

研究論文

中介化組織控制與數字勞動： 直播公會中遊戲主播的勞動性質分析

肖珺^{ab}、于林海^b

^a 武漢大學媒體發展研究中心，武漢市，中國大陸

^b 武漢大學新聞與傳播學院，武漢市，中國大陸

摘要

近年來，電子遊戲直播成為蓬勃發展的傳播領域。本研究重點關注提供電子遊戲現場化、連續播送的遊戲主播和直播公會的關係，並結合「玩工」理論框架、情感勞動和情動勞動理論，發掘中國大陸直播公會中遊戲主播的勞動性質。本文採取參與式觀察和深度訪談的研究方法，基於某大型直播平台的主播社群和相關主播獲取研究語料。研究發現，直播公會中遊戲主播的勞動性質有六種主要類型：模仿、公會依賴、生存、公會介入、對抗、欲望型。直播公會作為中介化組織，通過對主播薪資勞酬、生產資料控制實施勞動約束，從而整體性影響主播的數字勞動過程。在情感勞動範疇中，隨著公會控制程度加

肖珺，武漢大學媒體發展研究中心研究員、武漢大學新聞與傳播學院教授。研究興趣：跨文化傳播、新媒體傳播。電郵：xiaojunemails@whu.edu.cn

于林海，武漢大學新聞與傳播學院數字傳媒理論博士研究生。研究興趣：數智傳播、遊戲傳播。電郵：iamfishyu@foxmail.com

論文投稿日期：2024年3月1日。論文接受日期：2025年7月3日。

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

強，主播成為不穩定的「玩工」。在情動勞動範疇中，主播將自己作為「遊戲玩家」，肯定個體的欲望，發揮由其帶來的自主性。研究認為，直播公會對遊戲主播的組織控制行為中存在明顯的中介權力現象，遊戲主播通過情動勞動對直播公會控制作出一定調適和反抗。遊戲媒介展現出越來越強大的社會影響。基於遊戲的特質和遊戲主播兼具勞工、玩工的雙重身份，本研究揭示的直播公會與遊戲主播的三種勞動控制關係旨在提示中介化組織控制與數字勞動的高度複雜性。

關鍵詞：直播公會、遊戲主播、中介化組織、數字勞動

Research Article

Intermediary Organization Control and Digital Labor: An Analysis of the Nature of Labor for Game Streamers in Live Streaming Guilds

Jun XIAO^{ab}, Linhai YU^a

^a School of Journalism and Communication, Wuhan University, Wuhan, Mainland China

^b Media Development Research Center, Wuhan University, Wuhan, Mainland China

Abstract

In recent years, live streaming of video games has become a booming field of communication. This research focuses on the relationship between game streamers who provide continuous on-site broadcasts of video games and live streaming guilds. It also combines the theoretical framework of “playbour” with theories of emotional labor and affective labor to explain the work-driven nature of game streamers in live streaming guilds on the Chinese Mainland. The paper deploys the research methods of participatory observation and in-depth interviews and obtains research materials based on streamer communities and relevant streamers on a large live streaming platform. The findings reveal six core aspects of the labor of game streamers in live streaming guilds: imitation, guild dependence, survival, guild intervention, confrontation, and

Jun XIAO (Professor, Research Fellow). School of Journalism and Communication, Media Development Research Center, Wuhan University. Research interests: intercultural communication, new media study. Email: xiaojunmails@whu.edu.cn
Linhai YU (Ph.D. Student in Digital Media) School of Journalism and Communication, Wuhan University. Research interests: digital intelligence communication, game research. Email: iamfishyu@foxmail.com

Article History: Received on 1 March 2024. Accepted on 3 July 2025.

desire. As intermediary organizations, live streaming guilds implement labor constraints by controlling the salaries and remuneration of streamers and the means of production, thus affecting the entire digital labor process of streamers. In the emotional labor category, as the degree of guild control increases, streamers become unstable playbour. In the affective labor category, streamers regard themselves as game players, affirm their individual desires, and exert the autonomy brought by them. The research indicates an obvious phenomenon of intermediary power in the organizational control behavior of live streaming guilds over game streamers, while game streamers make certain adjustments and carry out various forms of resistance to the control of live streaming guilds through affective labor. As the gaming medium demonstrates increasingly potent social impact, this research interrogates the labor dynamics within. Predicated on the unique affordances of games and the hybrid status of streamers as laborers and playbours, we delineate three distinct labor control mechanisms utilized by streaming guilds. This analysis serves to illuminate the intricate nature of intermediary organizational control within the realm of digital labor.

Keywords: streaming guild, game streamer, intermediary organization, digital labor

研究動機與目的

中國大陸的電子遊戲和勞動研究有其獨特的歷史語境，這與相關產業和產品的發展歷程、社會接受與倫理規範密切相關。自1989年開始，官方話語描述電子遊戲是「電子可卡因」、「洪水猛獸」、「精神鴉片」、「電子毒品」，類似對電子遊戲強烈的「污名化建構」持續了數十年（何威、曹書樂，2018：74）。2000年代以來，網絡遊戲、電子競技、手機遊戲已廣泛滲透到人們的日常生活中，玩家群體、產業規模日漸龐大，官方話語將遊戲產業嵌入全球金融危機和中國推動文化產業振興的新語境中。2023年7月，中國音數協遊戲工委連續發佈《2023年1-6月中國遊戲產業報告》、《2023年1-6月中國電競產業報告》，將電子遊戲和電子競技作為「國家大力發展數字經濟」背景下的重要產業，確定「規範化、精品化、多元化和國際化」的發展方向。¹2023年杭州亞運會上，電子競技首次成為正式競賽項目，²並於抖音等國內平台進行轉播，電子遊戲直播成為蓬勃發展的傳播領域。2024年7月31日，中國官方機構發佈「網絡主播」等19個新職業信息，首次給予網絡主播官方定義，即基於互聯網，以直播、實時交流互動、上傳音視頻節目等形式發聲、出鏡，提供網絡表演、視聽信息服務的人員。³由此，網絡主播成為國家承認、有具體職業標準的新職業。電子遊戲歷經三十多年的發展，也作為新經濟引擎、新行業、新文化被「正名」。

電子遊戲直播從2006年左右至今，歷經網絡化、數字化和平台化的逐步演進。2006年，借著視頻點播網站的興起，以NeoTV為代表的一些遊戲視頻網站誕生，它們自己製作節目，按照節目單進行播送，對於一些重要的賽事，它們也會借助視頻點播網站的技術進行轉播。2010年騰訊公司創建TGA (The Game Awards) 平台，開始對WCG等重要的電子競技賽事進行轉播。此後，網絡直播行業涉及的直播平台、主播數量、行業營收等飛速發展，2014年，彈幕視頻網站AcFun旗下的直播分享網站「生放送」改名鬥魚TV，開始專注電競直播業務；同年，電競直播平台戰旗TV也上線，原本作為騰訊的賽事平台TGA也推出了「隨星播」插件支持電子競技的個人直播（張志鵬，2015：25-31）。截止2023年6月，《第52次中國互聯網絡發展現狀統計報告》顯

示，遊戲直播用戶規模已經達到2.98億人，較2022年12月增長3,188萬人，佔網民整體的27.6% (中國互聯網絡信息中心，2023：54)。當下，遊戲的網絡直播形式主要是指網絡視頻直播，其特點是「現場實況非剪輯和連續不間斷播送」(王蕾，2017：134)。而提供電子遊戲現場化、連續播送的勞動主體即是「遊戲主播」，即本研究的核心對象。

隨著網絡直播的商業化進程不斷加深，主播的職業化、公會的興起等現象應運而生 (姚建華、陳曦，2019)。「直播公會」是在直播行業發展成熟期出現的連接直播平台和遊戲主播的中介化機構，一般是在平台扶持下的大型合作運營公司。直播公會一方面代理平台完成挖掘、培訓和管理主播等工作，另一方面成為散落各處的大量主播的職業經理人。早期公會由平台頭部主播牽頭成立，此後，公會發展成為專業的主播經紀公司。隨著直播平台擴張，藝人經紀公司、網絡主播公會等從事主播工作技能培養與管理的專業組織出現。平台專注於流量導入和商業變現，主播人員的管理、運營以及培訓交由經紀公司或公會完成 (葉韋明、金一丹，2021：105)。公會作為行業的「再中介者」和主播的「孵化器」(劉亭亭、楊曉兵，2022：106)，把控著網絡主播從進入行業到勞動生產的全過程，遊戲主播也不例外。可以說，遊戲主播和其所隸屬的直播公會構成了勞動過程中不同的權力主體，成熟的公會管理體系能夠通過「工業生產」、「塑造」主播。公會往往在資源分配、合約、內容生產對主播施以不同程度的控制。有學者指出，公會為主播提供直播技術、物質資金以及運作策略等支持，其經紀人會隱蔽地與主播進行協同合作、共同表演和直播展演，根據簽約為主播剪輯短視頻、配置運營、定期進行培訓、組織公會內部的PK賽和公會賽等一系列活動以獲得更高的打賞 (董晨宇、葉蓁，2021)。在對多頻道網絡 (multi-channel network, MCN) 的研究中，Zhang 和 Tong (2024) 發現 MCN 與大量創作者簽訂經紀合同，有了這種合約，MCN 在管理創作者方面有了很大的靈活性。MCN 不一定要聘請創作者作為全職員工，但簽約創作者不能為其他競爭的MCN工作，他們需要支付高額賠償金。除了簽約之外，公會還會嚴格控制主播的內容生產。學者指出，直播平台建構和操縱的時間秩序，使 MCN 機構需要且能夠快速地適應平台的「時間秩序規範」及其帶來的流量邏輯，展開標準化的內容

生產與分發流程，這是MCN機構專業性的體現（黃賀鉅，2021：91）。上述研究對直播公會雖有提及，但尚未有較為系統化的論述，也未能深入到公會運營的流程當中，本文基於參與式觀察，發現遊戲直播公會進入行業的時間、運營經驗、運營水平等存在客觀差異，不同的運營策略和公會內部生態亦會影響主播的勞動過程，公會是遊戲主播勞動中不可忽視的一環。因此，本文試圖展開新的分析路徑，首次將遊戲主播的勞動性質問題放置於作為中介化組織的直播公會中，進而揭示新型的組織控制對數字勞動過程及勞動者情感的影響。

馬克思認為，在人類進入階級社會之前，勞動是人的自由自覺的生命活動。當人類進入階級社會，勞動性質就從「自由自覺的生命活動蛻變為肉體受折磨、精神遭摧殘的強制活動」（袁傑，2016：29–30）。由此可見，勞動性質是勞動過程中某些特徵的集中體現。本文將從遊戲主播的角度出發，揭示直播公會中遊戲主播的勞動性質。具體而言，將結合對相關勞動關係、勞動過程的研究發現，基於市場和工資關係對暗含其中的勞動性質進行提煉。既有研究指出，電子遊戲作為「後現代媒介」（東浩紀，2015：3–4），比傳統的視聽媒介擁有更多感官維度的體驗，它重構著現實，激發著創造力和想像力，以自身的方式完成寫實和敘事。在這種特殊的媒介性之上，遊戲玩家的遊玩動機也是值得探討的話題：遊戲是自由的、自願的，不帶功利目的的，遊戲為了「樂趣」，它是在理性之外的，不以任何理性關係為基礎（赫伊津哈，2017）。當遊戲的文化特質與遊戲主播賴以生存的、功利性的職業需求結合，勞動過程的情感（emotion）和情動（affection）要素便不可忽視。情感勞動（emotional labor）的概念由Hochschild（1983）在其專著《心靈的整飾：人類情感的商業化》（*The managed heart: Commercialization of human feeling*）當中提出。Hochschild認為私人生活領域中的情感受制於某些規則，當按照規則要求改變情感或感受的程度與性質，就是在進行「情感整飾」。這種規則的來源往往是企業、社會等「情感勞動市場」（a market for emotional labor）。

