

控制之外：平台勞動者的另類 數字實踐

陳 梁世輝 劉港平

一 平台化勞動：控制之外？

2020年9月8日，《人物》雜誌微信公眾號發表了一篇名為〈外賣騎手，困在系統裏〉的文章，引發了社會對騎手勞動的強烈關注，並掀起了關於算法與勞動控制的討論熱潮。文章作者賴佑萱歷經半年有餘的田野調查，用簡練有力的筆法剖析了數字技術脅迫下的送餐勞動現狀：算法規制讓騎手加速奔跑、害怕差評、擔心績效……騎手成了困在外賣平台系統裏的勞動者^①。文章引發病毒式傳播，一時間關於「困在系統裏」的討論激烈洶湧。這在某些側面反映出當下中國社會對於「被控制的勞動」的深深不安與擔憂。

以此為契機，國內勞動研究領域在過去幾年間展開了關於平台勞動與技術控制的廣泛討論。這樣的討論有着鮮明的時代必要性——中國近十年間狂飆猛進的平台經濟催生了新一輪零工就業潮，互聯網零工人群已超過兩億人次。從外賣騎手到快遞員，從網約車司機到家政工，平台企業所涉足的勞動場域愈加垂直和細分，以算法和人工智能（AI）為主的技術體系形塑了勞動控制的全新模式，並引發了學界的深入討論。雖然勞動控制一直是勞動過程研究的重要面向，但數字技術的崛起讓這一議題在近些年成為備受關注的焦點。

平台勞動的控制表現為鮮明的技術控制。具體來說，體現在控制範圍和控制邏輯兩個層面。首先是數字技術拓展了資本的控制範圍並強化了控制黏性。一方面，平台的出現打破了現實的地域和時空界限^②，使資本控制延伸到社會的各個角落，將分散的勞動力聚合在同一賽博空間（cyberspace）中，整個社會被塑造為「勞動化社會」^③；另一方面，平台經濟的弱空間依賴性打破了傳統的工廠體制，塑造了勞動者渴求的「自由」表徵^④，增加了勞動者對平台剝削的主動「同意」，使勞動者成為平台的「黏性勞動力」（sticky labour）^⑤。其次是智能技術的存在發揮了「數字泰勒主義」（Digital Taylorism，即「借助智

能設備無時無刻不在收集數據，並將數據分析結果潛移默化地應用到平台勞動者身上」)的最大功效^⑥。「趕工遊戲」(展開工作競賽，參與者變相同意對自身的剝削)、「老闆遊戲」(工作被塑造為未來成為老闆的「原始積累」，從而消滅勞動者對惡劣勞動條件的抵觸)、「情感補償」(勞動者將工作自我轉化為尋求樂趣和滿足感的遊戲過程，以調適勞動過程中產生的倦怠感)等趣味性規則在勞動管理中不斷出現，讓勞動者在遊戲化的「軍備競賽」中發揮自主性並獲得物質與精神滿足^⑦。這樣的遊戲化管理鼓勵勞動者製造能動，以數據化的信息反饋深化算法的精準控制能力。

既往關於數字技術與勞動控制的研究快速彌補了我們對於智能時代勞動特徵的理解與反思，也在很大程度上補充了工廠時代勞動過程理論的諸多不足。但是，在長期跟蹤平台勞動者的研究過程中，我們也發現單純地聚焦於「控制」的面向可能存在一定的局限。首先，控制的邏輯，尤其是技術控制的邏輯過度關注平台勞動者的「工作世界」而忽視了他們的「生活世界」。對於勞動者來說，平台勞動的時間靈活性與間歇性使他們的勞動與生活難以分離，往往一部手機之上，既關聯着他們的工作世界，也棲居着他們的生活世界。對技術控制面向的強調忽視了個體勞動者「另類數字實踐」的存在空間，極易使我們「只見樹木不見森林」。其次，技術控制的邏輯過於強調以算法和人工智能為基礎形塑的技術管理系統，卻忽略了在此之外的諸多技術賦能輔助。平台勞動者是積極的互聯網和移動終端使用者。這意味着他們的活動不僅僅是平台用工語境下的「下載勞動」^⑧，而是對多重技術輔助下的能動的網絡生態的參與，包括以手機為主的媒介技術使用(以下簡稱「媒介使用」)、生活世界中諸多手機應用程式(APP)的使用，以及線上社區的交流等。在某些程度上，這些技術輔助下的網絡生態成為平台勞動者用以抗衡大型商業技術系統的重要支撐，而現有研究對它們的關注往往較少。

以上兩個原因是本文展開論述的基礎。我們希望越過大型技術系統的控制研究，看到一個略顯平凡、卻充滿生機和複雜互動關係的平台勞動者的另類數字實踐。根據2023年中國互聯網絡信息中心的數據，中國有超過十億人使用互聯網^⑨，其中囊括了大量的平台勞動者。技術之於勞動，不只有控制，也有連接、轉譯、轉化、協商的存在。

