

研究論文

作為實踐的「開麥」：數字媒體生態下的聲音可見性體制及其文化秩序

王茜^a

^a深圳大學傳播學院，深圳市，中國大陸

摘要

可見性的聲音之維何以可能？現有可見性研究存在明顯的視覺偏重，鑒於數字媒體生態的複雜結構與媒介感官的極大豐富，本研究嘗試超越視覺實踐的核心範疇，將「聲音」實踐作為考察可見性的一種創新視角。結合聲景和社會可見性理論，本研究將遊戲語音視為可供人們編輯自身可見性及其可見關係的微型意義裝置，採用深度訪談和參與式觀察的質性方法，探究「開麥」實踐的可見性意義以及「聲音可見性」的理論可能。研究發現，玩家的開麥實踐依循著審美化和關係管理的邏輯，在權力演繹的過程中表現為一種動態的「策略性可見」，玩家一邊通過「策略性可見」維持自我、關係和權力意義上的平衡，一邊卻也在對語音裝置的遙控中感受到某種失控和缺失。基於此，本文從「自

王茜，深圳大學傳播學院碩士研究生。研究興趣：文化研究、數字媒體文化、數字新聞。電郵：wangxxig@163.com

論文投稿日期：2024年10月24日。論文接受日期：2025年4月23日。

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

我—關係—權力」三個維度提出一個可供理解和分析聲音可見性的理論框架，並進一步發展出「聲音可見性體制」的概念，以突破承認—控制、可見—不可見的二元闡釋框架，主張聲音是在人與社會技術綜合體互動所構成的可見性體制中得以可見的。可見性研究應回歸具體的技術環境和實踐情境，關係性、生態性地把握可見性的意義和權力問題。

關鍵詞：可見性、聲音、語音交流、數字媒體生態

Research Article

“Unmute” as Practice: The Regime of Acoustic Visibility and Its Cultural Order within Digital Media Ecology

Xi WANG^a

^a School of Media and Communication, Shenzhen University, Shenzhen, Mainland China

Abstract

Existing studies of visibility exhibit a natural visual bias. Given the complex structure of the global digital media ecosystem and the rich diversity of human senses it cultivates, the present study seeks to move beyond the conventional focus on visual practices in visibility studies by theorizing sound as a novel medium of being “visible.” By integrating theories of soundscape and social visibility and employing qualitative methods such as in-depth interviews and participatory observations, this article takes the “unmute” figuration in online games as a micro-device, discovers how it enables players to curate their visibility and pursue personal goals, interprets the meaning of visibility ingrained in the practice of unmuting in gaming, and explores the theoretical potential of an “acoustic visibility” that is becoming empirically commonplace in the digital media ecosystem. The study finds that online game players use voice chat as a means of aestheticization and relationship

Xi WANG (Master Student). School of Media and Communication, Shenzhen University. Research interests: cultural studies, digital media culture, digital journalism. Email: wangxxig@163.com

Article History: Received on 24 October 2024. Accepted on 23 April 2025.

Communication and Society, 75 (2026)

management, which manifests a dynamic practice of strategic visibility in their intentional power performance and allows them to maintain a balance among different social forces. However, even while achieving that balance, online game players are also subjected to senses of unease and a loss of control. Based on the theorization described above, this article proposes a three-dimensional analytical framework for understanding acoustic visibility that centers on the interactions between self, relationships, and power. It further develops the concept of “regimes of acoustic visibility” as a way to transcend the binary oppositions of recognition versus control and visible versus invisible in traditional visibility studies and calls for constant returns to specific technological and practical contexts to achieve an “ecological” understanding of the power of visibility.

Keywords: visibility, sound, voice chat, digital media ecology

引言

在數字媒體時代，語音交流彌補了時空相隔、身體不在場的遺憾而成為不可或缺的日常互動形式。不論是社交平台的語音聊天、語音交友，還是線上歌房以及各類語音直播服務，多樣化的聲音場景都表明語音類技術裝置正在逐步實現基礎設施化。遊戲也作為一種語音實踐的基礎性場景存在於數字媒體生態中。在高水準、快節奏且需要緊密協作的團隊遊戲中，語音具備文字、表情等單一符號無可比擬的即時性、臨場感以及情感功能 (Wadley et al., 2015)，遊戲語音不僅滿足了娛樂競技和團隊合作的需求 (Kosciesza, 2025)，也促進玩家的社會交往。在社交網絡複雜、富含內部張力的遊戲亞生態下，顯然不能將玩家的語音實踐僅視為一種旨在提升快感的技術使用行為，而應深入語音實踐發生的具體社會文化語境，探究表象背後的意義生成過程和互動本質。隨著數字媒體與日常生活深度互嵌，人與人之間的關係逐漸由傳統社會中具身交往的遠近問題轉變為數字交往的可見程度問題 (姜紅、龍曉旭，2022)。由此，語音功能也可以被視為遊戲平台向玩家提供的「可見性」基礎設施。在充斥著視覺表徵、虛擬化身的遊戲世界，玩家借由「開麥」流露聲音以呈現真實的身份線索，遊戲語音也成為可供玩家編輯自身可見性以及相互可見關係的技術配置。

可見性是一種源於視覺中心主義傳統的理論話語，現有研究對可見性的理解和詮釋也並未超越視覺實踐這一核心範疇。鑒於數字媒體生態的複雜結構與數字化媒介感官的極大豐富，對可見性的探索需要針對具體實踐情境進行研究細化 (高藝等，2022)。數字媒體生態的感官融合和聯覺效應已經讓視聽界限變得模糊，聽覺因此得以成為考察可見性的一個認識視角和感官線索；對可見性的思考也不應局限於視覺批判的主題，在「誰能聽見、誰被聽見、誰能開麥」的聲音互動中同樣存在潛在的權力關係和結構衝突。本研究將以王者榮耀遊戲中語音開麥為個案，基於可見性的理論視角，從原有的「看與被看」的視覺可見轉向對聲音可見的考察，集中探究玩家語音實踐中複雜可見性的生成、變化和矛盾，並進一步思考可見性的聲音之維何以可能，數字媒體生態中的聲音是如何可見的。

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

文獻回顧

超越可見性的視覺傳統

在社會科學研究範疇，可見性處於美學（感知）和政治（權力）兩個領域的交叉點（Brighenti, 2007）。但可見性概念的緣起卻是人文性的，其對認知與感官的討論基本都是以視覺為對象或者以視覺式思維展開（王婧，2023）。可見本身作為一種視覺隱喻，最早可追溯至古希臘時期的視覺中心主義傳統，即「視對象的在場與清楚呈現或者說對象的可見性作為唯一可靠的參照」（吳瓊，2006：87）。亞里士多德在《形而上學》（*Metaphysics*）的開篇論及了視覺的重要性，他認為視覺是最能使我們識知事物並揭示區別的一種感知（Aristotle, 1999, p. 15）。啟蒙運動後，歐洲自然科學的發展使得觀察、測量、實驗等視覺中心主義的實證方法開始被普遍使用，笛卡爾透視主義與科學主義相結合，理性精神體現為可視化的數學圖示（吳志遠，2022）。

對「可見」的重視長期居於西方哲學視覺中心主義傳統的核心，知識界因而「建立起可見與不可見的二元結構，並以類推的方式將這一二元體系運用於社會和文化實踐領域使其建制化」（吳瓊，2006：87）。此後有關可見性的絕大多數理論探討也均帶有鮮明的視覺隱喻色彩。例如，米歇爾·福柯（Michel Foucault）認為技術製造了可見的秩序，技術與權力的結合讓個體處在「權力的眼睛」的監視下（福柯，2019：230）；蓋歐格·齊美爾（Georg Simmel）提出眼睛與眼睛直接對視的互惠可見性是最基本的人際互動類型（Simmel, 1969, pp. 358–359）；漢娜·阿倫特（Hannah Arendt）則將互相「看見」視為公共領域內「自由言說」的首要前提（Arendt, 1958, p. 50）。對可見性的本體論探討也未能跳脫視覺範疇，法國結構主義和現象學思考人對看見的感知如何被建構，從「誰看見和誰被看見」轉向「我如何看見了所見之物」的問題（胡翼青、王沐之，2022）。

在以上脈絡中，福柯、齊美爾、阿倫特等人所討論的可見是基於同一時空環境下面對面的視覺在場，體現著對視覺中心主義哲學傳統的某種延續。但隨著媒介環境的變化，技術革新逐漸使交流活動突破時空限制，從而放大了「去空間化」可見性的重要意義（Thompson, 2005）。如此

一來，對「可見」意義的闡釋遂漸不再局限於古典的視覺認知框架，而開始在具體的媒介情境中，關注由媒介屬性、社會和技術因素所影響和型構的「媒介（中介）化可見性」（mediated visibility）（Thompson, 2005）。因此，可見性雖是一套基於視覺傳統的理論話語但並不限於單一感官的偏狹。本文對「聲音」的關注正是對可見性研究中視覺偏向所導致感官遮蔽的有益反思。從認知科學的視角出發，「聲音的可見性」是一種聯覺隱喻，聲音可以通過技術轉換或者引起身體反應、情感共鳴、空間感知等方式讓自身變得可見，這種可見性不同於直接性的視覺體驗，而是通過跨模態轉換和感官耦合所形成的聯覺式感知（Haverkamp, 2009; Parret, 1994; Suslick, 2012）。換言之，人類感官的交互機制使得可見性不局限於視覺，而是擴展至整個感官系統。在此意義上，可見性研究應當從傳統的「視覺可見性」轉向一種「聯覺式可見性」的認知範式，從而在感官交互的過程中探索可見性的多維意涵。

可見性究竟是甚麼？

在英語中，可見性（visibility）一詞來自氣象地理學，通常被用以標識自然事物在客觀指標意義上可被觀察的程度，也即視力正常的人在天空背景下看到目標物的視距（visual range）（Watson, 2002）。1985年，一項科學圖表的研究就可見性問題在自然科學和社會科學之間建立了跨學科對話，研究者從社會歷史學的視角提出科學可見性（scientific visibility）的概念，即數據的視覺表徵如何讓自然物變得可觀察和可分析，指出科學數據並不是理性思維與自然秩序相遇後產生的「自然之鏡」，而是依賴複雜儀器和程式規範塑造科學感知的「外部視網膜」（Lynch, 1985）。自此，自然物的數據化、幾何化體現了可見性與視覺媒介的緊密關聯，視覺技術影響著人對外部環境的感知方式，進而有力地塑造著人對客觀世界的理解。質言之，外部世界是經視覺媒介「可見」後方具有了建構性的特徵。因此，我們應當將可見性把握為一個對文化認知進行媒介化生產、組織與建構的過程。可見性的建構在新聞傳播學領域長期受到關注，許多研究探討新聞生產和媒介技術（如攝影

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

機角度、剪輯過程、組織利益等）如何基於視覺化邏輯影響與建構社會現實（Thompson, 2005），比如電視媒介如何將可見性與視覺政治相聯系（Parry, 2015; Thompson, 1995）、短視頻新聞對地方可見性的建構（Liu & Zhang, 2024）等。

