

青年人群的“平台化生存”

主持人 孙 萍[中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员]:当下的青年人,已经习惯了随手点外卖喝奶茶,在吃饭时享用“电子榨菜”,跑到小红书上查询一切,用美颜滤镜开启直播……媒介化与平台化成为当下青年人群生活与工作的常态,并在潜移默化地影响着年轻人对于自我与他者关系和意义的阐释。如何看待青年人的这种生活、工作状态?其中有多少是商业性的逻辑,又有多少与文化意义的生成相关?

专题文章尝试从劳动(送外卖)和娱乐(打游戏)两个方面深入探究当下青年人“平台化生存”的外在表现、形成机制及其产生的文化影响。研究发现,青年人群与数字平台的交互从来不是单线的静态逻辑,而是在整体性的生存状态之下呈现出层次多样的融合、冲突、调整和重塑。希望这两篇文章能为读者带来对当下平台化发展的些许思考。

“劳动世界”与“日常世界”的重新接合： 青年外卖骑手的跨平台媒介使用研究

■ 孙 萍 潘邳元 匡晶洁

(中国社会科学院新闻与传播研究所,北京 102445;北京大学新媒体研究院,北京 100091;
中国社会科学院大学新闻传播学院,北京 102401)

【摘要】本文通过问卷调查、深度访谈和田野追踪的混合研究方法,尝试探究青年骑手的日常媒介使用如何影响他们的工作与劳动认知。调查发现,媒介使用程度越高的骑手,越倾向于对自身劳动给出正向、积极的评价。在平台劳动的间隙,数字媒介的高可及性为骑手提供了一种低成本、灵活、有效的补足性生活方式,其中包括非正式学习与知识共享、娱乐与调节工作节奏、远程社交与

收稿日期:2024-11-26

作者简介:孙 萍,中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员,中国社会科学院大学新闻传播学院副教授,主要研究平台经济与数字劳动;

潘邳元,北京大学新媒体研究院2023级硕士研究生,主要研究数字劳动、健康传播;

匡晶洁,中国社会科学院大学新闻传播学院2022级本科生,主要研究数字劳动。

基金项目:本文系中国社会科学院重大经济社会调查项目“中国网络民意和舆情指数调查”(课题编号:2024ZDDC006)的阶段性研究成果。

情感连接等。与此同时,青年骑手围绕特定社交平台形成了“并行流量”的抗争社群与话语实践,此种跨平台的媒介使用一定程度上起到了“泄压阀”的作用,有效缓解了骑手在劳动过程中的愤懑心情,帮助其进一步适应平台化劳作。关注青年骑手的日常媒介使用,为我们重新理解劳动者的整体世界打开了可能。

【关键词】平台 媒介 日常化 劳动 青年外卖骑手

一、问题的提出

随着媒介技术发展日新月异,媒介与劳动群体之间的互动关系也变得更加复杂多元。当前,零工经济已成为全球范围内重要的劳动实践空间,零工劳动的一个重要特征对于手机等移动媒介的重要依赖,参与其中的劳动者需要借由各种零工App接入线上任务的分配、完成和后期评价。在连续多年针对外卖骑手的田野调查中,我们发现,骑手的工作存在峰谷交接,高峰时忙于送餐,低谷时刷手机等单。在等单过程中,大量的青年骑手沉迷于使用手机端的各种App,这样的劳作节奏给我们观察外卖骑手的媒介使用和劳动感知提供了很好的场景。可以预见的鲜明趋势是,媒介技术日益嵌入劳动群体的劳动过程中,甚至成为主导、管理、监督生产劳作的最主要手段。这一趋势可以从当下诸多劳动研究中窥探:媒介技术如何实现对劳动的控制已成为一个重要的论证场域,尤其是在飞速发展的平台经济背景下,算法、AI等新型媒介技术的出现重塑了我们对于劳动与工作的理解^[1-3]。

在零工经济背景下,劳动者的媒介生态逐渐呈现出更为复杂的交互性特征。一方面,“媒介技术”与“数字平台”的概念呈现明显的融合之意,平台App既是劳动的场所,也是休闲的去处。另一方面,零工劳动者的数字化使用呈现出多渠道、跨媒介、跨平台的生态模式,充分利用复媒体环境已成为青年骑手的生存发展之道。既往研究揭示,劳动者对于自我身份和社会意义的判定,不仅来自其劳动过程和劳动世界,更来自于他们的日常生活与周边环境的互动交流。对于零工劳动者尤其是青年骑手而言,“数字化生存”^[4]成为其日常生活世界意义生产的重要渠道。那么,日常化的媒介交流如何影响他们的劳动认知和自我意义?本文希望以青年外卖骑手为例,探究他们在劳动和日常生活过程中的媒介使用和意义生产。