與情感相比，情動則來自德勒茲（Gilles Deleuze）所闡釋的斯賓諾莎哲學（Spinoza's philosophy），以及在此哲學傳統影響下興起的「情動轉向」（affective turn）。哈特和奈格里（2005, p. 108）指出「與作為精神現

象的情緒不同，情動既指涉肉體，也指涉精神。像快樂和悲傷這樣的情緒所揭示的，是整個人體組織中的生命現狀，它既表徵了肉體的某種狀態，也表徵了思維的某種模式」，他們又從勞動者之間的關係入手，認為情動是「解放性」的，它總是直接建構勞動關係。觀念、景象及知識的生產不僅基於公共性而被組織起來，而且每一種新的觀念和景象還會激發和開啟新的合作關係(唐正東，2013：28–29)。林磊(2020：75)特別強調，從哲學意義上看，「affective labor作為一種情動勞動，它實際上就是一種具有潛在的身體之力和欲望生產的積極的主體性勞動。與傳統的馬克思意義上的異化的勞動以及如今被學界熱議的情感勞動相比，affective labor實際上是一種積極的、能夠突破外部結構束縛的身體抵抗。」從理論價值上來看，這兩種非物質勞動要素幾乎貫穿了遊戲主播從勞動動機到行為的整個過程，並時常被主播和公會、觀眾建構的關係所影響。由此，本文聚焦情感研究與網絡直播相適應的兩條勞動理論進路，一是赫伊津哈(Huizinga)的情感勞動；二是哈特與奈格里的情感勞動(affective labor)(田林楠，2022)。為方便後續概念區分，本文將沿用呂鵬(2021)、林磊(2020)等學者對概念的詮釋，將emotional labor譯為「情感勞動」，將affective labor譯為「情動勞動」。

值得注意的是，數字化轉型、數字勞動以及平台資本、數字經濟在當今社會發揮的作用日益增強。「遊戲主播」這一群體作為「數字經濟中的勞工組織」，同樣能夠如曹晉和袁諒(2022)等學者所言，在組織勞工的集體抗爭等諸多方面發揮積極作用，也同樣應納入數字勞動的研究範圍。姚建華和徐偲驥(2021：8)指出，在全球經濟轉型的背景下，數字勞動過程「更深刻地與審美、創意、情感等大量非物質性要素交融在一起，以情感勞動為主的數字勞動在生產性活動中的地位越發突出。」在對中國數字勞動近十年的核心議題總結中，姚建華和張媛媛(2023)將數字勞動與性別、社會關係和情感緊密聯繫在一起，致力於揭示出其背後的多重權力關係。在線情感勞動和在線情動勞動本身就是數字勞動最為重要的兩種形式(呂鵬，2021)。可見，遊戲主播、遊戲直播亦是當下重要的數字勞動研究對象。研究當中，本文既會關注在具體情感和情緒上主播受到的外界影響，也會關注其作為遊戲玩家本身對遊玩的情動，以及這種「生命政治的勞動」是否能突破外在的束

縛。此處的束縛指向直播公會等機構對主播造成的結構性制約，這在既往研究當中鮮少有體系化、分層化的成果。本文選擇與遊戲主播身份更契合的「玩工」研究為切入點，結合對直播公會中的遊戲主播的參與式觀察和深度訪談，解析具有中國特色（也許具有普遍性）的勞動性質，進而拓展相關理論內涵並探索可能的多元結論。

文獻綜述

情感勞動、情動勞動與「玩工」

「玩工」的概念最早由愛爾蘭學者庫克里奇 (Julian Kücklich) 提出。在其最初概念當中即隱含著對「個體情感」的論述。在針對遊戲模塊 (mod) 和模塊愛好者 (modder) 的研究中，Kücklich (2005, p. 2) 指出，數字遊戲在觀念上往往被認為是「休閒」，將模塊視為休閒活動是遊戲生產商與模塊愛好者之間具有剝削性關係形成的基礎。同時，模塊具有自願性和非營利性，這種性質會使資本對模塊愛好者的剝削更為隱匿，形成事實上的勞資關係，並與其他具有生產性的僱傭勞動力一樣，對自己的產品不具備所有權。曹晉和張楠華 (2012 : 46) 在對字幕工作組的研究中指出，新媒體的眾包式勞動已經解除了僱傭勞動關係，用「興趣」和「參與的滿足感」最大限度地將散落在世界各地的愛好者組織起來。Johanssen (2018, p. 1215) 將 Facebook 用戶勞動概念化為「遊戲行為」，認為勞動和遊玩行為在 Facebook 上並不對立，遊玩行為使用戶保持了對代言和權力的幻想。文獻提示，在「玩工」的勞動行為中，應充分考慮情感要素的影響，本文試用情感勞動、情動勞動相關理論對「玩工」理論框架進行拓展和補足。

Townsend (2008) 指出，交互的工作通常涉及情感勞動。許多關於情感勞動的研究都是在服務業的背景下進行的。同時，Yang 和 Chen (2021) 系統性地梳理了既往的九篇有關於情感勞動的文獻綜述，整合了不同國家背景下情感勞動與結果變量之間關係的研究，並提煉出該概念的跨文化差異，進一步提示了研究田野的重要性。由此，將視角聚焦在對國內網絡主播的研究上，胡鵬輝和余富強 (2019) 提出了啟發

性的研究視角，即網絡主播的勞動過程是一種新興的情感勞動方式，將公會作為研究的變量之一，指出加入直播公會並不會為主播帶來顯著負面影響，反而能增加其個人成就感，這同樣對本文產生了重要啟發。與之類似地，呂鵬和畢斯鵬 (2022: 29) 指出，在網絡直播帶貨過程中，一部分情感資源跳脫出「資本—情緒勞動—情感勞動—資本」的「情感遞償」循環過程，展現出線上情感勞動的另類形態。肖珺和郭蘇南 (2020) 的研究從心理學的角度指出，情緒是一種複雜的軀體和精神變化模式，包括生理喚醒、感覺、認知過程以及行為反應，這些是個體知覺到的獨特處境的反應。然而，學者並未詳細闡述情感勞動中各個要素的互動作用，也未對「自我滿足與自我享受」的最終結果呈現的具體機制展開分析。事實上，在直播行業中，還存在個體性的、能夠跳脫出經濟結構制約的情感力量，情動勞動的研究視角正是對上述研究的補足和延展。

呂鵬 (2021) 指出，對剝削的批判是情動勞動最為基本的要義。事實上，對剝削的批判意味著對政治經濟結構的打破和跳脫，岳璐和蔡驥 (2021: 134) 等對直播粉絲的研究即指出，粉絲在不斷積累的情感勞動中形成了「數字資本邏輯需要改變」的共同認知，其中一部分粉絲已經走向自覺對抗直播平台規則、拒絕市場交換邏輯的全面脫嵌。林磊和馮應謙 (2019) 的研究更為直接地指出，情動勞動實際上是一種基於人的生命權力的「欲望」勞動，這種欲望力的流變與生成過程，並不是簡單的情感或情緒 (emotion) 在起作用，而是身體對於更加美好、更加幸福的生命狀態的本能追求。而這些要素正是在遊戲主播勞動中頻繁出現且發揮重要作用，是構成部分主播勞動主體性的重要環節。再回顧 Huizinga 對遊戲媒介的表述——遊戲是一種自願的活動或消遣，在特定的時空裏進行，遵循自願接受但絕對具有約束力的規則，遊戲自有其目的，伴有緊張、歡樂的情感，不難發現遊戲的人具有明確不同於「平常生活」的自我意識，情感是「玩工」理論的關注點，「情動」則是對理論可能性的延展。因此，由遊戲這一特殊媒介所帶來的情感是「玩工」勞動中不可忽視的要素，與「玩工」自身情感密切相關的勞動應當被納入「玩工」理論的關注點。

網絡直播中的遊戲玩家及組織控制

有部分研究並不採用「玩工」理論，而是採用了政治經濟批判或技術批判的視角切入網絡遊戲直播研究，其研究對象同樣為網絡直播中的遊戲玩家，對本文有較強的參考意義。從勞動動機和行為的視角切入，在自決理論 (self-determination theory, SDT) 背景的支持下，有學者研究了土耳其的大型多人線上角色扮演遊戲 (massively multiplayer online role-playing game, MMORPG) 玩家的部分行為特徵，一方面是自主性行為，如探索遊戲、角色扮演、逃避現實等；另一方面是聯繫性行為，如社交行為、建構關係、團隊合作等。但土耳其玩家喜歡數值上的提升，削弱了團隊合作在 MMORPG 環境中的重要性，玩家年齡的成熟也削弱了數值提升行為和角色扮演行為的佔比 (Dindar & Akbulut, 2014, p. 234)。在對韓國玩家的研究中，學者指出韓國成年玩家擁有三種類型的自我發展行為模式：成就導向發展、控制導向發展和關係導向發展 (Doh & Whang, 2014)。這與 Yee (2006) 提出的「玩工」勞動動機有著較強的對應關係。國內玩家同樣進行與之相似的探索、升級、社交行為。例如，在《魔獸世界》(*World of Warcraft*) 中，玩家建構起「名聲」和「互惠」系統，對不可信任行為和個人進行制裁，實現「資源互惠」、「技能互惠」和「信息互惠」。玩家們在「娛樂」和「閒聊」中形成了重複互動，其中有豐富的社交線索、自我揭露和情感交換 (王喆，2018：53)。

除此之外，國內玩家較為突出的特點是與遊戲資本產生的各異互動關係。這種關係可被總結為合作型關係與反抗型關係。在合作型關係的研究中，有學者以《王者榮耀》為研究對象，指出玩家作為「產消玩工」參與遊戲內容生產的同時，還作為「你媒體」(you media) 參與遊戲營銷，網絡遊戲的社交性使媒介技術能夠作為中介參與遊戲玩家的社會交往，社交關係成為了商業遊戲公司與平台公司的稀缺資源 (蔡潤芳，2018：73)。在反抗型關係的研究中，亦有學者在對《我的世界》(*Minecraft*) 模塊玩家進行研究時特別強調了「玩工」的反抗性行為，認為隨著模塊製作者為了自身利益不斷抗爭，其「生產者」意味不斷得以凸顯，但這種反抗往往是局限的，具有較高主體性的「生產者」並非完全不受束縛，作為勞動平台的《我的世界》仍然牢牢地由資本所有者控

制(郭建斌、姚健明, 2020)。這對本文研究遊戲主播與公會的勞動關係具有一定參考意義。

不可忽視的是，遊戲作為特殊媒介，既從屬特定行業的運作體系，也在為遊戲玩家們創造著脫離出既有政治經濟結構的可能性。在對網絡遊戲《EVE Online》的研究中，Taylor等人(2015)將之展示為一個玩家積極共同構建的、以不受約束的資本主義為中心的共享現實的平台。遊戲「玩工」們創造並接受了一種經濟秩序。無獨有偶，有學者指出MMORPG類型遊戲通常包含資本主義結構的隱喻和映像，因為「玩工」和遊戲開發者共同創造的機制和美學經常模仿和反映社會結構，例如角色類別、手工職業、種族表現、意識形態和文化上的分化，包括社會、經濟系統以及玩家和非玩家角色(non-player character, NPC)所處的各種等級制度等(Kristensen & Wilhelmsson, 2017)。有學者同樣觀察到，玩家不只是在遊戲世界裏機械化地按照遊戲程序的目標設定升級、打怪，更是在「遊戲社會」裏自由交往、追逐夢想，尋求一種與現實生活中的瑣碎、壓抑、沉悶等負面感受拉開距離的遊戲化生存的可能(鄧劍, 2020)。

