,关于商业主播与商业直播平台的研究广泛涉猎了职业发展路径、主播管理机制以及数字劳动等新兴议题。其中,职业发展研究尤为注重提出促进主播行业健康发展的有效策略与实践路径,这些研究往往通过分析主播的话语构建与角色定位来得以实现[5]。在主播管理与治理层面,该领域的研究构成了职业发展稳固后盾的重

要支撑,特别是随着近年来商业带货直播的蓬勃兴起,其重要性愈发凸显。当前,主播商品化现象,基于受众商品理论,已成为研究热点,涵盖了情感劳动、平台生态、粉丝经济、虚拟礼物经济等多个精细分野。胡鹏辉与余富强(2019)通过参与式观察法,对直播秀场主播的非物质劳动进行了深入分析,揭示出网络直播经济作为互联网驱动下的数字经济形态,主播作为网红经济的先锋力量,其情感劳动本质上是一种服务于数字资本主义的新型数字劳动形式[6]。在数字劳动的理论引进与本土化探索方面,姚建华等人(2021)在媒介产业与受众研究总结到,传统劳动研究往往忽视了人类协作与沟通在劳动过程中的意义及价值,而传播政治经济学则开创性地将传播活动与劳动过程相结合,系统性地分析了信息与通信技术、数字技术飞速发展对劳动形态产生的独特影响,进而开拓了数字劳动这一前沿学术领域[7]。这一观点不仅丰富了数字劳动的理论框架,也为理解商业主播这一新兴劳动群体的劳动特性与价值提供了新的视角。

2.4. 主体性

主体性是指人在实践过程中表现出来的能力、作用、个人看法以及地位,即人的自主、主动、能动、自由、有目的地活动的地位和特性。马克思认为劳动过程是体现劳动者主体性和主体意识的过程,并且劳动过程中的劳动者主体性对于劳动要素的有效组合和劳动效应的发挥是非常重要的,想要充分发挥劳动者在劳动过程中的积极性,就要激发劳动者的主观能动性和高效的价值创造性[8]。在本文的研究中,主体性特指商业直播平台上的关键劳动者在实践过程中表现出来的自主、主动、能动性和创造性。这些劳动者在直播平台的控制策略下,如何构建和展现自己的主体性,成为关注重点。研究将探讨直播平台如何通过控制劳动过程、资本分配和组织结构来影响劳动者的主体性构建,以及劳动者如何在这些控制策略下寻求自主性和创造性的空间。

3. 研究设计与结果

本研究综合运用了网络民族志与深度访谈两种研究方法。网络民族志方法使笔者能够潜入直播平台的社会文化语境中,观察并分析主播群体的日常实践、互动模式及符号生产过程,从而把握直播平台控制策略的微观运作机制。同时,通过深度访谈,笔者直接触及主播个体的内心世界、职业经历与主体性体验,获取了关于直播平台管理策略如何影响主播自我认知、职业发展与权力关系的第一手资料。

3.1. 网络民族志

作为一种适用于互联网情境下的定性研究方法,网络民族志(Net Ethnography)结合了传统民族志的研究视角和数字化时代的特性,旨在揭示网络空间中的社会现象、文化模式和行为习惯。本研究选择抖音电商、淘宝、京东这三大具有代表性的商业直播平台作为研究对象,这些平台具备较高的用户基数、多样的主播类型和明确的盈利模式。笔者经过长达3个月的田野观察,深入直播平台,以普通用户通过记录直播内容、用户评论、弹幕互动等数据,分析平台控制策略对劳动者主体性构建的影响,了解主播与观众之间的互动模式、情感表达和信息传递方式。通过对收集到的直播内容、用户评论、弹幕互动等数据进行内容分析,提取关键符号和媒介使用特征,分析平台控制策略对劳动者主体性构建的具体影响。此外,笔者收集和分析直播平台的相关政策文件、用户协议、主播招募信息、收入分成规则等文献资料,了解平台对劳动者的管理和控制方式。

研究发现,商业直播平台通过一系列控制策略,影响主播的劳动过程和主体性构建。平台通过收益分配、资源倾斜等方式,影响主播的收入来源和职业发展。主播往往需要迎合平台规则 and 用户喜好,以获得更多资源和收益。同时,平台通过设定严格的直播规范、内容审核机制等,对主播的直播内容进行监管。主播需要遵守平台规则,否则将面临处罚或封禁。在平台控制策略的影响下,主播的主体性构建