此外，可見性概念還包含著價值功能意涵——構建基於特定媒介的傳播可見性（communication visibility）也即意味著對資訊透明性（information transparency）和網絡透明性（networks transparency）的追求，兩者相互關聯共同促進了資訊交流與知識創新（Leonardi, 2014）。在批判理論意義上，可見性也可被視作一種能夠轉化為政治和經濟資本的社會資源（潘忠黨，2003），可見性資源的多寡意味著文化能見度及其表徵的政治經濟地位的高低。這同樣表明社會意義上的可見性是一種承認，不可見意味著社會承認被剝奪（Brighenti, 2007）。由此，弱勢群體和邊緣群體的文化可見性是媒介研究的一個重要議題，其中性別可見性（Duffy & Hund, 2019; Jaynes, 2020）、種族可見性（Song, 2020）、殘障群體可見性（謝卓瀟，2023）的研究尤其具有重要意義。

在無遠弗屆的數字媒體生態下，可見性開始被視為一項基本人權（Dayan, 2013）。網絡和物理空間被概念化為具有政治意義、價值觀和身份認同的爭議場所（Parry, 2015），媒體正以其特有的「展現」（demonstration）功能成為賦予事件、個人、群體、爭端等可見性的重要機構（Dayan, 2013）。丹尼爾·戴揚（Daniel Dayan）將可見性定義為新媒體社會三項公眾權利的總和，即「被看見的權利、以自己的定義被看見的權利、讓他人被看見的權利」（Dayan, 2013, p. 139）。然而，作為一個辯證矛盾的概念，可見性與不可見性是相對的，二者是共生關係（Brighenti, 2007），這也指向了可見性的雙刃劍效應，也即可見性在實現賦權與承認的同時，也有可能導致新的監視和控制結構的形成（Jaynes, 2020; Rega & Medrado, 2023; Uldam, 2018）。簡言之，可見與不可見，賦權與控制並不完全對立，而是相互交織，互相轉化（De Backer, 2019）。

目前，學界對數字媒體和可見性之關係的研究主要包括三個面向：一是從媒介本體論意義上探討技術情境下的可見性困境（謝卓瀟，2023）；二是關注平台賦權可見性的公共性及其意義生產（陸曄、賴楚謠，2020）；三是延續福柯的權力批判路徑，探究可見性背後的權力爭

奪與監視關係(高藝等, 2022)。此外, 也有研究者從微觀的權力視角考察日常生活的可見性實踐, 比如聊天截屏的可見性政治(Jaynes, 2020)、微信運動中行走的量化可見(姜紅、龍曉旭, 2022)等。這些研究為我們理解日常的數字媒體文化實踐提供了有益的啟發。

總體而言, 現有對可見性的討論可置於布里根蒂(Andrea Mubi Brighenti)總結的三種可見性類型中, 包括社會類型(social-type)、媒體類型(media-type)和控制類型(control-type)。社會類型將可見性視為一種獲得社會承認的有利資源; 媒體類型關注語境遷移中媒體呈現可見的方式和過程; 而控制類型將可見性轉化為一種權力機制, 聚焦主客體之間的監視與控制關係(Brighenti, 2007)。基於以上文獻的爬梳, 可以發現已有可見性的理論闡釋和經驗研究大都基於「看」的視覺認識論, 暗含著可見性是對「視覺」作為權力的工具乃至權力本質的揭示(Brighenti, 2007), 對可見性的理解和詮釋也並未超越視覺實踐這一核心範疇。

數字媒體生態中的聲音「可見」和語音交流

在偏重於視覺體驗和感性欲望的「景觀社會」、「圖像時代」, 聲音的重要性一直遭到某種程度的壓抑和漠視。韋爾施(Wolfgang Iser)因此在《重構美學》(*Undoing aesthetics*)中表達出一種從「視覺轉向」走向「聽覺轉向」的呼籲和展望, 嘗試對視覺中心主義的理論傳統進行調整, 期望從聽覺表徵出發來重新規範和定位社會的存在模式(Welsch, 1997, p. 150)。麥克盧漢(Marshall McLuhan)也曾指出對於聽覺性的強調不僅是對視覺霸權的反抗, 同時也是一種脫離視覺主導尋求感知平衡的認識論(McLuhan, 2013, pp. 158–159)。米歇爾(W. J. T. Mitchell, 2005)進一步認為不存在單一感官的媒體, 所有媒體都是多種感官通道和符號功能的混合, 而媒體的特性取決於由不同感官層次相互嵌套和交織所形成的感官比率(sensory ratios), 這一感官比率與實踐、經驗、傳統以及媒介技術緊密相關而處於動態變化之中。可見性研究的視覺偏重在一定程度源於研究者忽視對媒體環境的整體性檢視和對媒介感官的場景化考察。當下數字媒介技術培育的是一種多種感官共通互融

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

的、感性審美的、開放流動的文化樣態（張聰，2017；常江，2023），數字媒體生態的感官特徵和聯覺效應已經讓感官界限變得模糊，在視覺和聽覺之間劃分明確的界限不僅於經驗不符，而且會阻滯理論的發展。

目前，聲音的可見性尚未被視為一個獨立的研究對象或領域，但既有的一些有關聲音形態和語音實踐的研究可以為本文對聲音可見性的理論探索提供經驗資料和觀念啟發。與視覺資訊一樣，聲音可以呈現並建構社會認知，並以此成為身體社會化和身份建構的可見線索。有研究發現，聲調和聲域與社會性別的認知緊密相關（Zimman, 2018），人們因此得以借助語音定制功能來踐行旨在塑造性別身份的聲音策略（Kosciesza, 2025）。此外，聲音也是一種蘊含權力想像的符號資源（劉濤、田茵子，2020），如視覺一樣反映著美學感知與政治權力的關係。法國哲學家朗西埃（Jacques Rancière）曾提出「感性的分配」這一創見，即政治以美學的面貌對感性進行分配，以此區分配置社會系統中感官和感官對象之間的關係和位置——何者被包括，何者被排除，何者可見、可聽、可以被感知，何者不可見或被定義為噪音、何者完全被排除在可感知的範圍外。因此，聲音作為權力隱喻始終存在於社會文化和政治體制中，正如法國學者阿達利（Jacques Attali）（2017：18）所言，任何聲音的編制都是在創造或強化集體，並將一個權力中心與其附屬物相連結。

數字媒體生態中存在豐富的聲音樣態和聲音互動實踐，語音交流則是數字交往的日常互動形式。隨著社交與遊戲的深度融合，遊戲也成為語音實踐的一種基礎性場景。可見性因玩家的聲音實踐而得以可能，在「誰能聽見、誰被聽見、誰能開麥」的語音互動中存在潛在的權力關係和結構衝突，對遊戲語音的探究是從原有的「看與被看」的視覺可見轉向對聲音可見的考察，這也為理解數字媒體的權力議題提供了嶄新的視角。最後，數字媒體生態下的聲音形態和互動往往置於視覺文化邏輯和內容之中（劉濤、田茵子，2020），因此本文對聲音的強調並不是對其他感官的否認和排除，而是在媒介感官的層次化關係中將「聲音」作為探究「可見性」的認識視角和感官線索，進一步思考可見性的聲音之維何以可能，數字媒體生態中的聲音是如何可見的。

研究設計與研究過程

本研究立足可見性視角，採用深度訪談和參與式觀察的質性方法，結合聲景和社會可見性理論對語音實踐展開意義闡釋與分析，進一步探究數字媒體生態中聲音可見性的理論可能。本研究具體探究以下問題：玩家為甚麼以及如何藉由「開麥」編輯「可見」？數字媒體生態中的「聲音」何以成為一種可見性？聲音可見性具有何種意義？以此為現有可見性研究提供實證資料與理論性思考。

個案選擇

本研究選擇以《王者榮耀》為遊戲個案，《王者榮耀》作為全球首個活躍用戶日均「億」量級的多人線上戰術競技（multiplayer online battle arena, MOBA）類遊戲，2022年6月日活用戶突破1億6千萬（楊昕怡，2023），2024年2月蟬聯全球手遊暢銷榜冠軍（覃澈，2024）。它依託於微信、QQ社交帳號進行遊戲登陸，交流元素和好友關係的嵌入使其凸顯出極強的社交屬性，遊戲內部的語音功能——「開麥」——則是玩家展開競技交往的核心互動裝置。與此同時，王者榮耀的遊戲語音集中性地體現了數字聲音媒介及實踐的某些共性：基於數字聲音媒介的技術物質性、開放性、交互性、生成性、混合性等（晏青、何麗敏，2023），在此意義上，「開麥」對於數字聲音實踐的考察具有典型意義。那麼，為甚麼王者榮耀的「開麥」具有獨特的可見性意義？

首先，玩家以虛擬化身進入遊戲世界，其現實身份在遊戲空間中互為「不可見」狀態，此時語音則具有更為顯在的互動意義，玩家聲音的流露便是真實肉身的一次象徵性「顯現」，語音功能成為一個讓玩家由「不可見」變為「可見」的開關。由是，可見性中常被談及的「看」與「被看」的關係表現為「聽」與「被聽」的可見關係，玩家借由語音設置功能來編輯自身「可見」。

其次，經筆者自身的參與觀察，不同玩家有著多樣化的語音實踐，不僅表現為「開麥」與「閉麥」之間的單向選擇。遊戲平台賦予玩家平等的交流權利，玩家借由「開麥」滿足可見性需求。縱然玩家可以自

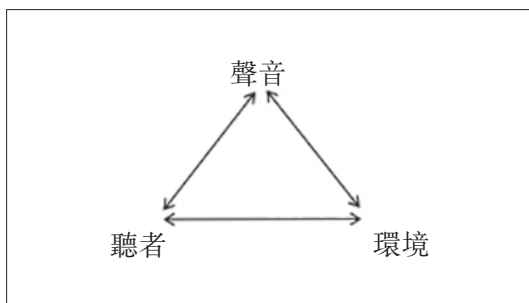
《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

主操作語音開關，但這並不意味著開麥的行動總是基於自我意願的主動選擇。在具體實踐情境中，玩家面對語音互動時會流露出猶豫、迫切、糾結等多種情緒。沉默的玩家並非永遠沉默，活躍的玩家並非永遠活躍，玩家常常陷入一種參與式困境，在「開」與「閉」的選擇和切換之間存在著豐富且複雜的意義空間。

理論框架

本文將結合聽覺文化研究中的聲景理論和Brighenti (2010) 的社會可見性理論對語音實踐展開意義闡釋與分析，進一步探索聲音可見性的理論潛力。首先，為突破視覺性的思維框架，本文汲取聽覺文化研究的理論資源，將語音環境及開麥實踐視為一種由物質技術與文化所形塑的聲景 (soundscape)。聲音景觀既是一種物理環境，也是一種文化建構：在物理層面，聲景不僅包括聲音本身和散發的聲波能量，還有生產和消除聲音的物質技術；在文化層面，聲景則指向科學和審美意義上聽者、聽覺方式與其所在環境的關係，以及構造聲音權力與秩序的社會環境 (Thompson, 2002, p. 1)。本研究將延續特魯克斯 (Barry Truax) (1984, p. xii) 提出的聲景研究的交往路徑，將聲音、聽者和環境理解為一個相互關聯的關係體系（見圖一），並關注以技術為基礎的聲音如何創造了新的交往模式和關係環境 (Truax, 1984, p. 11)。