那麼，平台或機構對網絡直播的組織控制如何？例如，有學者關注到電子競技行業和作為直播從業者的電競職業選手，對其工作流程和勞動方式進行了系統性的研究，認為他們的薪資勞酬與行業發展狀況密切相關(Johnson & Woodcock, 2021)。有學者則深度訪談了街頭的職業歌手主播，關注其薪資制度與計件制的勞動控制(徐林楓、張恒宇, 2019)。亦有學者關注到秀場女主播的「甘願勞動」，尖銳指出在數字資本主義時代，女主播如同被早期資本家以趕工遊戲引導生產勞動的工人，其勞動及創意生產所創造出來的剩餘價值，全部都被平台、公司剝削(周孟傑等, 2021)。從勞動力商品化的研究角度切入，有學者認為經紀公司控制生產工具，進而控制作為「生產要素」的主播。正是基於此，在直播這一網絡新領域，主播的等級秩序和僱傭勞動化正在推進(張志華、董欣佳, 2018)。亦有學者通過對Twitch社區的研究指出，遊戲化、同步性、社區、參與、自由操作和共同氛圍等全新的媒體技術特徵，探索了直播對數字社區媒體授權的可能性(Johnson & Woodcock, 2019)，也有學者研究直播平台通過技術實現對主播和觀眾

消費觀看行為的監控 (Partin, 2019)。胡翼青 (2020) 採用政治經濟學的視角切入，認為面對作為非人行動者的算法、軟件和平台，人類並非總能保持其主體性。事實上，對政治經濟關係的研究關注點在於生產資料、薪資勞酬、分配關係等實在的控制，普遍關注到直播從業者勞動過程中與平台、經紀機構等產生的剝削關係，以及這種關係是如何實現的，也啟發著筆者探究主播與其他中介機構——即公會所產生的勞資關係。

文獻小結

目前對主播群體的情感勞動和情動勞動研究對象主要為廣義上的「網絡主播」群體，而較少有對遊戲主播，尤其是公會內遊戲主播的研究，也忽視了遊戲作為特殊的媒介形式，對主播情感表現和勞動過程的影響。從勞動行為和動機角度來看，合作與反抗關係事實上存在於遊戲主播的勞動之中，但其運作受到直播行業的規制和主播身份的雙重性影響，必然與單純的遊玩行為產生區別。此外，遊玩過程中玩家能夠產生大量自主性和創造性的行為。作為「玩工」的遊戲主播是否在進行全新的勞動，其自主性和創造性又是如何被制約和發展的，都是亟待研究的問題。為探究遊戲媒介對「想像力」和「樂趣」的激發，以及在這一過程中受公會規制而產生的諸多變化，本文將遊戲主播置於「玩工」理論視角下進行研究。這一理論框架肯定了情感勞動相關理論的介入，能夠很好地統攝和響應「情感」、「玩家」和「組織控制」的多重理論議題。「直播公會」將是本文解析遊戲主播的組織環境，筆者在實踐中觀察發現，很多遊戲主播受制於直播公會，其與公會建立的關係相較於直播平台更為密切，公會亦可作為對勞動產生影響的重要變量。

傳播政治經濟學學者席勒 (Schiller, 2007) 將知識勞工的勞動性質按照「有無工資」和「是否面向市場」的雙重維度進行象限分類，提示著在不同變量控制下，勞動主體的勞動性質具有較大差異性。既有研究中，網絡主播勞動的不同性質同樣得到了充分展現。徐林楓和張恒宇 (2019) 將薪資制度控制下的主播勞動稱為「人氣遊戲」；胡翼青 (2020) 將直播「種草帶貨」概括為「資本複製模式」；林磊和馮應謙 (2019) 將網

劇的「眾創」概括為主體性生產的情動勞動；彭婧和伍麟 (2022) 則將男主播的情感勞動概括為「性別操演」。這些研究均能提煉出主播勞動某些共性的、突出的特徵，由此總結其勞動性質。本文參照 Schiller (2007) 的分類模式，將核心研究問題確定為：**直播公會中遊戲主播的勞動性質分類研究**。

研究方法

本文進行的是基於田野的質性研究，第二作者以平台直播運營的第三方身份加入到某平台遊戲主播社群中，該遊戲主播社群含遊戲主播 497 名成員，均為平台下遊戲主播，其直播領域主要為競技類遊戲、主機遊戲。自 2022 年 11 月開始對社群討論進行為期八個月的觀察，每天觀察時間平均為六小時，重點關注與情感、勞動、公會等主題相關的討論。其中，頻繁參與公會相關議題討論的主播共 32 名，與之持續溝通後，從中選取平均觀看人數、平均營收數據、遊戲直播領域各不相同且配合意願較強的主播 12 名，對其持續進行半結構化訪談，並在線上或實地考察，深度參與到其直播過程當中，以其語料作為本文研究論證的基礎。

研究對象的選擇基於作者常年的學術關注、用戶體驗和參與式觀察。第一，作者近年來關注直播等新媒體傳播中的情感和情緒問題，肖珺和郭蘇南 (2020: 5) 在對直播帶貨中情緒傳播的研究中首次提煉「算法情感」的解釋路徑，指出直播帶貨中包含五種類型的情緒傳播，算法情感既是大數據技術下用系統的方法描述和解決問題的平台策略機制，也是直播帶貨中推動流量數據和銷售業績的複雜人格特質。第二，本文第二作者是遊戲玩家，於 2022 至 2024 年間曾在某大型直播平台的相關業務部門工作一年有餘，負責主播以及公會的日常運營工作。兩位作者在與平台、公會、主播溝通研究設想後，基於研究倫理和工作保密要求，最終選擇以遊戲主播為研究中心點，通過參與式觀察和深度訪談揭示他們在直播公會中的勞動性質。

在本文的參與式觀察中，第二作者通過運營身份參與平台對公會管理規則的商討、公會合作方案和主播引入方案的制定。在 2022 年 11 月

至2023年4月間，分別在深圳、北京、武漢三地與8位公會經紀人深入交流討論，總結其所經營公會對主播的管控方向和手段。研究發現，在中國的直播公會運營中，根據運營方式的不同，直播公會一般分為引入型公會和孵化型公會。引入型公會強調規模效應，公會通過招募大量主播來獲取平台政策補貼，並作為其主要的收入來源。因此在引入型公會當中，主播能獲得的資源較少，其成長主要來源於個人努力獲取的平台流量支持，公會並不會考慮主播的長期發展。相對而言，孵化型公會則不追求較大的規模，而是嚴格控制主播招募的門檻，更加關注主播的個人發展，因此單個主播能夠獲取更多的公會內外部資源，成長速度快。本文所訪談的12名受訪者分別從屬於8個直播公會，其分類如表一、表二所示。

表一 參與式觀察的直播公會信息

公會編號	公會類型	主要業務領域	公會主播人數
1	引入型	遊戲、秀場直播、電商直播	330
2	孵化型	遊戲、秀場直播	210
3	引入型	遊戲、秀場直播、電商直播、財經直播	270
4	孵化型	遊戲直播	90
5	引入型	遊戲直播	110
6	引入型	遊戲直播	140
7	孵化型	無明確發展方向	50
8	孵化型	遊戲直播	30

表二 12名受訪主播和所屬的公會

公會類型	公會編碼	主播編碼	年齡	直播地點	公會內部分層 ⁴	直播數據和內容
引入型	1	B1	30	北京	頭部主播	直播間場均觀看人次約六萬，主要直播內容為第一人稱射擊遊戲
		B9	26	黑龍江	腰部主播	直播間數據不穩定，主要直播內容為近期熱度較高的遊戲
	3	B12	33	黑龍江	長尾主播	直播間數據不穩定，主要直播內容為近期熱度較高的遊戲
	5	B5	22	安徽	長尾主播	直播間數據不穩定，主要直播內容為近期熱度較高的遊戲
		B6	32	水原市(韓國)	頭部主播	直播間場均觀看人次約七萬，主要直播內容為遊戲《模擬飛行》

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

公會類型	公會編碼	主播編碼	年齡	直播地點	公會內部分層 ⁴	直播數據和內容
引入型	6	B10	30	河北	腰部主播	直播間數據不穩定，主要直播內容為近期熱度較高的遊戲
		B11	32	廣東	頭部主播	直播間場均觀看人次約六萬，主要直播內容為遊戲《使命召喚》、《往日不再》等
孵化型	2	B4	26	河南	腰部主播	直播間數據不穩定，主要直播內容為近期熱度較高的遊戲
	4	B2	21	河南	頭部主播	直播間場均觀看人次約十萬，主要直播內容為遊戲《i wanna》
		B8	22	四川	長尾主播	直播間數據不穩定，主要直播內容為近期熱度較高的遊戲
	7	B3	36	黑龍江	腰部主播	直播間場均觀看人次約三萬，主要直播內容為遊戲《古墓麗影》、《荒野大鏢客2》
	8	B7	26	吉林	腰部主播	直播間場均觀看人次約二至三萬，主要直播內容為遊戲《鵝鴨殺》

在表二當中，B1 和 B9 從屬於直播公會 1，該公會規模相對較大，擁有三百多名遊戲主播，公會主營的業務領域也比較廣泛，涵蓋遊戲、秀場、電商直播等多個領域，與之經營狀況和特徵類似的還有 B4 所處的直播公會 2 以及 B12 所處的直播公會 3。主播 B2 和 B8 (從屬直播公會 4)、B5 和 B6 (從屬直播公會 5)、B10 和 B11 (從屬直播公會 6) 所屬的直播公會則專注於電子遊戲直播這一業務領域，較少有其他方向的投入，相應地，這些公會往往擁有成熟的主播孵化和培養體系和近百人的主播規模。主播 B3 (從屬直播公會 7)、B7 (從屬直播公會 8) 所屬的直播公會經營規模相對較小，處於起步階段，主播規模不超過百人，且基本沒有線下的主播工作場地，大多數主播線上簽署合同並開啟直播。這些公會的業務領域、經營策略、合同條款均有一定的差異，進而對主播與其的勞動關係、主播自身的勞動過程及主播最終的勞動性質產生影響。

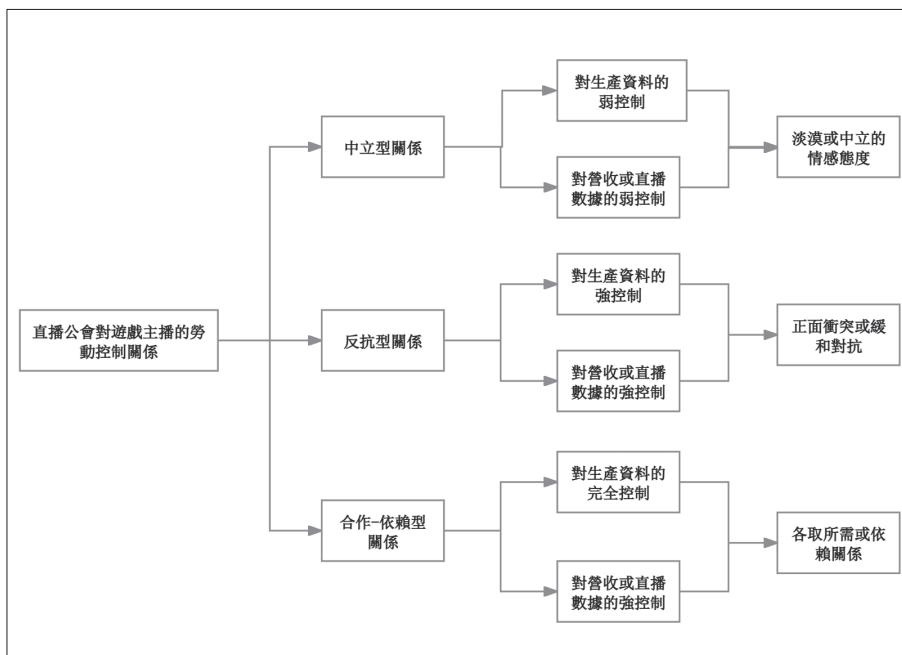
研究發現

遊戲主播與直播公會的勞動關係分類

勞動關係即「勞動力與生產資料(勞動條件)的組合」(王全興，2017)。學者在針對政治經濟學發展的討論中，指出應在汲取西方數字

勞動研究有益學術成果的同時，立足於中國勞動體制、勞動關係、勞動保障和勞工權益的現狀與在地經驗來開展研究（姚建華、徐偲驥，2021：12）。在中國，直播公會是遊戲主播勞動過程中不可忽視的主體，公會研究無疑是在地化的問題。回到研究中來看，遊戲主播在直播過程中作為勞動力，其生產數據一方面來源於自身條件，如軟件、硬件、外設等；一方面被平台、直播公會等主體所分配或控制，進而影響了主播營收的分配或分成，和主播在面對公會對勞動介入時採取的不同態度。由此，不同樣態的勞動關係得以形成。在薪資層面上，公會佔據主播收入的一定分成比例；在勞動控制層面上，公會掌握著主播部分的生產資料。本文對遊戲主播生產數據、營收關係受公會控制的程度進行分層，並結合遊戲主播自身對公會的情感傾向，將勞動關係分為對抗、中立、合作三大類，其特徵如圖一所示。