如何定義平台勞動者的另類數字實踐？它主要指代勞動者在平台化管理系統之外的數字媒介使用和實踐，以及在此基礎上形成的信息、知識和關係等層面的自我賦能。數字化與智能化的普及，使媒介逐漸與數字技術融為一體(即新媒體的面世)。媒介即是技術，技術也是媒介。本文無意辨析兩者的要義區別，而是希望從中看到勞動者如何以達成個體權益為目標去展開有效的數字化實踐，從而展現自我的主體性和能動性。在關於媒介技術的社會角色問題上，韋伯認為資本主義活動的組織方式經由「理性」達成，而媒介的主要功能是溝通和形成統一思想^⑩。在數字技術與自媒體交織的今天，這一邏輯正在發生改變。個體勞動者使用媒介技術的密度和強度前所未有，伴隨着

眾多勞動者媒介素養的提升，創造性的媒介使用和技術策略不斷湧現，我們亟需在單一的「控制」邏輯之外補足勞動者生活世界中的媒介使用的意涵。

縱觀勞動研究，另類數字實踐伴隨着互聯網的興起接踵而至。雖然以往的研究沒有採用「另類數字實踐」的概念，但是研究者筆下的諸多勞動者不斷創新和轉化的技術實踐，正是另類數字實踐歷史發展脈絡下的諸多錨點。例如，在丁未和田阡對湖南攸縣出租車司機利用傳呼機所形成的「空中社區」的考察中，網絡技術打破了傳統網絡的捆綁性和同一性，使工人能夠自由管理社會關係、自由表達並獲取異質化信息^①。汪建華對於工廠工人使用互聯網的考察顯示，一方面互聯網的無界性打破了政府和工廠對於信息的管制，強化了工人的自我困擾認知，使其能夠接觸外部媒體和論壇平台信息，學習罷工策略和法律法規；另一方面工人也充分利用即時通訊軟件QQ和論壇平台表達訴求，分享新知，互相鼓勵，將弱關係轉化為熟人關係，展開集體抗爭^②。互聯網技術催生新型跨域社會網絡的建立以及中下階層的網絡文化表達，中低端信息技術的使用形塑了工人階級的草根社會文化且催生了工人階級公共領域，將不同的職業群體匯聚到反抗工人集體中，壯大了數字網絡的行動力量^③。

在既往文獻的基礎上，本文以2021至2023年間我們對於平台勞動者，尤其是外賣騎手、網約車司機、代駕員、網絡主播領域的田野觀察、深度訪談和問卷調查為基礎，探究平台勞動者的另類數字實踐如何成為可能以及呈現甚麼樣的特點，並在此基礎上討論這些另類數字實踐的作用和意義。其中下文使用的外賣騎手問卷調查經由問卷網平台發布後，傳至我們加入的騎手微信群以及受訪騎手個人微信，進行隨機抽樣和滾雪球抽樣。此調查聚焦於北京地區外賣員工作和生活狀況，涉及勞動狀況、勞動安全、手機使用、意外商險等內容。代駕員調研時間為2022年2至10月，調研地點為北京和廣州，共訪談四十二人。訪談以滾雪球推薦和在三里屯、簋街等熱門地區呼叫代駕的隨機訪談兩種方式進行。訪談涉及代駕員的平台使用、勞動感知、工作薪資和勞動安全等內容。

二 系統之外的媒介使用

媒介使用既是勞動者進行數字實踐的前提，也是數字實踐本身。算法系統之外，平台勞動者如何進行媒介使用？對於技術的接觸和使用，如何有效地與生產、生活進行連接和轉化？

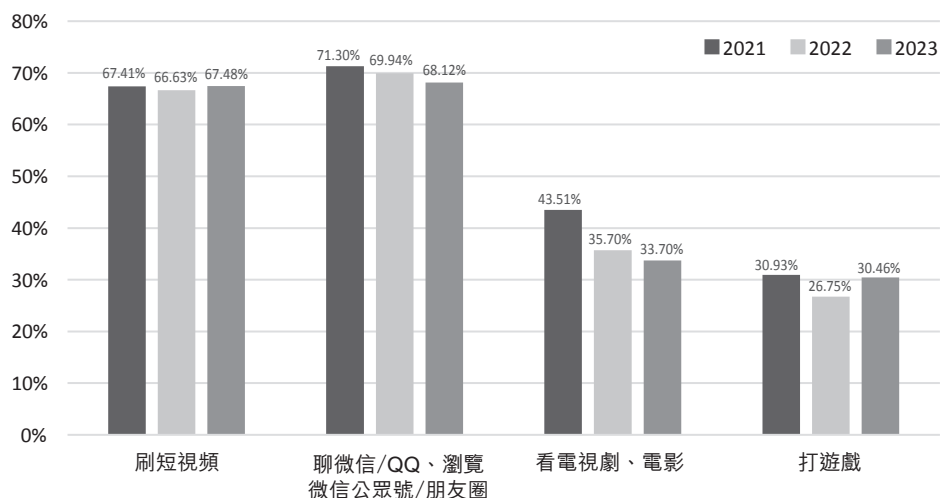
近十年來，中國平台經濟的崛起大大提高了勞動者的媒介素養和能動性。這與既往研究所探討的以傳統媒體為主的工廠時代農民工的媒介使用之間，既有延續，也有不同。從勞動者的媒介素養問題看，兩者具有媒介接觸與使用技能提升的一致性，而從勞動實踐看，平台用工下的媒介使用要求更高、目的性更強，並帶有明顯的強制性。不會操作智能手機意味着工作機會的流

