

【社会调查】

赋值的工作：数字灵工平台化工作实践研究

牛 天

【摘 要】灵活的平台化工作已成为青年人全职兼职的工作形式之一。不同于传统职场固定时空的工作模式,也不同于平台上低技能、接零活儿的零工,数字灵工是具有较高文化素养和较高技能的专业化青年群体,依托互联网平台围绕创意生产与传播优质内容,既获得收益,也实现了自我价值。研究以数字劳工理论为基础,指出平台弥合了生产资料和生产者的壁垒,改变了工作关系,促使数字灵工的平台化工作呈现出新的特点。与此同时,数字灵工平台化工作中也出现个体化的困境,包括自发性过劳、短缺的受众注意力以及微薄的利润等等。

【关键词】数字灵工;平台化工作;赋值;无边界

【作者简介】牛天,中国社会科学院新闻与传播研究所助理研究员,媒介传播与青少年发展研究中心副主任。

【原文出处】《中国青年研究》(京),2021.4.5~13

【基金项目】本文系2020年共青团中央“青少年发展研究”重大课题项目课题“身份、体验、生产:平台经济赋能斜杠青年的工作实践研究”(项目编号:20ZL012)的阶段成果。

数字文化产业框架下,文字、短视频、直播等文化服务的新兴业态迅猛发展,并成为激发创业和就业的重要渠道。区别于餐饮外卖、网约车等以体力劳动为主的零工,数字灵工是指依托互联网平台进行文化内容创作,提供线上文化服务的青年群体,比如自媒体创作者、网络作家、短视频博主、互联网营销师等。创作者利用一技之长生产优质内容,通过出乎意料和令人眼前一亮的方式吸引受众的关注,既获得收益,也实现了自我价值。与从事低技能、重复性的数字零工不同,数字灵工主要以脑力劳动或者精神劳动为主,生产出有创造力的内容和服务。数据显示,数字灵工从事领域主要涉及文化教育、游戏、时尚、网络文学等行业。全职和兼职就业总人数3000万,其中全职就业约1145万人,总体数字超过了传统文化产业2789万的从业人数^[1]。公众号、知

乎、抖音等成为数字灵工工作的主要平台。抖音平台上,24~40岁的青年比例高达67%^[2]。

数字灵工的出现折射出社会结构、工作范式的转变,工作主体的愿望能力和需求也出现了新的特点。依托标准、绩效、传统评价的流程化工作范式,正在被创意、独特、自我赋值的独异化工作范式取代^[3]。伴随互联网和社交媒体成长的青年人,保持个性、注重价值创造及社会责任、获得工作与生活间的平衡及整体幸福感,是他们对于工作的主要诉求^[4]。因此,工作于青年人不仅是一份薪水,而是赋值的过程。研究感兴趣的问题是:数字灵工是怎样的一群人?他们如何利用平台展开工作?和以往的数字劳工或数字零工的区别在哪里,创作出来的价值在何处?数字灵工的提出,在何种程度上丰富了数字劳工的理论探讨,形成了何种张力?

一、文献综述

1. 新的劳动形态:非物质劳动、创意劳动及数字劳动

我们正经历工业时代向后工业时代过渡的时期,工业经济向以文化资本主义和创意产业为主导的经济结构转型,劳动形式脱离了工业社会现代化、标准化的范式,劳动领域呈现出文化产业化的特点,生产信息和文化内容都被吸纳进来。随之而来,工作领域有了新的变化,包括工作主体的能力、愿望和需求,工作本身和机构组织方式等。“非物质劳动”“知识工人”“创意工作”等新工作理念和概念涌现。

非物质劳动最早由法国学者莫里兹奥·拉扎拉托(Maurizio Lazzarato)提出,他认为,非物质劳动是生产商品信息和文化内容的劳动。一方面是劳动对象和资料的信息化,即生产信息内容,且所需的技能逐渐变成对机器控制的技能和信息沟通技能;另一方面,劳动的外延被扩展,包括界定和确定文化与艺术标准、时尚、品味、消费以及更具有策略性的公众舆论等不同信息项目的活动^[5]。哈特(Hardt)和奈格里(Negri)继承并发展了拉扎拉托的“非物质劳动”理论:工业化劳动或局限在一定工厂空间内的劳动正在减少,以交流性、合作性和情感性为特征的劳动逐渐取得优势地位。与拉扎拉托不同的是,他们认为非物质劳动并非仅仅是依靠机器和非身体方面的表现,身体的生产力和情感的价值具有核心重要性^[6]。

卓克认为“知识劳工”是提供知识理论和知识分析的高水平的劳动者,具有高水平的生产力和创造力^[7]。吉登斯认为,在知识经济中,大多数劳动者并不从事物质商品的生产或流通,而是负责设计、开发、技术、推销和服务^[8]。知识劳工的提出,凸显了生产者主体地位。

文化产业的发展催生实体性商品向强文化符号转变,创意劳动由此产生^[9]。在知识、艺术文化不断商品化的过程中,创意劳动和创意劳工被学者关注。莱克维茨指出,创意劳动是创造具有文化性、独特性新品的劳动形态,包括新的物品、媒体形式、服

