

科技的社会研究

“做数据”：数字劳动秩序的数据化建构

——基于Y直播间销售劳动的案例研究

谢 榕¹ 张国栋²

(¹兰州大学哲学社会学院;²西南大学国家治理学院)

摘要：数字技术不仅对社会结构变迁产生了深远影响，而且已成为社会结构的一部分。劳动是社会实践的典型形态，是分析数字社会结构与秩序的重要领域。本文依据结构化理论，设计了案例研究的程序，设计了基于配置性资源与权威性资源的分析框架，对D平台Y直播间的销售劳动展开了实证研究；通过展现直播销售员在“做数据”过程中面临的数据环境以及个体应势而生的系统意识和劳动策略，挖掘出了平台数据所具有的资源配置与工具权威双重属性，以及这两种形态的数据参与塑造数字劳动的实践过程。在此基础上，研究揭示了数据劳动的基本逻辑，阐释了数字劳动秩序如何形成、劳动者如何在平台权力下发挥主观能动性这两个相辅相生的问题。

关键词：数据，数据劳动，数字劳动，直播带货，流量，结构二重性

作者简介：谢榕，兰州大学哲学社会学院讲师。研究方向为技术社会学、马克思主义社会学。

张国栋，西南大学国家治理学院讲师。研究方向为科学技术与社会、社会网络分析。

项目资助：中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“数字技术赋能与青年新型职业实践研究”(2023lzujbkydx029)；重庆市社科规划一般项目“共同富裕与高质量发展背景下重庆乡村数字应用的社会分层研究”(2023NDYB97)。

中图分类号: C919

文献标识码: A

DOI:10.19524/j.cnki.10-1009/g3.2024.01.063

一、问题的提出

“做数据”一词容易令人联想到以数据为劳动内容的专门化工作,然而现已成为数字劳动的重要维度。简单来说,“做数据”是吸引用户注意力、积累受众操作痕迹的劳动过程。数据“做”得好不好直接关系到平台是否能获得优质的数字资源,从而直接或间接地成为数字劳动者工作流程设定与劳动效果评价的依据。

互联网平台是数字劳动发生的重要空间,依附于平台生存的低技能体力劳动者近年来受到学术界关注^[1-2]。此类劳动者处于数字化工作链条的“末端”:一方面为技术系统所“使用”,通过快递巴枪、抢接单系统等接入平台服务供给链条以便出卖劳动力换取生活资料,另一方面以“零工”身份参与“去雇佣化”的劳动关系^[3-4],看似来去自由,实则受制于平台的重重规约。以受困于技术控制的劳动主体及其薄弱的劳动权益保障为热点议题,该领域已积累了不少有洞见的研究成果^[5-7]。

然而还有一类数字工人与之不同,它们并非以零工身份在平台中从事计件获酬的劳动,而是以平台为工作空间。换句话说,平台对于这类劳动者来说并不是任务分发者,而是为劳动过程的推进提供必需的媒介和数据环境。关于这类“非零工”型劳动者尚无充分的学术积累。近年来火热的直播带货销售员^①便是观察此类劳动形态的典型窗口——他们与电商公司之间存在雇佣关系,后者则必须“逐流量而居”地在商业平台开设直播间进行日常销售工作。与传统的网络商城式销售模式不同,“做数据”“引流量”是直播销售员的基础工作内容。“流量”及其代表的数字环境对于数字化劳动的意义是一个值得探索的有趣话题。

在政治经济学语境中,数据作为新生产要素的作用已经在催动价值增殖、赋能劳动力与资本要素、优化社会分配等角度得到了论证^[8-9];在劳动社会学分析中,也有研究从数字劳动的双重性出发,指出了数据劳动

①注:据《中华人民共和国劳动法》有关规定,受人力资源社会保障部委托,中国就业培训技术指导中心于2020年5月公布了包括“互联网营销师”在内的10个新职业。

能够帮助算法进行优化迭代。然而在现有实证研究中,数据有时是有价值的劳动产品(如受众劳动^[10]、标注劳动^[11]),有时又是劳动过程所依赖的材料或管理资源^[1],理路并不清晰。“做数据”的具体路径如何?数据在劳动过程中发挥何种作用?平台及其提供的数据环境对数字劳动生产秩序的形成有何意义?这些疑问构成了本研究的发问起点。本文将以互联网直播销售劳动过程为分析对象,基于 D 平台 Y 直播间的案例研究来回答这些问题。

二、文献回顾与分析框架

1. 文献回顾:数据、技术与生产劳动

数据是重要的生产要素,也是商业平台得以运行的物质基础。已有研究从以下两个方面讨论了传统马克思主义生产理论如何将数据元素纳入论述体系,同时也注意到了数据在真实劳动世界中对技术权力强化所发挥的作用。

(1) 生产力与分配:数据要素引发的理论话题

文字、符号、操作痕迹等数据作为人们在互联网世界中的原始行为记录,承载大量有关事物性质、特点和变化的信息,已经被判断为新质生产力的核心生产要素^[12]。现有研究从生产力的几个维度进行了分析。

首先,数据是重要的生产资料^[13]。数据可以是劳动对象——信息技术对海量操作痕迹的有效集聚与运算,使得这些数据资源成为产业链条上的基础产品和原材料^[14],由此扩展了可处理与利用的客体的深度与广度;数据还是劳动工具的必要构成——基于大数据的算法、软件服务等基础设施成为社会生产的必要手段,充当劳动者将自身活动传导到劳动对象上的物质中介^[15],提升了信息与服务的集中效能与配给效率。尽管不同学者对数据生产属性的看法存在一些争议,一些人认为数据只是闲暇行为的附属物而将其排除在劳动创造的价值之外^[16],另一些则将数据生产行为划入生产性劳动^[17],但数据作为社会生产力的内在构成已成事实,并作为资本积累的关键要素对生产组织结构产生了重要影响^[18-19]。其次,数据对劳动力提出新需求。具备数字素养、掌握数据操作与控制等高阶技

