

【组织社会学】

数字时代社交平台社群组织化中的 关系逻辑及其再生产

——基于两个劳工社群案例的比较研究

顾楚丹

【摘要】互联网平台作为数字社会的社交机制,重塑了关系的生产和再生产逻辑。本文基于格兰诺维特“弱关系”理论和“嵌入性”理论,厘清了关系强度概念,构建了“关系强度—平台社群—关系再生产—关系效用”作用链条,提出了“平台的关系再生产”理论框架,以两个社交平台劳工社群组织作为比较案例,阐释平台的能动性是关系再生产的动因,可以产生差异的关系氛围及其效应。社交平台社群的二重性提供了平台协同治理的借鉴方式,也潜藏着亟须重视的治理风险。

【关键词】社交平台社群;关系再生产;组织化;平台治理

【作者简介】顾楚丹,华东理工大学应用社会学研究所暨社会学系讲师,社会学博士后流动站研究人员。

【原文出处】《福建论坛》:人文社会科学版(福州),2022.10.175~187

【基金项目】上海市教委科研创新计划人文社科重大项目“乡村振兴视野下的新型城乡关系研究”(2019-01-07-00-02-E00047);上海市哲学社会科学规划青年课题“数字平台企业知识劳工的数字劳动过程研究”(2022ESH002)。

伴随着我国出台的系列促进数字化转型和数字社会发展的政策,2021年,我国网民规模已达10.32亿,互联网普及率超73%,数字经济规模占GDP比重达到39.8%。数量众多的网民在互联网中结成形式多样、目的各异的网络社群。网络社群作为网络社会的基本组织方式之一,也成为数字时代社会群体社会组织化的有效手段。数字时代的社会治理尚未对这一新型社会组织方式进行总体性的有效吸纳,导致网络社群出现诸如偏差的价值观引导、极化信息传播、网络舆情问题、网络群体性事件、虚实转换与联合行动等威胁社会秩序的显性或潜在的不确定风险出现。以社交媒体平台为代表的Web2.0迅速发展,为联动多个社交平台建构组织程度各异的平台社群提供了便利,探讨Web2.0下的社交平台社群的组织化问题,厘清数字时代社会群体的组织方

式和结群交往,形成共同治理力量,无疑是一项亟待加强研究的重要议题,有助于进一步挖掘网络社群巨大的社会与治理价值,为建设网络强国和数字中国提供理论与现实支撑。

一、问题提出:网络社群组织化中的关系强度及其效用的不确定

数字社会的到来,使依靠互联网平台建构的各类网络社群成为联结社会成员与公共体制之间的有效力量。从粉丝社群的组织化动员、^①“帝吧出征”等网络民族主义集体动员、^②网络互助性社团和倡议性社群的数量增加、社交媒体热搜舆情影响议程设置^③等,都能看到这些既没有严密的组织架构与组织权威,社群成员关系网络也不似熟人社会般紧密的网络社群的组织化力量。技术与组织视角下的网络社群组织化研究,形成了“技术赋权组织化”“技术去组

组织化”与“有条件的组织化”三种观点。

受技术决定主义的影响,人们社会关系网络被互联网技术所重构,因而互联网技术对于组织化有赋权性作用,特别是在集体动员、基层技术治理以及公共决策方面中能够推动社群成员积极参与,扩大组织动员的效能,^{④⑤}提升政府互联网治理绩效和治理能力,^{⑥⑦}丰富互联网社会治理的渠道与路径。^{⑧⑨}持“技术去组织化”论的学者认为,社群组织化存在技术障碍,依靠互联网技术建立的社会组织或关系网络本身具有的广泛性和匿名性,意味着社群成员多是弱关系,信息呈现的碎片化倾向等增加了组织化协调成本,^⑩不利于集体行动的持续性。^⑪进一步的研究则揭示了互联网技术对组织化的条件性影响,认为只有当虚拟组织与现实组织的结构和制度重合时,才有助于社会组织化,^⑫组织内部的规范秩序的建立和外部政府政策管制环境等都是影响组织化的重要条件。^⑬

已有研究普遍都认可网络社群可以实现人与人之间关系的连接,但网络社群的组织化过程隐藏着关系强度的不确定问题。基于虚拟网络空间建立的关系到底是“弱关系”还是“强关系”?秉持“弱关系”假设的学者认为,网络社群存在广泛性和行动力差的困境;秉持“强关系”假设的学者则强调,网络社群可以搭建实质的社会关系网络,获取集体关系效应。因此,网络社群的组织化争议实质是对建构何种关系网络和互动模式所带来的社会效应问题未能达成共识。真正发挥着组织化功能的是个人化的社会关系网络。^⑭这提醒我们重新审视社会关系理论。

传统的社会关系理论基于现实社会组织与社会互动,而社交平台社群的组织结构和互动模式将是对传统社会关系理论的挑战,也是一个理论革新和拓展的机遇。在中国这样一个注重“关系”的社会,格兰诺维特(Granovetter)“弱关系”理论一经提出就开启了本土化实践的热潮。格式的“弱关系”理论主要包含两方面的内容:一是根据互动频率、感情力量、亲密程度和互惠交换等四个方面对关系进行了强度的划分,即“强关系”和“弱关系”;二是对“强关系”和“弱关系”的功能进行了阐释,提出“弱关系

充当信息桥”的判断,“强关系”则主要承担群体内部的纽带作用。^⑮在“弱关系”理论本土化实践应用中,主要有三大研究进路:一是验证格兰诺维特“弱关系”理论中的新发现,以及对“关系强度”概念的操作化演变。^{⑯⑰}一般将血亲关系、邻居、朋友等视为强关系,而熟人和一些间接关系视为弱关系。^⑱二是以中国本土文化中关系所具有的人情、面子、回报等特质拓展关系理论。^⑲三是对关系概念的批判性发展,强调把关系看成一个生产和再生产的动态连续过程。^⑳