呈现出以下特点：其一，身份认同方面：主播在直播过程中逐渐形成了自己的身份认同，这种认同既受到平台规则 and 用户反馈的影响，也反映了主播个人的价值观和职业追求。然而，平台控制策略限制了主播的身份多样性，使其更倾向于符合平台期望的形象。其二，劳动体验方面：主播在直播过程中体验到了劳动的自由与束缚并存。一方面，他们可以根据自己的兴趣和特长进行创作和表演；另一方面，他们需要遵守平台规则，迎合用户喜好，这在一定程度上限制了他们的创造性和自主性。其三，利益分配方面：平台控制策略影响了主播的利益分配。主播的收入主要来源于用户打赏和平台分成，而平台通过设定收益分配规则和资源倾斜策略，对主播的收入进行调控。这导致主播在利益分配上处于相对弱势地位。

3.2. 半结构化访谈

仅通过网络民族志无法深度观察商业直播平台和主播群体，笔者依照就近和饱和原则，选择具有代表性、不同粉丝量级、不同直播内容类型的 10 位主播进行访谈，访谈问题涉及个人背景与职业经历、直播工作内容与体验、与平台的合作模式及关系、个人主体性感受、收入与权益等方面(如表 1)。深访旨在揭示直播平台控制策略，了解直播平台如何通过符号操作、媒介规则设定及利益分配机制实现对主播的控制；探索主播主体性构建，分析主播在平台控制下如何形成、维持或改变其职业身份、工作自主性及自我表达；理解劳动与资本、组织的关系，探讨主播作为劳动力，与直播平台(资本)及其管理机构(组织)之间的权力动态与利益博弈。

Table 1. Interview respondent information sheet
表 1. 访谈对象信息表

序号	编号	性别	年龄	类别	访谈时长
1	OP01	女	28	美妆	40 min
2	OP02	男	32	游戏	45 min
3	OP03	女	25	全品类	60 min
4	OP04	女	35	美食	40 min
5	OP05	男	29	美妆	50 min
6	OP06	女	30	美食	50 min
7	OP07	女	25	服饰	60 min
8	OP08	男	22	美妆	60 min
9	OP09	女	20	美妆	45 min
10	OP10	女	28	教育	35 min

访谈发现，直播平台通过设定复杂的收入分成机制，如礼物打赏、广告分成、商品推广等，以及严格的提现规则，对主播的收入进行高度控制。受访者普遍反映，尽管直播平台的流量和曝光为其提供了变现机会，但平台的抽成比例高、提现周期长以及收入不稳定性，极大地限制了主播的经济自主性。同时，直播平台通过严格的内容审核、直播时段安排、互动规范等组织管理制度，对主播的直播内容和行为实施全面监控。这种高强度的组织控制在一定程度上限制了主播的创意表达，还可能导致主播在直播过程中产生自我审查的倾向，从而削弱其主体性。还有受访者提到，主播与直播平台之间的劳动关系模糊，缺乏明确的合同保障和职业发展路径。因此尽管投入大量时间和精力在直播上，但主播们难以获得平台的长期支持和职业发展机会，导致其对未来充满不确定性。面对平台的控制策略，主播并非完全被

动。一些主播通过组建社群、跨平台直播、发展线下活动等方式，拓展自己的影响力，试图在平台之外构建自己的品牌。

4. 研究发现

主播在平台资本和组织管理的双重控制下，面临着经济自主性受限、创意表达受限以及职业发展不确定性等挑战。然而，主播并非完全被动，他们通过策略性应对，努力在平台之外寻找发展空间，试图重构自己的主体性。由此可以看出，商业直播平台与其关键劳动者的主体性之间其实存在着动态变迁关系(如图 1、图 2)。