圖一 聲音交往模型

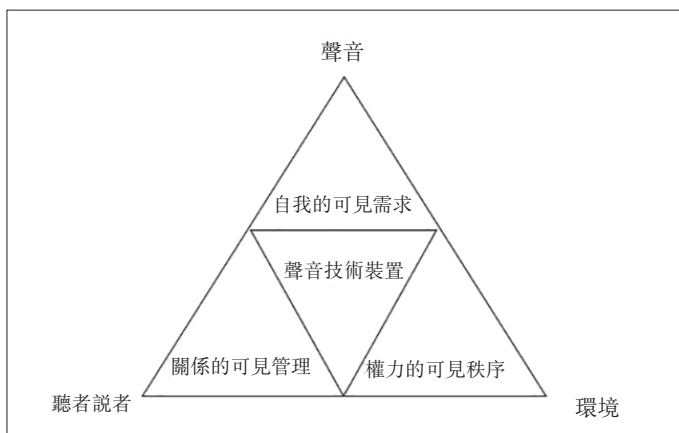


註：聲音作為影響聽者與環境之間關係的中介 (Truax, 1984, p. 11)

作為實踐的「開麥」

聲音交往 (acoustic communication) 指涉聲音在自我和關係意義上的重要性。一方面，聲音是自我的表達和反映；另一方面，人通過發聲建立起自我與他人 (包括環境) 的關係 (Truax, 1984, p. 11)。回歸語音開麥的可見性實踐，「聲音可見性」同樣與玩家之間的關係密不可分，而這種關係往往是不對稱的，它與權力息息相關 (Brighenti, 2007)。與此同時，社會可見性的理論視角再次提醒並啟發本研究不應局限於聲音互動，而要將聲音的可見性實踐置於社會技術情境中予以生態性和關係性的理解。Brighenti (2010, p. 3) 提出可見性體制 (regimes of visibility) 這一概念，意在超越「可見與不可見」的二元對立和對可見性的本質主義框定，將可見性視為一種本質模糊且高度依賴情境的現象，以及一種複雜的社會、技術與政治安排。綜上，本研究針對具體的經驗現象——語音開麥，結合既有理論資源，將聲音可見性置於由技術、文化和價值要素共同構成，以及多元主體介入的數字媒體生態中加以考察 (常江，2023)，並從自我的可見需求、關係的可見管理、權力的可見秩序三個維度提出一種可供分析聲音可見性的理論框架。如圖二所示，聲音技術作為聲音可見性得以可能的基礎裝置，在技術邏輯的整體架構之中，聲音的可見形式或者說人的聽覺方式、聲音景觀和聲音環境之間往往相互同構並共同形塑著一種數字媒體文化 (季凌霄，2019)。

圖二 一個可供分析聲音可見性的理論框架



《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

數據收集與分析

本研究的經驗材料來源於對王者榮耀玩家的深度訪談。筆者前期以公開招募方式在微信、微博與豆瓣三個社交平台發佈線上問卷，問卷內容包括基本資訊如年齡、性別、遊戲時間、開麥經歷等，以便於有效篩選出適合的訪談對象，從而更好地聚焦於研究問題。同時，筆者也邀請部分玩家繼續轉發招募資訊，通過滾雪球抽樣方式尋找更多的受訪者，在兩天的時間內，最終共回收到338份問卷，有效樣本數為332個，其中女性共118位（35.54%），男性214位（64.46%），剔除其中遊戲時長不滿一年的玩家後，從中隨機抽取受訪者展開訪談。如遇到受訪者因故無法參與訪談的情況，筆者再從中隨機抽取其他受訪者作為補充。隨後，筆者一一私信溝通並以微信語音進行訪談，最終成功訪談了19位玩家，這些受訪者以青年學生為主，其中包括女性10名，男性9名（見表一）。訪談對象的選擇遵循資訊飽和原則，當訪談文本足以回答研究問題並能得到較為完整的分析時，停止尋找新個案。訪談過程以半結構化方式線上完成，訪談內容主要包括受訪者的基本資訊、開麥/閉麥實踐的時空情境、關係互動、遊戲體驗及自身感受等，並依據受訪者回答的若干要點進行補充提問。每次訪談時長不低於30分鐘，所有訪談內容在後續被整理為逐字稿共近七萬字。

同時，筆者也是王者榮耀遊戲的中度玩家，對遊戲中的開麥實踐進行了為期四個月的參與式觀察。2022年11月至2023年2月期間，筆者作為參與者的觀察者（participant as observer）進入遊戲並融入玩家群體（Berger, 2016, p. 363），這對於研究的開展具有三點重要意義：首先，筆者介於參與和觀察之間，逐漸把握了遊戲平台的機制並切身體驗到「開麥」的文化氛圍，這也讓筆者能更加熟悉且自如地與受訪者展開遊戲層面的交流，理解受訪者的經驗感受，此過程中筆者也會對自身的主觀意向進行適當反思以盡可能保證研究過程的客觀；其次，筆者通過調控語音狀態，從「開麥者」和「旁聽者」的不同視角深入參與和體驗了語音實踐背後的複雜心理、情感和行為過程；最後，筆者以「局內人」的身份與遊戲環境和玩家建立了真實的關係，從而在遊戲過程中能捕捉玩家語音實踐的自然情狀和互動細節，比如語音實踐的發生環

作為實踐的「開麥」

境(包括內部遊戲場景和外部社會場合)、玩家的身份特徵和關係、玩家的語音行為(比如誰發起了語音?誰以及如何作出回應?語音內容和目的是甚麼?)等,這有助於了解玩家的實際行為而非僅限於「言說」之事,與訪談內容相互補充。除了正式訪談的19位受訪者外,筆者有時在遊戲結束後還會與好友非正式地交流其開麥意圖和感受,以此避免對玩家行為的理解陷於研究者個人的「讀心術」。值得注意的是,研究者的性別、社會地位等個人因素對研究各方面都可能產生重要影響(陳向明,2000:119)。作為一名遊戲水準中等(筆者最高遊戲段位為「至尊星耀」)¹的女性玩家,筆者的遊戲段位和性別身份所存在的「前設」和「傾見」無可避免地構成了參與者的身份局限。但在訪談過程中,諸多女性受訪者也因筆者的性別身份而更願意敞開心扉,分享個人經歷,在此意義上,筆者的性別身份也成為一種重要且獨特的研究者視角。

在對訪談稿進行整理時,筆者以Greswell(2007)所歸納的分析策略作為參考依據,對訪談文本進行質性分析(見附錄)。首先對訪談稿進行整體性回顧,即時記錄個人想法和發現;然後在細讀訪談稿的過程中,將文本置於當時訪談的過程和情景中重新檢視,並結合參與觀察時所記錄的筆記輔助理解和補充其意涵;接著對性質相同和反覆出現的內容進行分析整理,總體歸納出「自我聲音展演」、「自我情緒宣洩」、「塑造熟人親密」、「陌生隱私管理」、「虛擬等級化秩序」、「社會結構性張力」、「語音技術特點」共七個關鍵類目;以上述類目作為文本分類的標準,進一步去粗取精以簡化內容,同時對重要類目再進行細分(比如「現實結構性張力」類目下又細分為「性別衝突」、「年齡偏見」、「地域矛盾」)最後通過發掘類目之間的內在關聯,建立起「自我—關係—權力」的分析架構。

表一 受訪者基本資訊

序號	編號	性別	年齡	職業	學歷	遊戲天數/遊戲場次	最高段位
1	A011	男	22	學生	本科	2,413/10,982	榮耀王者
2	A066	男	21	學生	大專	2,042/1,132	榮耀王者
3	A144	男	18	學生	高中	1,483/7,163	榮耀王者
4	A277	男	22	學生	本科	2,387/1,866	榮耀王者
5	A087	男	20	學生	大專	2,544/5,538	榮耀王者

《傳播與社會學刊》，（總）第 75 期（2026）

序號	編號	性別	年齡	職業	學歷	遊戲天數／遊戲場次	最高段位
6	A004	女	21	學生	本科	952/603	永恆鑽石
7	A212	男	21	學生	大專	2,433/13,010	榮耀王者
8	A256	女	26	學校行政	本科	2,382/5,476	榮耀王者
9	A231	女	22	學生	本科	2,285/4,321	榮耀王者
10	A328	女	22	學生	本科	2,146/4,980	永恆鑽石
11	A308	女	19	學生	本科	353/2017	榮耀王者
12	A167	男	25	學生	大專	641/801	至尊星耀
13	A038	女	23	工程師	本科	867/8,566	榮耀王者
14	A245	女	19	學生	大專	1,935/3,133	最強王者
15	A137	男	19	學生	高中	1,522/40,298	榮耀王者
16	A293	女	23	學生	本科	1,962/493	倔強青銅
17	A313	女	23	建築從業者	本科	444/2,986	永恆鑽石
18	A299	男	19	學生	大專	2,589/8,631	榮耀王者
19	A312	女	23	學生	研究生	1,460/7,652	榮耀王者

自我、關係、權力：一種聲音技術的可見性體制

聲音可見的技術：數字媒體生態中的語音裝置

數字媒體生態是一種受技術邏輯引導和支配的資訊與傳播環境（常江，2023），遊戲作為數字媒體生態下的一個基礎性實踐場景，語音技術是其中重要的構成部件，也是啟動聲音可見性的核心裝置。研究發現，聲音得以可見源於遊戲環境、技術啟動和感官屬性之間的綜合作用，具體指向語音裝置的開放性、可編輯性，以及聲音在虛擬環境中帶來的社交真實感。

首先，是語音技術的開放式參與和可編輯性。簡要回顧遊戲語音的發展歷史便不難發現，從早期的第三方平台語音（例如借助遊戲之外的微信語音、YY 語音等進行連麥互動），到現在普遍使用的遊戲內置語音（騰訊雲，2023），遊戲場景和語音互動逐漸由分離走向融合。目前，極大豐富的語音功能滿足了玩家多樣化的社交需求和遊戲體驗。王者榮耀的語音類型屬於遊戲內置語音（以下簡稱「遊戲語音」），玩家可以基於遊戲內的關係鏈進行組隊互動，這也是它區別於第三方平台語音的獨特之處。王者榮耀的遊戲語音主要由兩部分構成——聽筒和

小喇叭²。玩家開啟聽筒，便可聽見隊友的發言，關閉聽筒則會遮罩隊友聲音。當玩家想要開麥交流時，需要點擊小喇叭，此時可以選擇全隊麥或者組隊麥：全隊麥開啟後玩家可以向所有隊友說話，而打開組隊麥時發言只會被一同組隊開黑³的玩家聽到。每一個遊戲玩家都有權利根據自身需求對語音狀態進行靈活的選擇和切換。玩家的開麥實踐形成並受制於語音裝置的「可編輯樣式」，其內在的技術邏輯塑造著玩家與遊戲、玩家之間的文化關係，從而影響了聲音可見的場景、方式以及內容。

其次，是聲音技術的即時優勢與社交真實感。相比文字媒介，語音交流在遊戲玩法、遊戲體驗和社交意義上具有顯著優勢 (Wadley et al., 2015)。遊戲平台設置了三種可供玩家進行互動交流的方式：一是發送文字，即通過打字或者語音轉文字的方式；二是點擊遊戲語音信號；三是打開聽筒和小喇叭進行即時交流。筆者在遊戲過程中雖然意識到語音功能具備文字信號無法比擬的技術優勢，但並不總將「開麥」交流設為優先項，有時甚至不會選擇開麥。和大多數玩家一樣，我們往往會出於對人際關係、團隊氛圍、競技局勢、遊戲場景等多種因素的考量來選擇一種或多種交流方式，正如受訪者A212表示：「玩匹配娛樂模式時，不是很要緊的那種比賽我就不會開麥。打巔峰賽⁴可能開麥就比較多一點，會跟隊友溝通怎麼去打團，因為打字的話不方便，也不能及時回饋。」同時，也有玩家會在幾種交流方式之間來回切換或者同步進行。訪談的總體性結果顯示，玩家普遍認為開麥能實現更為即時迅速的溝通而優於文字和局內信號，受訪者A312表示：「開麥接收到資訊會更迅速一點，因為直接只需要從嘴裏說出來，是一種即時的感覺，無論是語音轉文字還是爆點（發信號），它還是會有一個操作的時間。」