务关系以及文化事件^[10]。它是基于个人的创造力、技能和天赋,通过对知识的创造和开发换取价值^[11]。这就与劳动者的内驱力和创造力有关。哈特利认为创意劳工是富有才华的创作者,能将创意用于设计、制造、表演和写作中的劳动力^[12]。

这些概念昭示着劳动领域的新转向:有文化质量和文化价值的产品和服务开始替代功能性、大宗数量的实体产品,成为劳动对象;劳动者不再是从事简单体力劳动的产业工人,而是具有高认知能力和文化能力的知识劳动者,而数字技术介入到以知识、信息为生产对象的工作领域中时,生产资料和生产关系也随之发生了新的变化。

2. 从数字零工到数字“灵”工

数字技术驱动下,信息交流效率提升,劳动力市场的供需双方通过信息技术匹配,工作模式从“企业一员工”转向了“平台一个人”。美国学者黛安娜·马尔卡希(Diane Mulcahy)认为,数字零工是利用互联网和移动技术快速匹配供需方的自由职业者^[13]。有学者指出数字零工的两个特点:其一,劳动者和生产资料分离,劳动者掌握生产资料,并以一个独立生产者的身份参与平台,因而他们在决定工作时间和服务对象方面有了更高的自主选择权;其二,具体工作地点消失了,零工摆脱了“具身”“在场”“计时”的工作模式,取而代之的是“不在场”“计件”的结算方式^[14]。平台解放了时空,消解了实体组织的中介力量,零工依据市场需求提供专项技能,因而,数字零工也被称为“无雇主劳动者”。但有学者认为,只要是商品劳动,就一定有雇主^{[15][16]}。只是雇主不再是企业,平台将这种自上而下的科层制的劳资雇佣和监督转移到了零工和市场需求之间,这就意味着零工所提供的服务如果不能满足市场和客户的需求,他就不能接到工作,得到相应的报酬。劳动控制并非不存在,只是借助互联网信息技术不需要付出成本而已。

数字零工群体低薪低技能化、不稳定性、劳工保障缺失是国内学者关注的重点。从整体上看,中国

的零工群体学历偏低,主要集中于初中以及高中/中专,从事职业主要以低技能职业为主(网约车司机、外卖员等),技能服务和教育培训者占比不到15%^[17]。零工的自我就业形式缺乏法律的保护,零散接活儿的形式降低了劳动标准以及劳动者权利,降低了劳动者的工资水平,增加了就业的不稳定性,提高了劳动者的不安全感和焦虑感。邱泽奇指出,尽管零工经济给劳动者带来了自由、自主和灵活的就业机会,但它同时让劳动者的制度性地位倒退回19世纪计件工人的水平^[18]。作为一种新形态工作,“零工”确实能够拥有更强的灵活性、自主权,当其工作的内容和技能具有不可替代性的时候,他们能够拥有更好的工作体验。福德(Forde)、韦尔斯(Vallas)等学者从平台约束、零工技能高低做了分类研究^{[19][20]}。研究发现,自主程度较高、技能较高的零工,比自主程度较低、技能较低的零工,有更积极的体验。技能高的工作者多以知识内容生产为主,互联网产业构造了劳动的快感,让他们自愿参与其中。伴随文化产业升级,文化生产者诸如自媒体创作者、网络作家、短视频博主等构成了灵活就业的新势力。不同于零工的低技能、高束缚,这部分群体的工作更具有非物质劳动和精神生产的特点,在工作中,他们作为沟通的主体,必须投注更多的信息、文化和情感内容。他们的工作过程、关系与普通零工存在较大差异。

因此,在数字升级和产业转型的十字路口,有必要对数字零工群体进行细分。研究提出“数字灵工”概念,即主要依托互联网平台进行文化内容创作,提供线上文化服务的青年群体。他们不仅依托平台掌握灵活、自由的自雇工作形式,也需要启动具备灵感和创意、启动灵捷的协同合作模式,创造出优质内容,在获得丰厚收益的同时,实现了自我价值,获得较高的工作质量和体验。以往研究关注点是宽泛概念的在线内容生产及平台经济劳动商品化机制,工作主体和工作体验的聚焦是缺乏的,且实证调查非常少见。本研究将围绕数字灵工群体,探究工作方式、冲突矛盾,以及对个人与社会的影响。

二、研究对象及方法设计

1. 研究对象:平台和数字灵工

研究选取数字灵工核心工作领域的平台,即文字类、视频类、音频类。前期调研发现,文字类的平台主要包括公众号、知乎、小红书、文学网站等;短视频类平台包括B站、抖音、快手等;音频类平台包括小宇宙、喜马拉雅等。因工作需要,数字灵工会联动多种类型平台,同一内容制作成符合不同平台调性的消费内容,故平台选择不能拘泥于单一平台。不同类型的平台会存在差异,或许会导致不同平台上的工作表现有所不同,但可以更全面地探究数字灵工平台化工作的共性与差异。同一内容领域,剔除了同质化的平台,有助于聚焦数字灵工工作方式的研究。比如,随着短视频行业的高度集中化和竞争白热化,抖音和快手之间曾有一些差异也在渐渐消失,包括用户人群肖像、运营手段、盈利模式等。

