

网络里的甘愿劳动:秀场女主播的建制民族志研究

周孟杰 徐生权 吴 玮

摘要:以秀场女主播日常生活与工作实践为出发点,采用建制民族志的研究方法,探讨女主播在某种强制、同意与自觉之下的甘愿劳动,描绘出中国社交直播间里的权力关系地图。研究发现女主播采取各种变美行动,沉浸于平台或公会所编织的网红梦中无法自拔。她们发挥创意吸引粉丝打赏,直播被组织成为一场游戏竞赛,成功掩饰和转移了剥削的生产关系。尽管她们甘愿付出,也曾自我抗争,最终却也都消弭于甘愿劳动中,形成了社会资本的弱势积累。

关键词:劳动过程;薪资制度;数字劳动;明星梦

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2021)03-0096-11

项目基金:教育部人文社会科学研究青年基金项目(20YJC860034)

“网络视频直播”既是一种基于移动互联网技术产生的新型媒介文化,也是一种新兴媒体形态。秀场直播是以女主播才艺表演、情感聊天或游戏互动为主的视频直播形式之一。社交与打赏是其两个重要属性,其社交变现功能拓宽了媒介发展的盈利管道,强化了社交、社群与经济利益之间的关系。^[1]网络制造女主播,从引发注意、建构认同、经营粉丝到巩固品牌,不外乎就是一种观众与粉丝经济的价值链,更是信息交流与商业交易情境的产业链。女主播们在商业资本逻辑的操控下,必须要有意识地、充满情感地表演和作秀并共享话语权,引导鼓动观众打赏,进而获得人气流量和物质回报。^[2]数字资本主义环境下,女主播或多或少地付出自己的情感能量,在此意义上,网络主播的劳动是一种“情感劳动”,也视为服务于数字资本主义的数字劳动。^[3]在激烈的平台战役和内容竞技背后,女主播实则又是大资本投入和回笼交叉战役中的“资本民间代理人”,是为大资本增值服务的“数字劳工”。^[4]更是具有某种同意、志愿性顺服之下的甘愿劳动,而女主播所创造出来的视听内容以及意义空间自然地成为平台资本剥削的对象。

在已有的一些实证研究中,较多都是从“身份认同、视觉消费、情感互动、媒介情境”等视角侧重分析网络人际的互动关系、媒介与传播生态的变迁,而女主播与平台、公司(公会)之间的劳动雇佣关系、宰制与剥削的矛盾却被遮掩,直播间背后的权力关系与意识形态问题被忽视。Christian Fuchs认为网络的政治经济学批判应存在一个更加普遍的研究路径:分析网络如何形塑竞争与合作的冲突力量,并同时被此所形塑,侧重网络如何结构化宰制与剥削,并如何被其结构化。^[5]McChesney强调基于当前资本主义社会与媒体的关系,传播政治经济学应该关注资本主义如何形成,并如何被互联网塑造,这意味我们需要重新思考马克思主义分析媒体的方式,需要反思和调整它的批判政治经济和互联网的批判理论与方法。^[6]依此研究脉络,为了具象化地洞察秀场网络直播的现象,一窥社交媒体平台劳动剥削的秘密,本文聚焦女主播的日常生活与工作实践,试图以建制民族志的研究方法剖析女主播的甘愿劳动过程,探究网络直播间的“劳-资-客”三方的劳动雇佣关系形貌,并揭示网络直播的剥削逻辑、权力关系与意识形态。

一、文献综述

(一) 平台资本主义的数字劳动

传播政治经济学在数字时代仍然具有反思性与阐释力,媒介产业中数字劳工研究也是传播政治经济学者关注的重要议题。^[7] Christian Fuchs 从马克思的主要概念“阶级”出发,认为互联网中的阶级不应该只是划分资产阶级以及劳工阶级,而应该包括所有创造以及再创造共同经验的人。^[8] 马里索尔·桑多瓦尔认为“数字劳工”包括将信息与传播技术、数字技术作为生产资料的脑力劳动者和体力劳动者。^[9] Fast 通过媒介产业中的数字劳动的问题,批判和发展了无酬劳工(unpaid labour)的概念。^[10] 数字技术带来的巨大变化让生产者与消费者之间边界不再清晰,以脸书、微博、推特为代表的社交媒体,使用者通过发布文字、照片和视频来为平台创造价值,他们被称为产销合一者(prosumers)。这种由受众的参与并提供内容生产的新型模式,呼应了在数字经济中,以使用者的免费劳动(free labor)为基础的文化生产逻辑。

数字经济是一种能内在地捕获更大社会及文化知识的特定机制,也是关于重要价值、免费文化与情感劳动的实验场域。^[11] 在数字时代的免费劳动,创造出了大量的“使用者生产内容”(UGC)现象,也产生了大量电竞粉丝、金币农夫等廉价玩工(playbour)。

然而发生在网络秀场直播中的提供娱乐消遣的女主播,与网络上使用者的免费劳动有着本质的不同。她们并不是为科技新奇感、游戏竞技感而进行免费劳动。相反,根据研究者的民族志调查,入行一年以上的全职女主播每月收入颇为乐观。换言之,女主播们与廉价玩工的区别在于,她们背后的剥削关系更为隐蔽,在表面上看,甚至并不存在剥削,反而是一种获利行为。不过 Andrejevic 提出“剥削 2.0”的概念,强调在 Web2.0 时代,剥削仍然是媒体经济的一个重要特征,观看与被观看都是一种劳动。^[12] 所谓的 Web2.0 和社交媒体的出现,既是一种意识形态策略也是一种资本积累策略:它承诺巨额利润,这是吸引金融投资者的策略;它承诺建立一个参与式的产销者互联网,这是伪装后的目标广告策略和数字劳动众包式剥削策略。^[13] 作为社交平台上的数字劳工,她们强烈依赖数字资本主义的结构与平台规则设计,遭受着互联网工的劳动剥削,缺乏国家与社会的关注,没有制度性的保障,提前透支生命与健康。^[14]