此外，聲音交流在虛擬遊戲世界中被認為更具有社交真實感，遊戲化身是虛擬的身體在合作和行動，但語音卻傳達了虛擬化身背後的真實聲音。基於平台可供的聲音技術，遊戲語音讓筆者和其他玩家的聲音在虛擬空間中變為「可見」、「可聽」、「可交流」之物，我們真實肉身的一部分透過語音裝置「顯現」而得以被相互識別和感知，受訪者A256說：「我比較期待一局裏面大家會開麥進行友好的交流，有一種和真人互動的感覺。」真實的「聲音陪伴」賦予玩家以生動且沉浸的遊戲體

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

驗，虛擬中的「可見」即為虛擬中的真實，聲音真實在場的流露一定程度上是對虛擬的補足。

基於自我的可見需求：製造「自我聲景」

與「被看見」的被動性質不同，聽者/說者往往要以主動姿態才能「被聽見」（Truax, 1984, p. 20），語音開麥表現為具有自我偏向的主動可見性生產。語音裝置構築了一個可供玩家展演、修飾和宣洩自我的聲音場景：一方面，玩家通過具有審美意義的聲音策略不斷呈現和製造著可見/不可見的「自我聲景」；另一方面，在玩家宣洩自我情緒的過程中，諸多逃逸於平台規制之外的聲音表達製造了一種「公共喧囂」。

首先，通過聲音展演與修辭，製造可見的自我。麥克盧漢（2013, pp. 300–313）認為遊戲既是人們闡釋和補足日常生活意義的直覺的延伸，也是在公共參與中社會自我的延伸。由於遊戲環境中真實身份的隱匿，玩家能在遊戲世界中展現不同於現實的另一種或者多種自我。受訪者A245就表示：「我打遊戲跟平時上學還不太一樣，感覺我打遊戲更有魅力更自信。有時候在學校上台發言，我覺得很尷尬，但是在王者上面開麥講話，別人又看不見你的臉，只是能聽到你的聲音而已，我就會覺得反正你們也不認識我，我就隨便講。」由此可見，遊戲環境及語音裝置共同構造了開放且匿名的聲音展演空間，玩家主動呈現並製造理想化的自我聲景。但在中國集體主義和傳統儒家文化價值觀的影響下（傅根躍、李康，2024），自我聲景的呈現展演也體現出一種推崇「謙虛」式行為的保守性的文化心理特徵。筆者曾對頻繁開麥指揮的行為感到不適，並向好友吐槽自己的不滿，許多好友和受訪者對此類現象會有相似的回覆：「這個遊戲裏真厲害的大神才不會隨便嘍嘍，只會默默帶飛」，遇到開麥指揮欠佳的隊友，受訪者A011會說：「玩得不好你就謙虛點」。開麥指揮有時被視為帶有「張揚」意味的自我推銷（self-promotion）或釋放地位信號（status signaling）的表現（Srna et al., 2022），玩家認為這並不利於隊友間的和諧、相互尊重與團結合作。相較之下，玩家對「無聲英雄」的「謙虛性的沉默」持有更積極的態度，而這也意味著開麥指揮的玩家可能承受著更多的文化壓力和人際

作為實踐的「開麥」

後果。在廣泛意義上，「謙虛」這一深層文化心理以集體潛意識的方式影響著語音環境的文化氛圍以及自我聲景的呈現方式，但它也與遊戲競技的制度文化相交織而形成更具張力的文化秩序，比如遊戲中強者通過開麥展演自我或表現出不謙虛行為時，往往更容易被賦予「帶領作戰」、「擅長合作」等積極意義，在玩家自我與競技機制、等級體系等遊戲制度文化的協商過程中，遊戲裏的強者身份以及玩家的自我優越性被逐步合法化，因此強者的不謙虛行為也一定程度獲得了正當性。

在以聲為媒的語音互動中，玩家的可見自我是藉由聲音所呈現的局部自我，聽筒和小喇叭充當了聲音特質的「放大器」和「擴音器」。這也使得聲音的可見和聽覺方式具有了審美化傾向，即語音成為一種關涉自我修辭的技術裝置，可見的聲音成為了審美對象。一方面，優質聲音成為一種容易被認可和保護的「聲音景觀」。一些聲音條件優質的玩家更願意通過開麥互動進行聲音展演，促使聲音成為自己的審美資本——這往往意味著玩家更可能在遊戲中獲得競技紅利和團隊認同。比如受訪者A011說：「聲音好聽的會很吸引人，讓人很愉悅，大家可能會更有幹勁，就算他打得不好，我們通常情況下也都不會對他有過多的責備。」此外，「好聽的聲音」也可能因其審美意義進一步轉化為社交資本，受訪者A231分享道：「我高中同學是一個配音的up主。她是聲音天賦很優越的人，她很願意展示自己聲音條件很好，就會用我的帳號在遊戲裏開麥，結果幾乎每一局的人都會來加我好友。」

另一方面，被認為難聽的聲音也可能成為受排斥的「噪音」。為避免遭遇基於聲音的審美區隔和暴力，玩家會通過自身或外部工具對可見的聲音進行裁剪、修飾，從而改變或重塑「自我聲景」，比如改變口音、提高或壓低音調和利用變聲器等「趣味化」或「偽裝」的策略改變自己真實的聲音。受訪者A167就認為自己聲音難聽且不夠成熟，於是通過第三方的變聲器軟體將自己的聲音轉變為「怪獸音」。此外，一些對聲音不自信的玩家會通過閉麥即保持「沉默」的方式來隔絕聲音的流露，以使自我不可見。受訪者A245表示自己的聲音被認為是「難聽的公鴨嗓」，所以遊戲初期一直不敢開麥說話。在此意義上，語音技術影響並塑造著聲音可見或不可見的方式，由此構成的聲音環境中不斷生產並流通著一套依循審美邏輯的可見方式和評判標準。

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

其次，以可見宣洩自我，逃逸平台之外的「公共喧囂」。玩家「開麥」的內容主要包含三類：一是遊戲戰略的交流，二是社會生活話題的閒聊，三是情緒上的言語發洩。其中互相漫罵和情緒宣洩是語音活動中司空見慣的現象，在19位受訪者中，有15位受訪者表示「我開麥就是罵人」、「開麥就是宣洩情緒」、「遇到噁心隊友會開麥噴」等。在問及玩家為甚麼要用開麥來發洩情緒時，受訪者A231談到：「我不是一個會當面罵人的人，我開麥明顯就是宣洩情緒的，文字可能表達不出我的憤怒和煩躁」，聲音作為攜帶著豐富副語言的媒介，為玩家提供了更多由身體呈現的非語言線索。相對於以片段式、靜態化呈現的文字符號，語音開麥體現為連續、動態的言說，其中攜帶的語氣、語調讓玩家真實的情緒變得「可見」，語音裝置成為情緒傳播和表達「態度在場」的「擴聲器」（趙雲澤、張玲，2022）。

與此同時，玩家的語音活動也會受到遊戲平台中文明語音系統的監管和規制。首先，開麥語音若涉及不雅或侮辱性內容，一旦被系統檢測到，玩家將受到禁言乃至封號的「消音」懲罰；其次，語音控制介面設有舉報按鈕，被舉報玩家的語音會被上傳至系統接受安全審核，若審核未通過，則語音系統將執行禁言指令（騰訊遊戲，無日期）。平台雖然擁有「消音」與否的裁決權，但玩家也能在對審核系統的反覆試探中找到脫離平台規制的可見方式，即從平台「漏洞」中找到宣洩自我的「出口」。有玩家就發現平台監測對於動態複雜的聲音符號的識別靈敏度遠不及靜止連續的文字符號，受訪者A004說：「打字有一些敏感詞發不出來，開麥你想說甚麼就說甚麼，語調語氣還有一些方言，這都很難被識別出來。」因此，玩家選擇「開麥」進行情緒宣洩還出於對平台禁言系統的躲避和逃逸。受訪者A011和A312就分享了「局後罵人」的遭遇：「遊戲結束後我把罵我的那個人拉進房間，然後我和朋友一起罵他。在這種情況下，就算是你罵人也不會被檢測到。對方也是沒有辦法舉報的。」借用米德（George Herbert Mead）（2015, p. 218）對社會墮落情境中暴民行為的分析，在逃避平台監管之外的聲音空間，關係交往中通行的價值標準被消解，個體行為趨於簡化，受壓抑的負面情緒得以釋放。這一無序且匿名的聲音空間成為玩家放縱言語和情緒的

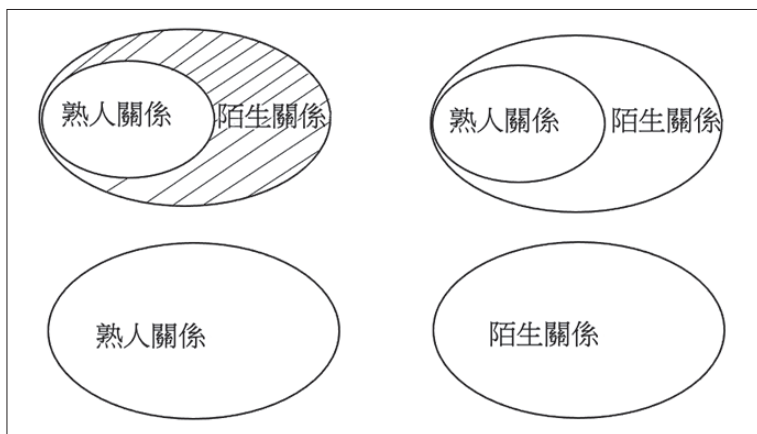
傾瀉池，最終在玩家的自我情緒驅動及其與平台的「貓鼠遊戲」中形成了「公共喧囂」。

基於關係的可見管理：設置「聲界線」

語音交流是玩家與技術、玩家與玩家的關係互動，玩家的開麥實踐是基於關係的能動可見性管理。玩家對語音狀態的選擇和切換實踐，是在依據關係劃定或調適「聲界線」，從而在公私交融的遊戲空間中實現對社交關係的管理和隱私邊界的控制。

首先，玩家的語音調控是基於關係來判定或調整「互可見性」區間範圍的動態實踐。依據玩家關係的既有構成以及關係狀態的變化，玩家會自行選擇開啟/關閉聽筒或小喇叭，或在全隊麥和組隊麥模式之間切換。經筆者的參與觀察，發現玩家的語音互動主要基於三類關係：現實熟人關係、遊戲好友關係、玩家合作關係。其中，遊戲好友關係處於玩家合作關係向熟人關係轉變的中間狀態。為便於分析，筆者將遊戲好友關係和玩家合作關係在後文中統稱為「陌生關係」，以關係為線索，玩家的開麥情景主要呈現出以下四種（見圖三）：