关系理论视角已经发展成为独具中国特色的理论概念,被广泛应用在职业地位获得研究、劳动控制与集体行动中。但诸多从“弱关系”理论的验证、延展和批判发展出来的对于人们人际互动和关系网络的研究都集中于现实生活,而忽略了数字社会到来,平台的复杂性及其对关系网络的变革和颠覆力量。首先,数字社会作为网络社会的发展版,仍是现实世界的延伸,网络社交关系不会完全脱胎于现实世界,意味着依据现实世界建构的关系理论在数字时代仍具有一定的解释力。其次,全方位的数字化转型使得人们借助数字信息技术编制“崭新”的社会关系网更为便利,为社会关系类型化的研究增添了新维度。^㉑网络世界并非现实世界的翻版,因此现实社会人际互动类型化的“强—弱”关系概念可能不能够完全适应数字空间社会关系的分析。最后,不管现实社会关系网络和数字空间社交网络的重叠程度和差异性如何,人们愈发依赖社交媒体平台展开人际交往是不争的事实,因此关系网络延展的空间潜力巨大。数字化转型和数字经济的发展让关系理论面临一系列的挑战,既有的研究发现,虚拟空间的人际互动方式和关系类型存在着较大的不同,^㉒而虚拟空间关系网络又有可能与现实社会关系网络交织在一起。这意味着我们需在同时兼顾现实社会和互联网技术发展的基础上,对格兰诺维特的“弱关系”理论加以拓展应用。

二、理论框架与研究方法

(一)理论框架:社交平台的关系生产与再生产

事实上,格式的“嵌入性”赋予关系及其结构以边界,在某种意义上是将关系结构化的同时,隐含了

关系是动态和过程性的意涵。因为结构的产生过程就是一个人们相互作用的过程。进一步需要关心的问题是,个人在现在群体中的网络关系与个人带入的其他群体之间的关系。^③在本土的生活和学术语境中,关系的结构性特征对“关系”意涵的重要性不言而喻。费孝通的“差序格局”就是中国社会关系特殊性的经典概念,^④展现的是中国传统的乡土社会以个人为中心的远近亲疏人际关系。因此基于自然与文化的预设,一般认为数字网络空间中建构起来的匿名化的、虚拟化的关系是弱关系。但从关系强度来看,社会成员可以通过多元的社交平台社群互动参与,获取差异化的情感能量和特殊文化资源,极易形成格式所定义的强关系。这提醒我们一方面应当结合结构和互动两个维度来对“关系强度”进行概念化,另一方面关系强度是会随着成员在平台的联结变化而动态发展。与平台的联结关系以及平台的能动性不能忽视。此外,关系强度的概念化的作用在于关系的效用。在不同的情景中,强弱关系的作用是不一样的。^⑤正是错综复杂的关系在平台及平台间互动不断生成与再生产,集结成为具有社团结构的种群,经由这些种群演化为小世界、无标度特征的复杂网络系统,进一步稳固平台作为数字社会的组织化力量。

本研究试图通过厘清“关系强度”的概念,提出“平台关系再生产”理论框架(如图1所示),具体包含以下内容:首先,关系强度是由关系结构与关系深度共同决定的,这一逻辑适用于现实世界和数字社会的关系概念化。我们很容易理解相较于现实世界所建构的“强关系”是嵌入在自然和文化结构中的,比如家庭和工作组织,并且相互之间能够高频互动,建立信任和情感联系。网络技术在帮助人们跨越时空

维持“强关系”的同时,也帮助不同社会成员建构弱关系,因此作为Web1.0时代的互联网技术所提供的信息之间的互通有无,实质是沟通了人与人之间的联结,尽管这种联结关系是相较于现实世界的弱关系,表现为成员之间的异质性。但到Web2.0发展出来的人与平台之间的新连接关系,则要求我们重视平台作为关系嵌入的结构角色。其次,作为能动者的平台,在人际关系联结上有三方面的功能:创造新社会关系、转化关系强度和直接实现关系效用。社交平台可以实现人与人关系的“从无到有”的链接,可以创建一个社群类属结构,使成员嵌入在平台社群中,通过持续互动完善关系深度实现异质性主体之间“弱关系”的转化,进而实现差异的关系效用,平台还能利用网络效应直接实践关系效用。值得一提的是,关系效用尽管存在差异,但都深化了对平台的链接,平台关系强度在某种意义或层面上可以对现实产生影响,但是非均衡传递的。通过对关系强度概念的理解和与平台关系的再生产重新阐释,我们更能理解平台的本质,其是集合主体、技术、资源等多维度要素与能力的复杂网络系统,系统内部包含多异质性主体,主体之间存在多样化的非线性作用关系。^⑥关系的再生产构成了平台的基础和非均衡发展。

我们将结合具体案例对平台的关系再生产逻辑做进一步阐释,主要侧重三部分:一是以“社群”(或者说“组织”)作为切入点,构建平台的关系生产的生成条件,此处将结合关系强度的“结构”和“互动”维度进行分析;二是考察平台对于关系强度的塑造和转化,辨识关系的动态变化,关系的再生产是关系结构化的体现;三是结合具体情境考察经由平台形塑的关系强度的具体效用。