一般情况下,女主播要么签约直播平台,要么签约经纪公司。每个公司根据自身的实力与平台展开商业合作,进驻直播平台后俗称公会。这种平台资本主义是资本主义在数字经济时代的一种发展趋势,平台资本主义依赖数字基础实施的性质与网络本质,是资本主义更加深入的集约化体现。^[15] 近几年,国内直播平台经济的崛起,颠覆了传统经纪模式,促成了新的价值生态链,形成了以平台为手段,以数据为资源,以数字劳动为生产力,以互联网价值为结构的新的利益循环网络模式。^[16] 网络直播间的权力关系深嵌入直播社交平台的生产逻辑和剥削逻辑之中,呈现出独特的“甘愿劳动”的权力关系形态。

(二) 甘愿劳动:由强制到同意的历史演变

首先,网络直播平台与女主播签订合同,形成劳动雇佣关系。那么网络平台和公司是如何掩盖剩余价值,这对讨论“甘愿劳动”的概念有关键作用。回溯经典马克思理论,资本主义对劳工的剩余价值剥削是建立在“强制”的基础上。资本主义的劳动过程是制造剩余价值的所在,工人的劳动与产品所属都归资本家所有。劳动力的价值以工资的形式出现,仿佛薪资已经涵盖了所有的劳动。工资也掩饰了剩余价值的内容。劳动过程与工资形式成为马克思揭示的掩盖剩余价值的机制。

而 Burawoy 对芝加哥机械工厂进行民族志调查后,认为在垄断资本主义下,“甘愿劳动”才是同时取得并掩盖剩余价值的机制。^[17] 工人们以计件制为基础参与“赶工游戏”(making out),苦中作乐争取奖金,既创造剩余价值,也让工人忘记自己在替雇主创造利润。劳动过程被组织成一场游戏,“赶工游戏”激发了劳工的斗志,添加了成功、胜利的游戏感。女主播的直播工作也被平台组织成为

了一场游戏,依靠粉丝打赏,击败对手获得竞赛胜利与某种象征性身份。平台与公会、主播与粉丝都达成统一的共识与认同。“甘愿”的含义包括:一是经过理性计算后的同意或赞同;二是习惯性的默许,如参加游戏就等于先默认了游戏规则。^[18] 理性算计的“同意”与习惯性的“默许”,表现在劳动过程中,直播当成了一场视频游戏竞赛。主播们积极主动互相竞争,获得粉丝打赏,这恰好是“工资”的主要来源,双方的利益得到了调和,这是对加入游戏的甘愿。依循马克思、Burawoy 理论脉络,为了探究网络直播间是如何掩盖剩余价值,理解劳动雇佣关系,就必须剖析平台资本主义中的劳动过程、薪资制度与赶工游戏的本质与特性。

显然,Burawoy 的劳动研究从“强制”转向“同意”,认为驱动工人投入生产的力量,来自一种“志愿性的服从”,是达成共识的“甘愿”(consent)。但在数字时代,作为“资本民间代理人”的网络女主播,服从于直播平台或公会,依循合同从事“情感劳动”。这种甘愿劳动既被“强制”地完成工作量,又“同意”地从事数字劳动。它是一种强制与同意的组合。

其次,在劳动研究中,由于受到 Foucault 影响,许多学者开始关注“主体性”问题。Sakolosky 认为 Foucault 的问题意识与马克思有所不同,他关注现代人的主体性是如何在历史过程种被形塑的,权力是如何嵌入到个人的身体与精神上的。劳动雇佣关系中,主体的抵抗也成为关注的焦点。理解“抵抗”,我们需要再回到“甘愿”的概念脉络中,它还指道德上的服从,意思是近似于韦伯所谓权威或支配的正当性,或可以与“consensus”混用,指人们对某件事物经过商议而得到共识或者一致的看法。女主播的情感劳动提供消遣与娱乐,却也陷入道德与法律的危境。她们与自我、家人和社会展开了某种弱势权力抵抗。直播间的甘愿劳动彰显了权力支配与意识形态,更隐藏了某种象征性的弱势“抵抗”。这种“抵抗”贯穿于女主播的日常生活与工作实践之中。

综上所述,本文的“甘愿劳动”概念是指在网络女主播在同意、志愿性顺服之下进行的有偿数字劳动。具有以下几点特征:第一,甘愿劳动是强制与同意的特殊组合;第二,它被组织成为一场竞赛游戏,加入游戏就产生了默许,甘愿是在玩游戏建构出来的;第三,甘愿劳动存在着某种“控制-反抗”关系,支配与反抗互相依存,最后又嵌入在甘愿劳动之中。

本研究主要透过在数字时代女主播的甘愿劳动现象,探讨网络直播间的权力关系。首先通过田野调查分析女主播们加入甘愿劳动的动机为何,在特定的情景下探讨甘愿劳动如何成为可能。其次,结合 Burawoy 所提出的甘愿劳动理论框架,分析直播平台透过“游戏竞赛”来制造甘愿,达成利益共识。最后,从 Foucault 的权力观点带入女主播甘愿劳动之中,探讨权力是如何在网络直播场域运作,主体产生了何种“抵抗行动”。

二、研究方法:建制民族志

为了揭示网络直播间的权利关系,本文采用以女性经验为主的建制民族志的方法,强调以女主播日常生活和劳动过程为出发点,重新绘制其自身所处的权力地图,探究由女主播、公司、玩家粉丝三者共构的“劳-资-客”复杂的权力关系,以此讨论数字时代的甘愿劳动特征。建制民族志由加拿大社会学家 Smith 发展,起源于 1970 年代的北美妇女运动,Smith 认为女性真实经验常被男性经验的抽象理论所重组与筛选,消音与扭曲,造成女性经验无法被客观准确地看待和讨论。她提出女性主义立足点(feminist standpoint)的概念来批判当时社会学知识产制过程中的性别盲区,透过立足女性主义所建构的知识,能将女性从知识产制的客体角色转化为掌握话语权的主体。为了让以女性为主体的经验能被完成叙说,并从中生产对她们有用的知识,Smith 将其称之为女性的社会学(sociology for women)^[19],后改名为“常民社会学”(sociology for people),目的在让涉入建制权力关系中的参与者对自己与世界能有不同理解。^[20]正是由于建制民族志强调以女性关怀为批判视角,要为权力边缘者发声,让弱势群体重新认识自己与世界之间的关系;这与本文的研究对象与研究目的高度契合与呼应,因此采用建制民族志作为研究方法与路径。