圖一 直播公會與遊戲主播的三種勞動控制關係



在中立型關係當中，遊戲主播和直播公會處於法理上存在聯繫，實際上互不相關的特殊狀態。對抗和衝突並非不存在，而是不影響勞動的整

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

體過程，雙方有意或無意地達成某種默契和共識，維持中立、淡漠的勞動關係。在 12 名訪談對象中，有 3 名 (B1、B9、B12) 在話語中體現出中立型勞動關係的特徵。綜合社群觀察和訪談結論，筆者將從生產數據、營收關係、情感傾向三個方面，將中立型關係的特徵總結如表三所示。

表三 中立型勞動關係

維度	表現
生產資料	遊戲主播擁有對生產資料的自主權。遊戲均來源於自主購買，公會並不對播出遊戲進行任何要求 (B1) 公會不控制主播演出腳本和口播話術，大部分情況下僅作基礎的直播規範要求 (B9、B11)
營收關係/直播數據	公會對主播無特定資料和營收要求。主播和公會均接受「自負盈虧」 (B9)
主播態度	對行業規則的順從，對營收關係的無奈或淡漠 (B9、B11)
對「玩工」理論框架的回應	貼近「玩工」理論視角下的遮蔽關係，公會對勞動過程的控制弱化後，遊戲主播們獲得了更多自主權，而對生產力和產品的佔有被這種自主性所遮蔽

然而，在大多數情況下，公會在主播的勞動過程當中可發揮決定性的作用，成熟的公會管理體系能夠「工業生產」、「塑造」主播，由此，主播與公會的第三種關係——合作-依賴型關係隨之誕生。在 12 名訪談對象中，有 5 名 (B4、B5、B6、B7、B8) 主播在話語中顯著清晰地展現出與直播公會的合作關係，部分主播甚至依賴於公會完成勞動過程，其基礎建立在公會對生產數據和營收關係的強控制之上。具體如表四所示。

表四 合作-依賴型勞動關係

維度	表現
生產資料	對於入手門檻高或硬件要求高等特定類型的遊戲，公會能夠提供體系化、成熟化的直播教程和資源，並且投入專門人力負責一對一的主播培訓教育 (B6)
營收關係/直播數據	公會提供的扶持通過對營收關係的強控制來實現，公會對主播的直播數據提出一定要求，且同時控制營收分成 (B7)
主播態度	不採取負向的情感態度，也不會展現出脫離公會的想法，更多地展現出對公會的支持乃至依賴
對「玩工」理論框架的回應	貼近「玩工」理論視角下的「替代」關係，公會對勞動過程的控制是強大的，但其對主播生產數據和營收關係的控制被主播自願接受，作為「遊戲化」過程或行業規則的一環

隨著公會控制的進一步加強，在對抗型關係當中，遊戲主播和直播公會成為了對抗的兩端，具有直接或間接的衝突和矛盾。在12名訪談對象中，有4名(B2、B3、B10、B11)在話語中展現出與公會顯著的對抗性，在其他訪談對象的話語和社群內遊戲主播討論中亦有關於直播公會的偏負向情感。對抗型關係的特徵如表五所示。

表五 對抗型勞動關係

維度	表現
生產資料	以建立「線下基地」的方式，為主播提供直播所需的軟硬件，如私人服務器等。在線下基地中，主播的直播勞動過程均在公會的把控之下(B10)
營收關係/直播數據	公會進行對營收關係的強把控，以合同的形式約束主播的營收分成比，實現對主播薪資的直接控制(B3) 公會通過行業渠道廣泛獲取且壟斷帶貨、廣告等營收商單，直接控制主播營收渠道，間接影響主播行業聲譽(B5)
主播態度	被動接受營收關係的同時，不甘於被公會控制生產數據和勞動進程，對公會採取對抗性的情感傾向
對「玩工」理論框架的回應	對「玩工」理論框架的延展，代表著「玩工」的反抗性行為，其「生產者」意味得以凸顯(郭建斌、姚健明，2020)

值得注意的是，相對於秀場直播或戶外直播等傳統的直播形式，電子遊戲直播更依賴於遊戲設備、攻略探究、操作技巧等具有一定獲取和理解門檻的生產數據，這也使得電子遊戲成為上述三種關係共同擁有的、不可忽視的媒介基礎。既有研究中，學者明確指出，忽略了「勞動」範式而進行的傳播遊戲研究，極易受到「遊戲」迷思影響，而迷失了對「遊戲」本質的把握，轉向一種超然的學者姿態，這樣的研究也必然是在管中窺豹且先天不足的(胡騫、吳鼎銘，2020：88)。事實上，要討論遊戲主播的特殊性，以及遊戲主播和「玩工」理論的結合點，絕不可忽視作為勞動過程中媒介要素的電子遊戲，這也將是接下來對情感和情動勞動討論的聚焦點。因此，將情感勞動相關理論和「玩工」理論相結合，方可避免空談理論而脫離勞動實踐的盲目性，凸顯遊戲這一媒介在勞動過程中的主導作用，和對主播勞動動機的影響。一方面，應探索作為直播的「遊戲過程」對主播的影響，主播將直播亦視為遊戲，變成直播的「玩工」付出情感勞動，生產情緒。另一方面，探

索主播作為遊戲玩家對遊玩行為的情動，即他們對「遊戲」這一媒介形式的深刻認知和對「數字勞動」這一行為的理解。

作為「遊戲主播」的情感勞動過程

在秀場直播等相對傳統的直播形式中，情感勞動是常見的被討論的內容。例如，董晨宇等 (2021: 137) 指出直播平台通過親密度、禮物和PK賽等技術配置，鼓勵主播與觀眾之間建立一種高度商品化、性別化的親密關係；公會則在職業培訓中將這種親密關係進一步具體化為「招待」與「推拉」兩種策略方式。肖珺和郭蘇南 (2020) 採用「情緒傳播」的概念描述在直播帶貨中個體或群體間情緒的表達、感染與分享。由此可見，學界的論述傾向於將情感和情緒作為直播過程中輸出的某種「策略」或「商品」，在遊戲直播中，作為表演策略的情感勞動同樣存在，且勞動形式已經相對成熟。在 12 名訪談對象中，有 6 位主播展現出了情感勞動的特質，且均對自身輸出的具體情緒有一定的認知和表達。這種輸出或以「人設」的形式展現給觀眾，或以特定腳本或話術的形式在開播前就已準備好。相較於傳統的秀場或帶貨直播，遊戲選擇同樣也成為情感勞動的重要載體，勞動的過程是在玩遊戲，也是在玩「被遊戲化的直播」，異化和不穩定性成為遊戲主播情感勞動的核心特徵。

I. 情感演出：異化的情感勞動過程

正如 Brock 和 Johnson (2022) 在對《黑暗之魂》(*Dark Souls*) 等遊戲的研究中所指出的，電子遊戲已經成為理解當代消費模式的重要研究場域。遊戲的消費者通過設計和製造產品來個性化他們的生產活動。不同類型的電子遊戲內容也影響著遊戲主播的情感勞動，通過探索、熟悉遊戲內容，進而設定直播的流程腳本，制定播出過程中的對話技巧，生產個性化的情緒。訪談對象 B12 詳細地講述了自己在三年多的直播從業歷程中嘗試過的多種「人設」，對他而言，進行情感的輸出並不是難以做到的事情，甚至可以從容地扮演不同的角色以滿足多元化的遊戲觀眾需求：

遊戲直播並不是一個僵化的東西，我們和秀場戶外的女主播不同，遊戲直播是能夠經常更換內容的，今天你是一個玩FPS遊戲⁵很牛逼的大佬，明天你就可以是一個《黑暗之魂》⁶中受苦的新人。在《使命召喚》⁷激烈的戰場上，你就是一個身經百戰的老兵，你要展現出所有的激情，帶入到那個角色裏面，去喊叫去衝鋒，帶動觀眾的視聽體驗。在無數次死在關底BOSS前的高難度遊戲裏，你就要展現出或者憤怒或者無奈的情緒。

我經常使用的一個直播技巧就是砸鍵盤，甚至為了表演，我可以砸壞一個鍵盤，再換一個。直播間的觀眾會說你暴躁老哥，在你面紅耳赤的時候刷大量的禮物，但是只有當關閉攝像頭下播的那一瞬間，你才會感覺真正做回了自己，而不是一個演員。

從這些話語中不難看出，電子遊戲的創造性也不斷激發著主播的創造性。直播腳本的準備讓情緒的輸出變成了演出，恰到好處插入的直播話術調動著直播間內觀眾的情緒，隨著遊戲畫面和場景的變換，直播變成了一種後現代的奇觀：

《使命召喚：先鋒》有一個特別刺激的關卡，就是阿拉曼戰役。玩家角色開頭就在荒野上展開遭遇戰，在直播進行到5分鐘左右的時候，基本戰鬥的第一炮就打響了，這時我會在背景中加入衝鋒號，配上電視劇《亮劍》的音樂，然後大喊一聲「榜一榜二⁸大哥，火力掩護，直播間的其他兄弟，跟我衝，殺鬼子！」一般情況下，他們就會刷很多「666」給我回應。(B6)

荒誕的正在於此——電子遊戲通過強大的建模引擎和場景效果還原了人類歷史上真實發生過的戰爭，遊戲主播通過精心創作的直播腳本，適時地調動直播間觀眾的情緒，將「榜一榜二」代入到遊戲內的角色，無形中刺激觀眾的消費欲。在這個過程中，抗日戰爭、阿拉曼戰役、直播間觀眾、背景音樂和音效等毫無關聯的要素相互雜糅，真實和虛擬的邊界不斷模糊，卻擁有一個統一的目的——生產憤怒或激情的情緒；將情緒通過既定的流程輸出給觀眾，成為遊戲主播情感勞動的核心目標。

然而，這一核心目標的實現並非唾手可得，需要主播付出大量設計、測試、排練的時間和物質成本。對主播而言，這也意味著對遊戲自身樂趣的剝奪。有採訪對象坦言，自己做休閒類遊戲的直播，卻感受不到任何休閒，甚至市面上有了新的遊戲也不會感到興奮：「直播是工作，遊戲是生活，現在只有工作，沒有生活。我也想偶爾獎勵自己生活一下，結果一想到遊戲，腦子裏全是直播時候該說甚麼話，扮甚麼醜，連生活的熱情都沒有了。」(B2) 也有主播與之產生共鳴，認為在數天甚至數周內不斷為了直播研究同一款遊戲，輸出虛假的情緒，已經影響了自己正常的情緒表達。「下播之後整個人都是空虛的，要說高興難過都沒有了，就是單純的演累了。」(B11)

