

## 勞動的「媒介化」與媒介的「勞動化」： 數位勞動研究的內涵、現狀與未來\*

姚建華、徐偲驢\*\*

---

投稿日期：2018 年 4 月 23 日；通過日期：2019 年 1 月 21 日。

\* 本文部分觀點的形成，得益於國立政治大學傳播學院馮建三、劉昌德兩位教授就數位勞工與當代中國社會轉型議題與作者的分享，並分別於 2018 年 5 月在南京大學新聞傳播學院舉辦的「傳播與歷史」研究小組「春季工作坊」和同年 11 月在西北大學新聞傳播學院舉辦的第十一屆中國青年傳播學者論壇上宣讀，得到了南京大學新聞傳播學院胡翼青教授、復旦大學新聞學院曹晉教授的指導和建議，在此表示由衷的感謝。感謝華南理工大學新聞與傳播學院劉忠博副教授與華僑大學新聞與傳播學院孫禕妮助理教授對本文的仔細校讀，使行文更符合臺灣讀者的閱讀習慣。同時感謝匿名評審專家和編委會的具體建議，對本文修改助益甚多。文責自負。

\*\* 姚建華為復旦大學新聞學院副教授，email: yaojianhua@fudan.edu.cn。

徐偲驢為復旦大學新聞學院博士生、加拿大卡爾頓大學新聞與傳播學院訪問學者，email: sxxu16@fudan.edu.cn。

本文引用格式：

姚建華、徐偲驢（2019）。〈勞動的「媒介化」與媒介的「勞動化」：數位勞動研究的內涵、現狀與未來〉，《新聞學研究》，141: 181-214。

DOI: 10.30386/MCR.201910\_(141).0005

## 《摘要》

當前，數位勞動研究領域取得了豐碩的成果，研究對象溢出了最初的新媒體平台的產消合一者與玩工，學者們開始關注網路零工、受技術宰制的傳統雇傭關係之內的腦力勞動者，甚至將開採電子產品元件原料和生產這些產品的體力勞動者亦納入其中。本文作為數位勞動領域的理論探討，首要任務是爬梳與展示數位勞動領域的前沿成果。其次，更兼具一定的問題意識，本文希望回答，作為分析範疇本身的「數位勞動」區別於「知識勞動」、「腦力勞動」、「非物質勞動」等紛雜概念的核心關鍵究竟在哪裡？其哲學基礎之於其他概念是否具有典範意義上的創新？「數位勞動」研究如何與傳播研究的其他最新成果展開對話？本文提出：數位勞動實際上是以勞動的「媒介化」與媒介的「勞動化」兩條並行不悖的路徑滲透到當下人類的社會之中。最後，文章討論了爭取非異化勞動之可能的路徑。

關鍵詞：數位勞動、知識勞動、媒介化、勞動化

以後福特主義的彈性積累（flexible accumulation）策略為背景，<sup>1</sup>一部分勞動由公司被轉移至整個社會進行，並由此顯著改變工作與休閒、職業與業餘人士之間的關係（Manovich, 2001）。隨著日常生活媒介技術整合進資訊化資本主義（informational capitalism）中去，數位媒介的用戶亦被捲入到數位媒體價值鏈中，服務於生產、消費和市場等多個環節，正如 Castells（1996／夏鑄九、王志弘等譯，2000，頁 26）所說，「新資訊技術正以全球的工具性網路整合世界」。

在傳播與勞動研究領域，Terranova（2000）較早地開展了數位勞動的理論化工作，她指出：網路用戶組成了一類被資本剝削的無償勞工——「網奴」，用戶在將網路視為娛樂和社交的遊樂場時，還扮演著另一種角色，其數位勞動（流覽網頁、聊天、評論、網站設計、軟體設計等行為）實際上屬於「免費勞動」（free labor），這種免費勞動是一種被當成生產性活動的知識性消費行為，助力資本積累的過程，但同時又被無償佔有。Terranova（2000, p. 33-38）進而認為，數位勞動實際上是「資本嘗試從知識、文化和情感（affect）中創造貨幣價值之經濟試驗的重要組成部分」。以投入情感和收穫滿足為特徵的網上免費勞動正是「數位經濟創造價值的基礎」。

沿著這一思路，Fuchs（2009, p. 82）發現，在 Web 2.0 時代，用戶成為「產消者商品」（prosumer commodity），不僅消費內容，更生產

---

<sup>1</sup> 根據熊易寒（2016，頁 114）的歸納，「彈性積累」是指「企業用即時生產和外包制取代以大規模生產與機械化管理為特徵的福特主義，生產單位規模縮小，奉行小批量生產，減少庫存；企業竭力減少核心工人（即全時員工）崗位，另一方面增加雇傭彈性工時、部分工時、臨時性派遣的勞工，甚至隨傳隨到者，以及在家工作、接受訂單的家庭勞動力。」彈性積累包括彈性雇傭、彈性生產和彈性消費三個層面，資本通過生產的靈活性和生產過程的標準化來應對全球競爭的不確定前景，實際上將靈活性的成本和風險都轉嫁給了勞動者。彈性積累導致的非正規就業與新窮人的大規模出現有密切的聯繫。

內容。他們每日無償貢獻著自己的創意活動，傳播資訊，建構社區。在網路時代，「對閱聽人參與的商品化比在其他大眾傳媒上更容易實現」（Fuchs, 2009, p. 84）。產消合一者取代單純觀看的閱聽人成為新的商品，這同時意味著除注意力之外的人類創造力也徹底被商品化，網路既是機器，又是媒介，是生產與消費資訊的工具。

可以發現：「數位勞動」這一論述最初被批判學者用以突顯資訊傳播產業對網路用戶的勞動剝削。換句話說，數位勞動指的是網路空間中的「虛擬工作」。然而此後，這一概念便溢出了這個範圍，開始涉及網路零工（姚建華，2018）、受技術宰制的傳統雇傭關係之內的腦力勞動者，如新聞記者（García-Avilés, León, Sanders & Harrison, 2004）、呼叫中心中心的勞工（Brophy, 2010）、甚至將開採電子產品元件原料和生產這些產品的體力勞動者亦納入其中（邱林川，2014）。Fuchs（2014）對此概念進行了拓展，他認為數位勞動涵蓋了工業、服務業、資訊等諸多領域，包括非洲礦工奴隸般的勞動、中國富士康工人的勞動、印度軟體業中的勞動、矽谷硬體裝配工的勞動、谷歌工程師的貴族式勞動、呼叫中心中心的泰羅制工作、主婦式的服務性勞動以及社交媒體產消合一者的勞動等。

恰恰是上述拓展，帶來了不少問題。比如，數位勞動作為學術概念和分析範疇，其邊界的擴展不但觸及依然具有闡釋力的「知識勞動」，而且還觸及更為寬泛和大眾化的「腦力勞動」，抽象層次更高的「非物質勞動」（Lazzarato, 1996）等。所以數位勞動可以完全取代或包含這些概念嗎？這些概念之間的關係，究竟是「你中有我」、「我中有你」，還是截然分立的呢？如果「數位勞動」作為一種學術分析工具，不能對其解釋對象擁有排他性和獨佔的闡釋優勢，同時傳統的概念對新現象並未喪失其解釋力（比如使用「數位化的知識勞動」亦能進行理論

分析），那麼其存在的合理性就不那麼充分了。

與 Fuchs 相反，一些學者認為，「知識勞工寬泛的定義可以是參與生產、加工和傳播資訊的所有勞動力」，可以是直接操縱符號來生產原創知識產品的個體，也可以是圖書館員、包裹服務公司的員工，甚至是裝配電腦線路和元件的勞工都是知識勞工（McKercher & Mosco, 2008／曹晉、羅真、林曦、吳東妮譯，2014，頁 5）。依循此一邏輯，似乎數位勞動又從屬於知識勞動，用知識勞動去統攝前者似乎也毫無問題，何況，連 Terranova 也認為，因為是無償提供的勞動，數位勞動其實是更為貶值的知識勞動。那麼，究竟誰是正確的呢？

本文作為數位勞動領域的理論探討，首要任務是爬梳與展示數位勞動領域的前沿成果。其次，更兼具一定的問題意識，本文希望回答，作為分析範疇本身的「數位勞動」區別於「知識勞動」、「腦力勞動」、「非物質勞動」等紛雜概念的核心關鍵究竟在哪裡？其哲學基礎之於其他概念是否具有典範意義上的創新？「數位勞動」研究如何與傳播研究的其他最新成果（如媒介化理論）展開對話？本文認為：根據邱林川（2009，頁 135）提出的「網路化勞工」與「網路即勞工」的兩條脈絡，數位勞動實際上是以勞動的「媒介化」與媒介的「勞動化」兩條並行不悖的路徑滲透到當下的人類社會之中。最後，文章討論了爭取非異化勞動之可能的路徑。