Smith 结合加芬克尔的常人方法学和马克思的唯物主义论观点,并汲取女权主义中所强调的意识觉醒,发展出建制民族志。“她扩展马克思主义的意识形态,并把后现代观点的语言与文本分析纳入,赋予论马克思分析新的生命”^[21]。作为一种关怀弱势的研究取径,建制民族志选择被权力关系所排出或是将权力下位的人们作为知识生产的立足点,从个人的日常生活经验中寻找问题的起点。当日常生活经验被建制观点重新诠释时,当事人常常会有断裂的经验(experiences of disjuncture),这是探究建制的起点。在建制民族制的分析中,真正关心的不是个人的主观感受,而是背后涉及的统治关系在常民生活中展现的样貌。^[22]此外还需要试图勾勒跨在地的统治关系如何组织这样的经验,理解经验是如何被制度所建构的,解读研究对象的工作流程背后所隐藏的意识形态。

在进行为期长达半年的参与观察与田野访谈中,笔者将女主播视为生产“知识”的主体,探究她们是如何心悦诚服地投入到甘愿劳动之中。依照 Smith 的理论,若想要深入了解直播行业的劳动过程、薪资制度与权力反抗等问题,以及解读数字劳动背后所隐藏的意识形态,那么必须也要从平台主或经纪公司切入。同时,平台/公司与女主播签订的合同、培训条例等构成组织决策运作的文档,都是建制体制中协调行动主体,建构社会关系的重要基础,因此成为分析的文本与依据。经影视行业从业者推荐,研究者认识了女主播 A 与其公司经纪人 L,对其进行多次面对面深度访谈后,再由两位分别推荐同行,采取滚雪球方式进行访谈。在后期进入成都、长沙与苏州某影视直播公司实地田野调查中,笔者共访谈 12 人,其中女主播 7 人,公司经纪人或董事 5 人。本文遵照学术研究规范,文中出现的人名做了技术处理。

表 1 网络女主播及经纪人访谈名单

受访者	访谈时间	平台/时间/才艺	受访者	访谈时间	平台/时间/才艺
A	2018-12-25	斗鱼,两年,舞蹈	G	2018-11-05	酷狗,四年,喊麦
B	2019-03-24	斗鱼,三年,聊天	H	2018-12-12	主播兼经纪人
C	2019-04-02	映客,三年,舞蹈	I	2019-05-01	平台运营人
D	2019-04-18	映客,半年,唱歌	J	2019-03-01	公司董事
E	2019-05-02	他趣,三年,唱歌	K	2019-05-13	公司董事
F	2019-04-22	秋天,两年,聊天	L	2019-04-13	公司经纪人

三、明星网红梦:甘愿劳动是如何可能的?

马克思认为一般形式的劳动过程分为三个要素:有目的的活动,劳动的对象与劳动的工具。网络直播所需要的设备(计算机、声卡、麦克风、房间装饰品)一般由公司或平台无偿提供。动感的舞姿、柔情的音乐和游戏比赛的笑声在每个直播间轮番上演。工作性质决定了工作时间的特殊性和不确定性,直播让女主播们牺牲了日常社交活动,不敢有休息时间,担心粉丝流失,也对身体健康造成一定影响。那么,网络直播是如何还让女主播们心悦诚服,并投入生产的力量?也就是说,女主播们同意与经纪公司签订合同,加入直播公会,默默接受的甘愿动机源自何处?

(一)美的论述:盛世红颜里的自我剥削

对美的追求,每个女主播一点也不含糊。透过手机相机美颜、高档化妆品,甚至是美容整形等手段,尽量在视频中展现完美娇嫩面容。“网红女主播皮肤白,鼻子立体感强,下巴尖就是一张明星脸,不美能红吗?而且整容也不是什么新鲜事了”(经纪公司董事 K,2019 年 5 月 13 日)。从商业运营方的论述中不难发现,似乎女主播就应该是美的,不符合美的标准就无法获得大众认可。然而,这与女主播们在刚入职前所接触到的论述截然相反。在招聘阶段,女主播接收到的是“美貌不重要,口才

与情商最关键”“美貌的人千千万万,有趣的灵魂才万里挑一”等论述。可入职后,“公会领导常对我们说,做主播一定要好看,美貌是门槛,并持续怂恿我们整容”(女主播 E 访谈,2019年5月2日)。在入职前女主播遭遇的是“美不重要”的观点,而在入职后她们却被公会所强调的“不美能红吗?”的论述所恐吓和震慑。入职前后两种不同版本关于美的论述,让女主播产生了经验断裂。

资方建制体系中人为建构的实在面与女主播亲身经验的真实面之间产生了断裂与矛盾。尽管这种前后论述差异给她们造成经验断裂,但却很快消融在甘愿劳动之中。女主播在后期也相信了这种美的论述,采取了一系列变美行动,在整个建制过程内也加入了对自我的剥削。“为了直播好看,每天化妆卸妆起码要两个小时”(女主播 C 访谈,2019年4月2日)。在直播劳动过程中,女主播主动会购买大量化妆品、衣服或装饰品,这些经济开支无法报销。为了迎合粉丝喜好,凸显直播间权利地位,她们仍乐此不疲地投入到变美行动中,甚至不惜借贷超额消费来整容。而一般直播平台与公司都会以吃回扣的形式,在私下与整容公司有幕后利益合作,显然女主播就再次成为固定的“盘中餐”和被剥削者,她们既是公司的直播劳工,又是医美整容手术台上的待宰顾客。