能逐渐成为“将劳动资料与劳动对象实现数字化结合,从而高效地创造新的劳动产品”之必须^[14]。除软件开发等专业技能外,数据加工、算法逻辑、分析思维等隐性知识与“无身体”思维组织技能也逐渐成为劳动力的内在要求^[20-21]。此外,数据要素的分配也是关键问题。数据的决策力与价值建立在聚合效应的基础上,数据生产者、处理方与获利方等多重主体在此过程中关系模糊,使得数据产权难以清晰界定,其分配只能交由市场处理;数据垄断背后的个人注意力被无限剥削、隐私暴露与信息安全等也值得担忧^[22]。研究者大多数从分配正义角度出发,指出数据分配应遵循市场决定贡献、贡献决定报酬的原则^[23],但也只能从确立产权机制、建立数据竞争制度^[9]、数据公共化^[24]等理论与制度构想的层面上思考出路。其实,现下对分配问题的讨论主要与数据产生的商业价值和利润联系在一起,然而马克思曾指出,分配不仅仅指财产,还涉及生产工具^[25]³³。这个问题由于数据兼具劳动产品与劳动工具的属性而更显棘手,数据分发问题的复杂性便是表现之一。

(2)以数据为基础的算法权力

在“数字劳动”范畴中,作为行为痕迹记录的数据往往与媒介受众的“无酬劳动”联系在一起^[26],然而有不少实证研究证明“痕迹劳动”还与劳动过程的数字化管理有关^[27]。数据及其利用方式如何帮助消解价值生产过程中的不确定性是数字劳动研究的重点议题,现有分析路径与数据的两种形态有关:

其一,作为管理资源,数据记录充当了劳动控制的实施依据。算法可以对平台工人的生产过程进行实质管理,实施任务分配、操作监管等控制手段并利用动态数据保持这些手段的循环升级^[28],如外卖骑手除了运输劳动外还从事数据采集劳动,其劳动结果会反过来帮助平台约束骑手的工作流程。此类话题大多落脚于对算法黑箱效应的揭露和对技术异化的批判,揭示出技术权力隐蔽地攫取了劳动自主性与劳工权益,主导了劳动关系的不稳定性^[29]。但是,这一分析方向逐渐拘泥于劳动过程理论的传统叙事,强调技术权力的外在性而忽略了权力落实的发生细节。其二,作为劳动加工对象,大量的数据处理工作使相关劳动者沦为技术的附庸物。尤其是近年来学术界所关注的“数据标注员”^[30-31],他们直接服务于算法,所产出的数据供人工智能产业作为“燃料”^[32],因而被认为处于数

字劳动序列的最低端^[33]。学者们从“幽灵劳动”^[34]、“认知劳动”^[35]等角度出发予以分析,研究结论仍以平台技术控制下主体性的侵蚀,以及随之而来的劳动关系变迁为主,如人的认知系统被标准化以便于监管,劳动者、监工与雇主关系的隐蔽化等。

有关数据与生产劳动的关系,数字劳动研究先驱克里斯蒂安·福克斯(Christian Fuchs)和蒂兹纳·泰拉诺瓦(Tiziana Terranova)很早便将产出数据的活动视为广义数字劳动的一个从属范畴^[36],只因数据作为新质生产力及其使用价值与经济价值越来越凸显,数据劳动(Data Labour)近来开始获得分析上的独立性。研究现状提示,许多有关数字劳动的争议与难题根源就在于数据同时具有物质属性与工具属性,前者是指数据作为原材料充当劳动产品和下一步的加工对象,后者指数据的分类与分发方式成为数字时代“泰勒制”的基本要素,维持着算法与“算计”。这种双重形态及其模糊不清的边界既给数据生产要素的理论化带来困难,也束缚了对现实问题的分析。

2. 配置与权威: 一个分析框架

文献启发我们,物质资料与权力工具可以是思考数据作用机制的两个维度,同时,算法权力掌控劳动过程的分析角度虽有益,但过多强调数字技术作为规训的实施方,缺乏对技术究竟如何被实践的下游过程的阐释。已经有学者注意到这一点,关注到“组织”如何中介性地弥补算法无法达到的空间^[33]。本文则关心劳动者个体——他们是如何与数据互动并参与数字技术权力的再生产的,尝试从结构化理论视角解析数据如何充当技术权力与个体行为的媒介。尽管阐述细密但模糊不清的结构化理论被认为只能当作研究逻辑而非研究程序的来源^[37],但也有学者认为如果放弃安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)那种适用于所有地方的“一般本体论”,通过一些概念手段给出研究现象以特殊性,那么结构化理论会对实证研究更友好^[38]。

基于此,本文提出一个研究框架。首先,上文已阐明数据作为生产资料既是产品、原材料,也是算法管理的依据,所以数据应当被理解为“资源”而非仅仅是“资料”;其次,可以将数据及其技术处理视为一种社会结构要素,因为现下它们已经充当了“特定的时空限制下的社会环境”。

在结构化理论中,资源是结构的构成成分,包含配置性资源与权威性资源,前者是实体的、可供使用的客观物质,后者是非实体的手段与方法,客观上形成了人与人之间的支配与被支配的关系,两种资源共同构成了“权力得以实施的媒介”,调配与控制着人类实践。依此将数据资源的两重属性进行理论化设计:源源不断产出的数据痕迹是数字平台运营与协调配给的基础性物质材料,充当了配置性资源;数据的分类、匹配与分发手段的单向性决定与隐含的支配关系又令数据成为一种权威性资源。数据资源不仅作为数字劳动者行动情境的基本条件和中介发挥作用,它自身也是劳动过程的结果;劳动者的数据行为则既依赖数据资源,又依赖再生产着数字社会的结构(见图1)。