失。愈來愈多的農民工群體開始擺脫天然弱勢的困境，熟練運用數字工具獲取、信息搜索、軟件安裝等技能，並逐步學會篩選、獲取社會新聞，參與網絡公共事件討論等，縮小了傳統意義上的數字鴻溝^⑭。平台勞動將農民工群體的技術使用能力向前推進了一大截。

需要說明的是，現有的數字平台勞動者的主要構成人群是農民工群體，另有少數人群來自其他職業，以個體工商戶、餐廳服務員、物流業司機為主。平台勞動者較高的媒介素養除了基於平台就業對於APP使用的強制要求以外，也與其年齡段有關。我們2023年的問卷調查結果顯示，外賣騎手年齡集中在25至36歲，佔比達69.29%，其中「90後」的騎手超出五成，佔比52.29%。作為互聯網原住民，他們積極擁抱新媒體平台，在與平台企業的雙向互動中提升自身的媒介素養。

勞動者媒介素養的進步使多元化的媒介使用成為可能，而媒介使用能力的拓展一方面為勞動者帶來了更多的賺錢機會和城市融入感，另一方面使勞動者的文化水平和權利保障意識得以提升。我們在2021至2023年間針對北京外賣騎手的問卷調查數據顯示，在通訊軟件聊天和瀏覽公眾號/朋友圈，刷短視頻，看電視劇、電影，打遊戲這四項內容是勞動者工作之餘的主要活動（圖1）。與這些活動緊密相關的信息搜索能力和技術運用能力為平台勞動者帶來了新機遇。

圖1 外賣騎手工作之餘的上網行為（2021-2023）



資料來源：2021至2023年針對北京地區（東城、西城、海淀、朝陽、房山、大興）外賣騎手的問卷調查，連續三年受調查總人數分別為1,209、1,028、1,264。問卷經由問卷網平台（<https://www.wenjuan.com>）發布，圖2-5出處相同。

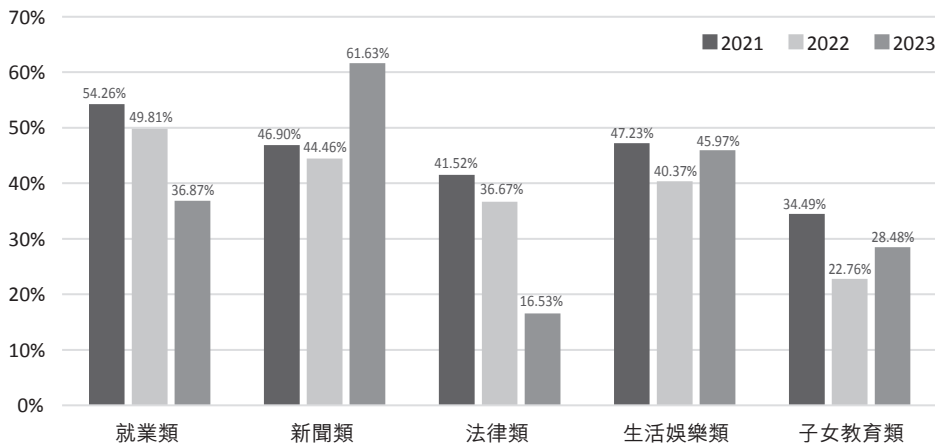
首先，借助短視頻和直播，勞動者可以通過關鍵詞搜索找到各平台職業的獵頭，並根據其所在區域、入職門檻、月收入區間、福利保障以及評論區留言，選擇待遇較佳的新職業。同時，短視頻提供了各類電影或電視劇的精

彩片段或混剪，助力勞動者依託各種「梗」或情節建立趣緣群體，從而能夠擺脫社交孤立，在脆弱又不穩定的工作環境中找到認同。

其次，網絡遊戲的出現也拓寬了勞動者的賺錢手段。例如，借助移動遊戲平台「王者榮耀」，外賣騎手胡博率隊在2021年「拉薩騎士杯」中獲得冠軍和3,000元(人民幣，下同)獎金，之後又在全國大賽西藏自治區賽區預賽中獲得季軍和1,000元獎金，塑造了其作為「頭號玩家」的新身份^⑤。由此可見，平台經濟催生的媒介使用幫助勞動者獲得更多的社會資源，同時也打破了勞動者傳統的「資格結構」，使其在更加大眾化與個性化的生命體驗中獲得城市歸屬感。