圖三 王者榮耀玩家的開麥情景



註：陰影部分表示熟人玩家開啟組隊麥，陌生玩家無法接收其聲音；空白部分指語音開啟

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

從圖三可見，玩家與熟人關係的開麥情景存在三類情況：第一，五位玩家均為熟人關係，開啟全隊麥；第二，當五人中存在陌生隊友時，只和熟人朋友開啟組隊麥；第三，儘管五人中包含陌生隊友，玩家仍開啟全隊麥，組隊麥和全隊麥之間可以自由切換。玩家根據關係狀態來劃定聲音可見的邊界，同時也在熟人與陌生、私人與公共之間劃出一條安全的界限，受訪者A137就表示：「最開始我和朋友傾向於主動選擇組隊語音，因為我感覺和朋友聊的有可能會包含遊戲之外的生活話題，就不會去干擾到隊友，而且這樣做會比較隱私和舒服一點。」語音空間中公域和私域之間並不永遠涇渭分明，靈活且可控的遊戲語音是催生公私邊界軟化的技術裝置。玩家許多時候是以陌生身份進入一場好友局，往往選擇以「旁聽者」的身份存在其中，受訪者A231這樣描述自己：「熟人的聊天比陌生人之間的聊天更有聽頭，就有那種窺私的感覺。」「旁聽者」在競技娛樂之外獲得一種具有「八卦」性質的休閒體驗。同時，「旁聽者」偶爾也會被邀請加入到熟人對話中，這讓玩家從心理上間接、暫時地融入了一個更為親密的群體。全隊麥構建了可旁聽和潛在參與的關係互動模式，讓玩家在熟人化互動中進一步獲得情感滿足和團隊認同。此外，「旁聽者」雖處於不可見，但其「隱性」在場的狀態會經由遊戲介面的聽筒標記而被識別，「說者」的交流會考慮語音環境而進行選擇性變化和過濾，比如當筆者發現有陌生隊友在「旁聽」時，我與好友的交流會從較私密的話題中抽離而更多聚焦於遊戲本身的內容，受訪者A137也談到：「如果後面的交流中，其他隊友打開語音和我們溝通，我們會選擇開全隊麥，但是後期的交流就會僅僅局限於整場遊戲當中。」這也體現了由技術裝置所設定的關係框架如何影響著人們的交流模式和內容。

其次，熟人情景中可見聲音可以塑造親密，聯結情感，並在競技空間的制度壓力與遊戲化共玩的矛盾之間調試平衡。多數玩家長時段、穩定的開麥行為發生在熟人情景中，這一事實與格爾申（Ilana Gershon）（2010）的說法相互印證，即選擇聲音媒介的前提往往是傳播者之間已經具備較為貼近的情感距離。「不開麥無遊戲」是筆者在參與觀察時的真實體會，有時限於外部環境的制約（比如在宿舍熄燈後等需要保持安靜的場合），無法與朋友開麥交流會覺得缺少了遊戲共玩的樂

趣。受訪者也普遍認為和朋友開麥互動會讓遊戲過程更具有「娛樂性」，語音交流是彼此聯絡情感的方式。每當筆者與朋友開麥或者旁聽其他陌生隊友交流時，大家常常漫無目的地閒聊起一些聊天框裏較少主動談起的瑣碎日常。除了以遊戲內容為主的交流外，玩家的交流往往會涉及社會生活話題，涵蓋家庭事務、失戀、性關係、偏見和工作等 (Cole & Griffiths, 2007)，日常性的對話言說成為塑造親密的社交資源。此時，遊戲共玩本身轉化為熟人好友之間的「情感儀式」，開麥交流則又為玩家之間塑造了一種聽覺親密 (董晨宇等, 2022)。然而，競技遊戲的理性化結構與自由形式的社交遊戲存在衝突 (Eklund & Ask, 2013)，其理性化體現在技術和制度層面設定的規則，以及對遊戲行為的測量和優化 (Grimes & Feenberg, 2009)。王者榮耀中戰績數據可視化了每位玩家的貢獻，打造了一個目標導向的工具化、競爭化和監視化的競技空間 (Taylor, 2009)。筆者和許多受訪者有時會因「拖後腿」、「坑隊友」的行為而感到抱歉或自責，但在語音互動中好友時常會以一種幽默調侃或遊戲化的態度對自身的「不靠譜操作」作出友好積極的即時回應，此時語音功能作為一種關係調適裝置，幫助玩家在競技空間的制度壓力與遊戲化共玩的矛盾之間實現了一定的平衡。

最後，陌生情景中對聲音隱私的動態管理。部分玩家對遊戲開麥中聲音的顯露始終保持謹慎，他們將聲音視為一種隱私。特別是在陌生關係參與或主導的遊戲情境中，玩家通常認為真實的自我是「不可見」的。受訪者 A231 在談到自己偏向於文字交流的原因時：「文字可以隱藏更多個人資訊，比較安全，開麥就可能暴露出來很多，比如性別、年齡，有時候通過口音也能知道地域，包括你的身份有一些也能聽出來，聲音是一個很重要的個人特徵，不能輕易展現給陌生人。」如果對視覺隱私的謹慎是出於對資訊本身可被傳播和利用的隱憂，那麼對聲音隱私的憂慮則更多源於聲音感官本身所牽引出的「隱私想像」，即聲音內含的可延展資訊可能會造成意外暴露或意料之外的不可見。簡言之，聲音可見攜帶「隱私想像」、聽者身份的未知都引發著玩家對隱私控制的失權感。然而，主張聲音即隱私的玩家有時也會開麥與陌生人進行互動，這表示資訊的隱私性質並非天然固有且靜止不變。隱私作為一個動態的過程，它是在個人控制自我與他人關係邊界的過程

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

中展開的 (Duus et al., 2022)。在語音可切換的狀態下，聲音成為一種情景化的隱私，玩家的開麥實踐是在對隱私邊界的調適過程中形成的關係管理策略。

基於權力的可見秩序：可見潛力構築「聲牆」

謝弗 (Raymond Murray Schafer) 認為聲音權力是對聲音空間的支配能力，即當聲音的力量足以創造一個巨大的聲學輪廓時，聲音就具有了擴張和支配的權力意義，「一個有揚聲器的人比沒有揚聲器的人更具有帝國主義色彩，因為他可以支配更多的聲音空間」(Schafer, 1994, p. 78)。本部分將玩家對聲音空間的支配能力概念化為個體聲音的「可見潛力」，它不同於表象世界中可見聲音的多寡，而將權力視為一種潛在的力量 (Arendt, 1958, p. 201)，指向結構性的可見體制中聲音可見的文化區間或者說被權力結構所框定的隱性可見範圍。聲音的「可見潛力」為何重要？本文認為真正關乎可見的影響以及結果的並不僅僅與可見方式和內容有關，而與其「可見潛力」密切相關。

可見性是結構性、規訓化的 (Jiménez-Martínez & Edwards, 2023)。在虛擬競技機制和現實社會權力共同架構的可見秩序下，語音技術裝置、虛擬符號資本、社會身份線索等因素綜合作用構築起多重「聲牆」。個體的可見潛力及其差異被生產和製造，玩家形成了特定的言說和聆聽方式，這些聲音經驗進一步創造、影響和塑造了聽者與環境的慣習關係 (Truax, 1984, p. 11)，而這一文化關係的形成體現為語音實踐、經驗和意義的制度化過程 (Muriel & Crawford, 2018, p. 18)。

首先，玩家與競技機制合謀打造聲學輪廓，構造等級化的可見秩序。遊戲平台中存在「多打開語音和隊友交流」等鼓勵玩家進行語音互動的提示，但共同享有的語音裝置並沒有讓玩家走進一個「人人都有麥克風」的自由的遊戲狂歡場。遊戲哲學家博格斯特 (Ian Bogost) 將電子遊戲的根本精神視為「玩是謙恭，不是解放」，也就是說玩遊戲並不是精神的自由和釋放，而是為了更好地適應數字社會的規則，「謙恭」地生活以此取得社會認可的成功 (Bogost, 2016, p. xii)。玩家的可見性實踐從根本上適應甚至受困於數字世界的規則秩序，這套秩序並不以明

作為實踐的「開麥」

文條令呈現而成為玩家之間「心照不宣」的不成文規則。比如，受訪者A011認為：「玩得菜你就要謙虛點，我們的規則是你玩得好，你有資格說我們都不會反駁，我們通常認為玩得不好就不要開麥了。」一局遊戲內「玩得菜」和「玩得好」的評判具體量化為遊戲數據（人頭數、經濟量、輔助次數等）這一符號資本的累積，並以此作為玩家劃分「強弱」，構築「聲牆」的重要標準。

戰績作為一種符號資本影響著玩家的話語分配並以此規制著玩家具體的語音實踐，遊戲場域內「強者」的能見度遠高於「弱者」，並享有更靈活地編輯自身「可見」的權力。受訪者A167就坦言：「經濟沒有發育好的話，隊友都幾乎會以為人機都比你玩得好，玩得不好，更不敢去開麥請求支援。」受訪者A299也這樣認為：「如果你自己都0-7了，那時候隊友就基本上不相信你，也不想來支援你了。雖說團隊還是需要交流，但是到那種情況下，人可能會變得不敢交流。」作為虛擬世界中的「意見領袖」透過開麥所發出的信號策略更能引起隊友的關注和認可，他們通常被認為應該是遊戲場內對話的發起者、對話方向的控制者，這意味著強者掌握著更多聲音被看見、被聽見的權力，也擁有更多「可見」的潛力。

語音裝置是遊戲機器中輔助取勝的功能性「零件」，玩家在遊戲機器內依循規則，通過開麥交流協調戰術、分配角色和制定策略來謀取遊戲勝利。聲音成為一種競技資源，玩家希望消除影響或阻礙勝利的聲音，排除多餘且無效的聲音，平台競技機制和玩家共同定義了優質「樂音」的構成及其評估標準。「噪音」的最小化和「優質聲音」的最大化在競技過程中被反覆確認為求取勝利的遊戲共識，並進一步在與遊戲機制共謀的過程中得以正當化，由此構建並加固了等級化的可見秩序，進一步塑造並影響著玩家的開麥實踐。

其次，社會權力結構對「可見潛力」的壓制。玩家的開麥實踐不僅受虛擬世界的可見秩序所規制，也被現實的社會權力結構所影響、壓抑乃至剝奪。開麥可以被視為是由聲音感知技術所支持的社會識別實踐，「聽者」能從語氣、語調、口音來感知和想像「被聽者」的性別、地域、年齡乃至性格等個人特徵。在可見狀態中，玩家得以被識別並擁有了獲得社會承認、自我披露/曝光的機會（Hatuka & Toch, 2017），但

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

玩家也會因聲音流露的身份線索而被遊戲霸凌，比如女性玩家、聲音不符合性別規範的玩家所遭受的歧視和騷擾（Gray, 2013; Kosciesza, 2025）。女性玩家普遍憂心於開麥暴露性別身份後招致的「騷擾」或「諷刺」，筆者和多位女性玩家都曾遇見或親身經歷過當開麥指揮時，其他玩家會以文字或語音形式表示「嘲諷」：「女的你開麥指揮甚麼呀，你玩得明白嗎？」而遊戲中普遍存在的厭女文化又會進一步削弱、貶低和壓制女性玩家的發聲（Consalvo, 2012）。語音空間內「可見」實踐背後的緊張關係並不僅存在於性別維度，在年齡、地域層面也有所體現，大部分玩家對於開麥的「小學生」、「中年男子」進行了標籤化。比如，受訪者A167曾顧及自己聲音像小學生被隊友語音「暴力」，就通過變聲器把聲音變為「怪獸音」。此外，受訪者A167還談到：「因為去年我們這裏發生過一起地方矛盾，當時我發言後隊友感到不滿。因為他聽出來我是哪個地域的，他就以這個作為一個攻擊點」，聲音可見以及聽覺想像所顯現的潛在資訊造成了語言臉譜化（linguistic profile）（Gray, 2013），這些身份線索的流露影響著語音空間中的話語配置，致使其中存在著顯性或隱性的話語衝突與權力爭奪。情形嚴重時會演變出玩家之間的聲音暴力、遊戲霸凌等失範行為，造成對遊戲世界中「他者」的驅逐和霸權，這讓部分玩家更加疲於、懼於進行語音實踐，個體聲音的可見潛力被不斷壓制，甚至失去在遊戲參與中本應享有的開麥權利。