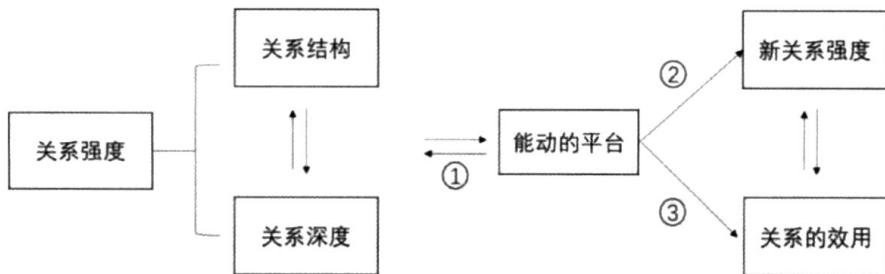


图1 关系强度的概念及平台关系再生产逻辑框架

(二)研究方法

本研究选取互联网“大厂”员工的职业社群作为研究对象。作为专业的数字劳工,他们的数字参与意愿高、数字技能强,创建了类别丰富的职业社群。有针对行业岗位职能的社群,比如“××产品群”“程序猿群”“数据打工人联盟”等,也有项目式社群、纯同行交流社群等。这类网络社群大多没有特定的议题目标和固定的组织活动等,更不涉及组织内外动员。我们通过网络民族志的方式参与观察,从2021年9月到2022年5月,笔者参与互联网企业员工的微信群、QQ群、飞书群、豆瓣小组等,在对10余个互联网劳工网络社群进行田野观察中,发现G和W组织的独特。G组织创建于2021年1月,目前是一个拥有豆瓣小组和五个活跃度极高的微信群的社交平台社群组织,总计组织规模约2万人,并有自己的微信公众号、小红书账号。W组织创建于2021年10月中旬,截至当年11月5日所有群组解散之前,一共有13个QQ群(每个QQ群成员上限2000人)和1个微信群(200人左右),总计组织规模约2.6万人,在为期不到一个月的发展中,也曾创建微信公众号、小程序等应用软件。

笔者将它们视为“平台社群组织”,原因在于它们都呈现了一个“核心类别+原子化平台社群”的组织结构。类别可以是共同身份建构的,也可以是关心的议题等。通过核心行动者建立类别,在各大社交网络平台建立原子化的网络社群,每个原子化的网络社群与平台偏好共同塑造关系类型,因此每个网络社群都是独立自主的。但他们共享核心行动者、共同的议题、一定程度的分工、决策机制、激励与约束机制。这一点是由平台的协同交互性决定的,平台的多边协同交互支持两个或两个以上的群体能够在任何地方任何时刻进行互动。^②因此平台社群组织可以由共享核心类别的同一平台的多个原子化社群构成,也可以是由跨越平台的多平台社群组成。我们将其视为一个组织,可以以关系、网络 and 系统的视角来考察其制度、管理和环境,尽管这些是“非正式的”,但已有研究表明这些非正式制度对于在线社群参与社会治理产生重要影响。^③

我们以两个“平台社群组织”作为比较对象,首

先是因为网络社群的组织化过程是动态非线性的,是观察关系建立和强度变化的最佳事例;其次是要考察平台的能动性,强调过程和实践,所以以比较的方式能够更好地展示这一复杂过程,认识到平台所建构的社群结构差异带来的关系强度转化路径差异;最后,劳资矛盾是作为劳工的他们所面对的共同情境,在共同情境下通过平台能动性所形塑的关系强度的效用差异也是我们的主要考察内容。我们将在两个“平台社群组织”的组织化过程中,深化对平台的能动性认知。

三、关系生产:基于“弱关系链”的平台再组织化

与实体空间围绕个人、家庭和工作组织等建构起的交往关系的同质性相比,在线上空间所建构的陌生人之间的关系常被视为弱关系。网络帮助我们建立从无关系到弱关系,这点在互联网伴随我们30多年的生活中已成常识无须验证。然而通过“弱关系”网络进行再组织化则是Web2.0的特点。“平台社群组织”是行动者通过确立核心类别,利用“弱关系链”经由平台的联结形成的具有一定结构和关系特性的类属组织。具体我们将结合两个案例组织进行比较分析。

(一)结构:“核心类别+弱关系链”动员形成的类属组织

两个组织都通过“弱关系链”建立了森·怀特所说的“类属网”。^④当一系列行动者内部既以一种关联且有意义的方式紧密联系在一起,又共享某种相同的“类别”或“集体身份”时,就会出现类属网。行动者可以通过同一类别,甚至选择同一身份,而未必享有那些有意义和密集的关系网络。同样,行动者可以通过一种有意义的方式紧密联系在一起,而未必属于一个明显的类别或共享某种集体的身份:具有不同社会背景的朋友群体就是一例。怀特指出,网络和身份的结合特别有利于集体动员。^⑤但比怀特所说的“类属网”更进一步的是,通过平台的联结可以将网络发展成具有共同决策和约束机制的类属组织。(如表1所示)

从核心类别来看,G组织的核心类别是通过成员身份限定所达成的。发起人试图建构一个互联网行业的“女性帮助女性,别人就是自己”的共识“联

表 1

两个平台社群组织的类属组织结构

结构属性	G 组织	W 组织
核心类别	同一身份(互联网从业者、女性)	同一议题(劳工权益)
动员机制	人类行动者的弱关系链	非人类行动者的弱关系链
决策机制	集体	少数发起人
约束机制	实名审核+严格群规	松散群规
平台社群	5 个微信群+豆瓣小组	13 个 QQ 群

盟”。小组成员被严格限定为从事互联网行业的女性群体。W 组织的核心类别是对共同的劳工权益关注。尽管发起人只想分享信息,让互联网企业真实的工作时间透明化,但由于互联网企业员工普遍存在更广泛的劳工权益需求,使得组织进一步发展。他们的参与诉求集中在尊重劳工作为人的权益上,包括要求企业开放信息流通,以及要求企业尊重个人组建家庭、平衡生活、扩展工作以外的兴趣等。

从动员机制来看,G 组织的“纳新”是从组织者开始的在网络社群中通过“弱关系链”进行的稳定动员传递。如“A→B”的传递过程中,B 可能是同属一个网络社群的有共同利益诉求的数人,然后经由众多 B 的拉入传递形成规模组织,A 与 B 之间的关系符合网络社会的特征——匿名化、陌生化、弱关系。与 G 组织的“弱关系链”仍然依靠人类行动者不同,W 组织依靠非人类行动者^③——腾讯在线文档进行动员。这一在线文档可多人同时在线编辑,置顶就标明“有问题可以加群(附 QQ 群号)咨询”,按照 QQ 群号笔者于 2021 年 10 月 13 日晚加入了 QQ 二群,观察到 14 日当天就已扩充到了 8 个群(每个 QQ 群成员上限 2000 人,群满开新群),短短一天就集合了万余人。可见经由非人类行动者在互联网空间的网状式传播可以更迅速地完成规模化动员。