二、文献梳理

(一)劳动世界与生活世界

一些有关新兴数字职业劳动群体的研究关注了劳动和日常生活经验的关联,以及劳动者如何在这种关联中定义自己的身份并重塑日常生活,比如外卖骑手选择成为外卖骑手不仅是经济选择,也是城市生活中追求自由的“被动个体化”的过程^[5],在悬浮的平台化劳动和媒介化生活中陷入持续性的过渡状态^[6]。

列斐伏尔的日常生活批判从另一个角度关注劳动世界和日常生活的连接,讨论日常生活如何基于生产劳动被组织起来,并形成特定的空间和实践。列斐伏尔将日常生活看作经济活动等

非日常生活的“剩余物”用于填补“出于专业化与技术化考虑的各种高级活动之间留下的‘技术真空’”^[7]。也正是因为现代技术中介下的劳动分工不断细化,其中出现的意义空缺恰好需要日常生活这种无处不在的弥散之物来填补^[8]。

(二) 劳动者的媒介与平台使用

劳动者的媒介使用涉及技术、劳动和日常生活的复杂交互关系^[9],媒介为劳动者提供了信息传递、资源整合与行动协作的可能性,在劳动实践与日常生活两个领域中均发挥着至关重要的作用^[10]。

关于劳动者媒介使用的研究,早期文献主要集中在工业化劳动场域下的技术影响。卡斯特(Castells)指出,传统研究视媒介为劳动者获取劳动信息与知识的工具,通过提升信息对称性帮助其适应劳动环境中的不确定性^[11]。而随着数字化转型的加速,劳动者媒介使用的功能被重新定义,学者们开始关注媒介在劳动关系与劳动过程中的多重角色^[12]。有研究发现,数字媒介不仅承担着信息获取的功能,也逐渐成为劳动者进行权力协商与抗争的关键载体,其赋权功能逐步显著。如斯科特(Scott)指出,劳动者能够通过媒介使用实现权力监督、信息共享和身份重塑,从而寻求自主性与反制空间^[13]。图费克奇(Tufekci)的研究显示,进入数字时代,数字媒介降低了组织抗争和协作的成本,为劳动者提供了更高效的行动工具^[14]。

零工经济的兴起则进一步凸显了媒介与平台在劳动组织中的核心地位。在零工经济中,媒介使用在劳动者理解劳动环境、优化工作实践以及应对外部挑战的过程中发挥关键作用^[15]。罗森布拉特(Rosenblat)等人关于网约车司机的研究表明,劳动者通过社交媒体共享平台规则的“潜规则”和算法应对策略,在不确定的劳动环境中寻求自主性^[16]。外卖骑手能够通过数字工具优化劳动路径和时间管理,并通过在线社区获取维权信息^[17]。在权力不对称的社会结构中,劳动者通过媒介表达不满、组织抗争或规避规则,形成了个人与集体层面的权力协商机制^[18]。

在日常生活维度,平台并不仅仅是劳动分配的工具,也是塑造零工人群的劳动体验、生活节奏甚至生活意义的重要渠道。有研究发现,零工劳动者通过社交媒体或短视频平台维系社会关系、寻求心理支持甚至进行自我表达,不仅缓解了其工作压力,也在一定程度上提升了自我认同感^[19]。一些劳动者利用零散时间参与兼职创作,在丰富其生活体验的同时,也影响了其劳动与生活的平衡感^[20]。不过,劳动者在日常生活中对媒介的使用是否会强化或缓解劳动中的矛盾体验,现有研究尚未达成一致。比如,外卖骑手通过在线平台分享劳动故事,建构了数字空间中的职业认同,同时也使其劳动体验获得了更为复杂的社会意义^[21]。