对于数字灵工的选择,基于两个标准。一是,研究对象需要在某平台工作满一年及以上;二是,具有稳定的变现能力(每个月都能保证有收入)。选择有如下考量:首先要区分于一般的内容生产者。社交媒体时代,每个人都是广义上的内容生产者。出于兴趣、社交娱乐等目的偶然发布信息,可以实现零星变现。然而,数字灵工需要持续、深度投入内容创作和传播,才能吸引稳定用户变现,从而以之为业。经长期观察和多次访谈,研究发现在平台上持续工作一年及以上、有稳定变现能力的人群,通常意味着已投入可观时间和精力来创作和运营账号,不再是偶发性。

2. 研究方法:深度访谈和网络民族志

由于研究对象采取平台化的工作方式,对于不同类型平台的观察必不可少。故而,研究者依据数字灵工的工作平台,先按照文字、音频、视频等横向分类,关注平台的页面、内容类型、内容生产与传播的形式、衍生功能和服务;再垂直细分,深入分析同类领域不同平台的共性与差异。此外,追踪数字灵工的个人日志、朋友圈的动态和内容。大部分数字

灵工从事数字文化的内容生产与传播,个人形象的可见度和认可度也是创意工作的部分,因而他们会借助平台发布个人工作体验和心路历程,这些也成为非常宝贵的一手资料。

网络民族志集中在2020年4~12月,研究者重点跟踪15名数字灵工,并挑选10名重点对象(女性6人,男性4人)进行深度访谈。被访者工作时间都在一年以上,最长时间为3年,每个人都拥有至少两种及以上的平台。每次访谈时间为90~120分钟,访谈以半结构化访谈为主,研究者会根据访谈过程中个案呈现出的特点进一步提问以保证数据的客观说服力,以了解研究对象对工作的理解和切身的心路历程。

三、平台化工作的数字灵工

1. 可选择的工作时空与“焦点时刻”

数字灵工依托平台工作,平台重新定义了工作时空。数字灵工不必拘泥于“朝九晚五”的时间和固定的“格子间”,具身不必在场,在线就可以完成所有的工作,获得报酬。近六成(56.2%)数字灵工表示,自由支配时间是最具吸引力的,而在家办公和在其他地方(咖啡厅、书店、联合办公空间等)办公的比例分别为83%和17%，“宅工作”“游民式工作”成为可能^[21]。

平台解放了地点,互联网和强大的移动设备打破了职业和地理间的界限。传统的“职住分离”,迫使上班族不得不花费较长时间在通勤上,或因工作原因背井离乡。数字灵工仅依托移动设备就可以完成所有工作,既节省了通勤时间,实现足不出户工作和赚钱,也使很多年轻人不再迷恋大城市,选择可以兼顾家庭与工作的中小城市创业和工作。“宅家工作省去了通勤时间,解放了更多高效率的时间。”(20201022)短视频博主小朱说。“工作和生活平衡”“低廉的生活成本”也是吸引数字灵工的主要因素。Jiani通过英语技能在特内里费岛开启旅游服务。

“我把岛上的信息整理为游记发布在网络上,开始有旅行者找我咨询问题,定行程,联系

滑翔伞教练,后来我开始与岛上最有经验的教练和旅行社合作,成立了特内里费岛旅游网络互助社区,甚至到后来自学摄影帮助旅友解决旅拍问题,我因此认识了很多有意思的人,在实现赚钱的同时也享受到了轻松自洽的生活方式。”(来自Jiani公众号文章《从体制内到游民的leap of faith》,20180724)

平台释放空间的背后是数字灵工“地理套利”(Geo-arbitrage)的逻辑,即同等工作内容及同等收入下,选择生活成本低的城市,相当于获得更高的利润以及生活质量,平台化工作形式赋予数字灵工利用知识、技能和沟通能力,获得地理套利的机会。此外,数字灵工能够自由安排工作时间,这与“朝九晚五”的线性时间序列,以及因加班而导致的“996”和“007”的被动工作时间完全不同,他们自主选择开始和结束的时间点,但也并非绝对灵活,由于从事内容创作和分发,他们会特别关注“焦点时刻”,这与平台受众使用习惯和分发机制相关。

“我有自己的工作节奏,但我不是早上九点一定开始工作的人,有时候我傍晚的效率比较高,我会在那段时间集中创作。可是发布的时间我会格外留意几个时间点,比如8:00~10:00、12:00~13:00、17:30~18:30和21:00~21:30,因为这些是用户阅读关注的量最高的时刻。”(林安,自媒体创作者,20201223)

“焦点时刻”是针对媒体如何抓住用户碎片时间的注意力而提出的,学者认为,媒体需依据用户在一天内不同时间段的信息获取需求进行生产和传播^[22]。数字灵工就是非组织化的自媒体,用户对其内容买单才是职业化的持续发展动力。焦点时刻意味着对工作时间控制的转变,由组织化、固定化的线性转向灵活化、自主化的用户偏向。平台直接链接生产内容和用户,是劳动资料最显著的改变,而平台化介入的工作关系,促进供给方和需求方可以通过互联网信息技术进行实时匹配。相比低门槛、低技能的零工,数字灵工从事的是与数字文化、创意内容