从经历入职前后“美不重要”到“不美能红吗?”的两种论述,从购买美妆品主动自我剥削到遭受整容医院与直播公司的双重剥削。从这些变美行动中,我们可以发现形塑女主播们的甘愿劳动除了具有强迫之外,还带有同意性与自觉性特征。与传统劳动剥削不同,她们主动加入剥削者行列,成为自我剥削式的合谋者。同时自我被纳入一种被管理的状态,不需要公司和经纪人随时监管和约束,自我不是莽撞的,而是有序被自我管理,女主播外在是被公司建制束缚着,在内在也存有一个自我监控的机制。

(二)如梦泡影:网红梦工厂的幻境

建制民族志在方法论上相应的具体操作有两方面的切入点,除了上文提到的找寻主体经验的断裂之外,还可发掘社会建制中的文本。文本是常民生活经验被建制观点重新建构的再现,包括表格公文、对话语言、影像或图片。^[23]在直播场域中,女主播与公司或平台依法签订的合同文件成为重要的文本,Smith认为文本的启动主导了构成一种支配关系的工作流程。通过对合同文本的探究,探究经纪公司或平台是如何运作权利,以及女主播是如何被支配的问题。

经过合法授权,笔者拿到了三份不同公司的直播合同。每份合同对女主播的职业生涯规划都有着看似美好但并不清晰的愿景。比如经纪公司拥有“企划定位、筹备训练、录音录像、制作宣传、演出表演等一切与演艺活动相关之活动拥有最终决定权”(摘录成都某影视公司合同)。公司用一种“明星艺人”的身份去定位这些刚入职的年轻女主播,为她们制造出了一种明星身份的幻想,让其更加乐于投入劳动生产。同时,经纪公司会为刚入职女主播配置专业经纪人、音乐舞蹈老师、普通话语言老师。“甲方全权培养包装(主要包括唱歌、舞蹈、打碟等专业培训)乙方,并代理乙方涉及安排网络平台直播、演出、广播、电视、广告、电影、录音、录像等与演艺有关的商业活动”(摘录长沙某影视公司合同)。她们满心欢喜、全盘接受公司的免费且专业辅导安排,并加之赞扬。一是因为女主播们性格较为开朗活泼,对唱歌、舞蹈本就抱着极大的兴趣,学习才艺积累资本;二是将直播工作形塑成充满时尚、轻松与惬意的一份玩乐工作,吸引年轻女性加入;三是在直播间唱歌或跳舞,可以明显增加打赏和流量,获得认同。

在培训过程中,公司用“艺人”“网红”“宝贝”称呼女主播,使其长期沉浸在一种众星捧月的“网红梦”之中,不仅增加了职业认同感,也让她们无比兴奋地投入甘愿劳动中。“没有人逼迫我培训,想要做网红主播,自己就要努力跟上,公司安排的培训我都会去”(女主播 F 访谈,2019年4月22日)。在整个建制过程中,资方粉饰、利用与放大了草根女主播的演艺明星梦。显然直播行业凸显了某种文化商业产品的特质,成为贩卖“明星”及“网红”意识形态的平台和影视文娱的“网红梦工厂”,并以此让女主播自愿性顺服创造剩余价值,苦中作乐甘愿劳动,掩盖剥削关系。女主播们也展开了对自我的剥削,资方的约束与管理,已经内化于女主播自我意识之中,使其自我同意劳动的剥削。公司的

强制力管理与女主播自愿同意的双向互动模式,让甘愿劳动成为可能,透过主播与平台主或经纪公司的合同,加强了劳动过程掩饰并取得剩余价值的力量。

“去年我们三个公司一起合作拍摄网络剧,所有的演员都是我们的主播。人员工资费用基本没有花钱,都是自己人,当时片子推广,所有主播开心主动在直播间宣传,荧幕上打出电影的名字、时间和播出的网站平台,这个片子是会员制”(公司董事 K 访谈,2019年5月13日)。直播行业不断玩弄及建构各种环绕着“网红”概念的意识形态,这寄生于影视娱乐产业中过往“流行偶像”(pop stars)所享有的声望、待遇及文化位阶,同时也混杂了网红消费时代的商品拜物教。人人皆可成名的时代,成名欲望从惯常逻辑意义的消解演变成更加膨胀的现实,大众映射媚俗,无过滤和无筛选的信息被肆无忌惮地引爆,大胆自由地向粉丝展示某种近乎失控的自我意识和欲望。^[24]网络生态对社会权力关系的改造在直播网红全体上得到显著体现,通过网络平台实现了包括自我赋权和全体赋权在内的新媒介赋权。^[25]

直播行业为学历不高、社会阅历欠佳以及大多数来自中国普通工薪阶层的女主播们打开了一扇通往明星网红阶层的捷径。无论是对盛世美颜的疯狂追逐,还是“丑小鸭变白天鹅”的传奇励志故事,都深深烙印在女主播的意识中,这也就是她们心悦诚服地投入甘愿劳动的深层原因之一。不管是高档消费或医疗整容,还是参加唱歌舞蹈培训,她们都如梦泡影般自觉顺从地加入甘愿劳动。

四、游戏竞赛:甘愿劳动是如何进行的?

Burawoy 认为在工厂里具有雇佣关系的劳动过程,被组织成一场游戏/比赛(赶工竞赛及团体赛)。成功地掩饰了其中剥削的生产关系,并取得剩余价值。生产变成一项游戏竞赛,让劳动者彼此互相竞争,既调和工人与管理阶级之间的对立,在游戏竞赛中生产出相对满足感,也再生产了甘愿劳动。回应其理论脉络,网络直播间的游戏竞赛,不仅在主播之间内部展开斗争,也延烧到粉丝、公司或平台各自内部,直播行业表面风光旖旎,内部却战火纷飞。