(三) 骑手“日常世界”的媒介化

骑手的平台化或媒介化程度指骑手在多大程度上通过手机应用程序,如快手、抖音、微信等组织自己的日常生活和劳动。骑手的日常生活具有多重面向,包括搜集信息学习如何加入“外卖游戏”、建构媒介化的社群、用交往和娱乐填补闲暇等,其可以分为信息和关系两个不严格互斥的层面。在信息层面,视频化生存成为现代个体组织日常生活的重要手段^[22],短视频不仅承载了骑手的日常娱乐需求,同时也是骑手学习工作策略、搜索工具性信息、获取情感连接的方式之一。媒介化的信息组织方式不仅关乎骑手的信息获取本身,也影响着这一群体在信息环境中整合意义的方式。在平台化的不稳定就业中,骑手的劳动从稳定的社会保障体系和劳动关系中脱离,同时自己也从传统的社会关系中脱嵌^[23],但在平台的扩张中的传播话语塑造的新一轮“赛博自由主义宣言”^[24]以及骑手在城

市化过程中的个体化进程^[25]的影响下,骑手并非总是以稳定和劳动保障为基准评价平台化劳动,而倾向于另一种话语,比如从“自由灵活”的角度给非正式的平台化工作做更具有正面色彩的定义,不同的评价背后是波兰尼“双向运动”中以“灵活”还是“保护”作为标准的不同意义参照^[26]。

在关系层面,以同乡关系为纽带建立起的网络在非正式就业劳动群体,尤其是在以城市化移民组成的劳动群体中起到非常大的作用,如提供情感支持、实行劳动控制、争取劳动权益以及提供就业机会等信息和资源^[27-30],这些同乡关系以往通常通过线下渠道形成和维系,但微信等社交媒体平台的出现为同乡网络及其资源向线上转移提供了可能。部分平台组织的就业形态缺乏正式的劳动培训与劳动保障,将风险和成本转移给劳动者自身^[31],因此骑手不仅需要自行承担寻找住所等的经济成本,还需要自助搜寻信息并作出判断。线上骑手社群给日常的工具化需求信息获取提供了新的方式,骑手有可能基于社交平台中的社会关系更好地组织生活中的功能性需求。

三、研究方法

本文尝试采用量化与质性相结合的方式探究青年骑手的媒介使用及其所形塑的劳动意义,数据收集的主要方式包括问卷调查、深度访谈和田野追踪。其中,问卷调查的数据主要来自2022年、2023年和2024年作者收集的北京外卖骑手问卷。由于骑手的高流动性和种类的多样性,本研究采用了线上加线下非随机抽样的方式,对长期跟踪的骑手及10余个骑手外卖群进行问卷发放,2022年获得有效问卷量为1033份,2023年为1264份,2024年为2124份。在下文数据分析的第一部分,我们采用了这三年的总体数据并进行了相应清洗,得到有效样本量4412份。其中,男性骑手占比超八成;20-30岁的骑手占比超六成,30-40岁的约为三成;来自农村地区的务工人员占比超67%;骑手学历水平主要集中在高中及以下,占比为67.59%;在地域分布方面,北京市外卖员以当地居民及邻近省份人员为主,其中北京本地占比56.67%,其余多来自河北、河南、陕西、山东及山西等北方省份;从雇佣类型来看,专送占比为31.17%,众包为31.69%,同城为23.07%,其他类型14.07%。本研究虽为非随机抽样,但从总体的样本数据呈现来看,基本符合外卖群体在一线城市的总体特征,具有一定的代表性。具体的自变量、因变量解释请参见数据分析部分。

本文采用倾向匹配得分基础上的线性回归和Logit回归模型来分析骑手媒介使用和劳动评价、劳动规划的关系。在变量上,本文以“刷短视频”“线上认识老乡”和“微信社群关系的应用”三个变量将骑手的媒介化日常生活程度进行操作化;用“职业动机自由灵活”和“职业规划情况”来对骑手的劳动感知进行操作化。

质性的数据内容主要来自2024年4-12月作者对24名青年骑手的深度访谈。我们在北京、泉州、厦门、菏泽和曹县等地对骑手进行了线下访谈。其中,男性骑手21名,女性骑手3名,年龄在19-35岁。根据骑手的劳动情况,访谈时间在30-90分钟不等。围绕本文的研究问题,访谈重点问及骑手对于此项劳动的认知和评价、日常生活中的媒介使用和线上互动,以及经由媒介产生的跨平台话语表达等。在此过程中,我们发现,青年骑手几乎全部是深度媒介使用者,除了日常送单接单的App以外,他们会并行使用多种媒介平台,包括微信、QQ、B站、抖音、快手等。大部分骑手会积极参与线上聊天、互动和信息分享,部分骑手表示拥有抖音、快手等社交账号,并在上面进行内容生产,这给本文研究问题提供了很好的数据支撑。与此同时,我们在北京

房山、大兴和朝阳地区对外卖骑手进行了线下的田野追踪,包括与他们一起跑单、在骑手休闲的时候与他们聊天,观察他们的媒介使用和对平台劳动的具体认知。

四、数据分析

(一)媒介化程度越高,劳动感知越好?