有关的创作,高技能、强创意是工作的显著特点,而数字文化市场倾向质量大于数量的内容,具有叙事、审美、设计、乐趣的内容会在机械化、标准化、规范化的大宗商品形态中脱颖而出,数字灵工需要的时空不仅是机械的灵活,还需要能够激发其主体性,比如选择优势空间、依据个人时钟调节工作时间、分析市场而得的焦点时刻等,平台于他们而言,仅仅是工具,而非被资本控制的枷锁。

2. 一专多能与“可见性”

数字化知识和信息作为关键生产资料和对对象是数字灵工区别于其他工作的特殊性,知识和信息如何能够在多渠道平台上持续变现,甚至成为职业值得深思。数字灵工是高度职业化和专业化的,并非人们想象的不经过训练就可以一炮走红和一夜成名,恰恰是一批具有深厚积累、一专多能、时刻充满创意灵感的人,他们持续创造出关注度高且符合不同渠道受众需求的文化产品,某种程度上,他们需要在平台上创造出“表现力经济”才能持续获利。

数字灵工属于自雇者,并非一般意义上的内容生产者,前者需具备全局意识和商业思维,全权负责工作的流程,包括创意想法、内容生产、分发、推广等,要敏锐地洞察市场并对之快速响应,且发挥一技之长开展富有创造性的工作,获得持续、稳定的收入,而不单是兴趣爱好的“玩劳动”^[23]。雷哥在抖音做母婴短视频是从零开始的,理工出身的他对于视频策划和剪辑一窍不通,但通过自学和不断尝试,粉丝从最初的个位数上涨到1.3万,现获得了稳定的3~4支广告收入。

“从创意、文案策划到拍摄剪辑都是我自己来。一些视频产生的想法和情绪点是真实的,但是也不是瞎拍的,都是琢磨的,一开始我什么都不会,我就在网上找教程自己学,就用手机拍,剪辑,慢慢学会了转场等一些效果。”(雷哥,短视频创作者,20201022)

一专多能的背后是被动、持续的学习。大部分数字灵工的内容分发渠道不止一个,平台多样化迫

使他们通过“被动式”学习成为“一专多能”的多面手。他们会研究不同平台的内容风格,学习文案逻辑和技术手段,在变化和试错中优化内容。

“我尝试开了不同类型的平台,比如知乎、小红书。知乎倾向于内容知识,小红书偏向女性消费和网红风,比如我做一个汽车的策划,在知乎上就重在功能分享,小红书则打造好看,但起初很多细节是不懂的,都是试错中不断学会的,真的能给我带来更多收益的,也不一定是我最喜欢的。”(薇薇,文案策划,20200921)

平台化的工作既模糊了传统的身份坐标,也能够凸显独特和与众不同的个体。数字灵工的内容须出奇制胜,通过出人意料和令人眼前一亮的方式吸引受众关注、转发和广泛评论,因此打造“可见性”是吸引目标用户的主要方式,具体来说有三种途径。一是,标签形象个体,凸显独特性;广告策划、设计、影视类的博主会在平台上认证专业身份,以显示和普通内容分享者的差异。比如,影视博主电影榨汁在知乎上的认证标签是:经典/热点,影视干货解析,知识型影视答主。前提是有内容做支撑,他能够对接到更多优质的合作机会和资源。二是,重组多渠道分发,持续曝光。平台制造了一种重组文化。文字、视频、图像等可以数字化调取,数字灵工会将同一内容重新制作为符合不同平台调性的内容,持续出现在用户面前,争夺关注度。网络作家枯炫君每天输出0.4万~1万字,除了在奇点小说网更新,他把内容编成游戏、影视剧卖给B站,也会在公众号发布小说内容改编的短视频。“我会尝试不同的渠道和可能性,我曾经将小说中的女主角做成形象图放在公众号去卖,大概卖了4000~5000元,900多人付费。”(20200914)三是,表演出“真实”独异的形象主体。平台化工作吸纳了大量博主、互联网营销师等人群,欲在关注度竞争和赋值竞争中脱颖而出,让人看到自己是与众不同的,则需要一定的表演性。平台成为个人表演的“舞台”,他们需要不断在平台输出“新的表演”,通过新近发生的活动将这些热情和兴趣持续

地在公众面前付诸实践,吸引受众的关注度,进而变现实。短视频创作者邓攀攀虽然生活在四线小城市里,但抖音上的他却被大量网友关注,靠广告收入,在抖音直播带货,也带动了家乡的特产销往全国。他用抖音记录外公乡下生活的日常片段。视频里,24岁的大男孩常常和外公一起干农活、喂鸡鸭、下厨做饭、清理院子,爷俩在乡下生活的温馨片段,像是一个散文诗的电影,而自己摄影、滑板、架子鼓等时尚元素与淳朴的乡间和上一辈的外公形象,形成了一种真实的反差萌,引起了广泛的关注。