(一) 刺激打赏:竞争、捆绑与互捧策略

一切都是为了吸引、留住与掌控粉丝。若直播节目内容不精彩,在长达七八个小时的直播里,仅凭聊天很难以维持。于是唱歌、舞蹈或游戏互动等形式自然成了各家主播必备技能。根据笔者观察,近一年来,平台设计了一种主播双方打擂台互相联播(视频 PK)的方式来吸引观众。联播是基于网络平台的数字技术,任一女主播主动或通过系统自动分配与另一主播在一定时间限制内,通过视频连线的形式展开对话互动,双方的画面都会以分屏的方式呈现在手机界面上。在5~10分钟时间内,两位主播各显神通利用才艺比拼的方式激发受众打赏,哪一方打赏多则为胜,输赢惩罚的方式由两位主播在开始比拼之前商议决定。

在对三位不同直播公会负责人进行访谈后,结合笔者的深度观察,平台与主播一般采用三种营销策略刺激粉丝打赏:竞争策略、捆绑策略、互捧策略。第一,互相对为陌生的主播们会采取竞争策略,双方唱歌接龙、猜字谜来进行比赛。“未开放连线功能前,直播比较无聊。现在连线两个人还能聊天,打赏明显增加了不少”(女主播 D 访谈,2019年4月18日)。笔者观察,在最后十秒钟倒计时内,女主播们充满斗志,或站起来鼓励粉丝打赏,或撕心裂肺的叫喊:“快帮我偷塔(游戏反转绝杀),时间不够啦,加油上分”“守住,我们要守住,她们家一定会偷塔,刷一个游艇……”。这完全不同于一般竞技类游戏,双方主播的主要任务是刺激自家粉丝刷礼物。输家也只是在脸上画玩偶等搞笑图像,博得粉丝一乐。第二,平台或公司精心设计的捆绑策略。安排一位老资格有名气的大主播与新晋小主播连线,基于平台资本的商业运作,以老带新的方式,来为新人导引流量和人气。“我喊麦了四年,在酷狗也带了不少新人,有的是公司安排的,有的是真心喜欢喊麦的”(女主播 G 访谈,2018年11月5日)。针对公司的安排,主播 G 欣然接受,这是借助她的人气去扶持其他主播,达到合作共赢的商业目的。第三,来自同一个平台或公司的主播,双方较为熟悉,通过互相吹捧、鼓励粉丝关注

对方主播账号,树立一种豁达大度的个人形象与风格。

通过以上三种营销策略,女主播们不断卷入直播游戏互动中,同意并维系着甘愿劳动的再生产。与此同时笔者还发现,经纪公司还建构了一套完整的竞赛激励制度,比如每月直播时长最久或收益前十名的主播奖励健身卡、美容卡和电影票。总之,网络直播已被资本转化成一种游戏竞赛,让女主播甘愿付出劳动才是游戏得以组织的目的。这种竞赛游戏不具有残酷性和排他性,而是在商业资本利益的包裹下充斥着娱乐庸俗和审丑文化。它试图掩盖甘愿劳动的剩余价值,但其实目的昭然若揭,让女主播在玩乐游戏中失去自我反省的机会,使得其不断从事甘愿劳动。

(二)“试撩”:霸权式雇佣关系与行业竞争

在视频PK中,主播们的打赏明显增多,与粉丝的情感连接增强。主播也会炫耀标榜自己战绩显赫,产生出一种满足感、自豪感,形成了一种直播空间的身份象征性地位。这种符号象征,是在日常生活中享受不到的。更重要的是通过平台联播的方式,让女主播们打发无聊时间,结识更多同行姊妹,找到对职业的归属感,建构自我身份认同。

直播被组织成一场场充满娱乐性质的游戏竞赛,让自家粉丝不断打赏,才是游戏的核心宗旨,成功掩饰和转移了其中剥削的生产关系。笔者在对女主播B直播间进行长期观察发现,有“粉丝”偶尔会提出较为刁钻古怪又俏皮的弹幕,而女主播也能积极参与配合完成。双方互动的特殊情景引起了笔者的注意。在女主播B下播后,她说“这个粉丝应该是公会经纪之类的人,一般游客图个开心。但是他不是,他是在试探我的反应”(女主播B访谈2019年3月24日)。为何女主播能准确判断出这只是工会的一次“试撩”行为,这种特殊而亲密的互动关系是如何被女主播所感知到的?为了观察和洞悉秀场直播背后的权力关系,需要反思女主播的经验认知,以及对公会的管理组织做深入分析。

为了证实,笔者采访了公司董事,“我们经常会派经纪人伪装成粉丝,去直播间“试撩”女主播。看她是否认真直播,话有没有说错。刚进来的主播粉丝少,经纪人过去为她打气加油”(公司董事J访谈,2019年3月1日)。一方面,经纪人在直播间互动,佯装普通游客给主播打赏,制造虚拟狂欢景象,吸引粉丝玩家。另一方面,经纪人戏弄或“试撩”有潜力的女主播,测验其现场沟通能力。而“试撩”也是在检查女主播的工作状态,“试撩”行为是不见踪迹且不易被察觉的。女主播虽然掌控直播间的话语权,但依然无法逃脱资方无处不在的监控与管制。当研究者更深入直播间,发现经纪人还可能会“试撩”其他公司主播,行业之间的竞争也潜伏于其中。在研究期间,经纪人L主动联系笔者,感叹刚入职的一女主播被其他公会挖走:“经纪人都会去直播间“试撩”,考察这个主播有没有能力去培养,我们赌的是这个主播会不会老实跟着你,我们也担心有一天她也被其他公会挖走”(公司经纪人L,2019年4月13)。发现女主播与公司始终存在着不对等的霸权雇佣关系,女主播想要解约或跳槽都颇为困难。经纪公司之间的博弈与竞赛,让女主播始终成为被宰制的对象。

直播过程被平台组织成为一场场视频竞赛游戏,通过各式花样的营销策略提升节目可看性,刺激粉丝玩家打赏,激励主播在游戏中不断甘愿劳动,以此获得自我满足、身份地位与认同意识。与此同时,从女主播自身的经验出发,发现公司无处不在的“试撩”行为,也让女主播再次陷入被监控的处境,反映出与公司某种霸权式的雇佣关系。在这样的环境下,女主播潜移默化地认同了被剥削的生产关系,这也让甘愿劳动得以成为可能,并以此方式延续下去。