由此可見，依托於直播腳本實現的情感勞動使遊戲主播面臨著後現代意義上的主體性危機，這與Hochschild (1983)的論述基本一致，即服務性工作需要將情感整飾和展演作為就業條件，情感勞動會導致勞動者與自己的真實感受相疏離或異化(田林楠，2021)。於是，遊戲不再是遊戲，主播可以創造一個虛構的背景，架空遊戲本身的設計；直播也不再是直播，在腳本的統攝下，直播的實時性被弱化甚至消除，重複的內容、關卡讓直播間成為劇場，直播成為了定時演出。對於遊戲主播而言，在情感勞動的前期準備中，被異化的不僅是勞動過程，更包括其自身作為遊戲玩家的身份。

II. 數據和交際：遊戲化的情感勞動過程

具有諷刺意味的是，遊戲本身樂趣和玩家身份的喪失，卻以另一種「遊戲化」的方式展現在直播進程中，影響著勞動的穩定性。徐林楓和張恒宇 (2019) 認為主播為了在競爭激烈的網絡直播大潮中獲得足夠的收入，將命運寄托在努力地自我剝削之上。對於遊戲主播而言，生存不僅是流程化的情緒生產的最終目標，也是影響情緒生產的不穩定因素之一，這種不穩定性往往以遊戲化的情感勞動形式呈現。

首先，直播是數據變動的過程。在直播時，由直播平台提供的軟件可以實時顯示在線的觀眾數據，在主播完成單場直播後，也會在關閉接口給出本場直播的數據總結和觀眾變化曲線(即「進人曲線」)。對

主播和公會而言，平台的推薦算法是「黑箱」，只能在不斷摸索和試錯中找到推流相對理想的直播腳本。然而，這個過程對主播來說是遊戲化的。例如，在直播間在線人數驟降後，作為新人主播的B8便在公會指引下直接關閉直播，將情緒盡數收回。而當直播間有「老闆」贈送大額禮物時，大量圍觀者湧入直播間時，腳本中的所有情緒都會被誇張的驚歎和感激所取代。下播後，進人曲線的變動可以讓她精確地找到「進人高光點」，從而加強在特定時刻的情緒設計。觀眾對她而言不再是具有能動性的主體，而是數據遊戲中的一條曲線，或一個數字，直播變成了「玩」數據。

其次，直播是交際的過程。部分主播將直播變成了互動遊戲。按照既定的直播腳本輸出內容難以規避意外情況的出現。B1便描述了直播間互動「失控」後的混亂場景：

在直播《底特律：變人》的時候，幾個觀眾非要說這是電影，說我是「錄播狗」，這讓我非常的惱火。你有腳本要唸的時候，劇透和辱罵就是非常搞心態的東西，你一旦著急了，他們就會更瘋狂地在直播間搗亂。我當時就逆反了，今天就算不播也要跟你們玩玩。我故意跟他們強嘴，他們好像也急了，直播間吵得很厲害，維護我的和罵我的吵成一團，但那次其實數據特別高。之後，我就在腳本裏故意設計引戰的話題，比如遊戲裏做選項的時候，你一定要給選某個選項的人扣帽子。

從這段描述中，可以窺見觀眾的質疑干擾了直播腳本的運作，主播反而將其作為互動的遊戲，蓄意地、不斷地給予積極的回饋，讓遊戲得以進行。這種遊戲化的進程又形成了新的直播腳本，主播將「失控」也變成了一種演出策略，隨機產生的「惱怒」也可被作為提升人氣的手段，一切隨機產生的情緒都可以被利用、被拆解和重構。儘管主播產生了煩惱和痛苦，這種負面的情緒和認知很快就被專業的情緒生產機構模板化，以提供給其他主播使用。

主播對自身的困境有著清楚的認知。他們了解「直播的根本目的是賺錢，在行業有立足之地，不被擠佔和淘汰。」(B7) 理想狀況下，按

照直播腳本順利輸出情緒，完成直播，就自然會獲得相應的薪資勞酬。而從現實角度來看，無論實時性如何被削弱，直播在客觀角度上必然產生實時互動，必然是一個變動的過程，具有不確定性的特徵，這便是遊戲主播在情感勞動中面臨的本質矛盾之一。為了盡可能地規避不確定性因素的影響，情感勞動的過程也終於被遊戲化，主播成為了電子遊戲中不斷過關斬將的主角，為了維繫情緒產出的穩定性，不斷提升「數據」和「能力」，最終喪失本我的情緒表露，一切都將成為直播的組件，一切都是工業化流程中精密運轉的齒輪。

然而，田林楠 (2021) 也指出，如果僅僅以情感勞動的視角對情緒的輸出和展演進行拆解，則無疑忽視了情感對個體行動和社會進程的能動力量，以及獨立於或先於主體意識的自發性情感行動，而這正是 Hochschild 成為最具影響力的情感社會學家後，情感社會學的理論困境所在。當電子遊戲成為媒介載體，勞動能否跳脫出被動、機械、主體性被剝奪的研究視角，則需以情動勞動的視角進一步探索。

作為「遊戲玩家」的情動勞動過程

上文所論述的情感勞動的矛盾，是建立在主播生存需求之上的，對情感勞動進行的討論仍無法脫離 Hochschild 在理論提出之初所強調的「展演」和「異化」。然而，在採訪過程中，仍有一批主播展現出了完全不同的勞動形式。從個人情況來看，這批主播或擁有穩定且高黏性的粉絲群體，有一定的營收基礎 (B1、B9)，或因為非全職 (B10) 等原因，他們並不將在行業中生存下去作為自身的第一需求。當這一基礎不成立，全新的勞動過程便得以形成——這種勞動仍擁有主播基本的職業特徵和一定情感勞動的表現，但卻更體現出遊戲主播雙重身份中作為「玩家」的一側。從動機上來看，這種勞動更貼近於林磊和馮應謙 (2019) 等對「情動」的描述——情動勞動實際上指向的是一種身體出於追求更好的生命狀態的目的所產生的一種活動形式，其所帶來的是勞動者自身生命狀態的愉悦，恰恰是具有創造性、自主性的。在遊戲主播的情動勞動中，遊戲或作為連接其人際關係的媒介，或作為藝術性表達的載體，成為情動的根源。

I. 人際關係情動：在線到線下的發展

誠如林磊和馮應謙（2019）所言，以知識分享和情感認同為交換條件的非物質勞動背後，關涉著人與人之間密切的行為聯繫，而情動則是這種密切聯繫之下的產物。在電子遊戲中，虛擬與現實的身份相互交織，情感似乎也被這種超真實性所遮蔽，直到遊戲主播願意坦誠地面對自身的情感，並毫無保留、不加修飾地將其傾注在勞動過程中，令人動容的社交關係就此形成。對訪談對象B7而言，從未有一款遊戲能夠像《鵝鴨殺》（*Goose Goose Duck*）⁹一樣，讓他認識到在直播行業中仍存在赤誠而珍貴的人際關係，這種關係甚至向線下延展。

2023的年初對B7而言並不順利，在《鵝鴨殺》這款遊戲上，公會和個人都傾注了大量精力，連線團隊也在穩固的上升期，卻從各個渠道傳來遊戲即將禁播的消息。這一消息很快被證實，一夜之間，作為行業頭部的B7和他帶領的主播團隊便失去了發展的方向。2022年12月初建立的新團隊決定，在2023年2月1日，為直播間的所有觀眾獻上一場「告別直播」。那場直播是B7向公會和平台申請多次才得以實現的，希望能為這款遊戲的直播劃上一個完美的句號。於是，直播間的上萬名觀眾看到的是14名團隊成員站在遊戲內的舞台上依次發言，講述自己對遊戲和團隊的情感。B7作為團隊的組織者和「老大哥」，一直保持著沉默，聽著一位女性團隊成員的真情表露：

在接觸《鵝鴨殺》之前，我確實想不到能認識到這麼多朋友，我一直是個很自閉的人，謝謝你們給我帶來的所有快樂，今天是這個遊戲的最後一天，我希望我們的快樂能夠像第一天一樣……

B7了解團隊成員的性格和背景，對較為感性的成員來說，只需要聽到背景音樂中的哽咽，便已知道她說不下去了。B7：「強忍著心中的難過也要把直播現場撐起來」，他清了清嗓子，切斷了成員的麥克風，維持著平時的人設，一如往日地主持著遊戲的討論環節：「好了，下一個，到誰發言了？」然而，話語中的顫抖卻無法抑制。直到所有或悲傷或不捨的團隊成員發言完畢，B7才在屏幕後點燃了一支煙，開始帶領所有的成員和直播間觀眾回顧兩個月的遊戲歷程中創造的回憶。一開始，只是個人的回憶和講述，很快，團隊成員便加入了「報菜名」式的

回憶，所有曾經帶給觀眾快樂的場景被盡數展現，直到所有成員全部打開了麥克風，情不自禁地跟隨著他們的團隊領袖一起呼喊著。在這種喧鬧中，直播間的評論也在不斷給予著真切的情感關懷和回應——「我的天，真的都哭了」、「感謝你們曾經帶來的快樂」、「謝謝你們。」

在 B7 關閉直播間的瞬間，遊戲中虛擬的家禽形象們消失在觀眾的視野中，喧鬧也重新回歸寂靜，他再也無法抑制自己的情感，轉頭對公會負責人說：「這個團隊我要一直做下去，就算鵝鴨殺不能播了，我也要帶著他們做別的遊戲。」緊接著，團隊的所有成員約好了線下相見的行程，借助遊戲組織和發展的人際關係仍在現實中不斷延展。事實上，在結束訪談後，B7 帶領的團隊已經完成了線下的會面，並用真人出鏡直播的方式將幕後的「遊戲內的勾心鬥角」徹底消解，取而代之的是對自我的坦誠。

B7 的案例生動地詮釋了遊戲主播情動勞動的特徵。首先，人與人之間的密切關係成為情動的來源之一，且在情動的推動下向更深層的關係發展。其次，電子遊戲在這一過程中發揮的重要媒介作用，一方面提供了交流的場所，一方面通過社交推理的玩法深化人際關係，最終讓情感勞動不斷聚合，向整體性的情動轉化。值得注意的是，由於勞動動機的根本性改變，情緒的輸出不再依賴於特定機制，而是藉由內心真誠地展現。相比於不穩定的情感勞動，情動勞動幾乎不受外部因素影響，並且展示了強大的轉化能力——遊戲主播以自身的情動帶動直播間觀眾的情動，形成勞動的共創。

II. 遊戲情動：生命欲望的勞動

當把視角從外部轉向主播的內心，情動勞動的特徵就變得更加明顯：如果說借助人際關係形成的情動勞動是情緒的互換和交流，是源於社交的正回饋；那麼源於內心的情動則是對遊戲主播雙重身份性最強烈的展現。它向我們提供了一種可能性，也為「玩工」研究帶來了全新的理論視角。這種行動提示我們，生存的需求基礎被弱化時，主播擁有了跳脫出經濟關係的束縛，展現生命原始欲望的可能性，它始於電子遊戲帶來的遊玩欲望，發展於主播在直播間內玩遊戲並供給直播內容的過程，最終落腳於對玩家的身份認同。