一专多能的数字灵工需要打造可见性的个人形象,这是数字文化产业不断发展的必然趋势。平台改变了工作主体的形象,工作主体作为个体被凸显。工业时代,劳工一直是被客体化的,从马克思劳动过程理论视角阐释,即便知识劳工在工作形式上与传统工业的劳工有所差异,但本质仍然在生产中被资本控制与剥削,拥有的自主性是片面的^[24]。以上视角忽视了劳动主体作为生产资料拥有者的情况,当劳动者掌握了资本—知识,加之互联网平台赋予个人一种新的特权——每个人在平台上都显示的是自己,互联网技术自由开放的文化特征削弱了身份、地位、阶级的差异,激发了个人技能发挥和文化自觉,工作主体不再是“他人引导的个体”,即组织化社会中个人要努力遵循社会价值和评判标准,不要太个性,不要成为怪人才是成功的^[25],而是自我塑造主体性的过程,展示与个性相符的价值、展演真实体验,这往往能在众多内容中脱颖而出,因而数字灵工在践行“可见性”的工作过程,消解了他者剥削和价值评判,工作是一种自我赋值的过程。

3. 轻资本投入与“异质性协作”

平台化的工作模式,改变了大宗基础设施、大量人力等重资本投入形式。平台成为产销一体化的资源集合。数字灵工的工作对象多以文字、音视频等创意内容产品为主,有一个账号密码就可能实现工作变现。虽然以个体化形式工作,平台的敏捷性、链接性促使数字灵工开启以项目为导向的合作,这意

味着他们可以自主选择工作项目和同伴,协作中发挥各自长板共同完成任务。

内容轻创业是数字灵工的起点,一部移动设备可以实现自雇自足、兼职兼业。根据米果(平台跨境电商)的叙述,借助平台,无须实体办公空间和大宗基础设施的投入,手机和电脑基本可以完成工作所需,当终止一段工作后,由于没有成本投入,可以随时抽身,心理和身体上都会很轻松。此外,轻资本投入还意味着灵捷的人力资本投入,数字灵工属于个体化工作形式,当发展一定规模后,会根据需要扩充人员。

“我是做英语自媒体的,随着用户的增长,我分了不同等级的公众号(零基础和高阶)。一个人有点忙不过来,我开始在自己的粉丝群里招募影视剧翻译、公众号文案写作伙伴,以分次结算的形式,实现共创。”(亚飞,英语自媒体,20200925)

微信公众号、抖音等短视频平台具有强社交属性,为数字灵工工作、合作提供了关键支持。调查显示,全球七成(74%)的数字灵工将社交媒体视为商业和联系客户的渠道^[26]。具有强社交属性的平台加强了人与人之间的联系,网络作家、主播与粉丝之间的关系不仅仅是商业交易和经济往来,更加重要的是嵌入其中的社交网络,虽然是陌生人,但是通过强社交属性建立起来的互信互赖,不仅降低了交易成本,也促进供需双方获得不同于其他平台的使用体验,催生了合作形式。基于轻资产创业的基础,数字灵工的合作形式具有弹性,有限性代替了长期性,合作模式趋于项目制,不同主体依托平台进行任务分配、相互协作,借助远程办公工具沟通细节,共同完成任务,再各自进行利润分配。插画师、设计师、影视剧博主等会接下整个项目,拆解为各个部分,寻找志同道合的伙伴合作。

“我会通过平台接下来整个项目,找擅长的小伙伴分工去做。比如我擅长的是文案,我会找剪辑好的,会推广的一起组队完成这个case,

大家再分项目的利润。”(闪闪,短视频博主,20201210)

莱克维茨称之为“异质性协作”^[27]。他认为,后工业时代工作范式发生了转变,人们告别了科层制式的自上而下的任务形式,在完成目标任务的同时,收获自我价值。传统的组织追求长期性、规模化、重复性的生产,科层式的架构有固定的职位、角色、权责以及专门的流程,能够顺利实现组织目标。项目制是有限性、即时性和灵便性的组织形式,对新鲜事物和意外的效果持有高度开放的态度。组织规模化的生产和高效分工带来的是标准化的生产,工作主体宛如一颗没有灵气的螺丝钉,只是生产线上的功能承担者。数字灵工追求高品质的内容,他们需要依赖各种不同能力的人产生合力,创造惊喜。这些人个性互补,互相启发,有不同的文化资源,因而异质性的合作需要把整个人连同自己的文化素质、社会素质和情感素质以及经验放在项目里,形成协作,在完成目标的同时,也完成带有叙事、设计、伦理乐趣和审美质量的复合性工作,实现了个人赋值,提升了工作体验。

四、平台化工作中的个体化困境

1. 无边界工作形态与自发性过劳

互联网平台打破了时间和空间的区隔,提供了“无边界”工作时空,减少了不必要的通勤、工作量和工作时间。但在琳琅满目的商品和服务当下,数字灵工需要和时间竞争,时刻争夺受众市场的关注度才能获取价值,平台将工作时空链接在一起,工作时空被无限放大,引发了自发性过劳。