从决策机制来讲,G 组织有完整的决策过程,包括情报活动、设计活动、选择活动三个阶段,^④且均由成员共同决策。W 组织的决策过程则高度集中在核心行动者上。G 组织在进行类似的“情报活动”时,会通过不定时举办话题讨论、职业咨询、内推互助、秘密沙龙、大咖讲座等活动分析互联网行业动态,就活动内容和议程在社群内部进行商讨,确定最后方案。在这种决策过程中,虽然组织者具有一定的决

定作用,但共同协商仍是集体决策的形式。W 组织的核心行动者为了不偏离“信息共享”这一初衷,专注于数据(互联网企业公司作息表)的维护,并未就社群规则和行动进行商议,甚至在最后全部解组时,也只是个别组织者商议后的决定,绝大多数成员毫不知情。

从约束机制来讲,虽然没有成文的奖励处罚制度,但两个组织都有明确的群公告管理条例进行约束,不过具体约束内容和效果上呈现明显的差异。G 组织依靠组织者进行实名身份审核加入,成员依据群公告进行自我管理。群公告在修改群名片、准入要求、内容管理和保密方面都做了详细要求。比如在内容管理上,禁止发表表情包、斗图、发群红包;倡导理性发言,避免涉政、侮辱性言论等。基于底线性的管理规则,群成员形成了兼具活力与秩序的互动。W 组织依托 QQ 群,13 个 QQ 群中设有群主和 1-2 个管理员,对群成员不做身份审核,任何人都可以自由进出社群。群公告有群规,主要涉及群内发言内容的管理和表格数据管理。群内发言内容的管理方式主要有取消群组匿名功能和监督举报危险(主要指涉政)言论机制。数据管理则是对数据的真实性、所有权和违规行为的解释。未取消匿名前,社群发言杂乱,信息量可达每小时数千条,监管困难。出于保护社群的需要(害怕被平台封禁),2021 年 10 月 15 日当天群主取消匿名设置,社群成员因害怕被公司 HR 发现而减少发言,发布相关涉政言论就会被群内成员自觉精准举报,社群内秩序基本和谐有序,由于发言锐减,后期无须管理,群主取消了管理员设置。

从平台特征来看,平台之间的差异主要包括模式差异和流量差异。G 组织所选用的平台是豆瓣和微信群,这两个平台都有一定的社交门槛。豆瓣小

组因自由且半私密性的同好聚集模式而被视为青年亚文化的乌托邦,豆瓣小组建组有规模、审核机制、组规建立和具体同好类别边界等要求。因此豆瓣小组建立的关系是“弱关系—强稳定型”互动。^③微信在添加好友的过程设置了诸多阻碍,比如:加入群聊的时候需要跟群主建立好友关系;群成员在200以上需群主或管理员确认才能邀请朋友进群,扫描二维码进群将同时停用;微信群最大规模为500人。这些在一定程度上确保了组织的边界和组织成员的构成。W组织使用的平台是QQ群,QQ群规模上限为2000人,无须与群主建立关系就能通过二维码入群(也可个性设置审核机制)。尽管群聊方式差异不大,但QQ的陌生人社交属性更强。

(二)互动:作为组织框架的议题建构

一个组织仅有结构是没有意义的,关键还在于组织的议题建构,这些议题建构不仅与组织发展相关联,而且与组织的关系建构分不开。议题不仅可以作为关系桥梁而且可以通过议题的扩大、延伸和转换实现关系联接。根据格兰诺维特的关系强度界

定,我们可以将平台社群组织的议题分为工具议题(强调信息互惠交换)、情感议题(注重私人亲密信息分享)与价值议题(人们普遍关注,能够引起强烈共鸣的话题)。可以看到,G组织在“工具—价值—情感”议题上都有涉及,W组织鲜少涉及“情感议题”,更多讨论“价值议题”,话题也高度集中在“劳工权益相关话题”上。

从工具议题来讲,主要包含“工具咨询话题”和“信息资讯话题”。“工具咨询话题”常以“求助”的方式展开,涉及具体效率性工具、行业通用的网站、行业报告分析网页等的推荐。“信息资讯话题”往往是行业新闻、公众号的推文,以及实习内推信息,这类资讯引起的互动较少。从价值议题来讲,主要包含“职场经验”“职场生存技能”以及“劳工权益相关”三个话题。价值议题是以劳工为主体的社群主要的互动内容。“职场经验话题”包括职业准备、职业选择以及职场判别三个内容,由于社群内个人职业生涯的位置不一,因此可以为处于不同职业生涯阶段的个体提供免费咨询服务。在职业准备阶段提供包括实

表2

两个平台社群组织的议题比较

议题类型	议题内容	话题内容	内容关键词	G组织	W组织
工具议题	工具咨询话题	软件/工具类	PDF在线转化、飞书分析模板、创客贴	√	
		网站/资源类	艾瑞咨询、雪球、36kr、知识星球	√	
	信息资讯话题	行业资讯分享	行业新闻、实习内推、书籍推荐	√	√
价值议题	职场经验话题	职业准备	实习、简历、面试	√	
		职业选择	岗位、大厂、业务	√	√
		职场判别	dirtywork、pua、mentor、职场霸凌	√	
	职场生存技能话题	摸鱼技能	花样请假、水群、走动	√	√
		互联网黑话技能	复盘、赋能、颗粒度	√	√
		人际技能	沟通、同辈压力、微信礼仪	√	√
		向上管理技能	心态调整、糊弄话术	√	√
		时间管理技能	副业、OKR、KPI	√	
	劳工权益相关话题	权益科普	隐性福利、女性友好、大厂福利	√	√
		加班	规避策略、工作生活平衡、身体健康	√	√
		裁员维权	优化、HR、政策、劳动仲裁、资本	√	√
		薪酬	同工不同酬、男女工种差异	√	√
		监控	打卡考勤、内网监控、竞业协议	√	√
情感议题	生产向话题	社会新闻、娱乐八卦	生育率、猝死、负面明星	√	
		家庭与婚姻	原生家庭、孕期职场歧视、性别议题	√	
	生活向话题	消费	护肤美容、租房、网购	√	
		情感	约饭、猫狗、支持鼓励	√	

