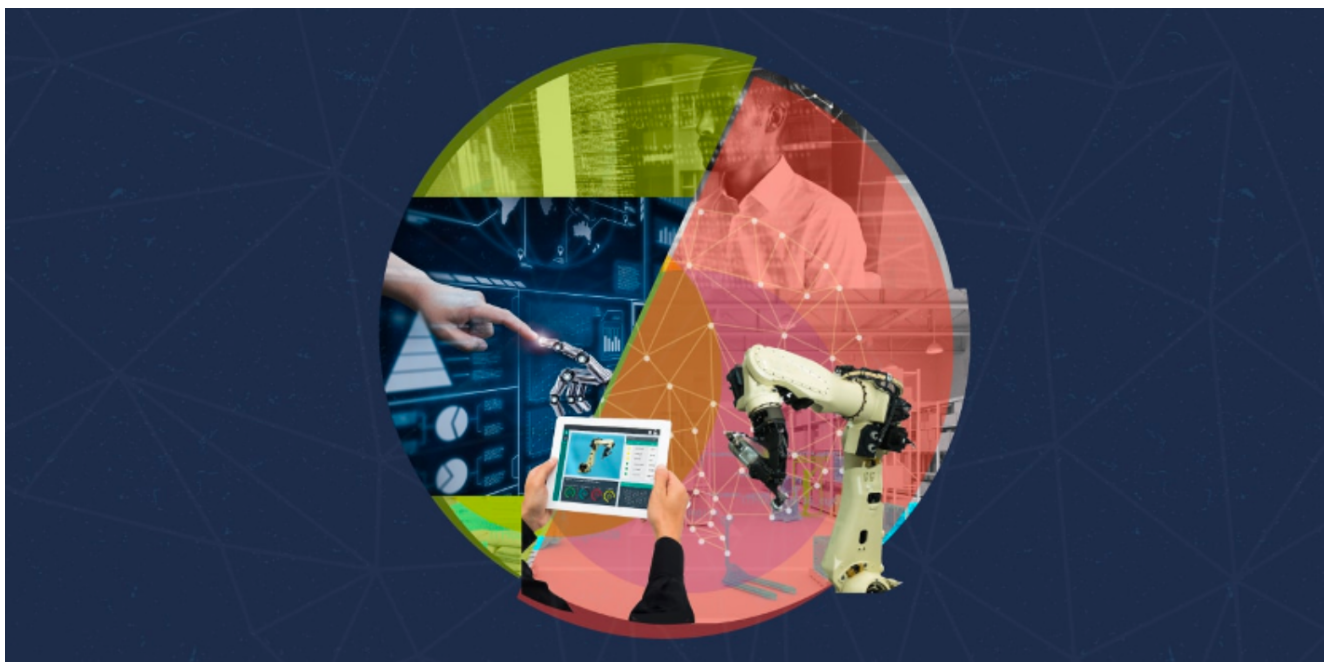


互联网场域中，人人皆可「数字劳工」？

2022 年 03 月 21 日



本文首发新浪媒体研究院，作者 Lilyann。

一位审核员的猝然离世折射出更多互联网人群的真实生活纪。

今年2月4日，B站花名为“暮色木心”的内容安全中心员工因突发脑出血去世，之后关于B站回应与审核工作量等衍生议题又掀起一番互联网上讨论，也使得“数字劳工”这个概念重回大众视野。

不止于此，如今自媒体的繁荣又催生出一批新型“受众劳动”、“玩工”群体的出现：他们是互联网的从业者也是创作者，或在消费互联网内容的过程中无意识的进行着某种“媒介劳工”……这种产销合一的文化生产是否体现“数字劳工”概念泛化的趋势？我们又如何在始终在线的媒介中真