五、抵抗与顺服:甘愿劳动中的权力关系

如前所述,我们看到的是一个以游戏竞赛为表象,孕育、诞生了明星网红梦及自我剥削的甘愿劳动场景。从表面上看,“劳-资”双方的利益趋同,因此支配与反抗不再以一组对偶的形式联袂出现。但当研究者走进田野后,却发现薪资结构中一些看似琐碎,却充满能动性及生命力的经验片段。这些行动不包括以集体行动争取更好的劳动条件,也不对公会与平台做暴力的公然抵抗。这些能动性形成了作用在宰制上的力,有时冲撞着约束体制较为脆弱的地方,有时也顺应着体制的方向寻找获

利的契机。支配与反抗互相依存,最后又嵌入在甘愿劳动之中。

(一) 红包“走私”:暧昧且流动的工资

进入田野初期,为了更加客观全面研究薪资制度,研究者访谈和接触了国内不同直播平台的公会、主播。得到的是与预期猜想较为接近的答案:多播多得,多劳多获。在工资结构上,分为底薪加提成或只要提成两种情况。粉丝打赏是工资的主要来源,有经纪公司规定,“24天之内必须播足90小时,一次两小时以上才算为有效天,每月打赏收入达到2万,可提成45%。若没有达到就提成40%”(主播兼经纪人H访谈,2018年12月12日)。“多播多得,多劳多获”是女主播生存之道。这与传统薪资制度的计时、计件制不同,为了满足平台主的合同要求,也为了不流失固定的粉丝,女主播们即使在逛街、吃饭时甚至也需要直播。这种在月末有时会出现的赶工现象,正是源于少数女主播对合同的无奈与抗拒。为了获得高薪资,女主播们下播后认真记录打赏者的账号名称、头像及个人资料信息,以便下次开播熟知。基于“同步性”(synchronicity),直播媒介构成了一种新的人际沟通情境,“是‘关系’而不是‘内容’成为形塑直播媒介的核心”。^[26]在此“关系”中女主播的收益又产生了何种特征与意义?

依建制民族志方法,待研究者深入直播行业的田野,发现女主播薪资制度并非只停留在合同分成上,其收入还隐藏于更多“红色”地带,这也是劳动过程中甘愿意识形成的重要一环。要了解薪资结构的全部,就需要厘清主播与粉丝的互动关系。在访谈中,入行两年的女主播A便直言“刷五辆跑车,就可以加我微信,一辆跑车1314元”。尽管在相关研究中已经指出,直播场域为粉丝提供情感能量与文化符号资本的交换,人在互动仪式中带来情感回报^[27];但当研究走进女主播日常生活实践时,却发现了女主播薪资关系的暧昧性、流动性之奥秘。

“主播也要礼尚往来,逢年过节在微信里发红包给粉丝,粉丝平常会问早安,也会发红包;但是网红大主播不会,她们会把这个看得很淡,因为有太多人会给她们私下发红包了。如果红包太大,就不会收,性质就变了,当然也看主播怎么选择”(女主播A访谈,2018年12月25日)。许多女主播都会申请注册第二个微信号(小号)来与粉丝保持联系,因此,下播后会无时无刻不收到粉丝微信。公司经纪人更是严格要求,主播必须要会回复粉丝留言。女主播们工作与私下生活都脱离不掉直播,增强情感黏合度。在数字劳动时代,工作已经彻底嵌入日常,对于工作的地点、时间与性质也开始去边界化、模糊化。此外在线下联系中,粉丝主动微信红包转账或打赏行为,被称之为“走私”。其实经纪公司并未严格控制“走私”,究其缘由是为了更加模糊处理薪资收入,掩盖其剥削的本质,使主播得到蝇头小利,强化主播甘愿劳动的意识。但这并不是说,公司允许“走私”行为,或主播是无偿地接受打赏,粉丝是纯粹且心甘情愿地转账,也绝不能忽视“劳-资-客”三者之间的冲突与矛盾,相反“走私”这种断裂的经验恰好隐藏着甘愿劳动中关于权力的控制与反抗。

(二) 约见大哥:社会资本的弱势积累

Ursula Huws 强调在当代全球媒介产业数字劳动中,创造性劳工(creative labour)自我表达和对谋生的需求,与企业的控制与管理之间有异常矛盾。“两者之间的对抗性关系产生了一系列复杂的景观,体现为管理者、客户以及劳动者之间的共谋和冲突”。^[28]当笔者接触到网络直播产业后,发现“劳-资-客”三者交互拉扯的力共同编织着这个空间,也都对甘愿劳动的建构产生重要影响。

也有经纪人强调“走私”是主播与粉丝达成了某种桃色协议。根据访谈对象J所提供的纸本合同信息,公司都会在合同中严格规定女主播“应自尊、自重、自爱,慎重对待自己的言行,使自身的公众形象得到尽可能的维护和提高,并保证在工作、生活中不涉黄、不涉毒、不涉毒”(苏州某影视公司合同)。女主播们虽然不能一概而论,但大都在家境、学历和社会经济地位上较为弱势。加入直播行业就是参加一场“赌注”,对公司的培训义无反顾,赌注产生了顺服意愿。但入行久之后,发现新人不断加入,距离网红明星梦越来越远,行业竞争加剧,除此之外并无其他职业选择。在顺服之余,便产生了某种反抗:与粉丝见面、参与“走私”或私下跨平台直播。