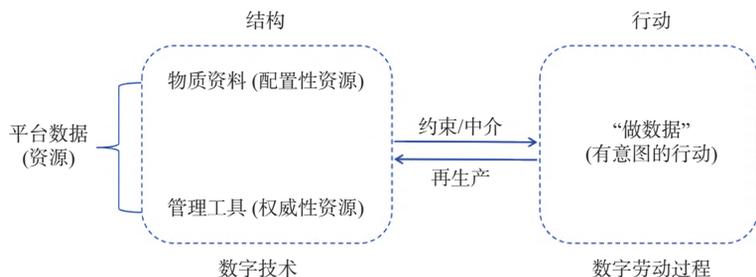


图1 结构二重性分析“做数据”的理论框架

本研究初步设计这一分析框架,兼顾数字技术和劳动者所反映的结构二重性特征,以期弥补对算法制约力带有决定论色彩的强调,和数据概念在现有研究中的抽象化使用。

三、研究方法 with 案例描述

本研究以D平台直播间销售员的劳动过程为内容进行案例研究。销售员在20世纪上半叶美国劳动力结构转型时期就是最具研究价值的职业之一^[39-40]。近年来“带货网红”“网络主播”等新型岗位吸纳了大量就业人员,也逐渐为大众所熟悉。这使得该群体及其所蕴含的新兴劳动趋势具有较大的分析潜力。

案例研究是一种善于回答某项正在发生的事件“怎么样?”“为什么?”,并探索事件背后重要的情境条件的研究方法^{[41]19-21},其中的单案例

研究法适宜分析直播销售劳动这样具有启示性与批判性的日常事件。所选择的 Y 直播间有其典型性,首先它生存的 D 平台是月均活跃用户数量最大的直播平台之一,已带动包括带货主播在内超 3000 万就业机会^[42];其次,电商直播“玩法”分类为“头部”“腰部”和“尾部”,其中头部主播(如罗永浩)自带流量与产品资源,对购买行为有极大影响力,“腰部”次之,且“腰部以上”主播需要数百万启动资金,门槛很高,绝大多数直播间在“尾部”,销售数据极大受限于平台的流量分发,Y 作为“尾部”直播间便是观测数据与劳动互动过程的良好范例;其三,Y 直播间正在经历由传统网店销售向直播销售转型的过程,职员对不同平台的规则差异有清晰的感知,适应平台环境的过程有助于研究者观察与研究主题有关的情境条件。所选案例提供较丰富的资料数据,兼具理论上的重要性与研究的现实可行性,为分析者提供了理论输出的依据。

在分析策略上,本研究预先构建了以结构化理论为基础的分析框架,但为避免循环论证,计划一边运用案例材料对框架进行检验,一边对案例呈现的故事进行概括并推演延伸到相似情境,即实施分析性归纳^{[41][52]},提炼出有解释力的相关概念以达到“走出个案”的目的。所使用的材料中,一手数据源自于 2021 年 9 月至 12 月陆续获得的观察笔记与访谈记录,此间研究者以“打杂者”身份参与每晚的直播活动以实现参与式观察,在直播空闲期间对全部 7 名职员进行了深度访谈、参与了三次直播复盘会;二手资料包括 Y 公司职员学习直播技巧时使用的教学视频和攻略等大量视频与文字资料。多来源数据构成三角证据来源以保证研究的建构效度。

四、“做数据”:运行一个有效直播间的劳动过程

自直播带货兴起后,许多电商纷纷向短视频与直播平台转型,Y 公司也不例外,他们发现网上商城购物模式下销量逐渐下降,遂将原在 J 商城中的店铺关闭大半,招聘了新职员转向 D 平台。D 平台上的直播间并非一开始就能获得流量、顺利销售。一个直播间从开播到初步稳定,需要经历入驻和起号两个基本过程,不同过程的数据各有不同的“做”法。

1. 入驻: 使劳动内容与数据环境相匹配

只要具备一定的经营资质并知晓平台要按销售额收取定量的“技术服务费”后,电商公司就可以开启直播带货了。Y直播间首先面临如何适应新的媒介环境的问题,此时,“做数据”是指将劳动内容与媒介情境的要求匹配起来。

(1) 媒介形态对劳动内容的限定

直播媒介的信息呈现有自身特征,一是具有不同于图文、短视频式传输的实时性、逼真性和强互动性,能提供身临其境的真实感,受众可以通过弹幕提问发言并立即得到反馈,更易被唤起愉悦和感知信任;二是观众所能看到的直播并非来自搜索,而是由算法进行推介,智能平台基于对海量用户及其行为的实时动态监控和算力实现内容推送,受众获得的是依个人兴趣的、定制化与异质化的信息。这使得销售目标群体不再是那些带着购买意图直接搜索产品的消费者,而是只有潜在购买可能的直播受众。劳动内容遭遇断裂性变化,日常工作流程和劳动方式都被媒介设计形式所重新框定。

“……之前是图文形式,淘宝京东这些就通过图文去卖东西的。以前京东店铺有美工、客服、运营,美工和客服,现在做直播了,有两个就被裁了。公司陆续招了几个主播,运营有一个转型做直播带货了,但是一切都得从头学。”(负责人D访谈记录)

“淘宝的用户都是搜索进来的,说明进来的人都是有需求的人,很容易下单。直播用户是被系统推过来的,只是有可能会买,大概率不会买,所以我得用话术追着他们买,我的介绍就特别重要。”(运营Y2访谈记录)

工作内容与职责需要更新以适应新的劳动场景,主播和运营是直播带货的两个核心岗位。主播负责在镜头前展示产品、与用户互动,其工作目标是通过肢体和口头语言的持续输出来吸引注意力、制造购买需求以及与观众建立情感连接。运营需要完成撰写脚本话术、规划售卖流程、复盘直播数据等任务。劳动内容的彻底更新使得曾经的工作经验几乎没有帮助,劳动技能需从头学起。

(2) “数据格式”对劳动秩序的规范

源源不断的数据常被称为流量，它指用户终端上接收信息时所消耗字节的数字记录，是对数据交换现象（用户既获取数据也提交数据）的量化反映。不同平台对流量的设定模式不同，如某条微博的点赞、转发和评论便是某 ID 的三个流量指标。可以将这种对输出数据的特殊设置称为“数据格式”。D 平台的数据格式十分细致，包括用户在某直播间的停留时长、关注、加粉丝团、弹幕互动、抢红包等，以及购物页面中的购物车点击、商品点击、收藏和真实购买行为记录。这些用户操作数据被当作直播间的劳动成果记录下来，由系统转换为更直观、可分析的格式呈现给销售员（见图 2）。