灵活的工作时空意味着数字灵工具有弹性、可选择的工作时间和空间。平台延伸了物质世界,将全世界的人、关系、知识、各类资源广泛链接,成为共享时空的在线工作平台,数字灵工通过平台生产和传播内容,不需要“在场”,“缺场”亦可参与,这强化了数字灵工的“无界感”,制造了24×7的工作模式。小关是晋江网签约的小说家,日更是网站对其最低的要求,为了让小说能够在打榜名单上,小关每天只

睡三四个小时。

“从2018年起,我每天的产出3000~10000字,都是晚上三四点睡,早上七八点起。最高纪录是从早上八点一直写到夜里十二点,最后我的那个手已经不是手了。到现在每天可能一两点钟躺在床上,但是脑子里运转的都是要怎么写,就会失眠到三四点钟,有时候还会从梦中惊醒。”(小关,网络作家,20200927)

小关感到自己在机械地活着,但却很开心,因为每天都很满的状态是自己寻求安全感的良药。同样的感受也在其他数字灵工上得到了相同的印证:“我没有觉得这是工作”“这是我喜欢的”(电影榨汁,影评人),“得到了关注和认可”“实现了价值”(lolo,自媒体人),“我并不觉得枯燥和压榨”(杰力,声音制作)。可见,某种强制、压力、竞争、奖励是造成自发性过劳的契机。数据显示,收入不稳定(54.5%),难以持续的工作机会和规划(43.6%)是数字灵工最为担忧的部分^[28]。他们利用技术平台的无边界时空,制造充实,填补不安全感和压力。平台化的工作模糊了工作和生活的边界,工作时空不再像过去那样标准化,出现了多样化、分散化和个人化的倾向。森冈孝二认为数字化的工作造成了工作时间个人化,雇佣形式、劳动关系多样化,重新定义了工作时间,缩小了法定工作时间或标准工作时间的适用范围,允许想挣更多钱的人或者希望得到嘉奖的人工作更长的时间^[29]。于数字灵工而言,意味着完全的个人化,灵活的工作时间和地点使他们产生自由的工作感觉,自雇自足的工作方式又让他们难以定义工作边界。从表面来看,数字灵工利用知识、资源自雇生产创意内容,并直接链接受众,个人和生产资料并没有分离,剩余价值的剥削被掩盖在平台化工作中。实际上,管理与控制中的劳资间矛盾被淡化并转移到数字灵工内部以及其与用户之间,用户的注意力是数字灵工持续职业化的保障,为了争夺注意力资源,需要持续输出能够打动用户的内容,这就需要他们时刻更新较高质量的文化内容,看似自由的数字灵工,不得

不自行加大工作强度,由此衍生自发过劳的问题。

2. 重组分发与注意力短缺

平台不仅为数字灵工提供了多元化的生产和传播渠道,也制造了一种重组文化。由于文字、图像、音视频等可以数字化调取,数字灵工利用不同的数字形式进行加工,这样的结果就是新内容经常是由已有的内容重新混合而成的。比如原是以文字为主的自媒体博主会依据平台特性,制作出音频、视频等形式,但市场资源和关注度是有限的,这就导致过度生产和受众关注度短缺之间的结构性矛盾。

为了实现曝光和变现,数字灵工创作的内容产品在多个平台分发,形成了平台矩阵,自媒体人林安从最初的豆瓣、公众号,到现在的知乎、B站、喜马拉雅、小宇宙等。她的核心技能是文字内容创作,每发布一个内容后,她会按照其他平台的版式再次编辑分发一遍。

“我特别希望有个一键排版功能,把内容一键以不同形式同步到各个平台上。其实目前变现的也主要是依靠撰稿、平台广告,喜马拉雅目前还没有实现变现。”(林安,自媒体创作者,20201223)

工业化时代,有目的、规模化、标准化的生产着力于解决短缺问题,而数字技术下的平台工作某种程度上,制造了过剩的内容。一方面,数字灵工在平台生产并发布多种形式的内容,由于平台具有储存功能,新的内容不断出现,旧的内容也不会消失;另一方面,受众注意力不会随意增多,这就导致数字灵工生产了过多形式的内容,却不能吸引到足够的注意力和吸引力,且有些平台可变现的能力较低,这不仅造成了生产浪费,也会挤占个人创作时间,导致产能不足。同为自媒体创作者的包子认为,过度发布对写作者巨大的内耗,降低了创造力,长此以往,就像一直在被不同的模具塑形,迷失自我,变成了一台写作机器。数字灵工的最大价值不在于生产有用的信息,而是产生价值,触动受众情感,将用户关注度变现。“重组分发”与其说是他们在不同平台上制

造出的新内容,不如说是通过重组技术和混聚技术制造出了相对“新”的内容,新的标准降低了,原创与复制品之间的界限也变得脆弱,最终他们会失去灵性,丧失专业化的技能。

3. 被放大的价值与微薄的利润

平台放大了数字灵工的创作性和高文化价值,而技术赋予的重组分发机制削弱了数字文化生产者和受众的二元关系,内容生产和分享的机会是均等的,在平台准则还未形成明确的规定,大众付费意识淡薄的背景下,数字灵工收入微薄,且他们需要面对内容被理所应当索要,甚至被盗用的情况。