正找寻到身作为一名用户的价值？

本文从数字劳工理论出发，思考在当下的媒介时代，我们每个人的具体劳动价值体现。

互联网场域中，人人皆可“数字劳工”？

2020年5月，“暮色木心”加入B站武汉分公司，负责内容安全审核工作。今年春节他没有返乡，与小组一共坚守在工作岗位，轮值排班的流程是每人一天八小时，做五休二。病发当日，他本应下午来公司上班的他却再也没有出现。在遗憾与悲伤之后，B站关于“逝者此前未存在加班现象”的声明又成为舆论焦点，虽然之后平台方对于善后的不力致歉并称另招聘千名审核人员，但争议声音始终未休止。

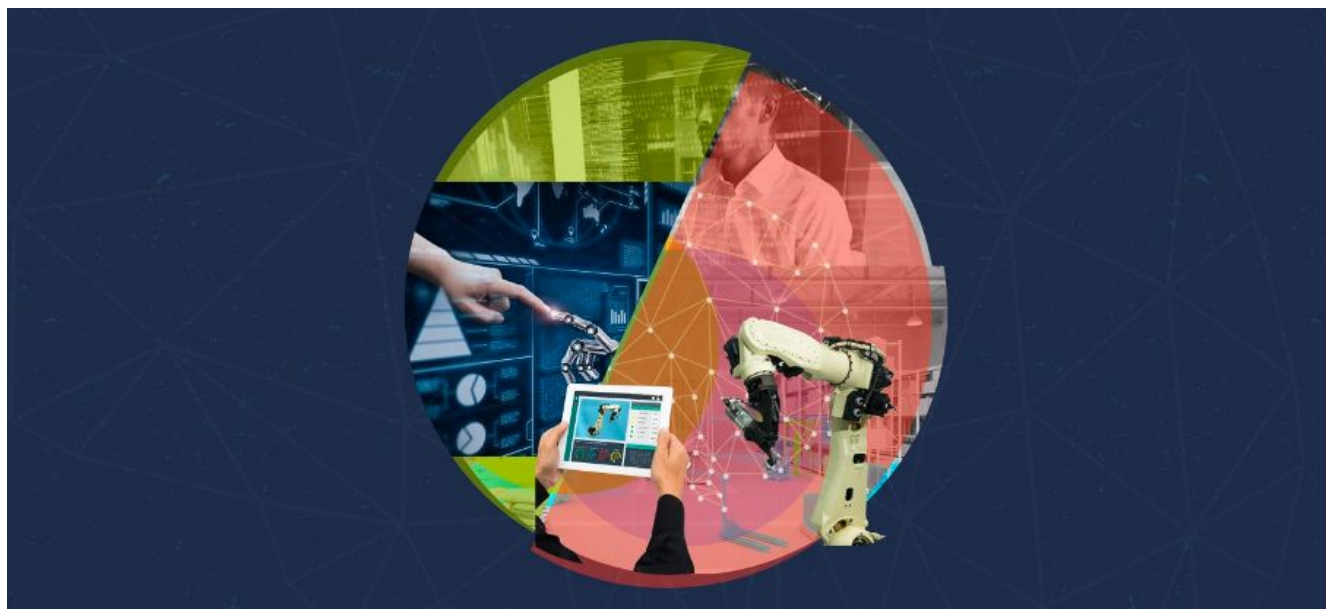
同时，在“暮色木心”的悲剧发生之后，媒体也纷纷从不同的横切面了解并报道相关行业从业者的真实处境。《财经》杂志对B站以及其他互联网公司审核线的部分员工进行了深度采访。在其中，他们提到这类工作中的共性要求是：快速的时效性以及高度的人效比：“一小时最多看3000条评论，一天最多看过1500条视频，并且在月底的绩效中会按照人效与准确率划分成从A到D四个等级。”[1]