## 壹、為什麼是數位勞動？

### 一、概念之林

當前傳播研究中關於勞動問題的概念混亂，在前文中已有體現，實

際情況則遠非如此簡單，許多研究所使用之概念皆有交叉關係，並且針對同一現象，研究者往往各自持有不同且不具備排他性的分析工具。篇幅所限，本文無法將所有概念都追根溯源，此處僅以知識勞工與數位勞工的關係為例展開討論。

首先，理論層面的混亂。如 Sandoval (2013) 認為，數位勞工應包括將資訊與傳播技術 (information and communication technologies, ICTs)、數位技術作為生產資料的腦力勞動者和體力勞動者。數位勞工研究不僅應聚焦於對工程師、設計師或是媒體從業人員的工作和日常生活，而且也不能忽視工廠中生產科技產品的產業工人。因此，在她看來，數位勞工研究應擴大其研究外延，而非使用強化腦體之分的「非物質勞動」概念。但梁萌 (2014) 則反過來認為，當前的情況是由於網路技術的發展，導致知識勞工概念本身的模糊與外延龐大，知識勞工既包含了傳統行業的白領精英，又囊括了資訊產業中的新型知識工作者。這一論述的著力點與 Sandoval 完全相反，在理論上形成了數位勞工與知識勞工到底是誰包含誰的僵局。

其次，經驗研究中的混亂。大量紮實的實證研究關注了不同行業中受到數位技術影響的勞動者，但在概念選擇上卻未經討論地使用某一種既定理論。比如，胡綺珍 (2009) 將字幕組的勞動理解為非物質勞動與免費勞動，顯然是在 Terranova 的數位勞動的脈絡之中，而曹晉與張楠華 (2012) 的研究則將從事字幕組這種彈性興趣勞動的人稱為知識勞工，顯然堅持的仍然是資訊社會理論中知識勞動的認識論。那麼，翻譯字幕究竟是數位勞動還是知識勞動呢？再如，因為自覺自願地以廉價甚至免費的勞動成果參與「群眾外包」(crowdsourcing) 新聞生產，「公民記者」在吳鼎銘 (2015a) 的研究中被稱為數位勞工，而在建制化媒體中遭遇新貧問題的網路編輯則依然是知識勞工 (曹晉、許秀雲，

2014)。很明顯，網路編輯這一職業本身是「數位化」的，而公民記者的勞動也不可能離開大腦中儲備的知識，那麼網路編輯也應當是數位勞工，而公民記者同樣不能被排除出知識勞工的範圍。又如，為網路平台供稿和為傳統報紙供稿的自由撰稿人並不能被截然地分為數位勞工和知識勞工，後者如今也使用電腦進行寫作。

最後，概念混亂還表現在行文之中「數位勞工」和「知識勞工」這兩個詞同時出現。賈南（2015年12月，頁60-69）在分析「網紅經濟」時，以「社交媒體的賦權與數位勞工」為分析切入點，然而接下來使用的卻是 Mosco 的知識勞工論述，最後得出的結論是「生產網路文化資訊的知識勞工能動性的提高是一種賦權的體現」。他在闡述的過程中，雖有提及 Dyer-Witheford（2015）的數位勞工理論，但並未辨析與比較「數位勞工」和「知識勞工」二者之間的差異，渾然不覺地將它們直接混用在一起。

如前所述，如果一個學術概念沒有清晰的「問題域」和邊界，無法很好地將其研究對象囊括在內，也無法對其他競爭性概念形成排他性的優勢，那麼其作為一種理論工具是否成立就值得推敲了。何況，除了前文提及的「腦力勞動」與「非物質勞動」，在傳播勞動的研究領域內，還有諸多紛雜的具體概念同時存在，如 Huws（2003）的「高科技無產者」和「創意勞工」、Castells 的「自我程式控制勞工」（self-programmable labor）（1996／夏鑄九、王志弘等譯，2000）、邱林川（2009）的「網路勞工」與「灰領」等。楊傑、凌文艷與方俐洛（2004）調查發現：在中國人的判斷中，知識工作者、腦力勞動者、知識份子、白領工人等這些看似無甚差別的概念尚且不是一回事，彼此之間存在細微差異，若要確定某一概念與其他概念之間清晰的界限究竟在哪裡，難度極大。因此，本文認為，繼續陷在概念之林中，糾纏於「你

中有我」和「我中有你」的文字遊戲，是很難為數位勞工確立概念之主體位置的，以批判的政治經濟學為理論基礎的傳播勞動研究需要與傳播學中的其他脈絡和路徑展開對話。

## 二、勞動的「媒介化」

### （一）媒介化研究簡述

近年來，吸取了 Castells 所定義的「資訊化社會」（informational society）與 Simmel 的形式社會學（formal sociology）兩大理論資源，歐洲傳播研究經歷了一輪「媒介化轉向」，並形成了頗具規模的「媒介化研究學派」（戴宇辰，2016，頁 47-57）。其核心問題意識在於，媒介作為一種制度化要素開始獨立作用於社會文化變革，資訊傳遞的中介物不再是完全「中空」的管道，開始逐漸地「影響」乃至「控制」社會形態的形構過程。在此過程中，「技術」不再是功能主義傳播研究中被置於中立位置的工具，而是成為了人類社會發展的關鍵節點。進而，當媒介逐步滲透到社會生活的方方面面，社會也開始依據當前媒介與傳播手段來重新組織其關聯方式。按照 Couldry（2008）等人的理解，現在是媒介在引發其他社會場域中特定制度化實踐的重塑。媒介化作為一種元過程（meta-process），與個人化、全球化、商業化等過程一起成為推動當代政治、社會、文化以及其他生活領域變革的根本驅動力（Krotz, 2008）。

眼下，媒介化研究方興未艾，如媒介化政治。黃旦（2016，頁 22）對 1903 年的《蘇報》實踐進行了研究，提出「『媒介化政治』包括媒介在政治溝通中的中介作用，又著意媒介自身邏輯是如何改變並形塑政治的」。而唐士哲（2014）直指當代媒介化政治研究多數的重點在



於關切媒介對於政治過程的扭曲效應，比如政治的運作過程必須仰賴更多商業行銷的手段，試圖截取選民愈來愈渙散的議題關注力以及政治認同。周翔與李鎔（2017）也認為，在媒介化政治中，政治力量通過設計渲染事件，以戲劇化的故事進行呈現，運用現代化的傳媒手段，將社會情緒與政治議題「打包」揉合到資訊傳遞中去。此外，學者們還聚焦了音樂的媒介化（Auslander, 1999）、遊戲的媒介化（Schulz, 2004）、文學的媒介化（蒙冬英，2017）、社會運動的媒介化（Gamson & Wolfsfeld, 1993），甚至戰爭的媒介化，如軍隊安排隨營記者（Cottle, 2006）等。

## （二）理論相遇：數位勞動與媒介化

遺憾的是，豐富多彩的媒介化研究似乎忽略了一個極其重要的社會維度——勞動的媒介化。媒介化理論家 Hjarvard（2004, p. 48）強調：「媒介化是這樣一種發展進程，社會或文化活動（諸如工作、休閒、遊戲等）中的核心要素採取了媒介的形式」。在這裡，他提及了「工作」，但其後的諸多研究卻繞開了這一重要議題，似乎勞動與媒介是兩條「平行線」。如果我們認同 Livingstone（2009, p. 1）的觀點，「如今是所有事物都媒介化了的時代」，那麼當我們在探究媒介對於既有建制化權力過程的影響時，沒有理由忽視「勞動」這一人類賴以存續與發展的最基本實踐，「勞動」可以說是當前媒介化研究的空白和盲點。

與此同時，媒介化理論也恰能構成數位勞動研究得以成立的自治性基礎，改變當前數位勞動研究的「媒介學無意識」（陳衛星、雷吉斯·德佈雷，2015，頁 103）。以批判的政治經濟學為主要理論武器的數位勞動研究，揭示了數位勞工「不幸」的境遇：他們收入微薄、工作不穩定、缺乏訓練和技能（Dyer-Witheford, 1999），他們成為高壓和監視下