在尋找工作與日常娛樂的同時，勞動者也注重新聞和文化的學習。通過瀏覽公眾號/朋友圈以及各類新聞短視頻，勞動者提升自我、為自身利益尋求保障的意識和能力愈來愈強。根據2023年問卷調查，外賣騎手上網最常關注或最想了解的信息類別，新聞類信息佔比較前兩年顯著增加(圖2)。近年來，平台化勞動關係難以界定、職業傷害風險缺乏保障、資本壟斷與抽成過高、職業晉升受阻與社會認同程度較低等問題困擾着勞動者^⑥，而新聞對平台勞動的高度關注以及對相關專業內容的通俗解讀，彌補了勞動者信息不對等的困境，使其能夠及時了解獲取社會幫助的渠道。我們的調研也發現，騎手通過12345政務服務便民熱線表達訴求的現象增多，反映出他們開始關注個人權利。

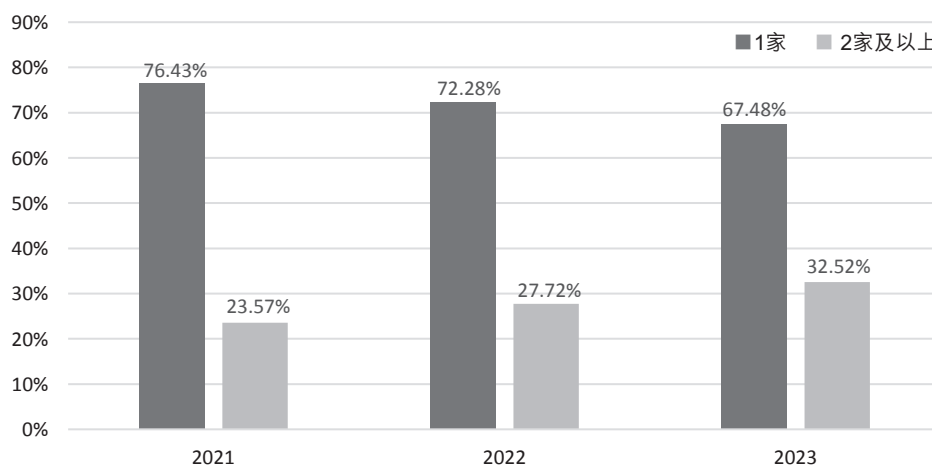
圖2 外賣騎手上網最常關注或最想了解的信息類別(2021-2023)



值得注意的是，勞動者多線程(multithreading)的跨平台運用，使「多線勞動」成為可能。依託創造性的時間管理模式，勞動者可以在相同的時間內實現利益的最大化。例如，由於平台勞動多以按單計價的模式存在，不少勞動者同時註冊多家用工平台，並且在不同時間段上線不同平台，以實現勞動收益最大化。問卷調查顯示，同時在兩家及以上平台工作的勞動者比例逐年增加，佔比從23.57%升至32.52%(圖3)。由於平台間競爭激烈，平台試圖對「多線勞動」進行監測並禁止。為了規避監控、保證收益，外賣騎手會使用多部移動設備從事勞動。例如有騎手利用三四部手機同時接單，不同平台派出的同

一地點範圍訂單可一起配送，既節約時間又提升效率。與此類似，不少網約車司機在多個平台註冊，在訂單高峰時段選擇利潤更高的平台，在低峰時段選擇多平台同時接單^⑰。移動媒介促成了時空流動性和勞動者自主性的「聯姻」，使勞動者擺脫了物理時空的規則約束，能夠自主支配和決定工作時間和工作場景，從而更有效地增加收入^⑱。

圖3 外賣騎手工作的外賣平台數量(2021-2023)



以智能手機為代表的媒介使用不僅有助勞動者在智能時代謀生，也為勞動群體的團結互助創造了條件。在互聯網出現之初，傳統的產業工人在資方「無線繩」(wireless leash) 策略的控制下，呈現出個人化的生存狀態^⑲，而發展至今，在以平台勞動為表徵的智能時代，勞動者虛擬社區已普遍建立。在問卷調查中，擁有三個及以上與外賣相關的微信群的騎手佔比超過50% (圖4)，並且「工作相關內容」、「閒聊、發牢騷」、「找工作」、「找房子」、「認識老鄉」、「二手買賣」成為出現次數最多的社群聊天內容 (圖5)。由此可見，線上群聊已

圖4 外賣騎手加入的與外賣相關的微信群數量(2021-2023)