最後，在一種壓迫性的文化力量和缺少溝通的聲音環境中，凸顯了一種強加於人的不可見性，這種隱性而強制的不可見性會導致一種抵抗性的憤怒和行為（Lollar, 2015）。面對話語強權和聲音暴力，玩家不總以沉默者、被支配者的角色進行遊戲參與，比如玩家會通過開麥「互懟」、遮罩語音、拒絕支援、戰術擺爛等方式來反抗話語規訓和強權控制，這些「對抗」就如同米切爾（Liam Mitchell, 2018, p. 142）所說的「反玩」（counter play），就是在玩的過程中發揮個人的主體性和自由的創造力，以更為「介入和自省」的方式來對抗遊戲世界對主體的控制和規訓，即「玩也可以對控制構成一種有效的挑戰」（姜宇輝，2019：91）。總體而言，遊戲作為一種制度文化塑造著集體和個人經驗的社會活動模式（Bellah et al., 1991, p. 40），並與玩家個人的重複性實踐相互同構（Obreja, 2024）。在長期的遊戲實踐中，玩家內化了平台邏輯、權

力關係及其內嵌其中的可見性秩序，並外在化於具體的語音實踐中，不斷對平台的權力結構進行再生產。語音技術作為構成遊戲制度的一套物理程式，由其構築的聲音空間構成了虛擬世界中一道可湧入現實元素的權力縫隙，個體身份的未知狀態、真實與虛擬的壁壘被暫時性打破，語音技術也成為可能促使可見秩序和權力結構出現鬆動、破裂乃至變化的技術裝置。

結論與討論：聲音可見性體制中的策略性可見

回到本文所探討的核心問題——數字媒體生態中的聲音何以可見？聲音是在人與社會技術綜合體互動所構成的可見性體制中得以可見的。從遊戲語音這一具體現象出發，開麥是玩家、聲音技術及其與所在媒體文化環境協同生產和傳播可見「聲音」的過程。首先，語音裝置影響並塑造著聲音可見/不可見的方式，它使得聲音以開放式、可編輯的方式可見，為玩家在虛擬空間內構築了一個開放參與、可編輯、可供流露真實的聲音互動場所。進一步地，玩家的開麥互動是基於自我、關係和權力展開的可見性實踐，其中聲音是依循著審美化和關係管理的邏輯，在權力演繹的過程中以動態的、策略化的方式可見的。具體而言，開麥實踐是具有自我偏向的主動可見性生產，玩家借由聲音裝置展演、修飾和宣洩自我，依循著審美化的可見方式和評判標準呈現和製造著可見/不可見的「自我聲景」；同時，玩家對語音狀態的選擇和切換實踐也是基於關係的能動的可見性管理，以此實現對社交關係的管理和隱私邊界的動態控制；最後，在虛擬競技機制和現實社會權力共同架構的可見秩序下，個體的可見潛力及其差異被生產和製造，聲音可見的權力秩序被建立和加固，語音技術成為維持、顛覆和重新配置權力關係的技術裝置。伴隨各種技術、文化、價值要素湧入語音空間，聲音實踐呈現出自我、關係和權力意義上的多重交織，語音技術不僅是「以不同方式被填滿的容器」，同時也成為「擁有自身邏輯和權力的結構性裝置」（德布雷，2014：79）。綜上，本文將對聲音可見性的探討置於技術邏輯的整體架構之中，並從「自我—關係—權力」三個維度正式提出一個可供理解和分析聲音可見性的理論框架，這一框

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

架能夠為勾勒數字媒體生態中聲音可見性體制的形成過程，並分析其內在意義的生成提供有益思路。

在聽者、聲音與環境三者的相互作用中，關乎自我、關係和權力的多重意義逐漸生成、變化和交織，「聲音可見性體制」得以被構建。延續「可見性體制」（Brighenti, 2010）這一概念，本文基於對聲音實踐的考察，進一步提出了「聲音可見性體制」的概念。「聲音可見性體制」同樣旨在闡釋當代社會技術綜合體中可見性的系統化和常規化設置，以此捕捉聲音可見性經驗的有序性及其在不確定性中流動變化的社會效應（Brighenti, 2010, p. 39）。值得注意的是，Brighenti (2010, p. 39) 強調可見性的社會效應是在「承認」的賦權和「控制」的失權的兩極之間搖擺，現有可見性研究也廣泛被置於「承認—控制」的權力範式中被加以討論（Duffy & Hund, 2019; Rega & Medrado, 2023; Song, 2020; Uldam, 2018）。「聲音可見性體制」則進一步強調超越「承認—控制」、「可見—不可見」的二元對立框架，而應在具體的技術和實踐情境下把握可見性的意義和權力問題。

首先，針對語音開麥這一現象，聲音可見性並不完全遵照自上而下的「承認—控制」的權力範式。在自我和關係意義結構中，玩家關注並體驗到聲音可見所蘊藏的自我意義建構和社會交往的價值。根據自我需求、狀態和遊戲情境的變化，玩家動態地製造、調控和管理自身的可見狀態以及可見關係。基於此，可見性實踐呈現出一種關涉自我存在、社會交往且具有日常意義的文化面向，這卻也是現有可見性研究少有涉及的部分。因此，筆者認為不能斷然將可見性現象的討論置於權力框架之中，而應從繁雜的現實經驗中勾勒可見性在日常生活和社會情境中的豐富意義，生態性地探究可見意義的生成、變化和張力。質言之，聲音可見性體制形成於聽者/說者、聲音和環境三者關係互動和動態發展的過程之中，權力不必然是這一過程的起點以及終點。因此，與其直接討論可見的權力關係，不如從微觀實踐中思考聲音可見如何演繹為一種權力，關注其生成、流變乃至轉化的過程。

其次，聲音可見性體制內的各種要素之間是互構關係，這讓玩家進入了一個更具複雜意義的策略性處境。開麥不是單一技術邏輯的「開」與「關」，聲音的可見性實踐也並不依循「可見—不可見」的二元劃

分，而是一種動態化的策略性可見 (strategic visibility)。一方面，「策略性可見」這一概念關注到個人的主體性意圖和行動，玩家的語音實踐被視為可編輯的自我表達和可控制的社會交往，聲音可見的秩序也成為包容協商和抵抗空間的「不完美」權力結構。但另一方面，從筆者的自身體驗和大多選擇沉默的玩家的講述中，我們也意識到一個令人沮喪的事實，那就是開麥並不是大部分玩家常規性的遊戲操作，「沉默」往往才是語音空間的常態。玩家的集體沉默以及對聲音的謹慎，源於一種由未知身份、非理性表達和隱性秩序等消極因素構成的不可控的聲音氛圍。在此氛圍中，「沉默」也成為可供大多數人選擇的「策略」，玩家通過「不可見的沉默」來維護和構建一個可以隱藏、保護自我的空間。正是在不可控的喧囂和製造區隔的聲牆之外，沉默最終成為屬於每個人的聲音公地和避難所 (Truax, 1984, p. 97)。

語音功能從不是中性的「純技術工具」，而是以更巧妙和精密的方式嵌套於審美話語與身份政治交融的權力結構中，並與虛擬競技規則、傳統性別秩序、地方政治等社會要素相勾連。正如德布雷認為技術效應改變了我們同世界的視覺關係一般 (2014: 82)，聲音技術的可見性體制也讓人與人、人與環境的可見關係不再依賴於物理感知上的接近關係，而是以聲音價值背後的社會關係和等級秩序來組織。在聲音可見性體制所構築的「可聽和可言之域」，玩家的策略性可見可以被視為個體化經驗對體制結構的能動制衡，但也正是在這種個體化的制度處境中，其間的聯繫和斷裂也隱隱在個體內部、個體之間製造著摩擦、不和以及矛盾 (Beck, 1992, p. 137)。數字社會中共享的語音技術看似創造了跨越時空、開放而自由的溝通環境和模式，然而聲音可見性體制拆穿了這一偽民主的技術假象，玩家一邊通過策略性可見實現和維持自我、關係和權力意義上的平衡，一邊在對語音裝置的遙控中感受到某種失控和缺失。真正「自由而友好交流」的語音氛圍始終被玩家所渴望和嚮往，也許數字空間中理想的聲音公共世界應當如此，「這是一個龐大而包容的聲景烏托邦，每個人都能將自己想像成宇宙交響曲的參與者，樂於傾聽每個人的才能與缺點，並對自身的表現給予重要的關注」 (Schafer, 1994, p. 244)。

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

本文是基於遊戲語音展開的個案研究，未能涵蓋更多樣化的聲音類型，「聲音可見性體制」的提出是基於對特定數字聲音實踐的一種類型化勾勒，這是研究的局限所在。但本研究選擇對技術、社會、文化等多重意義交纏的開麥實踐進行個案剖析，試圖證明的是，由技術裝置構築的聲音空間是一個關涉日常意義的微觀世界，也是一個複雜的社會存在，這裏不只是輔助娛樂競技、資訊交流的功能性空間，也是可供自我展演、情感聯結的社會交往場所，更是一個存在衝突、控制和權力鬥爭的微觀政治舞台。本研究嘗試為理解更廣泛的數字聲音實踐提供一個理論化思考的起點，並強調對聲音可見性的考察需超越聲音「內容」、「話語」的單一維度，跳出「承認—控制」、「可見—不可見」的二元對立框架，而應進入數字媒體生態中把握其本質和複雜性，以此觀照聲音文化中的技術邏輯以及與之深度交纏的社會文化結構。未來研究可進一步擴展視野，探索不同類型的聲音樣態並跨平台比較其間的異同，以此回應數字社會中聲音交往與實踐的複雜議題。最後，基於對聲音可見性的初步探索，本文認為可見性研究應被置於「聯覺式可見性」的認知範式之中，該範式旨在突破單一感官視角的局限，不僅關注數字媒體生態中多重感官與符號功能的交互過程(Mitchell, 2005)，而且強調不同媒介感官的層次化關係以及由此塑造的技術邏輯、文化模式和權力演繹機制等方面的具體差異，這一認知視角有助於關係性、生態性地把握和理解可見性的意義和權力問題。

註釋

- 1 在王者榮耀中，遊戲段位表示玩家在遊戲中的競技水準。玩家通過參加排位賽，根據比賽結果（勝負、個人表現等）上升或下降段位。段位系統分為多個等級，從下至上依次包括：倔強青銅、秩序白銀、榮耀黃金、尊貴鉑金、永恆鑽石、至尊星耀、最強王者、無雙王者、榮耀王者以及傳奇王者。
- 2 經平台設置，聽筒和小喇叭功能玩家需要達到12級後才能自動開啟，不過這一級別設置並不納入本研究考慮範圍內，一是因為本次研究對象主要是已經達致滿級的中度或者重度玩家，二是王者榮耀玩家普遍升至12級較快且相對容易，未達12級的新手玩家在開麥行為和遊戲經驗上都稍顯不足，在樣本選擇時不具有代表性。

作為實踐的「開麥」

- 3 開黑是一個遊戲術語，一般指在對戰遊戲中，玩家在交流便利（語音或面對面）的情況下共同遊戲的行為，有時也指和朋友一起打遊戲。
- 4 巔峰賽是王者榮耀為高水準玩家設計的競技模式，因比賽競爭激烈，玩家需要更高的專注度和反應速度。

致謝

筆者十分感謝常江教授在論文寫作、送審與發表過程中耐心細緻的指導與幫助，使筆者受益匪淺。感謝《傳播與社會學刊》的兩位匿名審稿專家及編委會所提出的中肯且富有啟發性的修改意見，對於本文的完善助益良多。亦感謝劉國強教授、楊驍龍、李凡宇與龔寶發同學在研究過程中給予的支持與幫助。

Acknowledgement

The author is deeply grateful to Professor Chang Jiang for his patient and meticulous guidance and help throughout the process of writing, reviewing, and publishing this paper, from which the author has greatly benefited. Thanks are also extended to the two anonymous reviewers and the editorial board of *Communication and Society* for their candid and insightful suggestions, which have significantly contributed to the improvement of this paper. The author also appreciates the support and help provided by Professor Liu Guoqiang, Yang Xiaolong, Li Fanyu, and Gong Baofa during the research process.