的生產線工人，被剝奪了休息時間與私人空間，並遭受精神與體力的雙重壓力，他們上至自喻為白領的精英階層，下至尚未走出校園的媒體公司免費實習生（Mayer & Horner, 2015），他們的彈性興趣勞動被無償佔有和商品化（曹晉、張楠華，2012）。誠然，這些成果十分重要，然而學者們在進行歸因的過程中，卻將造成這些問題的「元兇」抽象化為輪廓模糊的「資本」。現在的問題是：難道「資本」是「赤手空拳」地造成了數位勞工目前的困窘嗎？恐怕不是，這一切與 19 世紀血汗工廠中「面對面」發生的資本家對勞工的壓迫（當然，肉身在場的勞動壓迫如今依然沒有絕跡，如存在於富士康企業中的辱罵、體罰、關禁閉）看似具有延續性，實際上其實現方式上已經發生了某種重要的變化——勞動控制如今也被媒介技術所「中介」化了。最明顯的莫過於 ICTs 在有償勞動領域的應用使工作強度在不知不覺中變大（Manzerolle, 2010），它使得馬克思（Karl Marx, 1867／中共中央馬克思恩格斯列寧史達林著作編譯局譯，2004）所言的產生剩餘價值的工人之間的「協作」效率更高，但最終成果仍然為資本所截獲。再如工作場所中無所不在的監控設備等，本文將在下一部分予以展開。Couldry（2006, p. 47）的提醒極為重要，「我們需要探索是否有特定的『行動的場域』（fields of action），因為媒介而展開或者關閉」。當然，並不是說當前的數位勞動研究不關注技術，只是眾多研究將網路及數位技術的普及當成一種背景，以此作為不需要加以討論的先驗性前提展開後續的論述，得出的結論無外乎資本直接造成了所有的後果，然而媒介技術對勞動過程的重構需要更深層次的理解與考察，亟待打破「思維主體在上，物質客體在下」的二元論，強調思維主體和物質客體的平等關係（陳衛星、雷吉斯·德佈雷，2015，頁 102）。畢竟，資本單靠主觀的剝削意願，是無法造成當下的全部後果的。

因此本文認為，媒介化理論與數位勞動研究之間可以產生非常有價值的理論對話：前者的研究仍存在重要缺憾——沒有關注媒介化過程對當代勞動的重塑意義，以及它是如何與政經權力構連（articulating）的；而後者完全可以將媒介化理論作為自身區別於知識勞動、非物質勞動、腦力勞動等概念的立身之本。即數位勞動作為學術概念和分析範疇的主體性，在於探討傳播新科技如何作為一種結構性力量，既嵌入於既有的社會場域中，又以自己的邏輯重塑與勞動相關的政治經濟環境、勞動過程、勞動控制、生產政體、雇傭模式，甚至勞動者的意識形態。

### （三）勞動如何媒介化？

陳衛星（2016，頁 114）論述道：「從重新塑造社會生態和產業結構開始，當今時代的新媒體正在對社會生產和社會生活進行全面介入」。圍繞數位媒介所依託的中介物和載體所產生的新的組織性和結構性實踐，已經按照媒介邏輯重新結構化或正在結構化生產關係（Altheide & Snow, 1979）。邱林川（2009）提出「網路化勞工」，也就是指傳統製造業和服務業的勞動過程隨資訊技術普及和全球化程度的提高，而被日益網路化，這裡的「網路」是指新的生產工具。

以媒介產業為例，大量的經驗研究已經證實了這一點。García-Avilés 等學者（2004）對新聞編輯室的研究發現，隨著數位化新聞運作方式的普及，新聞工作真正成為 24 小時不間斷的勞動，固定的截稿時間不復存在，記者疲於奔命，隨時接到任務，隨時採、寫、編、發，致使「創造性」的能力被機械「操作性」的能力所取代。同時，專業主義精神與技術角色的界限被模糊，工作與閒暇、辦公室與家庭之間的界限也被消泯。曹晉與許秀雲（2014，頁 98）則調查了網站編輯群體，在其考察的網站，89% 的編輯表示曾將工作帶回家進行。她們認為工作

時間的彈性反映在工作時間的免費延伸以及工作對於家庭生活的侵佔。在傳播新科技的助力下，市場邏輯如虎添翼，延伸到生活中的各個空間中，並且俘獲了家庭，「而唯一的獲益方仍是雇主，因為他們不需要為編輯在家中的工作時間支付工資」。周鵬（2017，頁 18-19）發現新技術全面滲透到新聞勞動之中的結果是使新聞記者淪為技術的奴隸。這表現在，一方面，新聞勞動被行動網路「異化」成無時間、無空間限制的生產活動，無限增加了新聞記者的勞動強度；另一方面，雇主高舉「數位匯流」的大旗，最終的負擔實際上亦落到新聞記者身上，數位匯流不僅是媒介的匯流，更是記者本身的各種新媒介技能的匯流。以往是多部門和多人協作的任務，現在一個人就能完成，文字記者需要承擔寫稿、攝影、出鏡、運營新媒體平台等諸多不同的工作，成為「氣喘吁吁的全媒體記者」（陳國權，2011，頁 52）。陳甜甜（2018，頁 40）通過研究遊戲產業的美術工作者發現，「新技術的不斷發展重新界定著勞動過程，並因此界定著勞動者的職業結構，適應性和多技能成為對勞動者的內在要求」。具體而言，遊戲產業的美術工作者在學習新的繪圖軟體的同時，又在重複著大量程式化、生產線化的工作，工作的藝術性和創意性被不斷犧牲，時刻處於過度的身體勞累與去技能化（deskilled）的危險之中。除此之外，Mayer（2011）通過在美國、巴西等國家和地區大量的民族誌研究，揭示出新電視經濟中內容的主要生產者並非是人們想象中的專業導演或團隊，而是大量非專業，但頗具創造性的個體，如 DIY 攝影師、真人秀節目製作人等。一方面，他們從事著大量「隱形的勞動」（invisible work），即他們的勞動不是被低估，就是被視而不見，因此他們缺乏必要的勞動保障且工作日趨彈性化。另一方面，他們的勞動成果和專業人員的勞動成果一樣都進入商品流通體系，為資本積累做出同樣的貢獻，同時加速資本在全球電視行業內的擴張。

Kelly 斷言：「新經濟是關於通訊的……所有改革都起源於我們正在進行的通訊革命……它在文化、技術和觀念上震撼著我們生活的根基」（Kelly, 1999／蕭華敬、任平譯，2000，頁 7）。Meyrowitz 也頗具啟發性地告訴我們，「電子媒介跨越了以物質場所為基礎的場景界限和定義」（Meyrowitz, 1985／尚志軍譯，2002，頁 34）。也即，家中的房屋再也不是將個體與社會完全隔離開來的有效屏障，網路重新組合了人們的社交環境，融合了以往不同的公共場景，模糊了私下和公開行為的分界線，削弱了有形地點與曾經在該地點上演的行為之間密切的聯繫，並由此改變了人們對於什麼是「恰當行為」觀念的轉變。在數位勞動中，「辦公室」這一地點借助媒介技術，徹底成為「流動的」空間。

另一方面，媒介技術無遠弗屆的神奇力量不僅消滅了空間，也消滅了時間。Mumford 在〈修道院與鐘錶〉一節中認為，「是鐘錶，而不是蒸汽機才是現代工業時代最關鍵、最核心的機器」。因為它不僅能夠計時，更是協調人類活動、整合人類行為的工具。有了時鐘和抽象的時間（小時、分鐘、秒），修道院的那種井井有條，有節奏和有規律的祈禱、勞動、學習、休息才成為可能，守時才成為人們的「第二天性」（second nature；Mumford, 1986／宋俊嶺譯，2010，頁 424-429）。但技術進步有時並不一定沿著同一方向來改變社會秩序，Johnson（2014）就發現：人工照明的進步產生了一個意外後果——自然睡眠被擠壓。媒介技術亦如此，它打破了舊的時間觀和規律的生活節奏，逆轉了鐘錶分割時間的作用，使得時間亦「流動」與再次「混沌」了起來。不管勞動者現在應該處於什麼樣的私人時間，如假期、睡眠等，只要是電話與網路能夠通達之處，雇主便可以吸納這種時間「為我所用」，致使以往依靠鐘錶確定的上班/下班時間沒有了清晰的邊界，這才令非生產時間在資本面前蕩然無存，時間繼而也被消滅了。此外，「效率第一」、「企