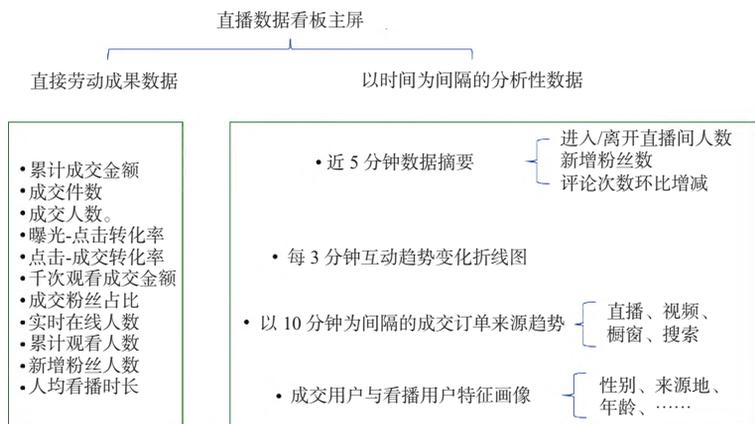


图 2 直播时运营需要分析的数据看板

图 2 中的劳动成果数据对销售劳动秩序做出了规范和限定，销售员的行动意图也因此十分明确，他们很清楚自己的工作就是将每一项格式规定的数据“做”好，并将这种意图贯彻进劳动过程：

“直播间吸引流量的话术一般就是这么几个：先强调送福利——比如强调新粉的福利，今天这个产品大家人手一个免费送——这样大家就会停留下来看嘛，做停留时长；然后引导关注，告诉老铁们进来赶紧点关注，只要超过 300 人关注就送，不够就不送，这样的关注率就上去了；接着告诉大家我们的产品多便宜，让他们去天猫京东上看他们卖多少钱，打折后也要 39 元哦，我直播间只需要 19.9 包邮到家，还送小礼物哦！这是

引导下单率；然后是介绍产品的具体信息，保证产品质量；最后倒数补仓，告诉大家库存就100份，准备开抢啦！最关键的是问有没有抢到的，没抢到的稍微等一下，我再申请一波库存。我这么一说，大家还会再等待，停留时间就更长了。”（负责人D访谈记录）

可见尽管最终是为了卖货，但销售劳动的直接目的其实是完成各项数据输出指标。在人均看播时长、成交率等数据格式的规定下，主播被要求对身体景观（如外貌、表达）进行整饬，扮演本不真实存在的亲切或激动、幽默或朴实来吸引眼球或达成情感连接，以此赚取累计观看、看播时长、新增粉丝等数据；运营则紧盯数据变化曲线，根据成交趋势图、用户特征、成交率等数据实时调整直播策略。被平台算法所分类和梳理过的数据成为直播销售流程的全部依据。

2. 起号：使数据劳动被系统“看到”

在设置好能够输出与处理直播内容的岗位后，直播间就正式进入“起号”时期。此间，Y直播间度过了“新手扶持”和“引流”两个阶段，劳动目标是在平台系统的监测下展示出合格的数据表现，在符合平台规则的前提下赢得流量。“做数据”此时指直播间产出大量数据来“打标签”，即让自己在系统“眼中”的形象清晰起来，进而获得自己想要的流量类型。平台并不会放任入驻商家自由经营，而是始终进行监控与引导。从主播的表现到直播间布置陈设再到运营的数据设置，劳动过程的所有动作都经由平台内部的操作系统记录和计算。对于平台来说，这种监测的根本目的是激发卖家店铺的流量和转化率以便提高“技术服务费”抽成，同时保障在直播间下单的用户获得良好的购物体验，确保平台用户的稳定增长，这对于数据的可持续供给非常重要。

（1）新号扶持与“标签劳动”

新开直播间依赖以监控为前提的扶持帮助，若没有这种监控，再久的直播也是无用功，这与既往观念中技术监控的约束性和负面感受不完全相同。Y直播间一开启就被识别为“新手”，获得了D平台的“新手礼包”：流量。

“开直播都会有新人礼包，就是首次开播会给你比较好的流量，但是你要表现好一点，比如视频画质要清晰，时长最好在15秒—30秒之间，直

播的话要在两小时以上,太短会被认为内容欠佳,不会把流量推荐给你。有时候新号开播没一个人进来,主播和卖家的积极性大受打击,这时候平台甚至会派一些“大头娃娃”去撑撑场面,就是机器人,头像全都是大头照,有几个大头娃娃在会暗示主播,别紧别担心,有人看的。但其实只是机器人。……机器人还有一个任务是看我们播得怎么样。”(运营Y4访谈记录)

“平台的扶持规则是这样的,新号开播会有扶持政策,把你当作小学一年级的水平,给你出简单的考题并且提供便利条件,让你能够成长,比如第一天你成交5单就算表现很好了,能获得推流;第二天你成交10单,到二年级水平,它依然会扶持你;第三条你流量多了,成交100单,那么平台会认为你已经成长起来了,不需要扶持了;如果你没有接住这个流量,第四天你流量又跌回跟第一天一样,平台就不再会扶持你了,因为它默认你不再需要帮助了。你要从谷底再慢慢递增,花的代价是刚开始的很多倍。”(直播学习资料)

不难看到这种扶持性监测仍逃不开质量监控的深层逻辑:系统监控对于起步阶段直播销售员的真正意义在于提供“养号”的机会,也就是在系统的“注视”下表现出良好的直播状态,向平台证明自己是一个诚信经营、敬业的卖家。但除了劳动监管以外还有更重要的,系统监测是确立直播间与平台之间“数据交换”方式的必要前提——扶持时期所输出的数据可以让平台看到Y直播间的特征与理想观众,平台可以依此将更“准确”的受众群体推荐到Y直播间,提高成交率,这一过程被销售员称为“打标签”。

“我们是卖白酒的,刚开播时男女比例对半,肯定不合适的。这时候不管有没有观众看都要一直播下去,因为系统会看到你是谁。就这么播了几天,男性多了,逐渐加到95%,这个标签就清楚多了,成交量自然就上来了。你跟女的播肯定就被很快滑走了呀。”(运营Y4访谈记录)