在效率驱动的工作场景下，个人的主观能动行为如同飞轮一样转动愈来愈快，这也符合过去业界关于平台资本主义与数字劳工概念的定义。

在平台视角之下，流量即为黄金，并且引导用户发生特定类型的交互，从而产出特定类型的数据，以反哺算法进行机器学习并持续优化着个性化推荐模型，从而更加精准的

激励用户产生交互--产出数据.....这种闭环即为数据时代的平台资本主义。

而数字劳工则是在平台如此的引导之下，有意无意奉献出自己有偿或是无偿劳动的群体。



这类群体往往具备几种属性：其一是作为被雇佣劳动力提供着智能终端产品与软件，并参与到信息技术的开发与维护等服务性劳动中，如同互联网行业中的程序员群体，与数码电子行业的装配工人、硬件工程师等；其二是基于网络平台的自雇佣营利性劳动，但无固定的劳动协议签署，例如自媒体博主、游戏代练等；而第三种是目前愈发常见的“受众劳动”，指的是网络的使用者为平台提供的无意识、轻量级、无报酬劳动。[2]

例如用户在互联网交互中产出的大数据：评论、点赞、看视频等等做出的用户反馈，其实都是一种长期共同建设、帮助平台优化策略的劳动。

由此种种，数字劳动议题并非因这次悲剧才产生讨论，但希望由此引发更多的重视。我们不抱着俯视主义、悲天悯

人的同情，而是客观看待这种漩涡下的互联网生态。

我们对此惋惜，但也尊重这份悲痛。因为大众情绪之中，多是悲痛才会激发更多对事实本身的正视，回望我们每一个人与之相似的处境，并试图找寻问题的答案。虽然在如今的互联网生态之下，“劳工”这个定义仿佛显得更为轻量，似乎当代在网上冲浪的你我都在某时某刻充当着数字劳工的角色，但我们思考的边界并不会因此而停止延伸。

从媒介是人的延伸，到人是媒介的延伸？

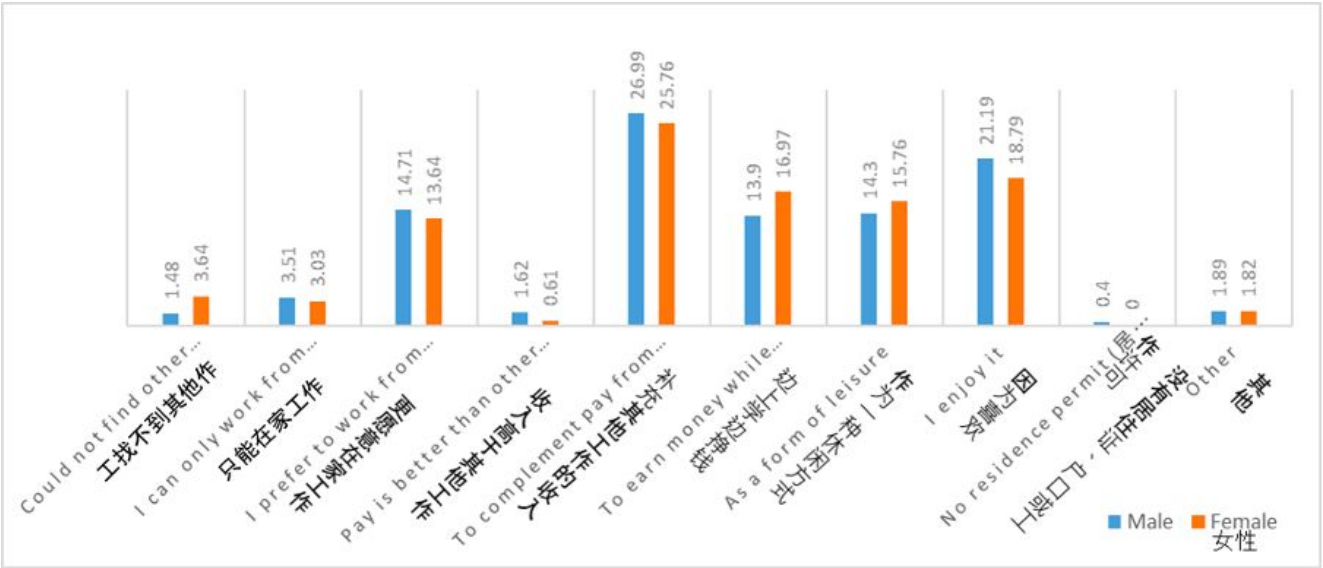
如若我们跳出固有的思维模式，会发现这种数字劳工生态并不是平台与个人之间的双边交易，它更多是一个场。