分析发现,媒介化生活程度更高的骑手更倾向于对配送劳动作出自由灵活的评价,刷短视频的骑手倾向于有不明确、短期的职业规划,在线上认识老乡的骑手的职业规划确定性则更强。

1. 自变量:媒介的日常使用

(1)刷短视频:如果骑手在问题“您在工作之余,主要进行哪些活动?”的选项中选择“刷短视频”则取值为1,否则取值为0。

(2)线上认识老乡:如果骑手在问题“你们在微信群里面主要讨论哪些内容?”的选项中选择“认识老乡”则取值为1,否则取值为0。

(3)线上社群关系应用:如果骑手在问题“你们在微信群里面主要讨论哪些内容?”的选项中选择“找房子”“找工作”“二手买卖”“子女教育”中任意一项及以上则取值为1,否则取值为0。

2. 因变量:平台劳动的评价与规划

(1)职业评价:是否对平台化劳动作出“自由灵活”的评价是衡量骑手如何理解自身的劳动处境的重要参照,因此将是否作出自由灵活的劳动评价作为第一个因变量。在问题“您为什么选择干外卖?”的选项中选择“自由灵活”则取值为1,否则取值为0。

(2)职业规划:外卖骑手对自己还要干多久外卖的预期反映了他们在工作中的状态以及对自身处境的理解。在问卷调查中,我们设计了“您还会干多久外卖?”的问题,以及选项“不太确定”“1年以下”“1-2年”“2年以上”“一直干下去”,三年的样本中共有43.8%的骑手选择“不太确定”。本文认为,“不太确定”的职业规划与具体的规划年限之间不具有线性关系,不能将职业规划不确定认定为是“足够短到能随时退出的规划”,它反映的是骑手对未来的一种不清晰状态。因此不能将“不太确定”与具体的规划年限在同一个模型中进行并列。因此,本文把“是否有确定的职业规划”和“预期工作年限”作为两个变量分别纳入模型,若受访者选择“不太确定”,则“是否有确定的职业规划”取值为0,否则取值为1。

本文的主要控制变量是年龄、性别、婚姻状况、户口类型、受教育情况、雇佣类型。同时,本文还将骑手的家乡省份和从事外卖配送工作时长作为地区固定效应和队列固定效应进行控制。变量的描述性统计如表1所示。

表1 描述性统计

变量	样本数	均值	标准差	最小值	最大值
女性	4412	0.183	0.386	0	1
已婚	4412	0.497	0.5	0	1
年龄(组别)	4412	2.534	0.75	1	5
城市户口	4412	0.262	0.44	0	1
受教育年限	4412	11.653	2.811	6	19

(续表)

变量	样本数	均值	标准差	最小值	最大值
专送	4412	0.297	0.457	0	1
刷短视频	4412	0.662	0.473	0	1
认识老乡	4412	0.251	0.433	0	1
关系应用	4412	0.612	0.844	0	4
自由灵活	4412	0.472	0.499	0	1
有职业规划	4412	0.562	0.496	0	1
预期工作年限	2478	2.44	1.284	1	5
月收入	4412	6883.5	1883.005	3000	9000

在模型选择上,当因变量为二值变量时(“自由灵活”“有职业规划”),本文使用Logit模型进行回归分析,对于预期工作年限则使用线性的OLS模型进行回归分析。由于调研数据来源于非随机的研究,无法保证用平台组织日常生活的骑手和其他骑手之间具有完全相同的初始条件,同时,“刷短视频”等平台使用的自变量可能受到未观测到的变量的选择性偏差等问题的影响,如骑手的媒介素养、性格等因素。因此本文使用倾向匹配得分法(Propensity Score Matching, PSM)来平衡不同平台化日常生活组别之间的差异。通过倾向得分函数将多个变量的信息压缩到一维,进而根据倾向得分进行匹配。这样可以在既定的观测特征变量下,使得处理组个体和控制组个体尽可能相似,以缓解选择偏差问题。本文以Logit模型构造倾向得分函数,将性别、年龄、婚姻状况、户籍、受教育年限、雇佣类型、已工作月份数、收入情况以及调查年份作为协变量纳入模型,以涵盖影响骑手平台化日常生活情况的可观测因素。在匹配方法上,为了平滑倾向得分的分布差异,减少样本丢失,选择核匹配方法进行匹配。对三组自变量匹配后进行平衡性检验,所有变量的标准化误差均小于5%,且t检验结果接受“处理组与控制组无系统差异”的原假设,因此平行性假设得到满足。模型的回归结果如表2所示。