平台的监视既能为直播间推送合适的潜在购买者以助其提高成交量,又保证将有价值转换潜质的直播间推到更多用户面前从而提升自身流量。系统监测和销售员“打标签”的数据劳动行为分别构成了双方有效数据交换的必要条件与充分条件。

(2) “引流”：奖惩与规则

在系统的“看管”下完成“新手任务”、打好标签后，直播间就进入了常规运行阶段——接受平台推荐流量池用户，实现流量与现金收入的转化。流量是销量的基础，获得大量、优质的用户推荐是平台对直播间的“奖励”，奖励依据“做数据”效果的优劣，主要包含买家评价和交易指标，交易指标又涉及互动数据（如停留时长、点赞数量等）与现金交易量（如整场销售额 GMV、单个观众平均产出 UV 等）。也就是说，直播间只有将所被期待的数据和转化值贡献给平台，才会获得后者的优质流量推荐。

惩罚主要依据卖家行为是否违反平台规则。在 D 平台“电商学习中心”可以查询到大量繁复的营销规则，包含了从招商入驻、店铺命名、信息发布等内容，此外还有每天更新数条的“避坑指南”，基于这些细致详尽的规范约束，销售劳动者在直播、发货和售后时稍不注意——例如说违禁词、涉嫌虚假宣传、发货超时等，就可能违规而遭到处罚。

“直播间不允许说‘最好’‘高效’‘免费’这样的词，只好用其他词代替。系统的人工智能一直在直播间里蹲着，听到就判违规。我们就写在背景板上，后来发现人工智能会屏幕截图的，那我们就用错别字，把‘送’写成‘宋’之类的，大家都知道什么意思。昨天我才不小心说了‘随机’，今天流量就不好了，又得重新拉流量。”（主播 Z1 访谈记录）

处罚方式仍以流量为中介：或减量、或降低匹配度，不论哪种都会直接造成销售量的降低。

“系统对直播间的评价在直播间操作后台的‘达人表现雷达图’里能看到，评价分为成交表现、拉新表现、流量表现和转化表现四个维度，把‘达人表现’与‘行业平均线’和‘行业优秀线’进行比较，得出优秀、普通、不好三个等级，这些是第二天流量奖励的数字依据。”（负责人 D 访谈记录）

指导工人工作、评估工人表现和对工人实施奖惩是资本主义企业对劳动者的三种控制权^{[43][17]}，尽管直播销售与平台间不存在工人与企业之间的雇佣关系，但平台实际享有着对电商公司所有人员的管理控制权，“给平台打工”成为从电商老板到销售雇员的共同感受。

从“入驻”平台到按规操作，平台与销售员之间始终不存在雇佣关系，也没有达成与“零工”式劳动类似的“承揽协议”，却能在有序的互动中达成双方目标。数据、流量和平台作为销售劳动展开过程的关键词，其深层意义值得进一步探讨。

五、数据双重性、数据劳动与系统意识

数据在直播销售劳动中占据中心地位，它是接受质检的“产品”，是买卖成交所依赖的“矿池”，也是平台挥洒权力的“铁鞭”。它以不同的角色参与数字空间的劳动实践，也借此不断强化着自身的权力。这种互动秩序是如何可能的？

1. 数据、流量与数据资源分配

从数据及其特性说起。平台所占有和掌控的数据来自用户个体和直播商家。用户在平台上花费时间和注意力，并有可能对直播内容产生兴趣而付出情感资源和进一步操作（如互动、购买），商家则产出直播内容，二者的行动痕迹集合起来构成了数据的主体。劳动者“做数据”实质是一种争取数据资源分配的行为，“做”字内含“输出”和“获得”两层意思：“输出数据”是销售员通过长时间直播、有趣讲解等吸引用户驻足和互动，达成各项数据格式的指标；“获得数据”则是通过各种方式向平台争取更多的用户量推送。二者存在因果关系，产出的数据越好，获得的数据也就越好。数据呈现不同形态，它可以是完成状态的、具体的行动痕迹，已经被数据格式所细致分类的劳动成果或“产品”，也可以是模糊的、有待分配的用户集合，意味着将要发生的行为的结果，是潜在的劳动资料，例如将男性推送到白酒销售直播间，是因为他们比女性更可能被说服而停留、购买。尽管这两种形态的数据根本上都源自受众劳动且彼此相互联系，但在访谈语境中，后者（即未来有可能发生的受众数据）因其庞大规模和不确定性而被称为流量（见图 3）。



图3 数据在案例中的双重维度表现

“输出数据”与“流量”各有其配置属性与权威属性。首先，输出数据由两部分构成，由直播间产出的传播内容是一种配置性资源——主播们提供了规模庞大、品类丰富的视觉产品与商品信息，这些客观存在物为平台搭建的信息框架填充了内容；另一部分，直播间按规定格式完成的指标数据则是一种权威性资源——看播时长、点赞量、成交率等数据指标是平台将各个直播间进行优劣区分、配给不同流量的凭据，是平台权力得以贯彻的抓手。其次，待分发的流量也同时具有分配性与权威性的功能：只有依赖平台所推介的观众以及他们将要付出的受众劳动这一物质资源，主播的说服功力才有可施展对象，直播间也才可能完成平台要求的数据；而平台通过分发不同品质的流量实现对某一直播间的奖惩，利用数据充当实施劳动监管的铁鞭。

物质配给性与权威工具性的双重存在展现了数据资源如何充当“权力得以实施的媒介”。数据既会赋权、又能约制，作为有力的杠杆对直播销售乃至所有潜在受众的行动进行调节与控制，对数字世界中的劳动实践发挥了重要功能。平台因此获得了决定如何塑造与使用数据的独享权力。进一步地，数据资源又转化成为一种行事规则：那种“以博取流量为达成一切目标的必经之路”的做法尽管未经正式规定，却已然被相关行动者策略性地掌握，成为“一般化的程序”融入了数字化生存的行动惯例。细观之，“数据至上”的生存规则以下述内容为必要条件：