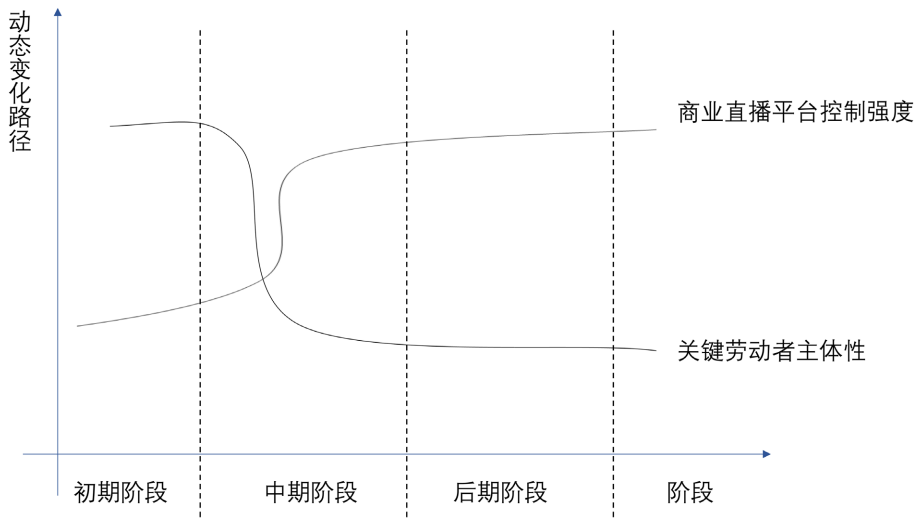


Figure 1. The dynamic transformation process of the subjectivity of key laborers in commercial live-streaming platforms
图 1. 商业直播平台与其关键劳动者的主体性的动态变迁过程

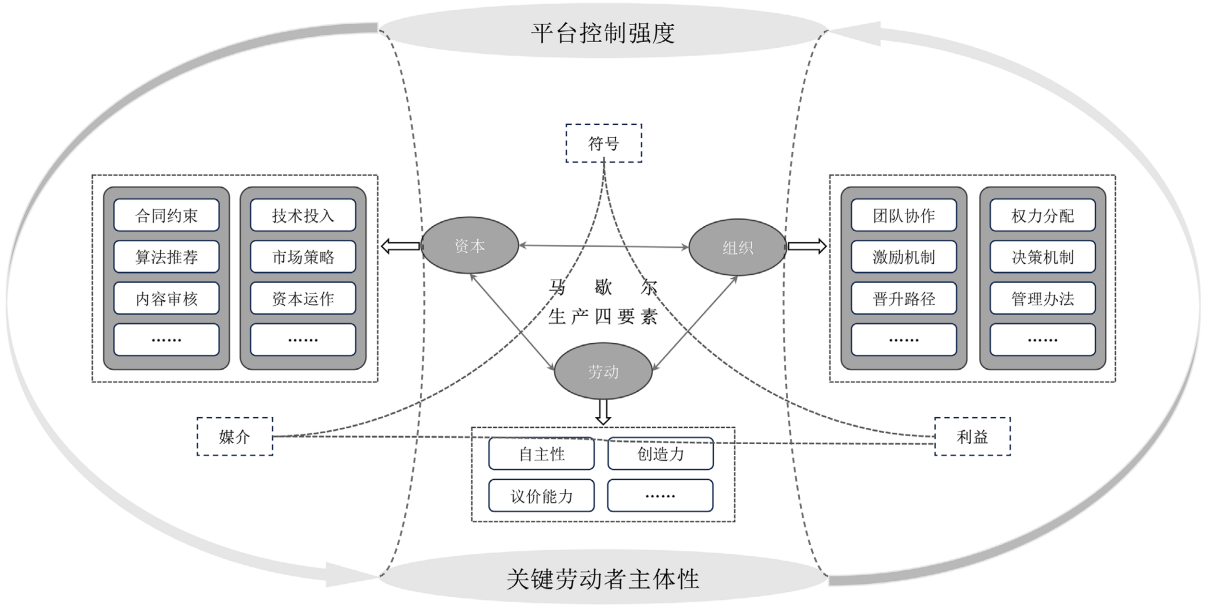


Figure 2. The dynamic transformation model of the subjectivity of key laborers in commercial live broadcasting platforms
图 2. 商业直播平台与其关键劳动者的主体性的动态变迁模型

4.1. 符号控制：平台文化符号对关键劳动者的认同塑造

符号在平台文化构建中扮演着至关重要的角色。符号不仅是认知的手段和工具，更是人的本质的一部分，这主要体现在符号最原始的根源——劳动之中。主播作为直播平台的关键劳动者，他们的行为和形象在很大程度上受到平台文化符号的引导和塑造。平台通过一系列如品牌标识、价值观、社区规范等文化符号的生成和传播，形成了独特的平台文化。这些符号作为精神的造型，深刻影响着主播的认同构建。借助符号，商业直播平台塑造着关键劳动者的价值认同、角色认同、规范认同，由此达到情感认同。这种认同塑造使主播在行为上与平台保持一致，更在心理上形成了对平台的强烈归属感。