暧昧挑逗的弹幕与越界的红包打赏强化了女主播污名化标签,同时,移动互联技术变革的网络媒介社会化放大了污名效果,女主播触暗礁于色情^[29],徘徊在道德与法律之间。“我们规定不要打擦边球,不要跟平台大哥(经常打赏的粉丝)出去吃饭,我们也希望不要跟粉丝见面,可能会有安全问题。一旦不好的事情被其他粉丝知道,主播(职业生涯)就玩了。”(平台运营人I访谈,2019年5月1日)。女主播希望借助约见“大哥”的契机,当作积累社会人脉的资本,也幻想着对自己的事业有进一步帮助,摆脱平台/经纪公司的支配与制约,其结果往往是事与愿违,“大哥”更是一场游戏一场梦。女主播在网络直播平台上投入大量时间,在劳动商品化的过程中被转换成社会资本与象征资本。用户“在商业社群媒体上的劳动时间,将布迪厄所称的社会、文化和象征资本转换成马克思观点下的价值与经济资本”^[30]。也就是说,女主播的劳动薪资是含混与流动的,需要将之放置于社会文化的结构中去理解。同时,女主播的反抗意识嵌入她们日常生活。从踏入直播行业开始,就与资方做着无形的斗争。她们无意要打破既定的直播体系结构,而是更为柔暖、巧妙地想要获得更多社会资本、经济资本。这种反抗行动并非充满结构性与暴力性,也没有中心组织与意见领袖,而是流动于女主播的日常生活内。资方的宰制与劳方的反抗成为一体的两面,互相交织于社会结构之中。

这些越界、出格或反抗都是从“多重面向的劳动雇佣关系”中衍生出来,并构成了甘愿劳动的主要面向。这些自我抗争与反抗的策略镶嵌于日常生活的隐秘角落,隐藏在女主播的手机之内,表现在主播与粉丝之间的互动权力关系的脉络里。甘愿劳动中的反抗并非是激烈的,却发生了劳动雇佣双方意图的冲突与纠葛。在某种意义上,这是一种由生产逻辑衍生出来的支配,而非劳动过程本身的支配。

六、结论:甘愿劳动概念的再建构

检视中国社交直播内的权力运作,可以看到由女主播、公司与玩家粉丝共同建构的“劳-资-客”三方互为主体,权力关系彼此交错,三者相互影响。在秀场网络直播间内其权力结构呈现出某种动态与流动的过程,不能用二元对立的视角去解读。随着社交媒体的兴起,在移动互联网技术的嵌入下,甘愿劳动理论在新媒体时代呈现以下特征。

第一,甘愿劳动嵌入了女主播的日常生活脉络之中。她们的甘愿劳动既发生在线上虚拟空间,也延伸至线下世界。在Web2.0时代,女主播线上直播活动处于被观看与被监视的管理状态。在线下现实空间,不仅因数字劳动的特殊性,工作时间与地点的边界被打破,而且女主播的社会交往也面临被宰制的困境。与此同时,网络里的甘愿劳动呈现出一种自我剥削与“网红梦”的意识形态,具有强制与同意的二重性。一方面,网络女主播主动接受唱歌跳舞培训,非但不认为这是一种“剥削”,甚至主动采取一种自我剥削似的变美行动。另一方面,在后现代性社会,直播生态产业链营造出“人人皆可成名”的媒介幻境,资方将直播形塑成“网红明星”场域,借用传统影视商业的资本运作模式,来强化女主播明星化的意识形态,让其更为自觉与乐于投入直播劳动。也就是说,自我被纳入一种被管理的状态,不仅在外在是被束缚的,在内在也存在这一个自我监控的机制。

不过,当笔者深入不同平台的各个公会后,发现经纪公司并没有在影视、唱片及舞台剧等影视文娱产业,对女主播们有细致的职业规划。反倒让主播野蛮生长,自愿自觉参与付出,不以为苦。这一切都是在明星梦的表象下,掩饰了利益剥削的劳动过程,最终却离她们最初的梦想越来越远。

第二,甘愿劳动在游戏互动与资方竞赛中被重构。这里的直播游戏极具趣味性与消费性,它被组织成为一幕幕娱乐庸俗的戏码,让主播与粉丝沉醉在游戏互动叙事之中,更进一步剥削其剩余价值。此外,甘愿劳动中资方之间的互相角力,也是理解甘愿劳动概念不可或缺的一个面向。资方正是游戏竞赛的幕后策划者、管理者与组织者,通过不同的营销策略去引导主播展开视频游戏竞赛,更为重要的是,他们还会对主播进行严密的经济监控,以此展开某种行业竞赛。

公司与平台的监控行为无处不在,不仅在后台对主播直播的数据实时监控,甚至会冒充粉丝参与游戏中来进行“试擦”,测试女主播的工作反应能力,以此淘汰、培养或挖掘新人。这其中也暗藏着公司之间的博弈与竞赛关系。女主播与公司始终处于一种不平等的霸权雇佣关系。

第三,甘愿劳动是权力支配与反抗的共构且一体的两面。从结构与能动的辩证关系出发,女主播的甘愿劳动在平台资本主义的结构之中被形塑,同时女主播作为行动者不断调整、改变或冲撞此结构。结构与行动者是共构并且是一体两面。具体表现在薪资关系中也隐藏着关于权力的抵抗。这种抵抗不是争取更好的劳动条件,也非做出暴力性的公开激烈抗争,而是发生在劳-资-客三方结构中较为脆弱的地方。这种权力的反抗扎根于结构之中,但却展现出一定程度上能动性。在网络直播场域,粉丝玩家与女主播的权力关系也更为复杂。研究发现女主播在直播间内制造了一场视听狂欢,尽管她们体验到了情感共鸣,赢得了不菲的收入,获得了某种网络空间的身份权力和地位。但是她们的社会交往也被受限于此,对网络“大哥”或红包“走私”形成了过度的情感与资本依赖,由此深刻影响到她们社会交往中社会资本的建构,陷入了弱势积累的困境。

本研究以女主播的劳动过程与薪资关系为焦点,采用建制民族志的路径,以探讨女主播的甘愿劳动及网络直播间的权力关系。在数字资本主义时代,女主播如同被早期资本家以赶工游戏引导生产劳动的工人,对其所生产的视听文化商品并没有控制权,而其劳动及创意生产所创造出来的剩余价值,全部都被平台、公司(公会)剥削。她们不是身不由己,而是主动积极投入媒体文化产业链之中而成为吸引粉丝视觉消费的数字劳工。同时,源源不断的年轻女性加入直播行业,被高工资、轻松玩乐的工作性质所吸引,这不仅是直播行业亟待解决的问题,而且是数字劳动时代整个影视文娱产业都无法回避的重大现实问题。