披露聲明

本文作者未報告潛在的利益衝突。

Disclosure Statement

No potential conflict of interest was reported by the authors.

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

研究經費資助

本文未獲項目研究經費資助。

Funding

This article was not funded by any project grant.

ORCID

王茜 (Xi WANG) <https://orcid.org/0009-0001-5135-9908>

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

王婧 (2023)。〈從「聲景」到「聲境」：作為媒介的聲音〉。《國際新聞界》，第12期，頁136–151。

Wang, J. (2023). From soundscape to acoustic milieus: Sound as medium. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 12, 136–151.

吳瓊 (2006)。〈視覺性與視覺文化——視覺文化研究的譜系〉。《文藝研究》，第1期，頁84–96。

Wu, Q. (2006). Visuality and visual culture: The genealogy of visual cultural studies. *Literature & Art Studies*, 1, 84–96.

吳志遠 (2022)。〈反思傳播研究中的視覺中心主義：身體現象學及其可能〉。《南京社會科學》，第4期，頁105–114。

Wu, Z. (2022). Reflection on ocularcentrism in communication study: Body phenomenology and its possibility. *Nanjing Journal of Social Science*, 4, 105–114.

季凌霄 (2019)。〈從「聲景」思考傳播：聲音、空間與聽覺感官文化〉。《國際新聞界》，第3期，頁24–41。

Ji, L. (2019). Thinking communication from soundscape theory: Sound, space, and auditory culture. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 3, 24–41.

姜宇輝 (2019)。〈「玩是謙恭，不是解放」——作為控制、反制與自制的電子遊戲〉。《探索與爭鳴》，第4期，頁84–91。

- Jiang, Y. (2019). "Play is humility, not liberation"—Video games as control, anti-control, and self-control. *Exploration and Free Views*, 4, 84–91.
- 姜紅、龍曉旭 (2022)。〈在「可見」與「不可見」之間：微信運動中的個體生活與數字交往〉。《現代出版》，第3期，頁11–20。
- Jiang, H., & Long, X. (2022). Between "visible" and "invisible": Individual life and digital interaction in WeRun. *Modern Publishing*, 3, 11–20.
- 胡翼青、王沐之 (2022)。〈作為媒介性的可見性：對可見性問題的本體論探討〉。《新聞記者》，第4期，頁8–19。
- Hu, Y., & Wang, M. (2022). Visibility as mediation: An ontological exploration of the issue of visibility. *Shanghai Journalism Review*, 4, 8–19.
- 陳向明 (2000)。《質的研究方法與社會科學研究》。教育科學出版社。
- Chen, X. (2000). *Qualitative research methods and social science research*. Education Science Press.
- 陸曄、賴楚謠 (2020)。〈短視頻平台上的職業可見性：以抖音為個案〉。《國際新聞界》，第6期，頁23–39。
- Lu, Y., & Lai, C. (2020). Occupational visibility on short video platforms: A case study of Tiktok. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 6, 23–39.
- 高藝、吳夢瑤、陳旭、孫萍 (2022)。〈「可見性」何以成為生意？——交友類App會員制的監視可供性研究〉。《國際新聞界》，第1期，頁137–155。
- Gao, Y., Wu, M., Chen, X., & Sun, P. (2022). "Visibility" as business?—A study of the surveillance affordance of dating apps. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 1, 137–155.
- 晏青、何麗敏 (2023)。〈數字聽覺人：數字時代的聲音主體與實踐〉。《東岳論叢》，第44卷第8期，頁43–52。
- Yan, Q., & He, L. (2023). Digital auditory person: The subject and practice of sound in the digital era. *Dongyue Tribune*, 44(8), 43–52.
- 張聰 (2017)。〈走出視覺霸權，洗耳恭聽世界〉。《現代哲學》，第6期，頁107–114。
- Zhang, C. (2017). Stepping out of the hegemony of vision, listening attentively to the world. *Modern Philosophy*, 6, 107–114.
- 常江 (2023)。〈數字媒體生態的核心特徵與文化反思〉。《中國編輯》，第12期，頁50–56。
- Chang, J. (2023). Core features and cultural reflections of the digital media ecosystem. *Chinese Editors Journal*, 12, 50–56.

《傳播與社會學刊》，(總)第75期(2026)

- 覃澈 (2024年3月25日)。〈2月騰訊《王者榮耀》吸金2.48億美元 蟬聯全球手遊冠軍〉。取自新京報，<https://www.bjnews.com.cn/detail/1711334332129301.html>。
- Qin, C. (2024, March 25). Tencent's *Honor of Kings* grossed \$248 million in February, topping global mobile game rankings. Retrieved from *The Beijing News*, <https://www.bjnews.com.cn/detail/1711334332129301.html>.
- 傅根躍、李康 (2024)。〈社會變遷中心理與行為的穩定性：以謙虛效應為例〉。《心理學報》，第7期，頁994–998。
- Fu, G., & Lee, K. (2024). Psychological and behavioral stability in a rapid changing society: An illustration of modesty effect. *Acta Psychologica Sinica*, 7, 994–998.
- 福柯·米歇爾 (2019)。《規訓與懲罰》(劉北成、楊遠嬰譯)。生活·讀書·新知三聯書店。(原書Foucault, M. [1975]. *Surveiller et punir*. Gallimard.)
- Foucault, M. (2019). *Discipline and punish* (B. Liu & Y. Yang, Trans.). SDX Joint Publishing Company. (Original work published 1975)
- 楊昕怡 (2023年2月28日)。〈聯名王者榮耀搶佔年輕人心智：庫迪咖啡不止低價一張牌〉。取自中國經濟網，http://finance1.ce.cn/home/jrzq/dc/202302/28/t20230228_38417749.shtml。
- Yang, X. (2023, February 28). Co-branded with *Honor of Kings* to dominate the minds of young people: Kuddy Coffee has more than just low prices. Retrieved from *China Economic Net*, http://finance1.ce.cn/home/jrzq/dc/202302/28/t20230228_38417749.shtml.
- 董晨宇、丁依然、王樂賓 (2022)。〈一起「開黑」：遊戲社交中的關係破冰、情感儀式與媒介轉移〉。《福建師範大學學報(哲學社會科學版)》，第2期，頁96–107、171–172。
- Dong, C., Ding, Y., & Wang, L. (2022). “Kaihei” (playing) together: Relationship icebreaking, emotion rituals and media transfer in game socialization. *Journal of Fujian Normal University: Philosophy and Social Sciences Edition*, 2, 96–107, 171–172.
- 賈克·阿達利 (2017)。《噪音：音樂的政治經濟學》(宋素鳳、翁桂堂譯)。河南大學出版社。(原書 Attali, J. [1977]. *Bruits: Essai sur l'économie politique de la musique*. Presses Universitaires de France.)
- Attali, J. (2017). *Noise: The political economy of music* (S. Song & G. Weng, Trans.). Henan University Press. (Original work published 1977)
- 雷吉斯·德布雷 (2014)。《普通媒介學教程》(陳衛星、王楊譯)。清華大學出版社。(原書 Debray, R. [1991]. *Cours de médiologie générale*. Gallimard.)

- Debray, R. (2014). *Introduction to mediology* (W. Chen & Y. Wang, Trans.). Tsinghua University Press. (Original work published 1991)
- 趙雲澤、張玲 (2022)。〈社交媒體中的數字情緒傳播研究〉。《當代傳播》，第6期，頁21–22。
- Zhao, Y., & Zhang, L. (2022). Digital emotion communication on social media. *Contemporary Communication*, 6, 21–22.
- 潘忠黨 (2003)。〈作為一種資源的「社會能見度」〉。《鄭州大學學報 (哲學社會科學版)》，第4期，頁12–14。
- Pan, Z. (2003). Social visibility as a resource. *Journal of Zhengzhou University (Philosophy and Social Sciences Edition)*, 4, 12–14.
- 劉濤、田茵子 (2020)。〈喊麥的聲音政治及其符號實踐——兼論聽覺文化研究的階層分析方法〉。《湖南師範大學社會科學學報》，第4期，頁106–113。
- Liu, T., & Tian, Y. (2020). Sound politics and symbolic practice of hanmai: Towards a class analysis method of auditory culture studies. *Journal of Social Science of Hunan Normal University*, 4, 106–113.
- 謝卓瀟 (2023)。〈網絡化城市中視障者的「不/可見性政治」——從殘障視角反思媒介技術界面〉。《國際新聞界》，第5期，頁96–120。
- Xie, Z. (2023). In/visibility politics of the visually impaired in networked cities: Reflecting media technology interfaces from disabilities. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 5, 96–120.
- 騰訊雲 (2023年8月28日)。〈遊戲語音「簡史」，邁向極致沉浸式語音體驗〉。上網日期：2024年5月3日，取自 <https://cloud.tencent.com/developer/article/2318433>。
- Tencent Cloud. (2023, August 28). A 'brief history' of game voice, moving towards an immersive voice experience. Retrieved from <https://cloud.tencent.com/developer/article/2318433>.
- 騰訊遊戲 (無日期)。〈GVoice為《王者榮耀》提供語音社交玩法〉。上網日期：2024年9月15日，取自 <https://gcloud.tencent.com/pages/case/case-gkings.html>。
- Tencent Games. (n.d.). *GVoice powers voice social play in Honor of Kings*. Retrieved from <https://gcloud.tencent.com/pages/case/case-gkings.html>.

英文部分 (English Section)

- Arendt, H. (1958). *The human condition*. The University of Chicago Press.
- Aristotle. (1999). *Metaphysics*. Penguin Classics.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. Sage Publications.