對遊戲主播而言，能獲得遊戲的首發直播資格代表著一種榮譽。在《艾爾登法環》(*Elden Ring*)發售時，作為系列遊戲的忠誠粉絲，B5一直在向平台工作人員和公會負責人申請提前試玩的資格。2022年2月25日，B5拿到了遊戲的啟動碼，急切地打開了直播推流軟件，「數著秒」等待遊戲的下載和解鎖。隨著下載進度條到達100%，漫長的遊玩和直播便拉開序幕。彼時的他仍不知道「榮膺TGA2022年度遊戲的艾爾登法環蘊含著何等的魅力」(B5)，只是忘我地投入到遊戲當中，探索、升級、砍殺，當高難度的BOSS在光芒中化為灰燼，他激動地跳躍起來，手柄摔在地上的巨響刺激著觀眾的耳膜；當NPC在旅途中意外身故，他也安靜地站在屍骨前，直播間的畫面隨之定格；當直播間的觀眾對遊戲「出言不遜」，他會立刻予以反駁，甚至叫罵，隨即因違規被短暫地封禁。這樣的情動能夠持續數個小時，直到精力徹底疲倦，B5才會不捨地放下手柄，對直播間的觀眾說一句「恥辱下播，明天再戰。」歷經近一百個小時的奮戰後，他終於修復了遊戲中破碎的律法，迎來了晦澀難懂的結局。如果將這些直播片段接續起來，觀眾會發現除了無法親身感受遊戲操作和回饋外，這樣的體驗與自身遊玩毫無二致。甚至在主播的情緒波動時，他們也跟隨著刷起彈幕，留下評論，儘管這些互動轉瞬即逝，情緒的表達已然成為群體性的創造過程。

部分主播的情動則表現出「攻擊性」姿態。B3毫不避諱「遊戲鄙視鏈」的存在，認為遊戲的品味必然存在高下之分，且總是以「站在鏈條頂端」的姿態面對著同行和直播間的觀眾。他直言：「做直播這些年了，我也想開了，說實話就是自己愛玩甚麼玩甚麼，你首先是個主機遊戲玩家，然後才是個主播，你自己都玩不進去的遊戲就別想播好了。播垃圾賺快錢的這幫主播我真的看不上。」這些攻擊性的表達時常會在直播間出現，引發觀眾的不滿。B3並不在乎，他固執地選擇著自己感興趣的領域——開放世界遊戲。在這些遊戲當中，他最愛的是《荒野大鏢客：救贖2》(*Red Dead Redemption 2*)，儘管平時B3喜歡在直播間講笑話、扯皮，但當遊戲主角阿瑟在夕陽餘輝中走向命運註定的結局時，B3默默地關閉了攝像頭。「沒有人不會為之感動，但我不想搞得太煽情，我一般跟觀眾說去抽根煙。」對遊戲本身品質的評判，也

成為了主播勞動的一環，遊戲成為了主播建構身份認同，維繫自身情動的媒介。這也提示，不同的遊戲類型亦有可能影響主播的勞動過程。

這樣的勞動狀態非常符合「心流」的狀態：人們在從事自己喜愛的工作時可能會經歷一種獨特的體驗，它常使人廢寢忘食，不計回報地全身心投入工作，並且樂在其中，而人在具有這種體驗的活動中常常會爆發出驚人的創造力(鄧鵬，2006)。對遊戲的熱愛讓主播能主動或被動地忽視所有政治經濟學意義上的剝削和異化，儘管客觀上仍被禁錮於經濟關係當中，主觀上卻喚回了極易在這一體系中喪失的主體性。這是對哈特和奈格里論述的有力回應：勞動簡單地顯現為行動的力量，既是單一的，又是普適的：單一是因為勞動已成為民眾的智力和身體的專有領域；普適是因為民眾在從虛擬到可能的運動中所表達的欲望經常構成為一種共同的事物(呂鵬，2021：72)。在情動勞動中，主播不再談及策略、腳本、展演等機械化的概念，也不再將勞動過程遊戲化。電子遊戲發揮著最積極的作用，讓他們能夠毫無保留地與人溝通，與自我溝通，將內心最真誠熾熱的情感向陌生的主體傾吐。他們無視今天的在線人數或明天的薪資勞酬，只關心遊戲的藝術性和魅力能否傳達給觀眾，能否讓自己的心靈得到滿足。在這樣的帶動下，公共空間成為了情緒的聚集地，自然地拒絕了一切非情感的因素、無視了一切不和諧的聲音，形成了集體性的欲望和情動。

結論

從網絡直播的行業視角來看，遊戲主播和其所隸屬的直播公會構成了勞動過程中不同的權力主體。根據公會對生產數據和數據營收控制程度的不同，主播的勞動行為和勞動自主性也隨之產生變化，形成對抗型關係、中立型關係和合作-依賴型關係。與此同時，在遊戲主播的勞動當中，情感要素與遊戲媒介本身密切相關。一方面，作為直播的「遊戲過程」對主播產生影響，主播將直播亦視為遊戲，變成直播的「玩工」付出情感勞動，生產情緒。這是異化的、不穩定的情感勞動，是將自身變為「玩工」的過程。另一方面，電子遊戲媒介本身對主播產生影響，這是主播作為遊戲玩家對遊玩行為的情動，是「潛在的身體之

力和欲望生產」，在遊戲主播的情動勞動中，遊戲或作為連接其人際關係的媒介，或作為藝術性表達的載體，成為情動的根源。綜上，公會主播產生了模仿、公會依賴、生存、欲望、公會介入、對抗等六種勞動性質，這些勞動性質以情感和情動為主要區分，按照直播公會對勞動的控制程度由弱到強產生分野，如表六所示。

表六 直播公會遊戲主播的勞動性質分類

	基於行業生存的勞動 (情感勞動)	基於遊戲欲望的勞動 (情動勞動)
中立型關係(強弱制)	模仿型勞動：茫然前行	欲望型勞動：源於熱愛
合作/依賴型關係(強控制)	公會依賴型勞動：服從恐懼	公會介入型勞動：各取所需
對抗型關係(強控制)	生存型勞動：陷入怪圈	反抗型勞動：變革姿想

勞動性質的產生是動態的過程，主播的勞動動機、勞動行為在很多情況下並非內生性的，外部因素如公會管理、平台政策、家庭境況等的變動隨時會影響上述兩種要素。因此，表六呈現的勞動性質劃分並非彼此獨立、邊界清晰，而是互有重疊，動態變化的。同一個主播可能前後屬不同的勞動性質(B3)，有時甚至會在情感-情動坐標軸的兩端跳躍。本文所揭示的實質上是在某個時間節點上，主播展現出的特徵突出的、靜態的勞動性質，並生成六類勞動性質。

其一，情感勞動—模仿型。進行模仿型勞動的重要前提，是公會出於運營策略或發展需求而不再對主播進行強制控制，也不再介入主播的勞動過程。這種管理的缺位往往會引發主播的不滿和疑惑，主播不認同自身的公會身份，但因各方面原因擱置了退會的流程，或因從業不受影響等原因保持公會主播身份。公會和主播實際上成為了分割的主體(B12)。在公會的角色被淡化之後，主播可以單純地為了自身的生存需求負責，但同樣因生產資料的缺乏，情感勞動的策略和展演只能通過不斷模仿其他主播來進行，由此形成模仿型勞動。

其二，情感勞動—公會依賴型。在公會依賴型勞動中，公會深度介入主播的勞動過程，並要求主播服從既定的內容模式，為主播編排直播內容，策劃情感勞動的生產流程；主播依賴於公會提供內容扶持，將自身勞動過程與公會發展需求綁定。本質上是公會強控制下情感勞動的徹底異化。由於公會對生產數據、營收和直播數據的完全控

制，勞動的主動權完全從主播轉移到了公會 (B8)。主播為滿足生存需求進行情感勞動，這種生存需求與公會利益一致，此種勞動性質已經與直播的具體內容無關，遊戲所傳達的情緒和主播所傳達的情緒是精心設計過的，遊戲只是展演的載體。

其三，情感勞動—生存型。在生存型勞動中，公會與主播產生正面衝突，或有後台矛盾；主播不認同自身的公會身份，且不願保持該身份；但受限於合同或其他規制，只能通過模仿或原創某種情感勞動的特定模式，在與公會的衝突中謀求生存 (B2)。這種勞動性質無疑是對公會強控制的反抗，只是反抗並非對等。公會只需要重新招募一名「演員」，充分利用市場的流動性，便可繼續工業化的內容輸出，而主播卻要在完全自主生產的情況下「開荒」。在這種情況下，生產腳本化的內容，進行已被市場驗證有效的情感勞動是最穩妥的生存策略。

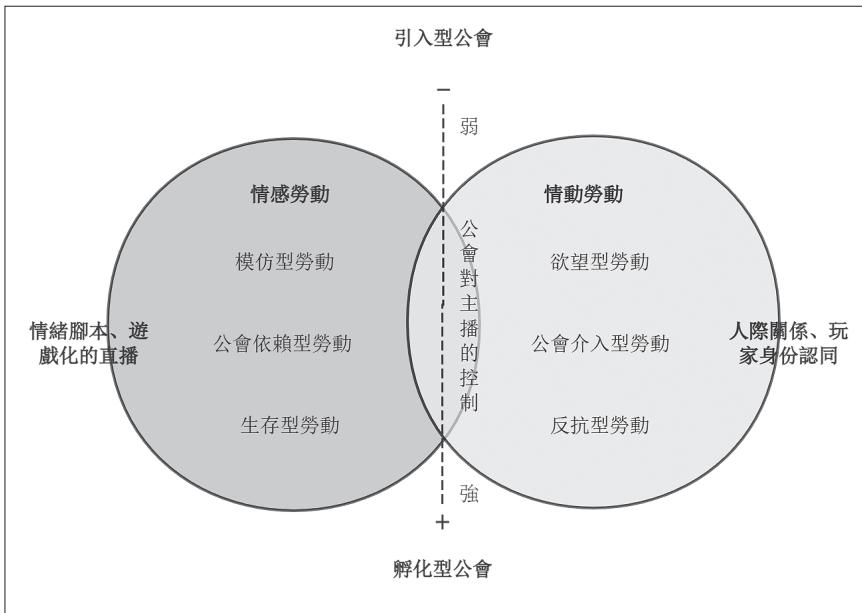
其四，情動勞動—欲望型。欲望型勞動事實上是完全屬主播個人的勞動，是主體性和情動的最佳展現。在這種勞動中，主播供給的主要內容來源為自身的遊玩和展示欲望。主播會認真研究與遊戲相關的專業知識 (B1)。甚至在遊戲被禁止直播後，仍會出於對遊戲的熱愛，通過特殊手段完成直播 (B9)。當公會的影響被絕對淡化，趨近於無時，公會主播的勞動性質與非公會主播已毫無差別，對欲望型勞動的主播來說，熱愛比專業更重要。

其五，情動勞動—公會介入型。在這種勞動性質中，公會雖然介入主播的勞動過程，但主要提供邊緣化的扶持和發展建議，如審核與流量資源，並不強制干涉直播內容的自由選擇；主播也不依賴於公會提供內容扶持，而是更注重公會的功能性，甚至對公會產生一定認同感。主播和公會達成了內容發展方向上的共識，公會提供特定生產數據供主播自由創作，主播擁有一定的勞動自主權 (B4)。主播和公會處於各取所需，各自發展的狀態。

其六，情動勞動—反抗型。採取反抗型勞動的主播進行自我證明式的直播，主播強烈地呼喚著自身的主體性以對抗異化。難能可貴的是，這種對抗並非尖銳地與公會負責人爭執，也並非直接地通過法律或平台調和解決矛盾，而是一種緩和的、蘊含生命力量的、徹底情動

的對抗。在這種勞動中，主播對生存需求的無視直接架空了公會控制的根源（B3），主播不斷通過情動帶動新的遊戲內容供給，帶動公會中其他底層主播的遊戲欲望和反抗，破壞公會原有的內容佈局思路。這是一種「變革者」的姿態，也是情動勞動意涵的完全展現。