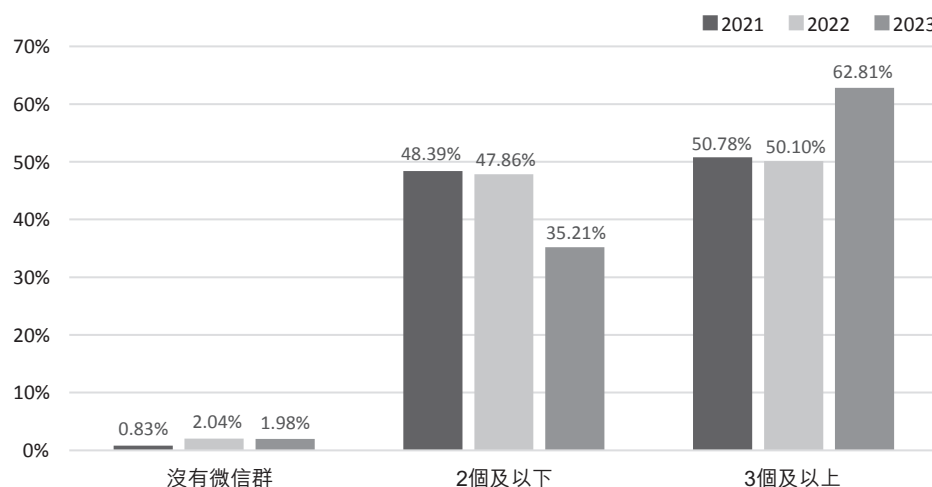
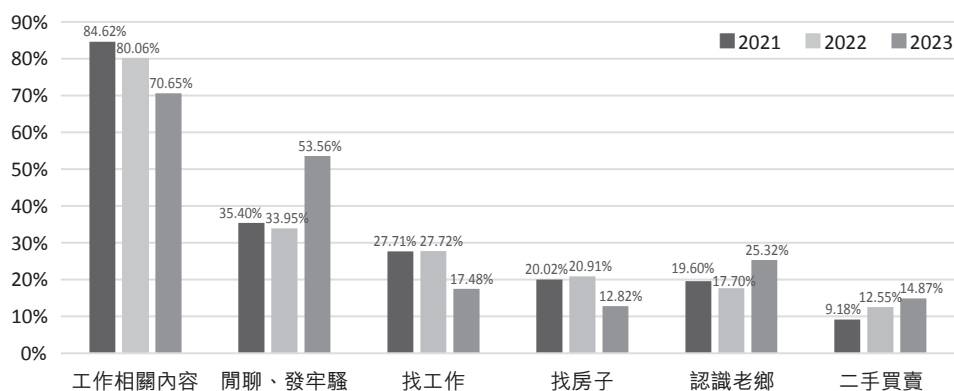


圖5 外賣騎手在微信群的聊天內容(2021-2023)



經涉及勞動者工作、生活、交友等日常的方方面面。他們相互理解、共建規範、共享資源，逐漸形成強有力的情感連接，並塑造了職業身份認同^②。正如格羅曼 (Rafael Grohmann) 等人對英國和巴西外賣騎手的研究中指出，雖然騎手在平台企業缺乏垂直雙向溝通的權利，但是他們能夠通過替代性平台建立多元的橫向溝通方式，如在 WhatsApp 和 Instagram 等社交媒體分享日常，在共享性實踐中獲得身份歸屬感^②。

另一方面，以「求生存」為目的形成的虛擬社區實現了平台勞動者異質化信息的交換，大大拓展了自身的生存空間。例如，一些騎手因外賣單價下調、送餐事故退出外賣行業，但依託騎手的微信群做起了辦理健康證或者售賣電動車的生意。還有騎手通過直播獲得關注，並與幾個騎手同事形成了招聘團隊。個體以智能手機為媒介，通過參與群體實踐獲得社會資本，並通過與其他群體成員的社會活動獲得持續再生產的社會資本^②。

綜上，通過對勞動者媒介使用的分析，可見智能手機已經嵌入到平台勞動者工作與生活的多重場景中。其媒介實踐一方面促進了個人謀生技能的提升，另一方面幫助他們建立起與其他勞動者和城市之間的連接，並為其建立新型社會關係以及更好地適應城市生活創造了條件^③。

三 另類數字實踐形塑的抗爭空間

在奉行「泰勒制」(Taylorism，即由經營方「控制和指揮勞動過程的每一步驟」)的傳統工廠^④，勞動者的工作時間、地點、步驟、工作量、工友交流等，都受到不同層級管理者的嚴密監控。其個體抗爭行為包括消極怠工、拒簽合同、反駁管理者、法律訴訟、媒體曝光等；集體行為則表現為靜坐、集會、罷工、集體談判或激烈的暴力抗爭。然而，從結果來看，個體的抗爭效果有限，且往往以失去工作機會甚至生命為代價；集體抗爭的強度有餘但持續性不足，且高度依賴於核心的組織者，由於國內的工會組織往往被資本或