数字灵工不同于免费的内容生产者,他们以此为生,意味着他们的收入全部依靠内容变现。实际上,大部分数字灵工内容变现利润微薄,无法与付出的劳力成正比。包子创作的《无问西东》影评,在全网爆红,光是豆瓣的阅读量就超过了100万。据她所述,邮箱每天都能收到几十封“求转载”的邮件,没人提出要付钱,最终只有两家接受了费用要求,加上公众号上100元的打赏和豆瓣上645.66元的打赏,共收入1745.66元。这是她看了三遍电影、修改了两个通宵、全网阅读量突破200万的影评,折合下来千字300元,勉强达到了我国极其低廉的稿费标准。除了劳动和收入不成正比,他们的内容也会遭遇侵权,虽然有些平台在内容保护上也设置了一些机制,比如公众号的文章有原创标记,原创作者不开白名单,其他公众号就无法转载。但包子经历过,影评被截成了图片发表的情况。

以文字类数字灵工为例,收入主要包括稿费、广告、打赏。打赏是不稳定收入,数字灵工会轻松视之。稿费是最重要的创收之一,但市场普遍缺乏付费意识和对知识内容的尊重使他们很难获得理想的收入,加上平台创作重组分发的易得性,文化内容被工业化、标准化和规模化,失去了自律性和自主性,部分数字灵工不得不开始接广告赚钱,但广告会影响受众获取信息的体验,“不体面地挣钱”是数字灵工经常面临的指责。

“我公众号曾经大半年没接广告,因为那阵子写稿可以养活自己。但今年疫情后,大部分平台的稿费都缩水了,约稿量也少了。读者赞赏和原创版权更不用想,读者赞赏一个月几百块,原创版权费拿我全网阅读量破百万的一篇文章来说:收入0。”(林安,自媒体创作者,20200701)

严肃认真的数字灵工,通过高品质的内容输出,只能获得微薄的收入,依靠广告补贴生活,反而会被认为“不体面”,这是很多以文化内容创作为生的数字灵工的无奈,也是文化工业与文化产业发展逻辑的根本不同。规模化、市场化的文化工业促使文化原有的个性、旨趣及功能等发生了根本性的改变,文化内容不再能报以自由和自洽,技术理性、商品化的文化工业正在替代艺术性、文化性强的文化产品。无边界、自由联通、重组分发的平台化工作模式加剧了差异。因此,数字灵工存在着两难境地,文化产品的独异性和自我价值的追求,让他们不得不关注受众感受和文化价值的追求;但面对生计,高主体性、高价值追求的他们虽然以专业化模式生产,但也会选择大众传媒推销,后果则是文化和艺术标准的衰落。正如马克思主义法兰克福学派所认为,启蒙和自由的追求正在走向其反身性,人的创造性在逐渐转变为物化的生存方式。

五、结论与讨论

依托平台,灵活就业是平台化工作的显著特征,在此基础上,数字灵工是围绕创意内容及服务的生产与传播,具有较高文化素养和较高技能的专业化青年群体。于数字灵工而言,职业化的结果不仅在于通过争夺受众关注度变现生存,关键在于,生产富有感情力量的文字、图像、音视频等创意产品和服务,进行自我赋值。不同于职场中科层制规训下的“螺丝钉”,也不同于低技能、接零活儿的零工,数字灵工表现为较高的文化素养、创意以及不可替代的技能。平台弥合了生产资料和生产者的壁垒,突破了时空局限,他们以此为工具,缓解通勤压力和线性时间序列的乏味,将有意义的时间和精力转移到创

意工作上,善用焦点时刻,根据内容和用户需求创作出具有时间厚度和辨识度的创意产品;此外,平台化工作改变了工作关系,轻资本的投入促使大部分数字灵工实现自雇自足,并搭建了新型的工作关系,异质化协作,在协作中成长,主动参与和发展相关网络社群,用来解决安全问题和成长问题。

马克思在《资本论》中指出,劳动是有目的的活动,劳动主体、劳动对象和劳动资料构成了劳动三要素^[30]。数字劳动或平台化工作的目的是改造数字化的劳动对象,生产满足人民多样化需求的产品和服务,其劳动对象是数字化的知识和信息,劳动资料抽象为平台,这都是数字化劳动与以往劳动不同之处,数字灵工也同样具有以上的特点。但数字灵工从事的是与数字文化、创意内容有关的创作,高技能、强创意是工作的显著特点,这意味着劳动主体发生了显著的变化,具有强主体性特征,且劳动即自我赋值的过程,这也是与其他数字劳工最大的区别,他们需要在平台上创造出“表现力经济”才能持续获利。