圖二 直播公會中遊戲主播的勞動性質框架



如圖二所示，本研究的貢獻在於探索了中國大陸直播公會類型在遊戲主播情感、情動勞動中扮演的角色，以及在此影響下遊戲主播產生的勞動性質分類。

其一，直播公會對遊戲主播的組織控制行為中存在明顯的中介權力現象。Zhang 和 Tong (2024, pp. 14–15) 指出「中介權力」(intermediary power)是在平台經濟活動中，各主體在連接、協調各方關係並促使交易達成過程中所擁有的能力和影響力。Zhang 和 Tong 的研究聚焦MCN，認為作為中介化組織的MCN通過對「專業內容」的掌控來控制主播的人際關係，塑造主播的職業發展，綁定其經濟利益，營造主播職業的「專業性」，從而實現與平台的中介權力爭奪。本文研究有兩點拓展：揭示

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

了直播公會組織控制的基本類型，即引入型和孵化型等兩類；揭示中介化組織類型會形成差異性的控制強度，控制權力的大小會顯著影響遊戲主播的情感勞動行為。

其二，遊戲主播對直播公會控制的調適和反抗。在引入型公會中，主播大多不會受到強烈的控制，更多地擁有勞動生產過程上的自主權，對主播的控制往往僅限於合同約束，限制其為其他競爭對手服務。也因此，主播擁有了更多自發進行情動勞動的機會，從而凸顯其「玩家」的主體性。在孵化型公會中，公會往往會基於對直播平台內容分發和審核機制的了解形成既定的運營模式，公會以課程或者任務的形式，嚴格控制主播的內容生產。由於電子遊戲的內容有較強的固定性，孵化遊戲主播的流程也會更加成熟和體系化。普通的主播勞動自主權幾乎被完全限制。由此，主播的職業化程度快速提升，作為「玩家」的主體性則不斷弱化。然而，在遊戲情動的作用下，極少數主播能通過罷播等反抗性手段形成對組織控制的抗衡。

其三，直播公會中遊戲主播的勞動性質既有靜態差異，也有動態重疊。主播的人格特質融於勞動中，這使得情感勞動、情動勞動的邊界是模糊的，其概念亦非完全對立。只是主播在面對這一職業選擇時的側重方向不同，所展現出的勞動形式和樣態也不同。事實上，正如圖二所展現的，勞動性質的產生是動態的過程，主播的勞動動機、勞動行為很多情況下並非內生性的，外部因素如公會策略、平台政策、家庭境況等的變動隨時會影響上述兩種要素。這就決定了本文所發現的勞動性質存在互有重疊，動態變化的可能性。同一個主播可能前後屬於不同的勞動性質，有時甚至會在情感-情動坐標軸的兩端跳躍。

在研究中，不可忽視的是遊戲媒介的強大作用。也正是基於遊戲的特質和遊戲主播身份雙重性的存在，本文對「玩工」理論進行了延展和響應：「玩工」概念實質上強調的是「遊戲性過程」對勞動本身的影響，而這種影響可被概括為以「遊戲性過程」對勞動行為的「代替」和「遮蔽」。本文重點關注的是「代替」這一勞工主體行為，勞工客觀上完成了數字勞動生產，但其自覺以「遊戲」的名義取代了這一過程，將自身變為「玩工」。與此同時，藉由遊戲帶來的人際關係，和對玩家身份認同

的情動勞動視角提供了跳脫出傳播政治經濟學的可能性——即肯定個體的欲望和由其帶來的自主性，肯定情動之下群體性的、生命政治的勞動。由此，遊戲主播便被納入了「玩工」的研究視野之下，且提示著這一身份蘊含著的強大生命力。

本文存在以下研究不足。一是，基於研究方法的選擇，對遊戲主播語料和行為的收集更偏向於靜態的描述，而事實上，主播的勞動是動態的過程，公會對勞動的控制、情感和情動勞動的選擇都是變量。二是，本文是以主播為中心的研究，關於平台方內部的相關細節則難以呈現，而平台是中介組織的背後力量，也是中介化權力爭奪中不可忽視的要素。三是，我們在研究中亦發現遊戲類型同樣可能影響主播的勞動性質，例如主機遊戲主播的「鄙視鏈」和「優越感」，但本文未有展開。此外，不論是 Hochschild 的情感勞動理論，還是哈特和奈格里的情動勞動理論，均關注到了情感的性別差異。意大利馬克思主義與美國女性主義本身就是哈特與奈格里的重要理論資源(田林楠，2021)。將視角回到網絡直播研究中，也有較多學者敏銳地捕捉到了網絡直播當中的性別差異，尤其是在性別表演策略和能獲取的資源收益方面。性別與直播公會中遊戲主播勞動的相關性亦是後續研究可關注的視角。我們未來的研究願景將關注直播公會權力系統的運作機制，揭示資本結構、技術、性別、遊戲類型、社會文化等多元影響因素對遊戲主播數字勞動的深刻影響。

註釋

- 1 中國音像與數字出版協會遊戲出版工作委員會(2023年7月27日)。《2023年1–6月中國遊戲產業報告》，取自遊戲產業網，<http://new.cgigc.com.cn/details.html?id=08db8e52-b8e5-44d6-8b66-24369f9bef13&tp=report>。
- 2 蘇瑞淇(2023年4月16日)。〈正視電子競技產業的價值〉。取自《經濟日報》，http://paper.ce.cn/pc/content/202304/16/content_272606.html。
- 3 人力資源社會保障部辦公廳、市場監管總局辦公廳、國家統計局辦公室(2024年7月25日)。〈人力資源社會保障部辦公廳 市場監管總局辦公廳 國家統計局辦公室關於發佈生物工程技術人員等職業資訊的通知〉，取自

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

https://www.mohrss.gov.cn/xxgk2020/fdzdgknr/rcrs_4225/jnrc/202407/t20240731_523268.html。

- 4 此處是基於遊戲直播公會行業規則、平台規則等綜合判斷對遊戲主播的分級，由主播近一個月的場均觀看人次確定，頭部主播場均觀看人次5萬人以上，腰部主播場均觀看人次1至5萬人，長尾主播場均觀看人次1萬人以下。
- 5 FPS 遊戲：First-person shooting game，即第一人稱射擊遊戲。
- 6 《黑暗之魂》(*Dark Souls*)：一款由日本電子遊戲公司From Software製作的動作角色扮演遊戲。
- 7 《使命召喚》(*Call of Duty*)：一款由動視公司(Activision, Inc.)發行的第一人稱射擊遊戲系列作品。
- 8 榜一榜二：直播過程中，觀眾送禮金額數量以排行榜形式呈現在直播間，榜一榜二即為送禮金額排行前兩名的觀眾。
- 9 《鵝鴨殺》：由Gaggle Studios開發的社交推理遊戲，玩家扮演的角色主要分為鵝、鴨子和中立角色，以家禽類為主。

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.

研究經費資助

本文為教育部人文社會科學重點研究基地重大項目(22JJD860013)的階段性成果。

Funding

This article was funded by the MOE (Ministry of Education of China) Social Science Research Institute Grants (22JJD860013).

ORCID

肖珺 (Jun XIAO) 0009-0008-3789-4403
于林海 (Linhai YU) 0009-0003-0458-4437

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

王全興 (2017)。〈「互聯網+」背景下勞動用工形式和勞動關係問題的初步思考〉。《中國勞動》，第8期，頁7–8。

Wang, Q. (2017). Preliminary thoughts on labor employment forms and labor relations issues under the background of “Internet +”. *China Labor*, 8, 7–8.

王蕾 (2017)。〈從傳播政治經濟學透析「網絡直播」那些事〉。《新聞戰線》，第22期，頁134–136。

Wang, L. (2017). An analysis of “online live streaming” from the perspective of political economy of communication. *The Press*, 22, 134–136.

王喆 (2018)。〈「為了部落」：多人線上遊戲玩家的結盟合作行為研究〉。《國際新聞界》，第5期，頁40–56。

Wang, Z. (2018). “For the horde”: Players’ collaborative actions in massively multiplayer online games. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 5, 40–56.

中國互聯網絡信息中心 (2023)。《第52次中國互聯網絡發展狀況統計報告》。
取自 <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>。

China Internet Network Information Center (CNNIC). (2023). *The 52nd statistical report on the development status of China’s internet*. Retrieved from <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>。

田林楠 (2021)。〈無法整飾的心靈：情感社會學的另一條理論進路〉。《廣東社會科學》，第6期，頁203–215。

Tian, L. (2021). Unmanageable souls: Another theoretical approach to the sociology of emotions. *Social Sciences in Guangdong*, 6, 203–215.

田林楠 (2022)。〈情感勞動的「兩副面孔」——從霍克希爾德到哈特與奈格里〉。《社會學評論》，第2期，頁88–103。

Tian, L. (2022). Emotional/affective labor: From Hochschild to Hardt and Negri. *Sociological Review of China*, 2, 88–103.

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

- 何威、曹書樂 (2018)。〈從「電子海洛因」到「中國創造」:《人民日報》遊戲報道 (1981–2017) 的話語變遷〉。《國際新聞界》，第 5 期，頁 57–81。
- He, W., & Cao, S. (2018). From “E-heroin” to “Created in China”: Discourse change of digital game coverage in *People's Daily* from 1981 to 2017. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 5, 57–81.
- 肖珺、郭蘇南 (2020)。〈算法情感：直播帶貨中的情緒傳播〉。《新聞與寫作》第 9 期，頁 4–12。
- Xiao, J., & Guo, S. (2020). Algorithmic emotion: Emotional communication in live streaming commerce. *News and Writing*, 9, 4–12.
- 呂鵬 (2021)。〈線上情感勞動與情動勞動的相遇：短視頻/直播、網絡主播與數字勞動〉。《國際新聞界》，第 12 期，頁 53–76。
- Lü, P. (2021). When online emotional labour meeting online affective labour: Short video/livestreaming, Internet anchor and digital labour. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 12, 53–76.
- 呂鵬、畢斯鵬 (2022)。〈情感遞償、情感遷移與情感反哺：主播與粉絲的情感勞動過程研究〉。《青年探索》，第 5 期，頁 27–37。
- Lü, P., & Bi, S. (2022). Emotional compensation, emotional transfer, and emotional feedback: A study on the emotional labor process between streamers and fans. *Youth Exploration*, 5, 27–37.
- 東浩紀 (2015)。《遊戲性寫實主義的誕生：動物化的後現代 2》(黃錦容譯)。台北：唐山出版社。(原書東浩紀 [2007]。《ゲーム的リアリズムの誕生：動物化するポストモダン 2》。講談社現代新書。)
- Azuma, H. (2015). *The birth of game realism: Postmodernism turning into animal 2* (C-J. Huang, Trans.). Tonsan Publications Inc. (Original work published 2007)
- 林磊 (2020)。〈從感性直觀到情動感性：「情感勞動」的哲學譜系研究〉。《現代傳播 (中國傳媒大學學報)》，第 10 期，頁 71–75。
- Lin, L. (2020). From perceptual intuition to affective sensibility: A philosophical genealogy study of “emotional labor”. *Modern Communication (Journal of Communication University of China)*, 10, 71–75.
- 林磊、馮應謙 (2019)。〈情動勞動生產下的感性烏托邦——以《臨高啟明》的眾創為例〉。《新聞界》，第 9 期，頁 51–60。
- Lin, L., & Fung, A. Y. H. (2019). Utopia under affective labor: A case study of *Lingaoqiming*. *Press Circles*, 9, 51–60.
- 岳璐、蔡騏 (2021)。〈游弋於嵌入與脫嵌間：視頻直播粉絲的情感勞動〉。《福建師範大學學報 (哲學社會科學版)》，第 6 期，頁 124–136。