業優先」這些話語和工作倫理還作為媒介邏輯的產物，被內化為人們的內在價值觀。在這種時空皆為媒介技術所重新規劃的情況下，勞動者不斷面臨彈性的日程，陷入時刻保持待命的工作狀態和「勞動權困境」（夏倩芳、李婧，2017，頁 43-55），人人都有享受休息和休假的權利（包括勞動者合理地限制工作時間，雇主定期為勞動者提供帶薪休假）這一人類通過鬥爭獲取的成果已然岌岌可危。正如馬克思（1867／中共中央馬克思恩格斯列寧史達林著作編譯局譯，2004，頁 427）曾發問：「一切已有的機械發明，是否減輕了任何人每天的辛勞？」實際情況是，「機器的資本主義應用非但沒有縮短勞動時間和減小勞動強度，反而最終把工人的勞動強度增加到無以復加的地步」（王行坤，2018，頁 97）。因此，Wajcman（2015）提出了「時間緊迫悖論」（time pressure paradox），人們即使處於閒暇中，也會時刻擔心工作任務的襲來，因為閒暇已經因為時空的分離而被媒介技術所消滅。凱恩斯所預測的技術進步將使工作時間越來越短，人們有望從生計的束縛中解放出來的可能性日漸渺茫（王行坤，2018）。因此，媒介不僅是技術和文化體系，還是一種歷史結構，它提示我們關注新媒體與社會生產力升級換代的關係（陳衛星，2016）。

媒介技術只是重塑了腦力勞動的勞動過程嗎？似乎沒有那麼簡單。Debray 提出了「媒介域」（médiasphères）的概念，旨在說明傳遞技術及其制度支配如何作用於社會秩序的確立和改變（Debray, 2000, pp. 229-230；轉引自陳衛星，2015）。在 Kelly（1999／蕭華敬、任平譯，2000）那裡，網路技術的行為模式更像「生物」而不是「機器」，隨著技術穩定發展到通訊網路和交通網路時期，技術已經完全淹沒了社會領域，其邏輯已經接管了物質世界，所有物體和交易都將受到網路邏輯的支配。Castells（1996／夏鑄九、王志弘等譯，2000，頁 190-191）就注

意到網路帶來的「最為廣泛的組織演變趨勢」是從「批量生產」到「彈性生產」、從「福特主義」到「後福特主義」的轉型，基於機械化和裝配線的大規模生產和基於垂直整合與制度化分工的大企業已經受到「彈性生產系統」和「彈性積累」的挑戰。以風頭正勁的共享經濟為例，根據《中國共享經濟發展年度報告（2018）》顯示，2017年，中國大陸在網路平台上提供服務的人數約為7000萬人，比上年增長1000萬人，共享經濟就業已經佔到中國大陸城鎮新增就業總量的10%（楊偉國、王琦，2018，頁79）。可以說，媒介技術直接催生了新的勞動領域、生產方式和勞工組織形態（詹婧、王藝、孟續鐸，2018）。然而，共享經濟真的意味著自由和解放嗎？紀雯雯與賴德勝（2016）指出，網路平台就業以更加靈活和多元的方式重塑了勞動關係，企業以提供「資訊服務」為名，吸納勞動者碎片化的時間和資源，誘使其參與不簽訂勞動合同的、難以認定為勞動關係的兼職活動，挑戰了勞資關係的相關性認定，動搖了勞動力市場的穩定性。以網路為技術依託的共享經濟衝擊了以終身雇傭制為特徵的穩定雇傭關係形態，將勞動力供給與需求得以有效聯結，實際上是一種「企業+平台+個人」的更富輕便化的新型靈活雇傭關係，袁文全與徐新鵬（2018）認為：

這種雇傭關係形式上有別於當前勞動法律意義上的勞動關係，實質上具有以民事關係掩蓋雇傭關係、以非標準勞動關係掩蓋標準勞動關係的隱蔽性……巧妙地繞過為員工提供安全衛生的工作環境、繳納社會保險、提供勞動工具及保障勞動條件等法律規定動作，對員工實現「召之即來，揮之即去」的理想管理狀態（頁119-130）。

如今，公司成為一種「液態」的存在，通過極精瘦的管理模式和徹

底的「群眾外包」，企業將核心數據加工以外的勞動持續推向外部勞動力市場，實際上造成勞動者議價能力和勞動保障水準的降低。非但如此，網約車司機還要自己承擔汽車的燃料、維護和保險之類的費用，Airbnb 房主需要自己來進行清潔打掃。以「彈性生產」為特徵的平台則順利地實現成本轉嫁，規避了倚靠「批量生產」的傳統計程車業、酒店業需要雇傭管理人員、接線人員、清掃人員、安保人員，依法支付其報酬，繳納社會保險，保障其勞動權益的成本，無償徵納司機和房主的這一部分額外勞動，並從收入中抽取服務費。

此外，共享經濟實際上加強了勞動者對於媒介技術及其擁有者的依賴性與從屬性，勞動者並不能控制自己的工作，「集中體現在他們不具有自行聯繫客戶和定價的權利；一經註冊成為平台用戶，則必須全盤接受平台所制定的規則」（楊偉國、王琦，2018，頁 79）。平台亦介入或控制勞動者的勞動過程，把控其工作品質，評估績效並執行優勝劣汰機制（Acevedo, 2016）。還是以網約車平台為例，「每一次運營的發生都被隔絕在資訊技術的帷幕之外，演算法越精密、越複雜，司機就越難以理解這個過程，而只能被動接受搶單過程中所發生的一切（不確定的路程、用時、客戶等）」（杜鵑、張鋒、劉上、裴逸禮，2018，頁 47）。梁萌（2017）通過研究網路技術影響下的家政工，發現了「弱契約+強控制」的用工模式——平台弱化對勞動者的保護，而與消費者聯手增強勞動控制。平台一方面以「輕資產戰略」（本身不雇傭任何人員，不需要租用任何職業介紹場所）延續了家政工「弱契約」的勞動關係，以臨時的、非正式的勞動關係（包括兼職、勞務派遣、平台合作）來雇傭家政工，另一方面則利用 GPS 定位技術來監控家政工的服務地點，進一步加強對她們勞動紀律的管理，用戶回饋和評價機制也從過去保姆介紹所中的口耳相傳轉變為即時和平台保持回饋和互動，勞動者處



於企業和用戶共同構築的「強控制」管理網路之中。來自澳洲的研究也顯示，在數位平台實施的結構性宰制中，蒐集和傳播評價員工的資訊往往是單邊的（Flanagan, 2019）。就家政工平台而言，它們中的大多數只提供雇主對於家政工的評價，不會給家政工機會去反駁差評或者詳細講述自己遭遇的虐待、歧視、不安全的工作條件、不合理的要求或賴帳等情況。在網路平台上，家政工的可替代性大幅提高，快速更替和流轉的零工家政人員缺乏長期的職業發展軌道。

實際上，這些勞動者通過網路平台從事的依然還是非常傳統的服務，但媒介技術這只「新瓶」卻使他們處於「全天候工作模式」之下，加大了從業者的職業疲勞感，降低了他們的勞動自主性。媒介技術從人類手中的工具最終異化為反噬勞動者的「生物」（詹婧、王藝、孟續鐸，2018，頁 143）。更重要的是，它與彈性積累策略無縫對接在一起，為形成新的市場組織形態和組織分工提供了嶄新的技術手段，實現了生產組織方式的重大變革，瓦解了工業時代穩定雇傭關係和勞工保護政策的制度性基礎，使現有法律規範落後於現實，而這些由勞動的媒介化所帶來的重大挑戰，反映了「用來解決社會問題的技術本身製造了更多問題」（劉丹凌、趙娟娟，2014，頁 102）這一意外的後果。

### 三、如何理解初級產業與製造業的勞動？

完成上述分析後，依然還存在一個問題，即如何安放初級產業與製造業的勞動？開採電子產品元件原料和生產這些產品的體力勞動者本身可能既沒有被媒介化（依然使用原始工具或進行手工操作），勞資雙方也沒有被數位平台所中介，如果僅根據最終產品形式（如蘋果手機），就將初級產業與製造業的勞動者納入數位勞工的範疇，似乎站不住腳。

他們與生產服裝、玩具等日用品的勞工可能並無本質不同，我們並不會將後者稱作服裝勞工或玩具勞工，並對二者進行專門區分。

雖然媒介化在中程（衝擊現有法律制度，形成新型雇傭關係）和微觀層面（將勞動延伸至家庭空間與 24 小時）的體現較為容易把握，上文對此進行了全面的闡釋，但它作為一種元過程，本質上是一個宏大層面（wide-range）的概念（周翔、李錄，2017）。在數位化生存成為一種宏觀語境的背景下，學者們往往忽略了一點，即數位化的生活環境和交往不等於「非物質化」，它是建立在物質性的基礎設施和設備之上的，如同「雲」並不是真的無根，它所依賴的數據中心是建立在溫度合適、水源豐富的自然環境之中的，涉及到真真切切的土地和資源問題（Mosco, 2014）。既然數位生存環境本身是「物質化」的，那麼就離不開建造這些物質基礎設施的初級產業與製造業的勞動，不管是挖掘礦產、鋪設光纖還是組裝手機，均是「將人連為一體」的「宏觀媒介化」過程的組成部分。