政府所控制，媒體報導也傾向於以社會穩定為導向，因而罷工等行動極易被瓦解。而在平台勞動中，通過另類數字實踐，勞動者以技術、語言和情感為載體，通過和算法、工友、商家、消費者的互動，激活了更強大的政治主體性和對抗資本的集體力量。

首先，數字平台和「算法黑箱」（技術的複雜性使用戶難以洞悉算法的設計動機和原理）打破了時空限制，客觀上為勞動者的自主性預留了空間。勞動者會積極捕捉算法漏洞，規避算法監控，展開豐富的「逆平台」和「逆算法」實踐。尤其是當他們感知到算法不公、對平台產生不信任感，或者感受到被控制時，這種抵制行為便會隨之增加²⁶。針對配送行業的調查顯示，當外賣騎手發現算法存在漏洞時，會與店家協商，通過「下空單」的方式賺取平台獎金；而在訂單量有限時，他們會使用外掛軟件輔助搶單。這類外掛軟件可以提前設置好所搶訂單的距離範圍，圍繞騎手定位向外輻射的相應距離，幫助騎手實現「秒搶」，並且會不定時更新。以德國為例，一些配送員會使用虛假的全球定位系統（GPS）應用程式來更改GPS信號，欺騙平台算法，從而規避懲罰和獲得更多訂單²⁷。同類輔助軟件的使用也廣泛存在於國內的用工平台。陳玉潔對中國滴滴平台網約車司機的研究指出，他們會使用作弊程式使車輛在多個設備上運行，從而繞過平台的規則和監控，並且會比較多名乘客的需求，從中選擇最優交易對象。這種借助其他軟件操縱數字平台、從而獲取優勢的過程也被稱為「算法行動主義」（algorithmic activism）²⁸。在這些情境下，勞動者的另類數字實踐以個體為單位，既完成了對管理者的軟性對抗，也實現了自身利益的最大化，具有極強的靈活性和韌性，可以變換形式，長期存在。

其次，在用工平台之外，數字勞動者也通過積極運用新媒體，實現自我言說和賦權，並動員集體性的反抗。比如，外賣騎手會通過抖音、快手等短視頻平台講述自己的勞動經歷、心理感受等，聚集「異域流量」（通過展現自己的生活經歷，得到愈來愈多跨階級、跨地域人群的共情與支持），將亞文化資本轉化為社會資本和經濟資本，進而爭取與用工平台談判、協商的籌碼。一個典型的案例是，有外賣騎手在短視頻平台開通了自己的賬號，他在視頻中質疑平台老闆、喊話勞務公司，聚集了大批「粉絲」，還組建了十多個騎手微信群，在平台降低單價時組織騎手罷工，這也一度引起了媒體的關注。相較於傳統的罷工，借助社交媒體讓這類集體行動的組織難度大大降低，且具有偶發性，因而更難被「撲滅」。與此同時，勞動者可以通過增加自身行為的可見性，來動員普通民眾的同理心，贏得輿論支持，而這正是其重要的權力資產。一個更有說服力的海外研究是，印度在線美容和家政服務平台的女工為了提高佣金比例而組織集體罷工，她們利用WhatsApp、Zoom、推特（Twitter）、電話等不同媒介共享內容、溝通行動方針、組織內部動員，既鞏固了女工的集體認同，也引發了傳統媒體、工會和公眾對其處境的關注²⁹。

再次，平台勞動者與消費者還基於信任這一積極情感，形成了對抗平台剝削的隱形聯盟。一項針對遊戲陪練員的研究指出，成熟的陪練員會通過添加客戶微信的方式，繞開平台來下單、存單、轉賬、組建客戶社群，在這個過程

中，平台只是他們獲得客源的渠道之一²⁹。而在2022年針對代駕員的調研中，我們也同樣發現，經驗豐富的代駕員會添加客戶的微信，繞過平台「接私活」，比如在指定的時間、地點幫助客人接送孩子、運送物品等，承擔私人司機的職責。這類行為的原理相似，即勞動者在贏得用戶信任以後，借助社交媒體的可供性（affordance），將平台的用戶轉變為自己的客人，從而規避平台分成，並實現互惠。而在那些本身就以情感為商品的經濟行為中，這種情感聯結則呈現出更多的策略性。比如，秀場主播一方面借助微信與高消費用戶維持私人聯繫，以增強用戶黏性；另一方面，也會通過微信「大號」和「小號」來區分現實生活中的人際關係和直播間的親密關係³⁰。相較於具象的行動軌迹和交易數據，這類情感展演難以通過量化的方式匯入算法規則，因而有助於數字勞動者自主性的持續釋放與表達。而傳統的「勞動者—管理者」的雙向博弈，也在平台勞動中通過另類數字實踐變成了「勞動者—消費者—用工平台—其他平台」的多向度關係，勞動者可以在其中探索實現自身利益最大化的微妙平衡。