《傳播與社會學刊》·（總）第75期（2026）

- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A., & Tipton, S. M. (1991). *The good society*. Vintage Books.
- Berger, A. A. (2016). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Bogost, I. (2016). *Play anything: The pleasure of limits, the uses of boredom, and the secret of games*. Basic Books.
- Brighenti, A. M. (2007). Visibility: A category for the social sciences. *Current Sociology*, 55(3), 323–342.
- Brighenti, A. M. (2010). *Visibility in social theory and social research*. Palgrave Macmillan.
- Cole, H., & Griffiths, M. D. (2007). Social interactions in massively multiplayer online role-playing gamers. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 575–583.
- Consalvo, M. (2012). Confronting toxic gamer culture: A challenge for feminist game studies scholars. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 1, 1–6.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- Dayan, D. (2013). Conquering visibility, conferring visibility: Visibility seekers and media performance. *International Journal of Communication*, 7, 137–153.
- De Backer, M. (2019). Regimes of visibility: Hanging out in Brussels’ public spaces. *Space and Culture*, 22(3), 308–320.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). Gendered visibility on social media: Navigating Instagram’s authenticity bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983–5002.
- Duus, R., Cooray, M., & Lilley, S. (2022). “Now you see me, now you don’t”: How digital consumers manage their online visibility in game-like conditions. *Frontiers in Psychology*, 13, 795264.
- Eklund, L., & Ask, K. (2013). The strenuous task of maintaining and making friends: Tensions between play and friendship in MMOs. *Proceedings of the DiGRA 2013 Conference: DeFragging Game Studies*, 1–14.
- Gershon, I. (2010). Breaking up is hard to do: Media switching and media ideologies. *Journal of Linguistic Anthropology*, 20(2), 389–405.
- Gray, K. (2013). Collective organizing, individual resistance, or asshole griefers? An ethnographic analysis of women of color in Xbox Live. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 2, 1–23.
- Grimes, S. M., & Feenberg, A. (2009). Rationalizing play: A critical theory of digital gaming. *The Information Society*, 25(2), 105–118.
- Hatuka, T., & Toch, E. (2017). Being visible in public space: The normalization of asymmetrical visibility. *Urban Studies*, 54(4), 984–998.
- Haverkamp, M. (2009). Look at that sound! Visual aspects of auditory perception. *Proceedings of the III International Congress of Synesthesia, Science and Art*, 1–9.

- Jaynes, V. (2020). The social life of screenshots: The power of visibility in teen friendship groups. *New Media & Society*, 22(8), 1378–1393.
- Jiménez-Martínez, C., & Edwards, L. (2023). The promotional regime of visibility: Ambivalence and contradiction in strategies of dominance and resistance. *Communication and the Public*, 8(1), 14–28.
- Koscieszka, A. J. (2025). Doing gender in game spaces: Transgender and non-binary players' gender signaling strategies in online games. *New Media & Society*, 27(1), 5–23.
- Leonardi, P. M. (2014). Social media, knowledge sharing, and innovation: Toward a theory of communication visibility. *Information Systems Research*, 25(4), 796–816.
- Liu, Y., & Zhang, Z. (2024). News narration, local visibility and public life in Chinese short videos. *Journalism Practice*, 18(8), 2108–2125.
- Lollar, K. (2015). Strategic invisibility: Resisting the inhospitable dwelling place. *Review of Communication*, 15(4), 298–315.
- Lynch, M. (1985). Discipline and the material form of images: An analysis of scientific visibility. *Social Studies of Science*, 15(1), 37–66.
- McLuhan, M. (2013). *Understanding media: the extensions of man*. Gingko Press. (Original work published 1964)
- Mead, G. H. (2015). *Mind, self, and society* (The Definitive Edition) (C. W. Morris, Ed.; D. R. Huebner & H. Joas, Annotators). University of Chicago Press. (Original work published 1934)
- Mitchell, L. (2018). *Ludopolitics: Videogames against control*. Zero Books.
- Mitchell, W. J. T. (2005). There are no visual media. *Journal of Visual Culture*, 4(2), 257–266.
- Muriel, D., & Crawford, G. (2018). *Video games as culture: Considering the role and importance of video games in contemporary society*. Routledge.
- Obreja, D. M. (2024). Video games as social institutions. *Games and Culture*, 19(7), 831–850.
- Parret, H. (1994). Synesthetic effects. In T. A. Sebeok & J. Umiker-Sebeok (Eds.), *Advances in visual semiotics: The semiotic web 1992–93* (pp. 335–348). De Gruyter Mouton.
- Parry, K. (2015). Visibility and visualities: “Ways of seeing” politics in the digital media environment. In S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp. 417–432). Edward Elgar Publishing.
- Rega, I., & Medrado, A. (2023). The stepping into visibility model: Reflecting on consequences of social media visibility—A Global South perspective. *Information, Communication & Society*, 26(2), 405–424.
- Schafer, R. M. (1994). *The soundscape: Our sonic environment and the tuning of the world*. Destiny Books.
- Simmel, G. (1969). Sociology of the senses: Visual interaction. In R. E. Park & E. W. Burgess (Eds.), *Introduction to the science of sociology* (3rd ed., pp. 356–361). University of Chicago Press. (Original work published 1908)

《傳播與社會學刊》，（總）第75期（2026）

- Song, M. (2020). Rethinking minority status and 'visibility'. *Comparative Migration Studies*, 8, 5.
- Srna, S., Barasch, A., & Small, D. A. (2022). On the value of modesty: How signals of status undermine cooperation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 123(4), 676–692.
- Suslick, K. S. (2012). Synesthesia in science and technology: More than making the unseen visible. *Current Opinion in Chemical Biology*, 16(5–6), 557–563.
- Taylor, T. L. (2009). The Assemblage of Play. *Games and Culture*, 4(4), 331–339.
- Thompson, E. (2002). *The soundscape of modernity: Architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900–1933*. MIT Press.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Stanford University Press.
- Thompson, J. B. (2005). The new visibility. *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31–51.
- Truax, B. (1984). *Acoustic communication*. Ablex Publishing Corporation.
- Uldam, J. (2018). Social media visibility: Challenges to activism. *Media, Culture & Society*, 40(1), 41–58.
- Wadley, G., Carter, M., & Gibbs, M. (2015). Voice in virtual worlds: The design, use, and influence of voice chat in online play. *Human-Computer Interaction*, 30(3–4), 336–365.
- Watson, J. G. (2002). Visibility: Science and regulation. *Journal of the Air & Waste Management Association*, 52(6), 628–713.
- Welsch, W. (1997). *Undoing aesthetics* (A. Inkpin, Trans.). Sage Publications. (Original work published 1997)
- Zimman, L. (2018). Transgender voices: Insights on identity, embodiment, and the gender of the voice. *Language and Linguistics Compass*, 12(8), e12284.

本文引用格式

王茜 (2026)。〈作為實踐的「開麥」：數字媒體生態下的聲音可見性體制及其文化秩序〉。《傳播與社會學刊》，第75期，頁79–118。

Citation of This Article

Wang, X. (2026). "Unmute" as practice: The regime of acoustic visibility and its cultural order within digital media ecology. *Communication and Society*, 75, 79–118.

作為實踐的「開麥」

附錄 經驗材料的整理與分析

訪談文本示例	概括性描述	核心類目	總體維度
A277：我開麥說話之前也會想怎麼搞笑一點，然後要怎麼說會搞笑。我覺得可能身邊人的偏向比較搞笑的，我也想過通過開麥來表現一下自己	玩家通過語音呈現理想化的自我	自我聲音 展演	基於自我的 可見 需求
A231：我覺得對於聲音條件很好的朋友來說這是一個正向激勵的過程，她聲音確實很好聽，然後也很多人來讚美她，她就會更加樂意表現自己	玩家通過語音展演審美化的自我		
A167：就開變聲器，我就比較敢開麥，我會變成怪獸的聲音，我的聲音感覺聽起來不太成熟的樣子，聽著感覺像小學生，我也不想被網絡噴子羞辱	玩家通過聲音策略修飾自我		
A231：我不是一個會當面罵人的人，我開麥明顯就是一個宣洩情緒的，我也不想壓抑自己的情緒，我覺得文字可能表達不出我的憤怒和煩躁	開麥便於表達和發洩真實的情緒	自我情緒 宣洩	
A144：開麥比較方便吵架，但現在王者系統改了，有些文字是打不出去的，會被系統遮罩掉一些詞語	玩家為躲避平台監管，選擇開麥宣洩情緒		
A137：最開始我和朋友傾向於主動選擇組隊語音，因為我感覺和朋友聊的有可能會包含遊戲之外的生活話題，就不會去干擾到隊友，而且這樣做會比較隱私和舒服一點	玩家根據關係程度設定語音邊界	塑造熟人 親密	基於關係 的可見 管理
A011：我一般是跟朋友一起玩遊戲的時候會開麥，因為這是一個社交遊戲，大家在一起聊天很高興，玩得很有意思，成為了娛樂	玩家通過開麥與熟人聯絡情感		
A231：開麥就可能暴露出來很多，比如性別、年齡，有時候通過口音也能知道地域，包括你的身份有一些也能聽出來，聲音是一個很重要的個人特徵，不能輕易展現給陌生人	陌生關係中，聲音被視為可想像的隱私	陌生隱私 管理	
A299：如果大家不錯，正常聊天沒罵人的話，我會開麥	玩家根據具體情景進行隱私管理		
A011：玩得菜你就要謙虛點，我們的規則是你玩得好，你有資格說我們都不會反駁，我們通常認為玩得不好就不要開麥了	遊戲數據作為劃分「強弱」的標準	虛擬等級 化秩序	基於權力的 可見 秩序
A231：強者主動開麥比較多，就是打得好的人，然後他自詡在這局中表現碾壓了隊友，他有更強的意願來開麥，他有指導大家的一種資格	強者掌握更多聲音被聽見的權力		

《傳播與社會學刊》，（總）第 75 期（2026）

訪談文本示例	概括性描述		核心類目	總體維度
A312：開麥一聽你是女的，會認為女生你玩甚麼遊戲，以及你玩得肯定不好，所以遊戲內逆風絕對是你的錯	性別衝突	現實身份之下存在著話語衝突	社會結構性張力	基於權力的可見秩序
A231：會遇到那種指點方遒的小學生或者初中生，如果他們開麥，就說明這場遊戲體驗不會很好	年齡偏見			
A167：因為他聽出來我是哪個地域的，他就以這個作為一個攻擊點	地域矛盾			
A066：開麥指揮別人的人，他們就可能很喜歡支配別人，我不喜歡這種被支配的感覺，我會選擇關閉聽筒	遮罩語音	玩 家 對 聲 音 強 權 的 抵 抗 性 憤 怒 和 行 為		
A277：我知道參加團戰更能獲得勝利，但可能會為了反抗那種被支配的感覺，還是選擇一個人單獨行動	獨自行動			
A004：我用不著別人指揮我，輸贏都是無所謂的，我就是玩得開心。有時候聽，有時候不聽我就隨便玩	戰術擺爛			
A299：如果他指揮的和我的想法產生衝突，我會選擇關閉聽筒，或者我就開麥，讓他別說話，自己都打不好，還想指揮別人	開麥互懟			
A277：開麥這種連續的表達會讓我更能理解他的意思	連續性表達，即時迅速的交流		語音技術特點	聲音可見的技術
A087：開麥大家都是真實的聲音，互動的感覺更真實，自我也更有代入感	情感真實，互動感強			
A144：開麥比較方便吵架，但現在王者系統改了，有些文字是打不出去的，會被系統遮罩掉一些詞語	逃避監管系統			
A277：有的時候說話的聲音更能顯示出那種盛氣凌人的感覺，文字可能沒有那麼大的攻擊性，開麥指揮它會有一種強制讓你聽到的感覺	指令性強、攻擊性較強			