更何況，這種「宏觀媒介化」的過程實際上與當代資本主義積累難分彼此。Schiller（2005）就指出，日新月異的數位科技與快速崛起的中國是「數位資本主義」兩個增長極（growth pole）。邱林川（2014，頁 120）以此為引，認為應該「把富士康置於全球體系進入以數位媒體為基礎的積累階段這一更大空間範圍內進行考量」。他將製造電子產品的和後文將要提到的玩電子產品的兩類人都稱作「i 奴」，犀利地指出電子製造業中的殘酷剝削甚至已經「返祖」（atavism）回到了奴隸制時代。本文認為，正是在人類的日常生活、社會交往、勞動生產過程都全面數位化的條件之下，電腦和手機等電子產品才成為「個人化的基礎設施」和「剛性需求」。資本難以遏制增殖的衝動，通過縮短產品週期，增加易耗性，不斷推陳出新，並借助廣告和新品發佈會等手段來營造

「更換而非維修」的消費主義意識形態。消費者（不知情或知情但不作為）與資本合謀，實際上也從客觀上造成了「i 奴」的悲慘境況。因此，數位勞工這一概念的確能夠將初級產業與製造業的勞動者納入分析的視野。

## 貳、媒介的「勞動化」：你使用媒介，還是媒介使用你？

在考察了勞動的媒介化過程之後，本節我們將回歸數位勞工理論的本源，來探討網路用戶所貢獻的免費的生產性消費活動。網路用戶作為數位勞工研究最初的分析對象，在理論上不會遇到上述概念界定的困境，順理成章地完全包裹於清晰的問題域之中，近年來也取得了豐富的研究成果。

Toffler（1980）較早提出了「產消合一」（prosumption）的概念，預言了消費者與生產者的界限日趨模糊。Fuchs（2009）認為，媒介閱聽人經由互動技術被引入資訊生產過程，貢獻免費的勞動，其休閒時間被轉化為生產剩餘價值的勞動時間，成為媒介資本增殖和價值生產的源泉。邱林川（2009，頁 135）用「網路即勞工」來概括這一現象，其核心是媒介「把非物質勞動集腋成裘，再轉化為資本積累的生產活動」。媒介由此呈現「勞動化」的特徵，資本將網路用戶的技術使用、資訊接收、社交關係、休閒娛樂等傳播行為進行勞動化與商品化，從而吸納其成為「數位勞工」。Fuchs（2011）將「產消合一者」的勞動價值實現方式分為兩種：海量的用戶生成內容（user generated content, UGC）與用戶數據，後者涵蓋人口數據、人際網路、個人嗜好、流覽的網頁記錄等。這一判斷時至今日依然基本成立，本文借用此框架，引入當前研究

的新進展與新發現，許多成果實際上證實、補充和豐富了這一理論。

## 一、多面向的內容

Ritzer 與 Jurgenson (2010) 認為，作為生產者的用戶雖然被賦予使用生產性資源的權力，但他們所產生的利潤和價值，或潛在的利潤和價值都歸屬公司。如吳鼎銘 (2015a) 對「公民記者」進行了研究，認為現有分析局限於「權力—話語」的理論框架與新聞專業主義的研究視角，總是樂觀地認為「公民新聞」賦予了草根以發聲的管道，大眾民意得以獲取媒介權力，實現自我表達，從而動搖了統治精英的合法性和穩定性。但其實質卻是網路用戶在網路商業意識形態的詢喚之下，自覺自願地加入「新聞群眾外包」的勞動，成為廉價乃至免費「貢獻」自身勞動成果的數位勞工，免去了雇傭成本與賺得盆滿鉢滿的恰恰是這些新聞網站。傳統商業媒體需要生產和製作免費內容作為誘餌吸引閱聽人，在此基礎上才能開展廣告銷售的任務，其內容生產勞動尚未被轉嫁給閱聽人，閱聽人所做的僅僅是觀看。在社交媒體時代，閱聽人商品的建構方式發生了巨大的變化，平台媒體連內容都不需要自己來生產，免費的「餌」是由「魚」自己製作的，它充分利用源源不斷的 UGC，將自己的角色從生產者轉化為連接者，將一部分用戶生產的內容作為吸引另一部分用戶的籌碼 (Gallant & Boone, 2011)。可以說，用戶承擔了原本傳統媒體中編輯、記者等專業從業人員的必要勞動和剩餘勞動，<sup>2</sup> 再加

---

<sup>2</sup> 在馬克思 (1867/中共中央馬克思恩格斯列寧史達林著作編譯局譯, 2004) 看來，工人的勞動時間分為必要勞動時間與剩餘勞動時間，前者為工人自身勞動力再生產所必須，而超出這一部分的時間即為資本家生產剩餘價值的時間，剩餘勞動產生剩餘價值，為資本所佔有。

上自身的觀看剩餘勞動，這三種勞動的價值現在都被平台無償佔有了。佔有剩餘勞動是資本的天性，但無償佔有必要勞動，亦可謂「返祖」回了前資本主義時代。這也是傳統媒體潰不成軍的原因之一——它們依然在為內容生產的成本買單。

除了生產原創性的「餌」，閱聽人實際上還通過向自己和他人行銷產品和服務來為媒介資本工作（Smythe, 1981）。一對一「參與式行銷」的興盛便是其中較為典型的例子（Mitra, June 9, 2008），其依賴於社交媒體將 UGC 直接納入行銷的過程之中。黃炎寧（2016）稱其為「粉絲勞動」，通過研究新浪微博上的杜蕾斯官方帳號，他發現，近幾年迅速興起的基於社交媒體的企業行銷，同樣不乏廣大網路用戶積極參與的身影。從轉寄產品資訊給好友到通過社交媒體曬「美食」，不少用戶樂此不疲，投入情感，收穫滿足，貢獻自己的「文本生產力」（textual productivity）作為「數位經濟創造價值的基礎」，同時也主動配合傳播新科技對於日常生活的殖民化，促成了「免費的時間日漸從屬於消費的『勞動』」這一轉化過程（Robins & Webster, 1999, p. 116）。蔡潤芳（2018）發現，用戶被捲入的實際上是社交媒體價值鏈的三個環節，即消費、生產和市場。因此，在 Web2.0 中還有另外兩種隱秘的用戶價值生產過程，其一是用戶自己成為了「你媒介」（you media，也就是你自己成為了媒介），其二是建構和維護自己的社交網路所耗費的勞動，客觀上為社交媒體省去了市場分析與調查的成本，促成了平台對「行銷勞動」的集約型剝削過程——以幾乎為零的成本獲取最大的回報，在這個過程中，用戶不僅生成了內容，還生成了傳播管道（Fisher, 2015）。

此外，Kücklich（2005）筆下的「玩工」（playbor）也有了新的變化，他的開創性研究指出，玩工的實質是在閒暇時間貢獻具有創造性的

玩耍活動，他們自發修改和創作的遊戲內容成為了遊戲產業價值和創新的重要源泉，極大降低了公司在研發和行銷上的人力成本和其他費用。玩工為資本積累和增殖貢獻了大量的社會必要勞動時間，已經遠超興趣愛好的範疇。然而吳鼎銘（2015b）對中國的「金幣農夫」和「電競玩家」的研究發現，這種所謂的「玩樂」勞動既不休閒，也並不一定具有創造性，「金幣農夫」依靠重複和枯燥的滑鼠點擊換取遊戲升級所需的虛擬錢幣，並將這些錢幣上交給他們的老闆進行統一出售，從而獲得金錢利益。近 200 萬中國青少年被吸納進這一高度市場化的領域之中，甚至以這種低廉的勞動形式謀生，用自己的「點擊勞動」驅動網路遊戲產業冉冉上升。而「電競玩家」則依靠在比賽中獲勝而賺取獎金，2017 年，中國大陸涉足電競的遊戲勞工已超過 6000 萬，其中能成為電競比賽冠軍並賺取高額獎金的僅寥寥數人，無數青少年廢寢忘食、荒廢學業，在這種致富的「迷思」中徒耗著自己的青春與健康。