习 offer 的选择、简历的优化和面试经验的分享等;在职业选择阶段提供大厂实际工作情况、具体岗位及其业务的介绍等;在职场工作方面提供工作价值、职场情境的判别等。“职场生存技能话题”主要分享在互联网行业职场中的非业务类技能,如花样“摸鱼”技能的分享、互联网“黑话”讨论,人际方面以及项目和管理实践方面的技巧和注意事项。职场生存技能的互动常以诙谐幽默的方式呈现,充分展现了劳工在职场的主体性。“劳工权益话题”常常伴随着吐槽、不满和怨愤情绪,主要针对互联网行业常见的高强度加班、常态化裁员以及全程监控引发的讨论。从情感议题来讲,主要包含“生产向话题”和“生活向话题”,前者虽然话题内容围绕娱乐生活和家庭生活,但讨论的焦点仍旧聚焦在生产领域,也即职场。比如对生育率降低等社会新闻的关注重点在女性的职场生存与发展境况可能会更不乐观。“生活向话题”涉及个人隐私,是劳工下班后的生活分享,有私人情感分享、宠物分享和线下活动等。

四、转化与溢出:关系再生产的两种路径及其效应

关系再生产的过程,其实质是“弱关系”向“强关系”转变的功能。^④在社交平台社群的组织化过程中,“强关系”的形成取决于组织结构和互动。其中组织结构因素包括边界、约束机制、动员方式等,互

动决定了关系的深度,包括在工具、价值和情感维度上的内容互动和频率互动。平台通过建构类属社群和联结形成的平台社群组织将网络社会中人们普遍存在的“弱关系”进行了转化或溢出,形成了某种关系氛围。“关系氛围”指的是社群成员在所处社群的管理和互动中所形成的共享感知,其并不是指社群中某个成员与某个成员之间的关系强度,而是整个社群组织呈现的关系网络感知。我们可以看到,G组织形成了一种“弱式强关系”氛围,即基于匿名性和陌生性的现实弱关系,在平台社群中通过关系强度的再生产形成的强关系共享感知。这种“弱式强关系”氛围鼓励了成员参与社群事务和决策,也让成员对其现实工作及所处环境有更强的心理控制感,从而在虚实空间都能表现出更多的主动行为、自我管理方式,参与到促进社群效能的行动中。而在平台的网络效应下,关系再生产还包括弱关系的溢出效应,这里主要是W组织所呈现的“强型弱关系”氛围。具体如图2所示。

平台社群关系再生产的两种类型的关系氛围,不同于传统意义上的“弱关系”或“强关系”(强调一个人与特定他人的关系本质,是“双边”关系的表现)，“关系氛围”更加倾向于格兰诺维特所说的“结构性嵌入”也即社会网整体结构。^⑤“关系氛围”是我

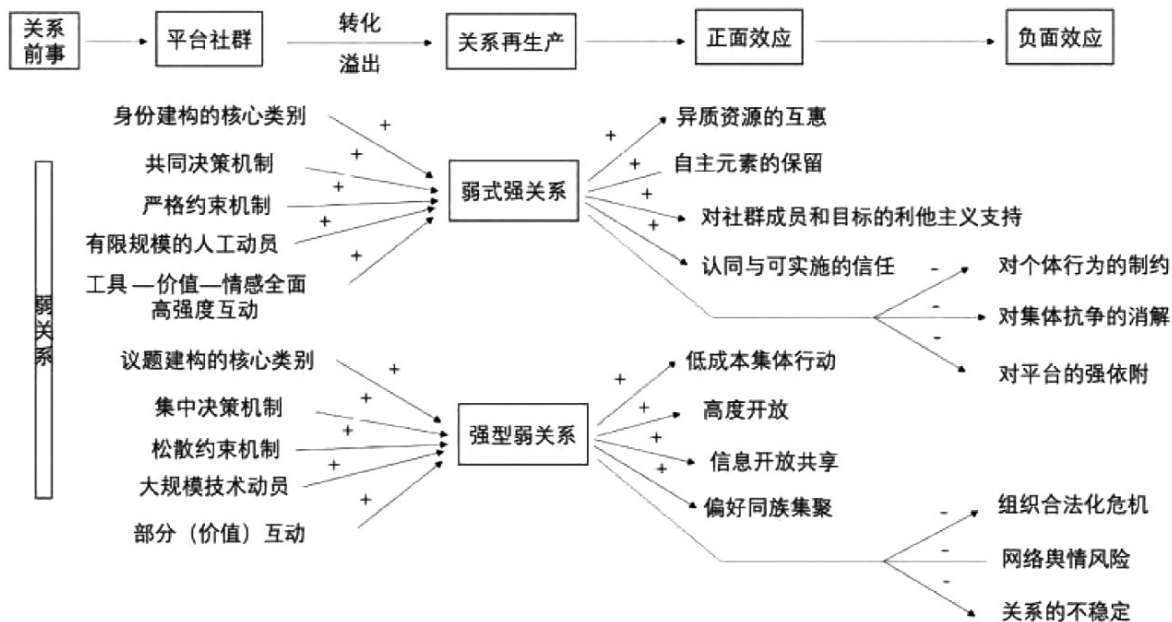


图2 社交平台社群组织化中的关系再生产及其效应

们理解网络社会中复杂关系网络的理论概念。下面我们进一步通过聚焦同一情境来理解这种关系氛围的效用。G组织和W组织都是互联网从业者所创建的平台社群组织,从互动议题来看,他们同样面临劳资关系不对等情况,如劳动关系建立初期信息不对等、劳动过程中反复探底劳动者权益(如无薪或低薪的高频率加班、高强度的绩效考核和非法裁员)、劳动关系解除后持续监控(如竞业限制普遍化趋势)等,当同一情境的信息、技术、话语等在不同组织生产时,通过比较和反思我们可以考察“关系氛围”的实效。