首先，从表面意义来说，在媒介世界的场域之中，数字劳工的形态还有各种变种模式，以及除去平台外的影响因素。

2000年，女性学者Terranova第一次引入“非物质劳工”的概念，以分析媒介时代用户的使用行为，包括“建网页，修改软件包，阅读和参与邮件列表以及建立MUDs和MOOs虚拟空间”[2]而如今二十余年过去，数字劳工早已发散成为各种形式例如信息检索、游戏陪玩代练、社交媒体转评赞、评价与举报等，而且参与者的需求也从传统意义上以谋生计为主的“劳工”演变更多。

国际劳工组织在2019年公开的数据报告就显示，除了25.5%的受访者从事数字劳工工作的原因是为了“补充其他工作收入”外，很多人是因为自身的喜爱：“喜欢平台工作”（19.6%）与“作为一种休闲方式”（14.1%）这两项并不小的占比同样不能被忽视。

这也说明，由这次审核部门的悲剧衍生出的数字劳工议题，我们可能仅仅窥见冰山一角。



另外在表象背后，其实还有一条浮动的暗线，那就是平台与个人需求之间的关系。如上，我们使用平台、在互联网上付出劳动力的原始需求更多是从社会而生，即为自身的原始需求，而我们也在这个过程中衍生了各类新的需求。这就导致以上两种情况的出现。

其一是“需求重叠”。在上文提到的采访之中，好几位身在互联网公司的审核员工与“暮色木心”类似，在平日中也是互联网内容的重度用户，以及内容生产者。为保护隐私，这里不再做详细的账号内容披露，但这种“即是创作者，也是员工”的现象随着如今自媒体时代的蓬勃变得愈发常见。

未来学家阿尔夫·托夫勒曾提出过“产消合一”的形态，这种更多由于自身热爱驱动、不计报酬的生产行为结合在正常计算酬金的劳务行为之中，则形成了两种劳动需求的重叠，导致的结果可能会走向两个相反的方向：一方面是“玩工”的出现，即为将工作沉浸在乐趣之中，而另一种结果则是工作渐渐磨失掉自由创作的自驱力，从而使得自身

乐趣受到工作任务支配。这两种结果的转变更多是受到工作量的大小与个人对于工作与爱好精力的投入度。

其二则是“需求交错”。在常规场景之下，平台方进行产品策划与内容传播时首先需要充分理解用户需求与动线，而随着互联网各式平台在我们生活中渗透得愈来愈深入，作为用户的我们一些新的情感与需求是会随着平台的出现而产生的，例如，正是因为使用B站，才了解到“投币”这一新型的up主打赏方式，正因为抖音、快手的普及，才让我们逐渐习惯单列信息流与“刷视频”这个沉浸式行为.....而基于这些需求做出的行为又成为无偿的数据劳动，反哺平台对策略进行优化。



由此，数字劳工的生态不仅仅体现出平台资本主义。在更加宽广的领域它更让我们意识到，当我们的需求能够被技术物背后的算法与策略预测、影响、改变的时候，甚至基

于新的需求进行反馈劳动时，那么从某种程度说，人已经转变成为媒介的延伸。

平台、算法与用户角力下，如何让朴素价值回归？

既然我们每时每刻、有意无意在互联网场域中充当着数字劳工，那么这种劳动形式是否已经成为无需多表的常规现象？这是许多人目前持有的观念。

然而，在其中我们可能忽视了一点，那就是，即使是我们无意识且轻量级的劳动投入，我们也理应得到某种合理反馈。而在其中的量级是否对等则尚未落定。

例如，最为直观的，对于审核人员、游戏代练、画手、网文写手等偏向营收的数字劳工来说，获得的报酬是否与工作量对等，如若是纯粹的“为爱发电”，又能够发电多久？另外，对于受众劳工而言，我们作为用户是否有“许可后才能够被使用数据”或是“选择不使用推荐算法”的权利？