## 二、數據鑽井與一般勞動

Fuchs（2012）強調，用戶花費在臉書上的時間越多，其所生產的最終被售賣給廣告客戶的數據就越多。用戶的線上時間如今都成為被監視的對象，並最終成為流量數據被售賣給廣告商，即當下無論一種媒介如何聲稱自己是新媒介，如何改變了人類的聯結方式，如何顛覆了既有的傳播生態，它依然還是在依靠廣告作為其經濟基礎，這一點與大眾媒介大體無異，臉書、推特和其他社交媒體平台都通過廣告獲取收益（McNamee, January 22, 2018）。用免費的「餌」將用戶持續捆綁在平台上只是第一步，獲取並基於用戶數據售賣廣告才是社交媒體的真正目的，從某種程度上來說，數據實際上已經成為平台資本主義的生產資

料。正如 Srnicek (August 30, 2017) 所言，平台作為兩個或更多群體互動的空間，事實上將成為數據的「鑽井」。每一次私人線上互動都成為一個被平台捕獲的資訊點，並且被輸入某種演算法。不僅如此，可穿戴設備還將人們的身體數據源源不斷地提供給數據收集者。Eskow (July 8, 2014) 發現，大數據公司甚至追蹤厭食症、藥物濫用、暴食症、抑鬱症、無家可歸、不孕不育等用戶資訊，收集的範圍延伸到心理健康、性取向、投票傾向和許多其他行為，乃至個人滾動滑鼠速度和登入帳號頻率的數據。

借用 Thornhill (February 5, 2018) 的話來形象地表達，網路用戶就像是數位電池母雞 (digital battery hens)，在行動電話上啄食 (pecking)，為機器學習程式生成大量的數據集，以解決如何向自己行銷廣告商品的問題，而媒體競爭日益變成了一場盡可能長時間地吸引用戶注意力的戰鬥。其背後的事實是，社交媒體的日常實踐，構成了一個潛在的剩餘勞動領域，隨時可能被轉化為剩餘價值。李光錫 (2017) 也認為，因為企業現在要吸取青年休閒和玩耍的時間，他們在業餘和尚未就業的時間等所做的「剩餘活動」，就變成了製造另一種形態的市場價值的根據，青年們的網上遊戲和自我表達為數據演算機器提供原料和能量，最後被它吞噬，成為數據工廠的「燃料」。因此使用社交媒體成為了一種「線上剩餘勞動」。這種「製造成癮」的新媒體技術使人們不再受雇傭關係和上下班時間的限制，全天 24 小時都是生產價值的勞動時間。勞動不再受年齡、社會性別、學歷、健康狀況、崗位和技術工種的限制，只要擁有數位設備並保持「永遠在線」，即可成為為資本生產剩餘價值的勞動主體 (孔令全、黃再勝，2018)，而新媒介平台並不支付使用者任何必要勞動的價值。藍江 (2018) 的說法或許更為透徹，上網已經呈現出馬克思所說的「勞動一般」的特徵，也即後來在其《資本

論》中演化為抽象勞動的概念，瀏覽網頁、打遊戲、網購、發佈內容之間已經沒有區別，因為它生產的是集體性的（collective）「一般數據」，它代表所有數據的抽象層面，每個人的數據已變得難分彼此，造成的「數據異化」（datafied alienation）甚至要比傳統的勞動異化更為駭人，用戶作為生產數據的勞動者，已經全然與自己的勞動成果相分離，甚至渾然不覺自己的數據已經被反過來誘導自己按照廣告商和政客의 意願來消費和投票。

## 參、可能的未來：非異化勞動之實現

如前所述，資本並不是「赤手空拳」地造成了當下的全部後果，而媒介技術本身也不可能「單槍匹馬」地引發一切變革，靈活用工關係的秘密不過是資本主義積累體制演變的結果，以及資本、國家、勞動力之間力量失衡條件下勞動力不斷商品化的集中表現，而當前一切提高勞動生產力的方法，都是提高剩餘價值生產的方法和資本進行加速積累的方法（王金秋，2017）。因此王行坤（2018）指出，傳播新科技並非人們感到「時間緊迫」和被全面宰制的唯一元兇，癥結在於數位技術如何被資本主義企業所利用，從而對勞動者進行更為「精細刻薄」的剝削。我們從中獲得的啟發則是，在媒介與勞動的關係中，從來都不只有兩類變量，如媒介—政治、媒介—文學，而是資本—技術—勞動者的三角結構。

Mosco（2009／胡春陽、黃紅宇、姚建華譯，2013，頁 145）發現：「當代傳播政治經濟學對抵制的強調日益普遍化，這就使以資本、支配企業和精英為中心的立場轉向了女性主義和勞動研究」。在此，本文所使用的「未來」一詞實際上具有雙重意義，既指數位勞動者的未



來，亦是數位勞動研究的未來。在積極對問題進行理論化並揭示其真相之後，學者們已經開始將研究聚焦於當前豐富多彩的「反向運動」（counter movement），這種反向運動包括奪回時間主權、削減工作時間、建設更民主的工作場所、爭取更合理的工作日程和更人道的工作形式，以及獲得更公正的勞動分配等。王行坤（2018，頁 103）將其稱為「當下數位資本主義時代的微觀政治」。

首先是對媒介化勞動的抗爭。如德國大眾公司規定，在工作時間之外不能向員工發送電子郵件（Wajcman, 2015），法國在 2017 年元旦通過法律，工人享有「斷網權」（right to disconnect）等。人們借助制度化權力反抗「壟斷資本主義無休閒」的命運，努力阻止資本試圖通過傳播新科技進一步延長工作時間、剝削絕對剩餘價值的企圖。<sup>3</sup> 針對媒體組織彈性雇傭蔓延的趨勢，曹晉與曹茂（2017）則呼籲，國家應該扮演落實勞動法規的主角，通過宏觀干預降低勞動力被商品化的程度，建立社會安全制度和保障體系，支持媒體集團為勞動者配備基本公正的工資制度、福利體系與考核指標。針對共享經濟中的勞動，袁文全與徐新鵬（2018）提出：立法的基本宗旨要以現有勞動法律制度為基礎，借鑒荷蘭等國的經驗，遵循「靈活安全性」（flexicurity）為原則的制度框架，探尋適應新型用工形態的勞工關係認定標準，建立科學、系統的勞動法律體系，其核心是「靈活就業正規化」和減緩工作的不穩定性，並提高其社會保障水準。近年來平台合作主義作為一種知識框架和運動已經在全球興起，它的載體為合作擁有、民主管理的平台合作社，依賴於平台的所有者、用戶和其他利益相關者的擁有和管理。與現有的「公司性」

---

<sup>3</sup> 絕對剩餘價值是指在必要勞動時間不變的條件下，通過絕對延長工作日（絕對剩餘勞動時間）的方法所生產的剩餘價值（參見 Marx, 1867／中共中央馬克思恩格斯列寧史達林著作編譯局譯，2004）。

平台不同，合作社的剝削程度較低，它通過確保平台的財務和社會價值在參與者之間傳播，發展更為公平、公正的數位媒介經濟。平台合作主義借鑒了同儕生產的理念，堅持「新的民主和經濟參與」，目標是在公平的工作條件下實現更加多樣化的數位勞動格局和完全分散式的非市場機制（Scholz, 2016）。

其次是受宏觀媒介化波及的初級產業與製造業。邱林川（2014，頁 122）認為，「網路是資本的場域、剝削勞工的場域，也是社會的場域、階級形成和抵抗的場域」。富士康跳樓事件後發生了大量社會抗爭。其中許多是在虛擬空間、網路論壇和部落格／博客中不僅有義憤填膺的評論，還有工人自發創作的詩歌、戲劇、交響樂和紀錄片，甚至兩岸三地 20 所高校的師生經由網路實現了跨域聯合，組成了「兩岸三地富士康調研組」，通過自己的調查報告迫使企業改善勞動狀況。他認為這是新時代的「廢奴運動」，這種運動也可能「採用新科技或新資源，創造新意義，建立新體系」（邱林川，2014，頁 130）。可見，媒介作為資源和規則，影響和促進了「反身性的人類能動性」（*reflexive human agency*）」（施蒂格·夏瓦、劉君、范伊馨，2015，頁 59）。