(一)自组织与消解:“弱式强关系”的正负效用

“弱式强关系”氛围不仅能够实现“弱关系”的多元异质信息交流和自我元素的保留,而且能通过“强关系”形成互惠、认同和信任关系。这种“关系氛围”具备迪尔凯姆所说的职业共同体、涂尔干的有机团结和滕尼斯的社群主义特征,可以作为社会组织化的有效连接,成为个人与公共制度之间的结合物,形成一种自组织和自秩序的力量,起到社会平衡器的作用。首先,从组织的成员构成来看,G组织成员囊括了互联网行业中市场营销、活动策划/运营、产品经理、内容运营、用户分析等众多岗位,可以为社群中的成员提供多元异质的职业信息,实现异质资源的互惠。其次,成员之间的匿名性和远程距离也为成员的自我自主性元素的保留提供了空间,让成员能够保持舒适社交距离,没有社交压力。再次,通过价值互动可以对社群成员的具体问题进行针对性的解答,提供实际和情感支持。最后,对职业、性别做了严格的审核,让相似职业的成员成为整体,并经由线上的频繁互动产生了相互信任和依赖的关系,依靠共同工作背景下的互动,使得同一职业的劳工产生了合作和共享的价值观。非正式的经验分享可以视为专业化培训之外的补充,在组织内部形成的明确行为规范和良好氛围有助于群体团结,还能通过群策群力实现实用价值。因此,组织成员对组织的认可度高,组织成员稳定,互动良好,成员之间产生了相互信任的关系。

也因此,“弱式强关系”在面临劳资冲突和矛盾时形成了以下三种行动消解机制:第一,通过社群的

信息资源共享,对个体在职场中的行为提前规制,将劳资信息矛盾转化为个人抉择。信息的不对称让劳工在职业晋升、职业流动、工作绩效等方面都面临挑战,由信息产生的劳资矛盾如同工不同酬、劳动权益不清晰等极易产生纠纷。互联网技术创造了信息流通的便利,但是仍旧需要主动搜寻才能获取,在平台社群中依靠群体成员的主动分享或提问,就能获取到行业信息甚至内幕。比如互联网行业存在的竞业限制普遍化^⑧趋势,就是以行业潜规则替代正式法规要求,侵犯了劳工的相关权益。信息的流通与共享使得大部分组织成员在进入互联网行业之初就对行业有了基本认知,一定程度上避免信息壁垒导致的现实落差,并且提前学习行业规范规则、获悉潜规则,更快地适应行业,化行业的信息矛盾为个人抉择。第二,通过价值议题展现劳工的主体性,策略应对劳资冲突,缓和劳资矛盾,消解集体抗争意识。比如面对互联网行业普遍存在的加班常态化状况,组织中的“职场生存技能”话题中的“摸鱼”^⑨技能就有效缓解了负面情绪。喝水、上厕所、遛弯被视为最基本的“摸鱼”三项,还可以看花边新闻、视频、打游戏,或者做提升自己的事来应对非必要/无效加班。^⑩面对企业非法裁员,组织中的成员经过多次讨论形成了一整套针对人力资源、直属上司的共享应对策略,以及相应的劳动仲裁流程、律师介绍等,有效地化解了个人矛盾,减少了可能的集体劳资冲突。第三,通过在平台互动建立情感共同体,强化了平台的依附。也正因为成员与社群(平台)产生了强情感连接,一旦脱离平台,所有的关系网络将不复存在。甚至可以说“平台拥有关系的主权”,社交平台社群已然成为社会大众进行互动与获取信息的必备途径。

(二)信息桥与风险:“强型弱关系”的正负效用

“强型弱关系”是“弱关系”发挥“信息桥”功能的网络效应呈现,它带来了三方面的正面效应。首先是低成本集体行动。由于社交平台的社会性,参与、围观、分享、匿名填写相关信息都可以被视为参与者,实时的信息流通最大程度降低了集体行动的成本。其次是保持平台的高度开放。以加入W组织为例,无须任何资质和身份审核,在行业内流传的在线

文档就有QQ群号,组织对外公开透明,获取群号就能加入,每一个群组的群名都是下一个群组的群号,确保能吸纳更多组织成员来保证数据的规模和真实性。从动员时间来看,上万人规模的聚集G组织花费了9个月的时间而W组织仅用了一天。这样基于平台的任何活动都保持了高度的开放,使得平台可以不断地吸收新用户,实现网络效应。再次是信息开放共享。这一点是“弱关系”本身的“信息桥”功能所带来的,平台的网络效应扩大了信息的开放和共享程度,使得信息可以无损流通。最后是偏好聚集。“强型弱关系”保持了一种有强同好却高度自主的状态,社群成员不受时间和空间中的事件影响,也不用被严格管理和规范,可以在社群中就关心的议题畅所欲言。