如何让我们自身的劳动价值被正视，实现“有劳有得”？对于此，行业内并非没有进行过种种尝试。

其中不乏用户自组织的力量。2018年Facebook“数据门”事件发生后，用户逐渐意识到在平台中产出个性化数据的价值，其中有部分人发起“删除脸书”运动，以此作为对平台摘取个人劳动（在互动与浏览内容中无意识产出数据）的抵抗，但并未形成规模。



我们在平台中的社交关系复杂但松散，很难形成中心化、有稳固支撑的图谱，这也意味着“孤立而脆弱的用户容易被社交媒体各个击破”[3]，个体的力量始终有限。

相比之下更能够产生效益的是组织与官方的号召。先列举一个看似“小众”但有意义的实例：2010年，荷兰一家社会企业创办了“Fairphone”，旨在为消费者打造一款“公平贸易”的智能手机。它的特殊之处在于对生产全链条，包括加工成本的公开透明，这也体现着对身处数码产品制造业“数字劳工”的尊重。



在 fairphone 品牌理念的倡导之下，愈来愈多的人关注到流水线上的工人处境以及被手机部件所应用的例如钽、钨、锡、金等矿物在刚果金等地的开采现状，就如同其创始人所言：“Fairphone 是一款不带任何‘血汗’的手机，虽然无法改变刚果金贫穷矿工与流水线工人的实际命运，但我们的使命是希望更多消费者知道手机背后还有这么多人辛劳的奉献。”

从传统行业转移到线上环境，官方近日也出台相关法规，对算法推荐进行了一些针对性指示。内容中指出用户应被保障算法知情权，并公示服务的基本原理。如今抖音、头条、微信等多家App也开始落实相关要求。例如在微信的“隐私”一栏，目前可以找到“个人信息与权限”这一可选项，关闭后用户再也接收不到个性化广告推荐。

可见，无论是“生产者”、“消费者”，抑或是“产消合一”而言，我们已经逐渐走向了回归到本源朴素价值的进程，不过在这条路中尚有一些关卡有待攻破，比如数字成果的归

属权问题，如何界定数字内容侵权与否，再如是否能够应用新技术如区块链定量计算劳动时长等等，这些问题还等待我们探索。

曾经有一句话这样描绘数字时代对我们的影响：“此前，柏拉图的洞穴外还有世界与他者，现在洞穴内外都被单一技术所约束着。”我们不对技术报以绝对的乐观或悲观，但确实社会事件或者个人的感受中体会到我们在进行着某种“数据交易”。

对此，我们更加希望的是无论是线下或是线上的劳动，都能够得到合理的反馈与回报，亦不会因为平台为了推荐个性化内容而引导我们产生高度类似的交互动作，而使得自己本应丰富多彩的个人属性被统一套以“数字劳工”的标签。相比之下，我们更应该基于自身特有的需求去在互联网的海洋中自由而畅快地找寻答案、丰富爱好、结交同好。

在这样的前提下，我们自然可以选择成为媒介的延伸，也能够使得媒介为我们所用。基于自身意愿出发，且具备充分选择的权利，这种数字劳动即便辛劳，才是充满实际意义的“有劳有得”，而如今的互联网热潮也会由于这种共创而丰富底色。

参考文献：

[1] B站审核员猝然离世背后：夹缝中的互联网蓝领_新浪财经_新浪网

<https://finance.sina.com.cn/chanjing/gsnews/2022-02-11/doc-ikyakumy5444198.shtml>

[2]数字劳动的新变数及对中国的启示_经济观察_人民论坛网

<http://www.rmlt.com.cn/2021/0831/623514.shtml>

[3]网络用户劳动、数据商品与媒介资本价值--传媒--人民网

<http://media.people.com.cn/n1/>