最後是對媒介勞動化的抵抗。面對媒介資本將人類的社交和傳播能力置入資本積累陷阱的實質吸納（*real subsumption*）過程（Manzerolle, 2010），吳鼎銘（2015b）分析了幾種抵抗形式：其一是另類媒體與數位公有地的建設，其二是「盜用」與「游擊」式的抵抗，其三是「被遺忘權」的伸張，並上升至對「生命政治」剝削的抗爭。針對人類上網活動已成為具有抽象勞動特徵的一般數據生產過程，Arrieta Ibarra, Goff, Jiménez Hernández, Lanier & Weyl（2017）提出要從作為資本的數據（*Data as Capital*）向作為勞動的數據（*Data as Labor*）的理論轉型，數據是用戶的財產，應使其所有者受益，公司有必要為人們的數據付費，

並以此創造新的就業機會，培養具有「數位尊嚴」的文化。同樣，合作化運動也波及了數據領域，2012年，義大利合作社聯合會（Legacoop）發佈了《合作公地》（Cooperative Commons）宣言，呼籲將合作社運動的經驗教訓用於控制線上數據。Morozov（December 4, 2016）則建議人們直接創建數據所有權合作社。2016年，瑞士蘇黎世出現了一家非營利性的線上合作社 Midata，其宗旨是成為會員醫療數據的交換平台。總而言之，未來的數位勞工研究應更多地關注這些替代性選擇與非異化勞動的實現路徑。

## 參考書目

- 中共中央馬克思恩格斯列寧史達林著作編譯局譯（2004）。《資本論（第1卷）》，北京：人民出版社。（原書 Marx, K. [1867]. *Capital, Vol. 1*. London, UK: Penguin.）
- 孔令全、黃再勝（2018）。〈馬克思勞動價值論之數位經濟時代拓展——西方資本主義社會數位勞動價值創造研究〉，《廣東行政學院學報》，2: 14-21。
- 王金秋（2017）。〈資本積累體制、勞動力商品化與靈活雇傭〉，《當代經濟研究》，1: 41-48。
- 王行坤（2018）。〈數位資本主義時代的時間政治——評瓦克曼《時間緊迫》〉，《中國圖書評論》，8: 94-104。
- 尚志軍譯（2002）。《消失的地域——電子媒介對社會行為的影響》，北京：清華大學出版社。（原書 Meyrowitz, J. [1985]. *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York, NY: Oxford University Press.）
- 吳鼎銘（2015a）。〈「公民記者」的傳播政治經濟學反思——以「數位勞工」理論為研究視角〉，《新聞界》，23: 4-9。
- 吳鼎銘（2015b）。《網路時代的「數位勞工」研究——網絡「閱聽人」研究的政治經濟學視角》。武漢大學新聞與傳播學院博士論文。
- 宋俊嶺譯（2010）。《路易斯·芒福德著作精萃》，北京：中國建築工業出版社。（原書 Mumford, L. [1986]. *The Lewis Mumford reader*. New York, NY: Pantheon Books.）
- 李光錫（2017）。〈東亞青年與高科技文化——青年難民的勞動地牢擺脫記〉，

- 《熱風學術網刊》，1: 97-111。
- 杜鵬、張鋒、劉上、裴逸禮（2018）。〈從有產者遊戲到網路勞工——一項關於共享經濟與勞動形式變遷的定性研究〉，《社會學評論》，3: 39-49。
- 邱林川（2009）。〈新型網路社會的勞工問題〉，《開放時代》，12: 128-139。
- 邱林川（2014）。〈告別 i 奴：富士康、數位資本主義與網路勞工抵抗〉，《社會》，4: 119-137。
- 周鵬（2017）。《是勞動，還是社交？——從「東八區」記者微信群看社交媒體對新聞勞動的影響》。華中科技大學新聞與資訊傳播學院碩士論文。
- 周翔、李鎔（2017）。〈網路社會中的「媒介化」問題：理論、實踐與展望〉，《國際新聞界》，4: 137-154。
- 胡綺珍（2009）。〈中國字幕組與新自由主義的工作倫理〉，《新聞學研究》，101: 177-214。
- 胡春陽、黃紅宇、姚建華譯（2013）。《傳播政治經濟學》，上海：上海譯文出版社。（原書 Mosco, V. [2009]. *The political economy of communication, 2nd edition*. London, UK: Sage.）
- 施蒂格·夏瓦、劉君、范伊馨（2015）。〈媒介化：社會變遷中媒介的角色〉，《山西大學學報（哲學社會科學版）》，5: 59-69。
- 紀雯雯、賴德勝（2016）。〈從創業到就業：新業態對勞動關係的重塑與挑戰——以網路預約出租車為例〉，《中國勞動關係學院學報》，2: 23-28。
- 夏鑄九、王志弘等譯（2000）。《網絡社會的崛起》，北京：社會科學文獻出版社。（原書 Castells, M. [1996]. *The rise of the network society*. London, UK: Blackwell.）
- 夏倩芳、李婧（2017）。〈媒體從業者的勞動權困境及其形塑機制〉，《學術研究》，4: 43-55, 177。
- 唐士哲（2014）。〈重構媒介？「中介」與「媒介化」概念爬梳〉，《新聞學研究》，121: 1-39。
- 姚建華（2018）。〈零工經濟中數位勞工的困境與對策〉，《當代傳播》，3: 66-68。
- 袁文全、徐新鵬（2018）。〈共享經濟視閩下隱蔽雇傭關係的法律規制〉，《政法論壇》，1: 119-130。
- 陳國權（2011）。〈氣喘吁吁的全媒體記者〉，《中國報業》，23: 52-54。
- 陳衛星（2015）。〈傳播與媒介域：另一種歷史闡釋〉，《全球傳媒學刊》，1: 1-21。
- 陳衛星、雷吉斯·德佈雷（2015）。〈媒介學：觀念與命題——關於媒介學的學術對談〉，《南京社會科學》，4: 101-106, 139。
- 陳衛星（2016）。〈新媒體的媒介學問題〉，《南京社會科學》，2: 114-122。

- 陳甜甜（2018）。《新媒體語境下遊戲從業者的非物質勞動研究》。北京郵電大學數字媒體與藝術設計學院碩士論文。
- 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》，5: 39-47, 110。
- 曹晉、許秀雲（2014）。〈傳播新科技與都市知識勞工的新貧問題研究〉，《新聞大學》，2: 93-105。
- 曹晉、羅真、林曦、吳東妮譯（2014）。《資訊社會的知識勞工》，上海：上海譯文出版社。（原書 McKercher, C., & Mosco, V. [Eds.]. [2008]. *Knowledge workers in the information society*. Lanham, MD: Lexington Books.）
- 曹晉、曹茂（2017）。〈「新聞民工」修辭的政治經濟語境分析〉，《當代傳播》，6: 32-36。
- 梁萌（2014）。〈網路領域中的知識工人〉，《學術探索》，3: 111-115。
- 梁萌（2017）。〈強控制與弱契約：網路技術影響下的家政業用工模式研究〉，《婦女研究論叢》，5: 47-59。
- 黃旦（2016）。〈報紙革命：1903 年的〈蘇報〉——媒介化政治的視角〉，《新聞與傳播研究》，6: 22-45, 126。
- 黃炎寧（2016）。〈中國社交媒體企業營銷中的用戶勞動和消費主義主體建構：以新浪微博上的杜蕾斯官方帳號為例〉，《傳播與社會學刊》，37: 97-126。
- 賈南（2015 年 12 月）。〈「網紅經濟」的繁華與迷思——基於消費主義與傳播政治經濟學理論的批判視角〉，「安徽省第七屆新聞傳播學科研究生論壇」，中國安徽合肥。
- 楊偉國、王琦（2018）。〈數位平台工作參與群體：勞動供給及影響因素——基於 U 平台網約車司機的證據〉，《人口研究》，4: 78-90。
- 楊傑、凌文韜、方俐洛（2004）。〈關於知識工作者與知識性工作的實證解析〉，《科學學研究》，2: 190-196。
- 詹婧、王藝、孟續鐸（2018）。〈網路平台使靈活就業者產生了分化嗎？——傳統與新興靈活就業者的異質性〉，《中國人力資源開發》，1: 134-146。
- 熊易寒（2016）。〈集權化市場、彈性積累與勞工政治的轉型〉，《復旦政治學評論》，1: 113-130。
- 蒙冬英（2017）。《20 世紀 90 年代以來文學的媒介化生存》。華僑大學文學院碩士論文。
- 劉丹凌、趙娟娟（2014）。〈對媒介化社會的批判與反思——基於媒介環境學的視角〉，《學術論壇》，4: 101-105。
- 蔡潤芳（2018）。〈「積極閱聽人」的價值生產——論傳播政治經濟學「受眾觀」與 Web2.0「受眾勞動論」之爭〉，《國際新聞界》，3: 114-131。