形式理性逻辑支配下的工作,主体要在固定职位上产出客观的绩效,讲究绩效的模式中,是否正确、数量或者质量是评价标准。人们认为劳动结果与劳动过程有直接关系——固定的工作地点、时长,以及有章法地采取必要的工作步骤等,这种直接的关联才能使得劳动有可比性,也是资本控制的基础。现代社会中,技术和文化发生了悄无声息的转化。移动设备和互联网技术与工作过程的融合发挥了技术可供性,平台化的工作突破了时空界限,取消了固定化的工作地点,模糊了线性工作时间序列,有限替代了长久,平台之上工作主体的传统坐标和差异也逐渐失效,包括年龄、阶层、职业等传统个体来自我认知与人生规划的关键坐标。资方的管理与控制转移到工作者内部、工作者与消费者之间,资本更倾向于用数字信息等技术手段来实现最大化榨取剩余价值的目的。此外,晚现代的职场文化也发生了一个转向,伴随工作主体的关键坐标的失效,年轻一代不再依靠职场的传统自上而下的评价体系,通

过个人赋值建立自我价值认同,尤其是对知识文化产业的高端人才来说,工作不再是一个定位清楚的岗位的职责,而是通过打造形象、能力、天资等,展示出令人信服,情感上触动受众的与众不同的表现。

研究数字灵工对于劳工社会学研究也有一定的拓展意义:其一,从聚焦劳动关系转向了对工作主体的关注,将其放置于社会转型和社会变革的大背景之下进行,观照工作主体在社会变迁过程中的转型、特质与困境;其二,数字、信息与技术的加速迭代,推动了新工作生产模式和分工,虽然同为数字劳工,但伴随数字鸿沟、主体性的凸显等,数字劳工需要分层研究,包括免费内容生产者、数字零工,再到如今的数字灵工,不同层次的工作者工作过程的特征并不相同,甚至存在较大差异,对我们重新审视数字劳动意义有深远的影响。

但是,我们仍需留意的是,数字灵工在无边界工作引发的自发性过劳问题,是否会引发更隐秘的剥削?低创新的重组分发模式、高价值追求下微薄的利润等因素是否会导致高技能、强创意群体再度沦为机械劳动者?这是值得继续探索的问题。

参考文献:

- [1]中国人民大学中国就业研究所.数字文化产业报告(2020)[R].腾讯研究院,2020.
- [2]中国人民大学国家发展与战略研究院.灵工时代:抖音平台促进就业研究报告[R].2020.
- [3][10][27]安德雷亚斯·莱克维茨.现代的结构转型[M].功婕,译.北京:社会科学文献出版社,2019.
- [4]瑞安办公.青年理想工作空间白皮书[R].青年志,2020(11).
- [5]莫里兹奥·拉扎拉托.非物质劳动[A].帝国、都市与现代性[C].许纪霖主编.霍炬,译.南京:江苏人民出版社,2006.
- [6]哈特,奈格里.帝国[M].杨建国,范一亭,译.南京:江苏人民出版社,2005.
- [7]彼得·德鲁克.已经发生的未来[M].汪建雄,任永坤,译.北京:机械工业出版社,2019.

[8][英]安东尼·吉登斯.社会学[M].赵旭东,等,译.北京:北京大学出版社,2003.

[9]Lash S, Lury, C. Global Culture Industry: The Mediation of Things[M]. United Kingdom Polity, 2007.

[11]Department for Culture. Creative Industries Mapping Document[R]. Media and Spor, 1998.

[12]Hartley, J. Creative Industries[M]. New Jersey: Blackwell Publishing, 2005.

[13]黛安娜·马尔卡希.零工经济:推动社会变革的引擎[M].陈桂芳,译.北京:中信出版集团,2017.

[14]韩文龙,刘璐.数字劳动过程及其四种表现形式[J].财经科学,2020(1):67-79.

[15]Gerald Friedman. Workers without Employers: Shadow Corporations and the Rise of the Gig Economy[J]. Review of Keynesian Economics, 2014(2): 171-188.

[16][18]邱泽奇.零工经济:智能时代的工作革命[J].探索与争鸣,2020(7):5-8.

[17]严飞.用社会学的想象力理解零工经济[J].社会科学,2020(12):1-2.

[19]Forde C, Stuart M, Joyce S. The Social Protection of Workers in the Platform Economy[R]. EMPL Committee, 2020.

[20]Vallas S, Schor J B. What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy[J]. Annual Review of Sociology, 2020(46): 161-162.

[21][26]Payoneer. Freelancer Income Report[R]. 2020.

[22]史安斌,王沛楠.2020全球新闻传播新趋势——基于五大热点话题的访谈[J].新闻记者,2020(3):24-32.

[23]Kücklich J. Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry[J]. The Fibre Culture Journal, 2005(5).

[24]侯慧,何雪松.不加班不成活:互联网知识劳工的劳动体制[J].探索与争鸣,2020(5):115-160.

[25]David Riesman. The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character[M]. New Haven: Yale University Press, 1953.

[28]人民论坛问卷中心.自由职业者生存发展报告[N].国家治理周刊,2019(2).

[29]森冈孝二.过劳时代[M].米颜军,译.北京:新星出版社,2019.

[30]马克思.资本论:第1卷[M].北京:人民出版社,2004.