参考文献:

- [1] 王长潇,李爽.网络视频直播平台发展及其对商业场域建构的影响.当代传播,2017,1:54-56.
- [2] 荀瑶.网络直播的互动仪式探析.学术交流,2018,5:140-146.
- [3] 胡鹏辉,余富强.网络主播与情感劳动:一项探索性研究.新闻与传播研究,2019,2:38-61+126.
- [4] 王蕾.从传播政治经济学透析“网络直播”那些事.新闻战线,2017,22:134-136.
- [5] C. Fuchs. Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet. European Journal of Communication, 2009, 24(69): 69-87.
- [6] R. W. McChesney. Communication Revolution. New York: New Press, 2007: 79.
- [7] 姚建华,徐婧.数字时代传播政治经济的新现象与新理论.全球传媒学刊,2017,3:30-43.
- [8] C. Fuchs. Labor in Information Capitalism and on the Internet. The Information Society, 2010, 26(3): 179-196.
- [9] M. Sandoval. Foxconned Labour as the Dark Side of the Information Age: Working Conditions at Apple's Contract Manufacturers in China. TripleC, 2013, 11(2): 318-347.
- [10] K. Fast, H. Örnebring H, M. Karlsson. Metaphors of Free Labor: A Typology of Unpaid Work in the Media Sector. Media, Culture & Society, 2016, 38(7): 963-978.
- [11] T. Terranova. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. Social Text, 2000, 18(2): 33-58.
- [12] M. Andrejevic. The Work of Being Watched: Interactive Media and the Exploitation of Self-Disclosure. Critical Studies in Media Communication, 2002, 19(2): 230-248.
- [13] 常江,史凯迪.克里斯蒂安·福克斯:互联网没有改变资本主义的本质——马克思主义视野下的数字劳动.新闻界,2019,4:4-10.
- [14] 吴鼎铭.网络“受众”的劳工化:传播政治经济学视角下网络“受众”的产业地位研究.国际新闻界,2017,6:124-137.
- [15] J. Andersson Schwarz. Mastering One's Domain: Some Key Principles of Platform Capitalism, Oslo: Tinius Trust, 2016: 65-70.
- [16] 蔡润芳.平台资本主义的垄断与剥削逻辑——论游戏产业的“平台化”与玩工的“劳动化”.新闻界,2018,2:

- 73-81.
- [17] Burawoy, *Manufacturing Consent: Changes in the Labor Process under Monopoly Capitalism*, Chicago: Chicago University Press, 1979: 46-77.
- [18] 迈克·布洛威. 制造甘愿: 垄断资本主义劳动过程的历史变迁. 林宗弘等译. 台北: 群学出版有限公司, 2005: 58.
- [19] D. E. Smith. *The Everyday World as Problematic: A Feminist Sociology*. University of Toronto Press, 1987: 17-36.
- [20] D. E. Smith. *Institutional Ethnography: A Sociology for People*. Rowman Altamira, 2005: 205-228.
- [21] L. Marie. Campbell, Frances Gregor. 为弱势者画权力地图: 建制民族志入门. 王增勇等译. 台北: 学群出版社, 2012: 19.
- [22] L. McCoy. Working with Interview Accounts of Everyday Experience. *Institutional Ethnography as Practice*, 2006: 114.
- [23] D. E. Smith. *The Conceptual Practices of Power: A Feminist Sociology of Knowledge*. University of Toronto Press, 1990: 72.
- [24] 谢辛. 被引爆的网红互联网直播平台粉丝文化构建与 KOL 传播营销策略. *北京电影学院学报*, 2017, 5: 23-30.
- [25] 敖鹏. 网红为什么这样红? ——基于网红现象的解读和思考. *当代传播*, 2016, 4: 40-44.
- [26] 张丽华, 骆世查. 同步性中的“存在感”: 经由直播媒介的人际交往与日常生活. *新闻与传播评论*, 2019, 4: 64-77.
- [27] 黄莹, 王茂林. 符号资本与情感能量: 互动仪式链视角下网络直播互动分析. *传媒*, 2017, 8: 80-83.
- [28] 姚建华. 媒介产业的数字劳工. 北京: 商务印书馆, 2017: 13.
- [29] 王丽, 李理. 网络主播的污名化及其伦理困境: 一项网络民族志研究. *新闻与传播评论*, 2018, 4: 107-117.
- [30] 克里斯蒂安·福克斯. 社群媒体批评理论. 罗世宏, 徐福德译. 台北: 五南图书出版公司, 2017: 143.

The Consented Free Labor in the Internet: a Study on the Ethnography Construction of the Female Show Anchors

Zhou Mengjie (Changsha University; Shih Hsin University)

Xu Shengquan (Shanghai Academy of Social Sciences)

Wu Wei (Quanzhou Normal University; Shih Hsin University)

Abstract: Starting from the daily life and work practice of female anchors in the show, this paper adopts the research method of organizational ethnography to explore the willingness of female anchors to work under certain compulsion, consent and consciousness, and to draw a map of power relations in Chinese social live broadcasting studios. The research finds that female anchors take various actions to become more beautiful and can not extricate themselves from the online dream woven by platforms or guilds. They use their creativity to attract fans' appreciation. Live broadcasting is organized as a game competition, successfully concealing and transferring exploitative production relations. Despite their willingness to be payed and self-struggle, they eventually are willing to work and make a weak accumulation of social capital.

Key words: labor process; salary system; digital labor; pop star dream

■ 收稿日期: 2019-09-29

■ 作者单位: 周孟杰, 长沙学院影视艺术与文化传播学院、台湾世新大学新闻传播学院; 湖南长沙 410022

徐生权, 上海社科院新闻研究所; 上海 200433

吴玮, 泉州师范学院文学与传播学院、台湾世新大学新闻传播学院; 福建泉州 362000

■ 责任编辑: 汪晓清