“强型弱关系”有助于在网络上形成规模化动员,但也带来了组织合法化危机、网络舆情风险以及关系的不稳定等挑战。第一,组织规模化带来的泛化后果不仅在于信任机制和核心价值难以建立,更大的挑战是合法化危机。参与社群互动的成员可以称得上是“灵巧的暴民”,有一套隐秘的规避策略,这一点即便是身为中产阶层的互联网从业者也和农民工并无不同。在劳工运动面临的合法性、正当性以及互联网企业不合理的制度抗争之间,核心行动者不仅担心社群被互联网平台垄断信息,还可能引发敏感的涉政言行。这是由于中国社会的互联网事件往往介于单纯的集体行动和集体抗争之间。^⑨第二,“弱关系”联结和碎片化的分享在舆论上造成了趋同类聚效应,引发规模化的公共舆论讨论,但同时社群存在认知窄化、意见极化和主流价值区隔与纠偏困难等风险。以W组织为例,由于网络社群的链条式传播,W组织相关热词相继登上知乎、微博热搜,并且有一众公众号进行撰文推广,引起社会成员关于互联网企业员工生存状态的广泛热议。但社群内的互动集中在加班、竞业协议、35岁裁员等能够引发高度负面情绪的话题,极易产生极化。第三,“强型弱关系”对管理者带来的难度和效用不成正比,使得这种关系时刻处于解体的风险中。W组织后期创建的公众号和微信小程序都被相关平台查封,引发广泛传播的在线文档(互联网企业公司作息表)也被

撤销。由于规模过大、发展迅速,核心行动者无力管理,于11月5日解散所有群组。W组织的发展历程也让我们看到社交平台社群组织发展的非线性和关系的不确定性。

五、结语:作为关系变压器的平台及其治理转向

当前在互联网技术与社会组织化的争论中,关系强度的不确定及其效用经常被忽视。我们基于格兰诺维特的“弱关系”理论和“嵌入性”理论发展了关系强度概念,建立了Web 2.0社交平台社群组织化的“平台的关系再生产”理论框架,构建了“关系强度—平台社群—关系再生产—关系效用”作用链条,并且关注到社交平台通过“弱关系转化”和“弱关系溢出”两种路径,再生产的“弱式强关系”和“强型弱关系”两种关系氛围。我们用“关系氛围”这个理论概念指代平台社会中关系网络的“结构性嵌入”模式,结合具体的劳资矛盾情境,展现了这两种关系氛围的正负效应。基于两个平台劳工社群组织的案例比较研究,发现社交平台社群组织化过程中的关系结构差异和关系效用异质性,这在一定程度上能够回答社群组织化存在的技术困境问题。更重要的是让我们看到互联网技术进入Web2.0时代后平台的能动性。社交平台社群作为关系的变压器具有“二重性”,既能联通“弱关系”使其成为社会组织化的中介,使“弱关系的溢出”和“强关系的转化”成为可能,也对社群中的成员具有制约作用。因此对于社交平台社群及其引发的社会效应,应当从以下两个方面进行预防。

第一,认识到具备类属组织结构和“工具—价值—情感”等精神内核的社交平台社群能够促进多方合作的网络社会自治共同体形成。首先,基于社交平台形成的共同体社群具有生产关系产品的功能,比如职业共同体能够即时回应行业动态、个人职业风险以及情感需要,使得社会成员产生社群认同而更具稳定性。其次,在面对社会不确定性增加所带来解构矛盾激烈时,可以发挥缓冲带的作用,降低负面冲突的影响,采用主体策略性的方式而非集体行动,从而防止矛盾升级进而影响社会和谐稳定。最后,依赖群体成员的基本共识达成的秩序机制天然地拥有自我反思与自我进化的能力,能够构筑自

我秩序获得社群成员的自觉服从,也更为稳定和健康。正如罗家德等所指出的自组织可以被视为政府和市场之外的第三种治理模式。^⑩有序的社交平台社群可以作为互联网治理的整合方式,亟须得到重视,其不仅契合社会治理秩序的多元性和自治性,也满足了网络社会主体的自律需求,为我国平台治理提供了秩序支持与动力基础。

第二,认识到必须持续扩大平台的公共性和平台企业的社会性,才能找回“人拥有关系的主权”而非“平台拥有关系的主权”。首先,需尽快建立综合协同共治体系抑制平台的封闭垄断性。关系资源的私有化赋予了社交平台及企业的垄断权力,使其成为整个资本链条的顶端,并构筑了新的“围墙花园”。^⑪比如基于“弱式强关系”效应用户被封闭成为不同的群体,并被平台规则重塑关系。这为平台压榨用户及新就业形态劳动者提供了便利。其次,需建立协作式履责机制,强化平台企业的社会责任。“强式弱关系”的网络效应让平台社群具有瞬间集聚和高度流变性。互联网平台的社会责任缺失,一定程度上助长了“弱关系”的负面效应,带来的突发事件和网络舆情危机让政府治理成本和治理技术难度加大。为此应当推动互联网平台企业强化其主体责任,一方面促使其加强自律和监管,强化其对用户的管理责任;另一方面提升平台的社会责任感,完善平台的履责边界、手段和机制。

社交平台为参与者带来新机遇,同时带来一种经济民主和政治斗争的多种新形式。^⑫正如邱林川指出,“新工人阶级网络社会有可能成为21世纪成熟政治经济结构变迁的关键转折点”,^⑬而虚拟劳工社群正是其中的典型代表。本文之所以选取互联网“大厂”劳工社群作为研究对象,是因为该群体本身的数字参与能力强,更易被数字组织化,因而也更能体现出平台化与数字化等因素施加于劳工社群之上的影响。当然,这也带来了不可避免的样本代表性问题。但这也正是数字化社会背景下劳动形式日趋丰富的魅力所在,因为劳动群体之间的关联性被打断、相似性被消解,逐步形成一个个看似牵连又彼此独立的劳工社群。这也呼唤学界对其进行更加深入的后续探讨。

注释:

①赵丽瑾:《粉丝社群的组织结构与动员机制研究》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2020年第8期。

②杜君君、王军:《消费主义与民族主义共振:也论“帝吧出征”中的民族主义》,《黑龙江民族丛刊》2018年第1期。

③陈贵梧:《“无组织的有序”:社会化媒体何以影响议程的设置?——以滴滴顺风车安全事件为例》,《电子政务》2021年第9期。

④黄荣贵:《互联网与抗争行动:理论模型、中国经验及研究进展》,《社会》2010年第2期。

⑤邱泽奇、乔天宇:《强弱关系,还是关系人的特征同质性?》,《社会学评论》2018年第1期。

⑥闵学勤、李少茜:《社群社会视角下的在线基层治理研究》,《河南社会科学》2017年第11期。

⑦谢静:《虚拟与现实:网络社区与城市社区的互动》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2010年第2期。

⑧张彦华:《网络社群的三重效应及其对公共决策的影响研究》,《宁夏社会科学》2020年第2期。

⑨陈氟:《隐性网络自组织——互联网集体行动中的组织状态和治理困境》,《教学与研究》2017年第1期。

⑩Elin, L., The Radicalization of Zeke Spier: How the Internet Contributes to Civic Engagement and New Forms of Social Capital, Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice, Routledge, 2013: 25.