- 蕭華敬、任平譯 (2000)。《網路經濟的十種策略》，廣州：廣州出版社。(原書 Kelly, K. [1999]. *New rules for the new economy: 10 radical strategies for a connected world*. New York, NY: Penguin.)
- 戴宇辰 (2016)。〈走向媒介中心的社會本體論？——對歐洲「媒介化學派」的一個批判性考察〉，《新聞與傳播研究》，5: 47-57, 127。
- 藍江 (2018)。〈數位資本、一般數據與數位異化——數位資本的政治經濟學批判導引〉，《華中科技大學學報 (社會科學版)》，4: 37-44。
- Acevedo, D. (2016). Regulating employment relationships in the sharing economy. *Employee Rights and Employment Policy Journal*, 20, 1-36.
- Altheide, D., & Snow, R. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Arrieta Ibarra, I., Goff, L., Jiménez Hernández, D., Lanier, J., & Weyl, E. (2017). Should we treat data as labor? Moving beyond “free”. *American Economic Association Papers & Proceedings*, 1(1). Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3093683>
- Auslander, P. (1999). *Liveness: Performance in a mediatized culture*. London, UK: Routledge.
- Brophy, E. (2010). The subterranean stream: Communicative capitalism and call centre labour. *Ephemera*, 10(3/4), 470-483.
- Cottle, S. (2006). *Mediatized conflict: Developments in media and conflict studies*. Berkshire, UK: Open University Press.
- Couldry, N. (2006). *Listening beyond echoes: Media, ethics, agency in an uncertain world*. Boulder, CO: Paradigm.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10(3), 373-391.
- Dyer-Witheford, N. (1999). *Cyber-Marx: Cycles and circuits of struggle in high-technology capitalism*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Dyer-Witheford, N. (2015). *Cyber-proletariat: Global labour in the digital vortex*. London, UK: Pluto Press.
- Eskow, R. (2014, July 8). Let's nationalize Amazon and Google: Publicly funded technology built big tech. *Salon*. Retrieved from [https://www.salon.com/2014/07/08/lets\\_nationalize\\_amazon\\_and\\_google\\_publicly\\_funded\\_technology\\_built\\_big\\_tech/](https://www.salon.com/2014/07/08/lets_nationalize_amazon_and_google_publicly_funded_technology_built_big_tech/)
- Fisher, E. (2015). “You Media”: Audiencing as marketing in social media. *Media, Culture & Society*, 37(1), 50-67.
- Flanagan, F. (2019). Theorising the gig economy and home-based service work. *Journal of Industrial Relations*, 61(1), 57-78.
- Fuchs, C. (2009). Information and communication technologies and society: A contribution to the critique of the political economy of the internet. *European Journal of Communication*, 24(1), 69-87.
- Fuchs, C. (2011). Web 2.0, presumption, and surveillance. *Surveillance & Society*, 8(3),

288-309.

- Fuchs, C. (2012). With or without Marx? With or without capitalism? A rejoinder to Adam Arvidsson and Eleanor Colleoni. *TripleC*, 10(2), 633-645.
- Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx*. New York, NY: Routledge.
- Gallant, L., & Boone, G. (2011). Communicative informatics: An active and creative audience framework of social media. *TripleC*, 9(2), 231-246.
- Gamson, W., & Wolfsfeld, G. (1993). Movements and media as interacting systems. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528(1), 114-125.
- García-Avilés, J. A., León, B., Sanders, K., & Harrison, J. (2004). Journalists at digital television newsrooms in Britain and Spain: Workflow and multi-skilling in a competitive environment. *Journalism Studies*, 5(1), 87-100.
- Hjarvard, S. (2004). From bricks to bytes: The mediatization of a global toy industry. In I. Bondebjerg & P. Golding (Eds.), *European culture and the media* (pp. 43-63). Bristol, UK: Intellect Books.
- Huws, U. (2003). *The making of a cybertariat: Virtual work in a real world*. New York, NY: Monthly Review Press.
- Johnson, S. (2014). *How we got to now: Six innovations that made the modern world*. New York, NY: Riverhead Books.
- Krotz, F. (2008). Media connectivity: Concepts, conditions, and consequences. In A. Hepp, F. Krotz & S. Moores (Eds.), *Network, connectivity and flow: Key concepts for media and cultural studies* (pp. 13-31). New York, NY: Hampton Press.
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: Modders and the digital games industry. *Fibreculture*, 5. Retrieved from <http://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precariou-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>
- Lazzarato, M. (1996). Immaterial labor. In P. Virno & M. Hardt (Eds.), *Radical thought in Italy: A potential politics* (pp. 133-147). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Manzerolle, V. (2010). Mobilizing the audience commodity: Digital labour in a wireless world. *Ephemera*, 10(4), 455-469.
- Mayer, V. (2011). *Below the line: Producers and production studies in the new television economy*. Durham, NC: Duke University Press.
- Mayer, V., & Horner, J. (2015). Student media labor in the digital age: MediaNOLA in the classroom and the university. In R. Maxwell, *The Routledge companion to labor and media* (pp. 242-251). London, UK: Routledge.
- McNamee, R. (2018, January 22). How to fix Facebook—Before it fixes us. *Washington Monthly*. Retrieved from

- <https://washingtonmonthly.com/magazine/january-february-march-2018/how-to-fix-facebook-before-it-fixes-us/>
- Mitra, K. (2008, June 9). Marketing 2.0 is here. *Business Today*. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/f024/0f7c008d518607ed6b88814d53f9cc292d59.pdf>
- Morozov, E. (2016, December 4). Data populists must seize our information for the benefit of us all. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/dec/04/data-populists-must-seize-information-for-benefit-of-all-evgeny-morozov>
- Mosco, V. (2014). *To the cloud: Big data in a turbulent world*. Boulder, CO: Paradigm.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.
- Robins, K., & Webster, F. (1999). *Times of the technoculture: From the information society to the virtual life*. New York, NY: Routledge.
- Sandoval, M. (2013). Foxconned labour as the dark side of the information age: Working conditions at Apple’s contract manufacturers in China. *TripleC*, 11(2), 318-347.
- Schiller, D. (2005). Poles of market growth? Open questions about China, information and the world economy. *Global Media & Communication*, 1(1), 79-103.
- Scholz, T. (2016). *Uberworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy*. New York, NY: Polity.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101.
- Smythe, D. (1981). *Dependency road: Communications, capitalism, consciousness, and Canada*. Norwood, NJ: Ablex.
- Srnicek, N. (2017, August 30). We need to nationalise Google, Facebook and Amazon. Here’s why. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/30/nationalise-google-facebook-amazon-data-monopoly-platform-public-interest>
- Terranova, T. (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social Text*, 18(2), 33-58.
- Thornhill, J. (2018, February 5). Social media users of the world unite! *Financial Times*. Retrieved from <https://www.ft.com/content/ea6c3a0c-0843-11e8-9650-9c0ad2d7c5b5>
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York, NY: Bantam Books.
- Wajcman, J. (2015). *Pressed for time: The acceleration of life in digital capitalism*. Chicago, IL: University of Chicago Press.



# The “Mediatization” of Labor and the “Laboring” of Media: The Connotation, Status Quo, and Future of Digital Labor Studies

Jianhua Yao, Sisu Xu \*

## ABSTRACT

With the field of digital labor studies as a fruitful area for academic research, scholarly attention is no longer circumscribed within the scope of prosumers and playbors on new media platforms. Instead, emerging areas have caught scholarly attention, such as digital labor in the gig economy, mental labor in the traditional employment relationship, and even manual labor who extract raw materials and manufacture electronic products. This article first summarizes the latest findings in digital labor studies. Second, employing a problem-oriented approach, this article seeks to answer the following questions: What are the core differences between digital labor (as an analytic category) and knowledge labor, mental labor, and immaterial labor, to name just a few? Is there a paradigm shift when the philosophical foundation of digital labor is compared to that of other kinds of labor? How do digital labor studies interact with other recent developments in communication research? Third, this article proposes that digital labor

---

\* Jianhua Yao is an associate professor at School of Journalism, Fudan University, China. email: yaojianhua@fudan.edu.cn.  
Sisu Xu is a Ph.D. candidate at School of Journalism, Fudan University, China, and a visiting scholar at School of Journalism and Communication, Carleton University, Canada. email: sssxu16@fudan.edu.cn.

actually penetrates into current society along two parallel paths—the “mediatization” of labor and the “laboring” of media. Finally, it examines the possible path to make digital labor less alienated.

**Keywords:** digital labor, knowledge labor, mediatization, laboring