- Yue, L., & Cai, Q. (2021). Swinging between embeddedness and disembeddedness: Research on the affective labors of live stream fans. *Journal of Fujian Normal University: Philosophy and Social Sciences Edition*, 6, 124–136.
- 周孟傑、徐生權、吳瑋 (2021)。〈網絡裏的甘願勞動：秀場女主播的建制民族誌研究〉。《新聞與傳播評論》，第3期，頁96–106。
- Zhou, M., Xu, S., & Wu, W. (2021). The consented free labor in the Internet: A study on the ethnography construction of the female show anchors. *Journalism & Communication Review*, 3, 96–106.
- 約翰·赫伊津哈 (2017)。《遊戲的人》(何道寬譯)。花城出版社。
- Huizinga, J. (2017). *Homo Ludens: Study of the play-element in culture* (D. He, Trans.). Huacheng Publishing House. (Original work published 1938)
- 姚建華、陳曦 (2019)。〈網絡直播的政治經濟學分析：資本和權力的視角〉。《現代視聽》，第8期，頁36–39。
- Yao, J., & Chen, X. (2019). A political economy analysis of online live streaming: From the perspective of capital and power. *Modern Audio-Video Arts*, 8, 36–39.
- 姚建華、徐偲驥 (2021)。〈傳播政治經濟學視域下的數字勞動研究〉。《新聞與寫作》，第2期，頁5–13。
- Yao, J., & Xu, S. (2021). A study of digital labor from the perspective of political economy of communication. *News and Writing*, 2, 5–13.
- 姚建華、張媛媛 (2023)。〈「卻顧所來徑」：中國數字勞動10年研究的核心議題與知識圖譜〉。《傳媒觀察》，第4期，頁80–88。
- Yao, J., & Zhang, Y. (2023). “Going back to where we came from”: Core issues and the knowledge map of China’s digital labour studies in the past 10 Years. *Media Observer*, 4, 80–88.
- 胡翼青 (2020)。〈透視「種草帶貨」：基於傳播政治經濟學的視角〉。《西北師大學報(社會科學版)》，第5期，頁29–36。
- Hu, Y. (2020). On “Sales through Live-streaming”: The political economy of communication perspective. *Journal of Northwest Normal University (Social Sciences)*, 5, 29–36.
- 胡鵬輝、余富強 (2019)。〈網絡主播與情感勞動：一項探索性研究〉。《新聞與傳播研究》，第2期，頁38–61、126。
- Hu, P., & Yu, F. (2019). Network anchor and emotional labor: An exploratory study. *Journalism & Communication*, 2, 38–61, 126.
- 胡騫、吳鼎銘 (2020)。〈「玩」何以成為勞動——以遊戲之名耦合資本主義的商業邏輯〉。《傳媒觀察》，第8期，頁86–93。

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

- Hu, Q., & Wu, D. (2020). How does “play” become “work”. *Media Observer*, 8, 86–93.
- 唐正東 (2013)。〈非物質勞動與資本主義勞動範式的轉型——基於對哈特、奈格里觀點的解讀〉。《南京社會科學》，第 5 期，頁 28–36。
- Tang, Z. (2013). Immaterial labor and the transformation of capitalist mode of labor: Based on the study of Michael Hardt and Antonio Negri's ideas. *Social Sciences in Nanjing*, 5, 28–36.
- 袁傑 (2016)。〈論馬克思的資本與勞動性質嬗變理論〉。《馬克思主義與現實》，第 4 期，頁 29–34。
- Yuan, J. (2016). On Marx's theory of the evolution of the nature of capital and labor. *Marxism & Reality*, 4, 29–34.
- 徐林楓、張恒宇 (2019)。〈「人氣遊戲」：網絡直播行業的薪資制度與勞動控制〉。《社會雜誌》，第 4 期，頁 61–83。
- Xu, L., & Zhang, H. (2019). The game of popularity: Earning system and labor control in live streaming industry. *Chinese Journal of Sociology*, 4, 61–83.
- 郭建斌、姚健明 (2020)。〈「消費者」·「玩家」·「玩工」·「生產者」——基於模組遊戲《我的世界》的研究〉。《新聞記者》，第 7 期，頁 3–15。
- Guo, J., & Yao, J. (2020). “Consumer,” “player,” “playbour,” “producer”: A study based on the modular game *Minecraft*. *Shanghai Journalism Review*, 7, 3–15.
- 張志鵬 (2015)。《電子競技直播的平台化研究》。暨南大學碩士論文。
- Zhang, Z. (2015). *The platformization research in eSports streaming*. [Unpublished master's thesis]. Jinan University.
- 張志華、董欣佳 (2018)。〈勞動力商品化視角下的網絡直播〉。《文藝理論與批評》，第 1 期，頁 121–129。
- Zhang, Z., & Dong, X. (2018). Online live streaming from the perspective of labor commodification. *Theory and Criticism of Literature and Art*, 1, 121–129.
- 麥克爾·哈特、安東尼奧·奈格里 (2005)。《帝國：全球化的政治秩序》(楊建國、范一亭譯)。江蘇人民出版社。(原書 Hardt, M., & Negri, A. [2001]. *Empire: The political order of globalization*. Harvard University Press.)
- Hardt, M., & Negri, A. (2005). *Empire: The political order of globalization* (J. Yang & Y. Fan, Trans.). Jiangsu People's Publishing House. (Original work published 2001)
- 曹晉、張楠華 (2012)。〈新媒體、知識勞工與彈性的興趣勞動——以字幕工作組為例〉。《新聞與傳播研究》，第 5 期，頁 39–47、110。

- Cao, J., & Zhang, N. (2012). New media, knowledge labor and flexible working with Interest: A case study of the fan subbing group in mainland China. *Journalism & Communication*, 5, 39–47, 110.
- 曹晉、袁諒 (2022)。〈受眾商品論到數字勞工的不確定性：傳播政治經濟學視角下的勞動研究〉。《青年記者》，第12期，頁8–14。
- Cao, J., & Yuan, L. (2022). From the audience commodity thesis to the uncertainty of digital labor: Labor research from the perspective of political economy of communication. *Youth Journalist*, 12, 8–14.
- 黃賀鉑 (2021)。〈他者的透視：MCN機構與直播平台的想像可供性及反思〉。《國際新聞界》，第12期，頁77–95。
- Huang, H. (2021). Perspective by the other: Study and reflection on the imagined affordances of live-streaming platform in the operation and practice of MCNs. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 12, 77–95.
- 葉韋明、金一丹 (2021)。〈平台·公會·主播：不確定數字產業中的生產組織〉。《國際新聞界》，第12期，頁96–119。
- Ye, W., & Jin, Y. (2021). Platforms, guilds, livestreamers: Production organization in uncertain digital industry. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 12, 96–119.
- 董晨宇、葉蓁 (2021)。〈做主播：一項關係勞動的數碼民族誌〉。《國際新聞界》，第12期，頁6–28。
- Dong, C., & Ye, Z. (2021). Learning to live-stream: A digital ethnography of relational labor. *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 12, 6–28.
- 董晨宇、丁依然、葉蓁 (2021)。〈製造親密：中國網絡秀場直播中的商品化關係及其不穩定性〉。《福建師範大學學報(哲學社會科學版)》，第3期，頁137–151。
- Dong, C., Ding, Y., & Ye, Z. (2021). Manufacturing intimacy: Commercialized relationship and its precarity in Chinese online livestreaming shows. *Journal of Fujian Normal University: Philosophy and Social Sciences Edition*, 3, 137–151.
- 彭婧、伍麟 (2022)。〈社交表演：青年遊戲男主播的情感勞動與性別操演〉。《當代青年研究》，第4期，頁25–35。
- Peng, J., & Wu, L. (2022). Social performance: Emotional labor and gender performance of young male game host. *Contemporary Youth Research*, 4, 25–35.
- 鄧鵬 (2006)。〈心流：體驗生命的潛能和樂趣〉。《遠程教育雜誌》，第3期，頁74–78。

《傳播與社會學刊》，(總)第 75 期 (2026)

- Deng, P. (2006). The flow experience of the potential and pleasure of life. *Journal of Distance Education*, 3, 74–78.
- 鄧劍 (2020)。〈MMORPG 網絡遊戲批判——關於遊戲幣以及遊戲烏托邦的歷史考察〉。《新聞記者》，第 7 期，頁 6–26。
- Deng, J. (2020). A critique of MMORPG online games: A historical investigation into game currency and game utopia. *Shanghai Journalism Review*, 7, 6–26.
- 蔡潤芳 (2018)。〈平台資本主義的壟斷與剝削邏輯——論遊戲產業的「平台化」與玩工的「勞動化」〉。《新聞界》，第 2 期，頁 73–81。
- Cai, R. (2018). Monopoly and exploitation logic of platform capitalism: On the “platformization” of the game industry and the “laborization” of playbour. *Press Circles*, 2, 73–81.
- 劉亭亭、楊曉兵 (2022)。〈平台「再中介者」與主播「孵化器」：網絡直播公會的日常實踐研究〉。《中國青年研究》，第 4 期，頁 103–111、102。
- Liu, T., & Yang, X. (2022). Platform re-intermediary and anchor incubator: A study on the daily practice of online live streaming guilds. *China Youth Study*, 4, 103–111, 102.

英文部分 (English Section)

- Brock, T., & Johnson, M. R. (2022). Video gaming as craft consumption. *Journal of Consumer Culture*, 22(3), 598–614.
- Dindar, M., & Akbulut, Y. (2014). Motivational characteristics of Turkish MMORPG players. *Computers in Human Behavior*, 33, 119–125.
- Doh, Y. Y., & Whang, S.-M. L. (2014). From separation to integration: Identity development of Korean adult players in online game world. *Games and Culture*, 9(1), 30–57.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Johanssen, J. (2018). Gaming-playing on social media: Using the psychoanalytic concept of ‘playing’ to theorize user labour on Facebook. *Information, Communication & Society*, 21(9), 1204–1218.
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). The impacts of live streaming and Twitch. tv on the video game industry. *Media, Culture & Society*, 41(5), 670–688.
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2021). Work, play, and precariousness: An overview of the labour ecosystem of esports. *Media, Culture & Society*, 43(8), 1449–1465.
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: Modders and the digital games industry. *Fibre Culture*, 5(1), 1–5.

- Kristensen, L., & Wilhelmsson, U. (2017). Roger Caillois and Marxism: A game studies perspective. *Games and Culture*, 12(4), 381–400.
- Partin, W. C. (2019). Watch me pay: Twitch and the cultural economy of surveillance. *Surveillance & Society*, 17(1/2), 153–160.
- Schiller, D. (2007). *How to think about information*. University of Illinois Press.
- Taylor, N., Bergstrom, K., Jenson, J., & de Castell, S. (2015). Alienated playbour: Relations of production in EVE online. *Games and Culture*, 10(4), 365–388.
- Townsend, K. (2008). Do production employees engage in emotional labour? *Journal of Industrial Relations*, 50(1), 175–180.
- Yang, C., & Chen, A. (2021). Emotional labor: A comprehensive literature review. *Human Systems Management*, 40(4), 479–501.
- Yee, N. (2006). The labor of fun: How video games blur the boundaries of work and play. *Games and Culture*, 1(1), 68–71.
- Zhang, W., & Tong, T. (2024). Contesting the intermediary power: How Chinese MCNs interact with platforms, creators, and advertisers. *Media, Culture & Society*, 46(5), 1027–1044.

本文引用格式

肖珺、于林海 (2026)。〈中介化組織控制與數字勞動：直播公會中遊戲主播的勞動性質分析〉。《傳播與社會學刊》，第 75 期，頁 37–77。

Citation of This Article

Xiao, J., & Yu L. (2026). Intermediary organization control and digital labor: An analysis of the nature of labor for game streamers in live streaming guilds. *Communication and Society*, 75, 37–77.