其一，以数据换数据的必要性。在互联网中生存，只有付出数据劳动换取优质流量才可能实现“变现”。何谓优质？从案例中可以概括出流量的维度：一是宽度，即受众人数，只有被展现在足量用户眼前并获得足够驻足时间，销售员才有可能进一步追求互动数据和交易数据；二是深度，

指受众与直播间的互动程度,代表了用户与平台之间数据交换的复杂性,数据交换越复杂,“变现”的可能性越高;三是精确度,代表看播用户与售卖商品之间的匹配性,这基于平台对每个个体兴趣、偏好和行为倾向(例如是否常互动、常下单)的掌控和安排,因为用户的行动痕迹也帮助生成了他们自己的“身份标签”,有助于平台对其实现高效利用。宽度、深度和精确度越高的流量越容易变现,平台正是通过对三个维度的控制实现直播劳动成果的评判,将优质流量推给数据“做”得好的直播间作为激励,对于违规者则给予不精确的流量,甚至“限流”。这一步骤使得“做数据”介入进“付出劳动力-获取劳动收益”的因果链条,“付出劳动-获得数据-收益转化”的逻辑取而代之。

其二,以数据分配为劳动控制的手段。传统销售过程的劳动目标是让消费者“下单”,但对于直播销售来说,只要得到优质流量的配给,变现是自然而然的结果,也就是说,流量与现金货币的转化近在咫尺。于是数据拥有了一种“类货币”属性:平台给直播间分配优质数据与直接给予货币激励近无二致,“限流”则无异于罚款。这种以数据分发为手段的劳动控制启发了对数据生产要素分配的新认知:由于数据的经济效能基于其聚合效应,所以数据要素的分配看似是利润平等化的法律问题和经济问题,实质是一个技术-社会问题,与“头部”互联网企业对数据的集合能力与计算能力所导致的技术权力有关,或进一步地,与数据资源需求方(劳动者)如何服从权力规则的行动方式有关,只有付出劳动,而且是被平台算法所详细设计、划定标准后的劳动,才能得到劳动资料。

2. 系统意识与数字社会结构的再生产

只强调平台权力容易走向带有技术批判色彩的决定论。按照结构化理论,结构是在人的行动之中并通过行动来得到体现的^{[44]50},规则的存在高度依存于行动者的自觉意识^[45]。劳动者和他们所付出的劳动过程是数据规则被实现的载体。被研究对象为什么理所当然地将“做数据”作为销售劳动的本职工作?根源在于“系统意识”的存在。系统意识是劳动者对技术系统在场性和权力有效性的感知,是基于对平台运行逻辑持续的反思性认知所形成的行动动机,一种“觉醒”。经历过若干次“违规”惩罚后的直播销售员十分清楚,他们真正的“展示”对象并不是看播用户,

而是D平台。上文提到的“标签劳动”中就能看到销售员有意识地面向系统进行“表演性”劳动,此外,他们还会利用某些规范外的技巧去“迎合系统”,甚至“算计系统”。以“骗流量”为例:

“我们在后台做链接的时候会默认设置一个‘两件起拍’,但是不让用户看到,这时候只想拍一件的人就会卡住一会儿,这就等于给我们提供了停留时间的数据。后来投诉的人多了,系统也发现这个问题了,这招就用不了了。有的直播间才叫过分,他们直播间卖1块钱的东西,其实他只设置了1个或2个库存,根本抢不到的,但大家都喜欢抢,他就是用这种办法吊着你,让你帮他做流量。”(运营Y1访谈记录)

尽管受到算法的支配,但销售员会结合自身需求、意识和现实条件,用能动性力量去测试和确认行动的规则,用“操弄的态度”^{[44]56}利用规范的约制来为自己服务,一边复制和再现着规则的有效性,一边参与着技术系统新样貌的建构:

“我们这些钻漏洞的主意总有一天会被平台发现,然后补上漏洞的,但在那之前,总能用一阵子,过后再想别的办法。在D平台,我们天天找漏洞、试方法,平台天天补漏洞。我们不会怕同行竞争,因为最大的对手是平台,一切手段都是为了应付平台。”(运营Y3访谈记录)

从“系统意识”出发可以试图理解“数字劳动秩序何以可能”的问题。一方面,系统意识帮助塑造有“资格”的劳动者。系统意识是数字社会结构特性打在劳动者身上的“烙印”,直播销售员将数据资源及其法则的重要性充分内化,形成了既包含外部知识又包含行为倾向与态度的“内化的结构”(internal structures)^[38],劳动者也因此被形构出了新的主体性:数据计算、对系统运行逻辑的判断、迎合算法规则等“系统互动倾向”成为当代数字劳动者的基本素养,一种胜任劳动任务的资格能力。于是数字劳动者在经历了“去技能化”后又被“再技能化”,在与技术系统的持续互动中构建和完善着自身。

另一方面,技术作为一种塑造社会关系的结构力量,发挥作用的方式不仅是组织上的,还有心理上或文化上的。眼下,互联网、平台企业等技术主体对劳动世界的影响颇受重视,特别是关于它们如何创设了新的劳动关系组织方式,或如何促使劳动控制从管理过程中隐身。这一切得以

真实发生的一个关键环节是劳动的具体承担者,是劳动者个体实现了将技术运行的外部条件内化为自身的行动逻辑,他们在反复实践中知晓了如何与技术“合作”才能达到目标,传统工作思维被一再重塑,新的、技术化的共同观念正在显现。这种共同观念不同于传统“工人阶级文化”中对企业管理者的防御性与对抗性^{[46][464-465]},而与日益增强的专业化有关,与一种面向技术的团结感有关。那种弥散的、不可言明的“系统意识”也许能够解答雷蒙·威廉斯(Raymond Williams)的问题:如何在高度专业化技术之下界定文化的团结感^{[46][466]}。