4.2. 媒介控制：技术赋权与规训对关键劳动者的监控管理

技术赋权改变了劳动者的生产方式。直播平台通过提供先进的技术工具，使主播能够更好地与观众互动，提升直播内容的吸引力和商业价值。这种技术赋权提高了主播的工作效率，也赋予了他们更多的自主权和创新空间，从而在一定程度上增强了劳动者的主体性。然而，技术赋权的同时，规训与监控管理也随之加强。平台通过复杂的算法和数据分析系统，对主播的直播内容、观众互动及商业行为进行全面监控。平台可以实时分析主播的直播数据，包括观众留存率、弹幕活跃度及消费情况，从而精确评估主播的工作表现和商业价值。在这种技术规训下，主播的劳动过程被高度规范化，他们的行为必须符合平台的商业利益和社会规范。平台通过制定严格的直播内容规定和惩罚机制，对主播进行管理和控制。主播不仅要保持高质量的直播内容，还要避免任何可能引发争议或损害平台形象的行为。此外，平台通过观众反馈机制进一步加强监控。此种情形下，主播如同在“全景监狱”中被监视，陷入“异化劳动”的困境，劳动成为了一种外在的强制活动，而非内在的自由创造，主体性受到限制。

4.3. 利益控制：收益分配与激励对关键劳动者的资本驱动

直播平台对关键劳动者的控制强度在很大程度上是通过经济激励和收益分配机制来实现的。一方面，平台通过提供高额的佣金、奖金和广告分成等经济激励手段，吸引并留住优秀的关键劳动者。另一方面，收益分配机制也是直播平台控制关键劳动者的重要手段。平台通过设定不同的分成比例、奖励规则和考核机制，对劳动者的收益进行调控。这种经济激励和收益分配机制对关键劳动者的主体性构建产生了复杂影响：经济激励可以激发劳动者的积极性和创造力，使他们更加主动地投入到工作中，从而在一定程度上增强了他们的主体性；收益分配机制中的不平等和不确定性也可能导致劳动者的主体性受到削弱。

5. 结语

直播平台是技术和符号的交汇点，更是资本与劳动复杂纠葛的舞台。平台技术符号的精密操控，犹如无形的枷锁，将主播的劳动过程深度嵌入了高度标准化与商业化的框架之中，其劳动成果在追求流量与效益的过程中被不断量化与商品化。当我们从马歇尔生产四要素理论的视角审视这一场景时，劳动与资本之间的紧张关系愈发凸显。在直播平台这一特定场域中，资本的强势地位与逐利本性，使得主播作为关键劳动者的主体性面临着前所未有的挑战。资本对于利益的最大化追求，往往以牺牲主播的个性化表达与创造性劳动为代价，加剧了双方之间的利益冲突与权力失衡。而在直播平台内部严密的组织体系下，主播们不仅需要遵循平台制定的种种规则与标准，还需在激烈的市场竞争中不断迎合观众的口味与偏好，以期在资本的游戏中获得一席之地。

我们有必要重新审视直播平台与主播之间的关系，探索更加合理和公平的劳动关系模式，以期劳动者达到“拟本真性”状态，实现劳动与资本和谐共生，促进直播行业的健康发展和主播主体性的充分实现。

参考文献

- [1] 前瞻产业研究院. 预见 2024: 2024 年中国网络直播行业市场规模、竞争格局及发展前景分析未来市场规模或超 2300 亿元[EB/OL]. <https://bg.qianzhan.com/trends/detail/506/240911-d891c342.html>, 2024-09-11, 2024-10-25.
- [2] [英]马歇尔. 经济学原理[M]. 朱志泰, 陈良璧, 译. 北京: 商务印书馆, 1964.
- [3] 戴颖洁, 吕梓剑. 数字劳工的主体性及其发展走向——基于品牌带货主播异化劳动的研究[J]. 新闻与传播评论, 2022, 75(5): 72-85.
- [4] 杨善奇, 刘岩. 从无序到有序: 平台垄断资本扩张及其治理的政治经济学分析[J]. 经济发展研究, 2024(1): 13-23.
- [5] 王斌. 自我与职业的双重生产: 基于网络主播的数字化表演劳动实践[J]. 中国青年研究, 2020(5): 61-68.
- [6] 胡鹏辉, 余富强. 网络主播与情感劳动: 一项探索性研究[J]. 新闻与传播研究, 2019, 26(2): 38-61+126.
- [7] 姚建华, 徐偲骥. 传播政治经济学视域下的数字劳动研究[J]. 新闻与写作, 2021(2): 5-13.
- [8] 罗建文. 论劳动过程中的劳动者主体性及其激活[J]. 上海师范大学学报(哲学社会科学版), 2021, 50(4): 37-46.