⑪Diani Mario, Social Movement Networks Virtual and Real, Information, Communication & Society, vol. 3, no. 3, 2000: 386-401.

⑫Hampton, K. N., Grieving for a Lost Network: Collective Action in a Wired Suburb, Information Society, vol. 19, no. 5, 2003: 359-379.

⑬张文宏、刘琳:《职业流动的性别差异研究——一种社会网络的分析视角》,《社会学研究》2013年第5期。

⑭朱海龙:《网络社会“组织化”与政治参与》,《社会科学》2015年第3期。

⑮Granovetter M. S., The Strength of Weak Ties, American Journal of Sociology, vol. 78, no. 6, 1973: 1360-1380.

⑯Bian, Yanjie, Bringing Strong Ties Back in: Indirect Ties, Network Bridges, and Job Searches in China, American Sociological

Review, vol. 62, no. 6, 1997: 366-385.

⑪董书昊、陈心想、张磊:《“时间投入”和“关系深度”——“关系强度”概念的二维视角及其意义》,《社会学评论》2021年第4期。

⑫Lin, Nan and Mary Dumin, Access to Occupations through Social Ties, Social Networks, vol. 8, no. 4, 1986: 365-385.

⑬翟学伟:《中国人的人情与面子:框架、概念与关联》,《浙江学刊》2021年第5期。

⑭刘林平:《外来人群体中的关系运用——以深圳平江村为个案》,《中国社会科学》2001年第5期。

⑮田丰、李夏青:《网络时代青年社会交往的关系类型演进及表现形式》,《中国青年研究》2021年第3期。

⑯常晓猛:《虚拟网络空间人类社会关系与交互空间特征实证研究》,武汉大学博士学位论文,2014年。

⑰周雪光:《组织社会学十讲》,社会科学文献出版社2003年版,第118页。

⑱费孝通:《乡土中国》,北京出版社2004年版,第35-36页。

⑲李继宏:《强弱之外——关系概念的再思考》,《社会学研究》2003年第3期。

⑳范如国:《平台技术赋能、公共博弈与复杂适应性治理》,《中国社会科学》2021年第12期。

㉑张兆曙:《虚拟整合与平台社会的来临》,《社会科学》2021年第10期。

㉒陈丹引、闵学勤:《线上社区参与的邻里效应——基于社区微信群的实证分析》,《社会发展研究》2021年第2期。

㉓Mützel, S., Networks as Culturally Constituted Processes: A Comparison of Relational Sociology and Actor-network Theory, Current Sociology, vol. 57, no. 6, 2009: 871-887.

㉔尼克·罗斯利:《走向关系社会学》,刘军、孙晓娥译,格致出版社2018年版,第243页。

㉕吴莹、卢雨霞、陈家建、王一鸽:《跟随行动者重组社会——读拉图尔的〈重组社会:行动者网络理论〉》,《社会学研究》2008年第2期。

㉖赫伯特·西蒙:《管理行为:管理组织决策过程的研究》,

北京经济学院出版社1988年版,第55页。

㉗顾楚丹:《社会网络视角下社交平台社群的互动仪式链研究——以粉丝社群为例》,《中国青年研究》2022年第2期。

㉘封玫、邱国良:《农村土地流转市场的关系逻辑及其再生产机制——基于C县T村个案的经验研究》,《求实》2020年第2期。

㉙马克·格兰诺维特:《社会与经济:信任、权力与制度》,王水雄、罗家德译,中信出版集团2019年版,第28页。

㉚根据《劳动合同法》第二十三条、二十四条规定,用人单位可以与高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员,在劳动合同或者保密协议中约定保密事项,并约定在解除或者终止劳动合同后,在竞业限制期限内按月给予劳动者经济补偿。劳动者违反竞业限制约定的,应当按照约定向用人单位支付违约金。但事实上几乎每一个互联网从业者在职之初就需要选择是否签订竞业协议,一旦签署竞业协议,在离职后竞业名单上罗列的公司及其被投资公司都不能被作为求职选项,几乎意味着“行业禁入”。竞业发起与否决定权在互联网企业,根据中国社会科学院法治研究所发布的《法治蓝皮书》显示,2020年各级法院审结的案件中,有关竞业限制的案件共316件,其中93件与新兴科技行业相关。

㉛取自“浑水摸鱼”,现常指代偷懒,不好好干活的行为。

㉜并非业务繁忙,任务完成不了导致的加班,而是强制性加班,没有工作也不让按时走的情况。

㉝陈旻:《隐性网络自组织——互联网集体行动中的组织状态和治理困境》,《教学与研究》2017年第11期。

㉞罗家德等:《自组织运作过程中的能人现象》,《中国社会科学》2013年第10期。

㉟李彪、高琳轩:《平台资本主义视域下互联网平台治理的理论依归与路径选择》,《新闻与写作》2021年第12期。

㊱Christian Fuchs, Digital Labour and Karl Marx, New York: Routledge, 2013: 81.

㊲邱林川:《信息时代的世界工厂:新工人阶级的网络社会》,广西师范大学出版社2013年版,第33页。