六、结论

本文基于结构化理论,解读了数字劳动者及其行动与数字技术的结构情境是如何完成整合的。通过展现直播销售员在“做数据”过程中面临的数据环境以及个体应势而生的劳动策略,挖掘出了平台数据所具有的资源配置与工具权威双重属性,以及这两种形态的数据参与塑造数字劳动的实践过程。在此基础上,研究揭示了数据劳动的基本逻辑,对数字劳动秩序如何形成、劳动者如何在平台权力下发挥主观能动性这两个相辅相生的问题作了阐释。以真实劳动过程为案例的实证研究,既是对“结构属性既是构成那些系统的实践的媒介,又是其结果”^[47]的理论立场的呼应,也是将结构化理论用于指导经验研究程序设计的尝试。

透过结构二重性能看到什么呢?首先,在劳动者-数字技术这一互动系统再生产的过程中,数据发挥了关键的媒介作用。数据作为配置性资源既体现为数据劳动所产出的有价值的内容产品,又以流量再分发的方式完成了万千数字劳动者所渴望的劳动资料的分配;作为权威性资源,数据既为劳动者设定了数据产品的形态和标准,又充当了对劳动者实施管理、激励与制裁的中介手段。与数据相关的行事规则由数据资源转换而成,进一步成为平台技术权力的来源,共同参与劳动过程的塑造并完成自身的再生产。数字技术在纵深与广度上的延展,令它不仅对社会结构变迁产生了影响,更已经生长为结构的一部分。平台企业作为技术的掌控主体获得了某种支配地位,所拥有的制服、分配的权力与劳动者对数据的渴望、依赖形成了一种结构性不对称。

与此同时,劳动者并非束手就擒,在“做数据”的过程中他们会通过部署自己的结构知识来行使权力,运用系统意识这一有迹可循的理性来源去计划工作流程、选择恰当的劳动策略。当劳动者应用“以劳动换流量、以流量换收益”的数据规则的同时,也在帮助自己施展权力并使自己获得了资源。平台利用数据和算法控制劳动过程,本意是企业用户提供良好服务从而吸引更多消费者,劳动者则将数据原则做了极端化处理,认定流量的唯一重要性并不时采取“破坏性”手段,以用户利益受损为代价来达到目的,这种对数据的“异化”应对正是一种产生性力量,使作为实践的数字劳动与数字空间结构之间处于一种变动不居的关系之中。

研究“做数据”背后的数据劳动还帮助扩展了数字劳动的意涵。在既有研究中,数字劳动概念因泛化使用而被认为是一种空洞的能指^[48],它在传播学视野下等同于受众劳动,在社会学实证研究中则近似于平台劳动(尤其是低技能平台劳动),各自所探讨的问题也面临窄化趋势。实际上,数据劳动不仅仅是数字劳动的子集——或是以混淆了工作与闲暇界限为前提的生活痕迹的无偿产出,或是干脆指数据标注劳动;它应当是数字劳动的一个内在维度,是理解劳动秩序与劳动者境遇的重要变量。这是由于当下的数字劳动已经高度依赖于作为劳动材料与生产工具的数据,要求劳动者遵循数据流通规则和掌握与系统互动的技能,劳动者自身则对数据权力有了深刻感知并进行有意识的运用,这使得数字劳动议题的讨论有可能与个体-结构整合这一经典理论问题关联起来,向数字社会的整体性认知更迈进一步。总之,劳动是实践的典型形态,回答劳动者做什么、如何做的问题是解答“数字社会何以建构”的微小但必要步骤,数字劳动对于回答“人如何在自我选定的条件下创造历史”这一马克思式的问题仍有广阔的分析价值待发掘。

参考文献

- [1] 陈龙. 两个世界与双重身份——数字经济时代的平台劳动过程与劳动关系. 社会学研究, 2022, 37(6): 81-100, 228.
- [2] 吴清军, 李贞. 分享经济下的劳动控制与工作自主性——关于网约车司机工作的混合研究. 社会学研究, 2018, 33(4): 137-162, 244-245.

- [3] 郑祁, 杨伟国. 零工经济前沿研究述评. 中国人力资源开发, 2019, 36(5): 106-115.
- [4] 韩文龙, 刘璐. 数字劳动过程中的“去劳动关系化”现象、本质与中国应对. 当代经济研究, 2020(10): 15-23.
- [5] 黄再胜. 人工智能时代的价值危机、资本应对与数字劳动反抗. 探索与争鸣, 2020(5): 124-131, 160.
- [6] 邱泽奇. 劳动与尊严——数字时代“不躺平”的逻辑前提. 探索与争鸣, 2021(12): 74-79, 178.
- [7] Chen, B; Liu, T and Wang, YQ. Volatile Fragility: New Employment Forms and Disrupted Employment Protection in the New Economy. International Journal of Environmental Research Public Health, 2020, 17(5):1-14.
- [8] 李政, 周希祺. 数据作为生产要素参与分配的政治经济学分析. 学习与探索, 2020(1): 109-115.
- [9] 陈衍泰, 许正中, 谢在阳. 数字经济发展背景下数据要素参与分配的机制研究——以浙江为例. 清华管理评论, 2021(11): 92-98.
- [10] 刘懿璇, 何建平. 从“数字劳工”到“情感劳动”: 网络直播粉丝受众的劳动逻辑探究. 前沿, 2021(3): 104-115.
- [11] 黄瑜, 旷轶丹. 人工智能背后不可或缺的“人工”——关于贵州自动驾驶汽车的图像数据标注员的调研. 清华社会学评论, 2023(2): 56-85.
- [12] 王国成. 加快形成新质生产力, 推动数据要素价值创造. 中国社会科学网. <http://www.cssn.cn>. [2023-1-22].
- [13] 邵占鹏. 工业互联网作用下的结构与权力变迁——数据作为重要生产资料的视角. 社会学评论, 2021, 9(5): 85-104.
- [14] 何玉长, 王伟. 数字生产力的性质与应用. 学术月刊, 2021, 53(7): 55-66.
- [15] 阮朝辉. 马克思主义生产方式视阈中的数据技术: 性质、地位与作用. 探索, 2018(1): 21-31.
- [16] 余斌. “数字劳动”与“数字资本”的政治经济学分析. 马克思主义研究, 2021(5): 77-86, 152.
- [17] 王传智. 数据要素及其生产的政治经济学分析. 当代经济研究, 2022(11): 26-33.
- [18] Zuboff, S. Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. Journal of Information Technology, 2015, 30(1): 75-89.