在新媒體再造的數字空間中，原本處於弱勢地位的勞動者通過捕捉技術漏洞、講述自身遭遇、動員集體反抗、結成信任同盟等方式，一方面突破圈層的限制，在更廣泛的網絡空間中，以受害者的形象強化了自身行為的正當性，積極爭取輿論的支持；另一方面也打破了物理空間的限制，在利用技術手段單兵作戰的同時，又結成數字化的勞動者同盟，增加了鬥爭的靈活性。相較於傳統工廠直接、正面的衝突，平台勞動者抗爭行為的多樣性、可持續性、主體能動性更強，且可以多方借力，多點並發。例如，為了對抗不公平的合約制度，諸多網文創作者在網絡中集結、約定集體「斷更」（中斷更新）的時間，他們的罷工行動得到了眾多「微博大V」和中國作家協會成員的支持，最終創造了近一億的微博話題閱讀量，並迫使平台方修改合同³¹。這樣浩大的聲勢和行動的迅捷性、有效性，在新媒體技術普及之前是無法想像的。而在一個信息愈加透明、溝通愈加便捷的技術社會，各方力量參與其中，個體勞動者的反抗行為更容易引發效仿，產生群體效應，並獲得公眾支持，從而形成由中心向四周輻射的力量傳導格局。這樣的共振顯然有着持久的影響力，可以反向推動平台的妥協和政府監管的完善。

四 結語

早在工廠時代，布洛維（Michael Burawoy）就將工人的主體性納入勞動研究的範疇，並且提出了「生產的政治」，他認為工人的主體性是在生產實踐中形成的³²。而在非物質勞動的領域，哈特（Michael Hardt）和奈格里（Antonio Negri）也提出，資本並非有形的物品或者絕對的權力，而是一種衝突性的社會關係；勞動者的主體性也不是原生、固定的，而是基於一定的立場、行動和制度環境不斷生成³³。因而，在正視資本剝削的同時，也需要看到宰制和解放作為矛盾的對立面，是彼此共存、相互滲透的。雖然勞動者無力從根本上

消除這一統治結構，但是藉由媒介技術的使用與連接，他們可以踐行另類數字實踐，嘗試建立新的、更具包容性的資本積累的法則。平台勞動者的另類數字實踐提醒我們，在平台技術系統之外存在更為多元化的數字網絡生態。平台勞動者在技術的加持下，擁有了挑戰算法黑箱、打破時空限制、對生產關係進行重構的潛力，這是「弱者的武器」，也預示着新的解放的可能。一方面，數字經濟的靈活性鼓勵並成就了個體的自我投資與增值，為主體性的生長提供了可能；另一方面，勞動者的主體意識正是在與統治權力的不斷博弈中被喚醒並且不斷增強。

註釋

- ① 賴佑萱：〈外賣騎手，困在系統裏〉（2020年9月8日），「人物」微信公眾號，<https://mp.weixin.qq.com/s/Mes1RqIOdp48CMw4pXTwXw>。
- ② 梅羅維茨 (Joshua Meyrowitz) 著，肖志軍譯：《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，2002）。
- ③ 吳鼎銘、胡騫：〈數字勞動的時間規訓：論互聯網平台的資本運作邏輯〉，《福建師範大學學報（哲學社會科學版）》，2021年第1期，頁121。
- ④ 李勝藍、江立華：〈新型勞動時間控制與虛假自由——外賣騎手的勞動過程研究〉，《社會學研究》，2020年第6期，頁91-112。
- ⑤ Ping Sun, Julie Yujie Chen, and Uma Rani, "From Flexible Labour to 'Sticky Labour': A Tracking Study of Workers in the Food-Delivery Platform Economy of China", *Work, Employment and Society* 37, no. 2 (2023): 412-31.
- ⑥② 陳龍、韓玥：〈責任自治與數字泰勒主義：外賣平台資本的雙重管理策略研究〉，《清華社會學評論》，2020年第2期，頁80-81；65-66。
- ⑦ 劉戰偉、劉蒙之、李嫵嫵：〈從「趕稿遊戲」到「老闆遊戲」：互聯網平台中自由撰稿人的勞動控制〉，《新聞與傳播研究》，2022年第1期，頁66-85；Mirela Ivanova et al., "Foodora and Deliveroo: The App as a Boss? Control and Autonomy in App-based Management—The Case of Food Delivery Riders", Working Paper Forschungsförderung, no. 107 (December 2018), www.econstor.eu/bitstream/10419/216032/1/hbs-fofoe-wp-107-2018.pdf；李晗、郭小安：〈遊戲陪練的情感勞動與情緒勞動：勞動實踐、隱性控制與調適機制——一項對MOBA類遊戲陪練師的網絡民族志考察〉，《新聞界》，2023年第3期，頁51-66。
- ⑧ 「下載勞動」指互聯網平台將一套精密且動態調整的勞動控制模式「下載」到工人身上。參見鄭廣懷、范一杰：〈從確立規範到常態規範——監控資本主義時代的勞動控制〉，《二十一世紀》（香港中文大學·中國文化研究所），2021年10月號，頁41-42。
- ⑨ 中國互聯網絡信息中心：〈第52次中國互聯網發展狀況統計報告〉（2023年8月28日），<https://cnnic.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWOAV.pdf>，頁1。
- ⑩ 韋伯 (Max Weber) 著，馬奇炎、陳婧譯：《新教倫理與資本主義精神》（北京：北京大學出版社，2012），頁3-21。
- ⑪ 丁未、田阡：〈流動的家園：新媒介技術與農民工社會關係個案研究〉，《新聞與傳播研究》，2009年第1期，頁61-70。
- ⑫ 汪建華：〈互聯網動員與代工廠工人集體抗爭〉，《開放時代》，2011年第11期，頁114-28。
- ⑬ 邱林川：〈告別i奴：富士康、數字資本主義與網絡勞工抵抗〉，《社會》，2014年第4期，頁119-37。