- [19] 王天夫. 数字时代的社会变迁与社会研究. 中国社会科学, 2021(12): 73-88, 200-201.
- [20] 王星, 王春璇. 从工业劳动到数字劳动: 劳动过程变迁与理论探索. 新视野, 2023(6): 38-45.
- [21] 赵磊, 厉基巍. 与数字技术同行: 技术与技能互构视角下的劳动过程研究——以外卖骑手为例. 新视野, 2023(6): 46-54.
- [22] Birch, K. JanTechnoscience Rent: Toward a Theory of Rentiership for Technoscientific Capitalism. Science Technology & Human Values, 2020, 45(1): 3-33.
- [23] 操奇, 孟子硕. 数据作为生产要素参与分配机制的几个问题. 福建论坛(人文社会科学版), 2020(11): 19-27.
- [24] 李巧巧. 数据产权的分配正义及其制度实现——基于马克思的产权论与正义观. 行政法学研究. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.3110.D.20240110.1002.002.html>. [2024-03-10].
- [25] 马克思恩格斯全集. 第46卷上. 北京: 人民出版社, 1997: 33.
- [26] 谢芳芳, 燕连福. “数字劳动”内涵探析——基于与受众劳动、非物质劳动、物质劳动的关系. 教学与研究, 2017(12): 84-92.
- [27] 孙萍. “算法逻辑”下的数字劳动: 一项对平台经济下外卖送餐员的研究. 思想战线, 2019, 45(6): 50-57.
- [28] 闫泽华. 算法逻辑下的数字劳动权益及治理转型. 学习与实践, 2023(12): 23-32.
- [29] 李胜蓝, 江立华. 新型劳动时间控制与虚假自由——外卖骑手的劳动过程研究. 社会学研究, 2020, 35(6): 91-112, 243-244.
- [30] 贾文娟, 颜文茜. 认知劳动与数据标注中的劳动控制——以N人工智能公司为例. 社会学研究, 2022, 37(5): 42-64, 227.
- [31] Hill, D. W. Cognitive Labour. The Pathology of Communicative Capitalism. Palgrave Pivot, London. https://doi.org/10.1057/9781137394781_2 [2024-03-14].
- [32] 戴宇辰, 袁冰雨. 云上车间中的劳动折叠: 人工智能数据标注的劳动过程研究. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2023(3): 108-121, 170.
- [33] 吴桐雨, 夏冰青. 计算与算计: 数据标注劳动中的算法补足组织. 社会学评论, 2023, 11(6): 66-86.

- [34] 玛丽·L. 格雷, 西达尔特·苏里. 销声匿迹: 数字化工作的真正未来. 左安浦译. 上海: 上海人民出版社, 2020.
- [35] 赫伯特·西蒙. 认知: 人行为背后的思维与智能. 荆其诚, 张厚粲译. 北京: 中国人民大学出版社, 2019.
- [36] 克里斯蒂安·福克斯. 数字劳动与卡尔·马克思. 周延云译. 北京: 人民出版社, 2020.
- [37] Turner, Jonathan H. The Theory of Structuration. *American Journal of Sociology*, 1986, 91(4): 969–77.
- [38] Parker, John. Structuration's Future? *Journal of Critical Realism*, 2006.5(1): 122–138.
- [39] 哈里·布雷弗曼. 劳动与垄断资本: 二十世纪中劳动的退化. 方生等译. 北京: 商务印书馆, 1979.
- [40] 赖斯·米尔斯. 白领: 美国的中产阶级. 周晓虹译. 南京: 南京人民出版社, 2016.
- [41] 罗伯特·K. 殷. 案例研究: 设计与方法. 周海涛, 史少杰译. 重庆: 重庆大学出版社, 2017.
- [42] 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. <http://nads.ruc.edu.cn/zkcg/ztyjbg/c90764ffcbd641b79e3b9e352abee61.htm>. [2024-03-16].
- [43] Edwards R. *Contested Terrain: The Transformation of the Workplace in the Twentieth Century*. New York: Basic Books, 1979: 17.
- [44] Giddens A. *Domination, Power and Exploitation: an Analysis*. In *A contemporary Critique of Historical Materialism*. Macmillan Education UK, 1995: 49–68.
- [45] 谢立中. 主体性、实践意识、结构化: 吉登斯“结构化”理论再审视. *学海*, 2019(4): 40–48.
- [46] 雷蒙·威廉斯. 文化与社会 1780—1950. 高晓玲译. 长春: 吉林出版集团有限责任公司, 2011.
- [47] 安东尼·吉登斯. 社会理论的核心问题. 郭忠华, 徐法寅译. 上海: 上海译文出版社, 2015: 77.
- [48] 吴静, 邓玉龙. 以数据劳动解析平台资本主义的价值生成. *马克思主义理论教学与研究*, 2023, 3(3): 67–76.

“Making Data” : The Digital Construction of Labor Order

——A case study of sales labor in Y live streaming rooms

XIE Rong¹ ZHANG Guo-dong²

(¹School of Philosophy and Sociology, Lanzhou University;

²College of State Governance, Southwest University)

Abstract: Digital technology has not only profoundly influenced the transformation of social structures but has also become an integral part of these structures. Labor represents a typical form of social practice and is a crucial area for analyzing the structure and order of digital societies. Under the guidance of Structuration Theory, a case study methodology was designed, incorporating an analytical framework based on allocative and authoritative resources. This framework was applied to an empirical study of sales labor in the live streaming rooms on Platform D. By showcasing the data environment faced by live salespersons during the "data-making" process, as well as the emergence of systemic awareness and labor strategies in response to this environment, the study uncovers the dual attributes of platform data as both a resource allocation mechanism and a tool of authority. Furthermore, it explores how these two forms of data participate in shaping the practice of digital labor. Building on this, the research reveals the fundamental logic of data labor and elucidates how the order of digital labor is formed and how laborers exert their agency under the power of platforms, addressing two interrelated questions.

Keywords: data, data labor, digital labor, live streaming sales, traffic, duality of structure

(责任编辑 黄小茹)