- ⑭ 梁輝：〈信息社會進程中農民工的人際傳播網絡與城市融入〉，《中國人口·資源與環境》，2013年第1期，頁114-16。
- ⑮ 〈西藏電競故事微紀錄片|第二集 騎士精神照進電競賽場〉(2021年12月8日)，封面網，www.thecover.cn/news/8465313。
- ⑯ 閻慧慧、楊小勇：〈平台經濟下數字零工的勞動權益保障研究〉，《經濟學家》，2022年第5期，頁58-68。
- ⑰⑱ Julie Yujie Chen, "Thrown under the Bus and Outrunning It! The Logic of Didi and Taxi Drivers' Labour and Activism in the On-demand Economy", *New Media & Society* 20, no. 8 (2018): 2691-711.
- ⑲ 陳翔：〈論手機傳播的「中間性」——基於傳播時空的重構〉，《西南民族大學學報(人文社會科學版)》，2020年第8期，頁143-49。
- ⑳ Jack Linchuan Qiu, "The Wireless Leash: Mobile Messaging Service as a Means of Control", *International Journal of Communication*, vol. 1 (2007): 74-91.
- ㉑ Etienne Wenger, "Communities of Practice and Social Learning Systems", *Organization* 7, no. 2 (2000): 225-46.
- ㉒ Rafael Grohmann, Mateus Mendonça, and Jamie Woodcock, "Communication and Work from Below: The Role of Communication in Organizing Delivery Platform Workers", *International Journal of Communication*, vol. 17 (2023): 3919-37.
- ㉓ 潘澤泉、李挺：〈農民工身份認同的影響機制研究——基於社會資本、同群效應與社會距離關係的實證分析〉，《中州學刊》，2017年第3期，頁56-64。
- ㉔ 孫信茹、余佳：〈流動的社會關係：外賣騎手的手機實踐與交往〉，《當代傳播》，2022年第5期，頁67-70。
- ㉕ 周戀等：〈在線用工平台從業者算法抵制行為量表開發與檢驗〉，《中國人力資源開發》，2023年第8期，頁102-18。
- ㉖ Heiner Heiland, "Controlling Space, Controlling Labour? Contested Space in Food Delivery Gig Work", *New Technology, Work and Employment* 36, no. 1 (2021): 1-16.
- ㉗ Dipsita Dhar and Ashique Ali Thuppilikkat, "Gendered Labour's Positions of Vulnerabilities in Digital Labour Platforms and Strategies of Resistance: A Case Study of Women Workers' Struggle in Urban Company, New Delhi", *Gender & Development* 30, no. 3 (2022): 667-86.
- ㉘ 燕道成、蔣青桃、陳蓉：〈數字勞動視域下的移動遊戲陪練：剝削、異化與反抗〉，《新聞與傳播研究》，2022年第5期，頁60-73。
- ㉙ 顧燁燁、莫少群：〈親密關係的建構與變現——基於秀場主播群體的研究〉，《中國青年研究》微信公眾號，https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzAxNzE4NDU2NA==&mid=2734256651&idx=1&sn=d608744322460ec881eafd4fa8829fc4。
- ㉚ 林磊、馮應謙：〈自由、自主與抵抗：作為創意勞動的網文創作〉，《新聞記者》，2022年第10期，頁72-84。
- ㉛ 布洛維 (Michael Burawoy) 著，周瀟、張躍然譯：《生產的政治：資本主義和社會主義下的工廠政體》(上海：上海人民出版社，2023)，頁376。
- ㉜ 哈特 (Michael Hardt)、奈格里 (Antonio Negri) 著，楊建國、范一亭譯：《帝國——全球化的政治秩序》(南京：江蘇人民出版社，2008)，頁33，註釋1、頁33-36。

孫萍 中國社會科學院大學新聞與傳播學院副教授、新聞與傳播研究所副研究員。

梁慧博 中國社會科學院大學新聞與傳播學院碩士研究生

劉港平 中國社會科學院大學新聞與傳播學院碩士研究生