分析发现,模型(1)(2)和(3)的结果表明,“刷短视频”“认识老乡”和“关系应用”三个变量均对“自由灵活”的职业评价有显著的正向影响。同时也注意到,在控制变量中,受教育年限越高的骑手也更倾向于作出“自由灵活”的劳动评价,而有城市户口则对“自由灵活”的评价有显著负向影响。对模型(4)(5)和(6)进行分析发现,“刷短视频”显著降低了“有职业规划”的可能,而“认识老乡”和“关系应用”则对有明确的职业规划存在显著正向影响。同时,有城市户口、受教育年限长,且雇佣类型为专送的骑手更倾向于有明确的职业规划。对模型(7)(8)和(9)进行分析发现,对于有明确职业规划的骑手而言,“刷短视频”对预期工作年限有显著负向影响,“认识老乡”对预期工作年限有显著的正向影响,对线上关系的应用则与职业规划没有显著关联。同时也发现,已婚与年龄较大的骑手倾向于有更长期的职业规划。模型(10)(11)和(12)展示了包含所有三个自变量的全模型结果。

我们发现,平台媒介使用与对平台化劳动的正面评价显著正相关,这意味着媒介化程度高的骑手,与其“生活世界”相关联的是一种更积极的“劳动世界”。但通过对职业规划的分析,我们发现,这种平台化生活和正面的劳动理解之间的关联并非具有内在一致性:刷短视频作为一种碎片化组织信息和娱乐的手段,关联着更加不确定和更短期的职业规划,而平台组织的社会关系及其应用则与更确定的平台劳动规划相关。

表 2 模型回归结果

变量	(1) PSM-Logit	(2) PSM-Logit	(3) PSM-Logit	(4) PSM-Logit	(5) PSM-Logit	(6) PSM-Logit	(7) PSM-OLS	(8) PSM-OLS	(9) PSM-OLS	(10) Logit	(11) Logit	(12) OLS
	自由灵活	自由灵活	自由灵活	有职业规划	有职业规划	有职业规划	预期工作年限	预期工作年限	预期工作年限	自由灵活	有职业规划	预期工作年限
刷短视频	0.604*** (0.0674)			-0.292*** (0.0672)			-0.115** (0.0546)			0.607*** (0.0666)	-0.318*** (0.0664)	-0.119** (0.0533)
认识老乡		0.310*** (0.0712)			0.121* (0.0718)			0.186*** (0.0571)		0.253*** (0.0720)	0.137* (0.0723)	0.190*** (0.0584)
关系应用			0.163*** (0.0625)			0.132*** (0.0630)			0.0834 (0.0516)	0.155*** (0.0630)	0.119* (0.0631)	0.0995* (0.0516)
女性	-0.0884 (0.0867)	-0.0696 (0.0934)	-0.0893 (0.0817)	-0.0600 (0.0871)	0.00336 (0.0952)	-0.0676 (0.0829)	-0.121* (0.0728)	-0.0810 (0.0768)	-0.0979 (0.0700)	-0.0952 (0.0814)	-0.0531 (0.0811)	-0.115* (0.0666)
已婚	-0.0905 (0.0727)	-0.0411 (0.0771)	-0.0948 (0.0682)	0.0809 (0.0723)	0.0740 (0.0778)	0.0840 (0.0687)	0.276*** (0.0621)	0.269*** (0.0649)	0.267*** (0.0592)	-0.0864 (0.0676)	0.0419 (0.0675)	0.274*** (0.0559)
年龄	0.0339 (0.0494)	-0.00854 (0.0534)	0.00234 (0.0467)	-0.0673 (0.0493)	-0.0391 (0.0536)	-0.0860* (0.0470)	0.174*** (0.0440)	0.150*** (0.0445)	0.162*** (0.0406)	-0.00606 (0.0464)	-0.0762* (0.0461)	0.178*** (0.0380)

(续表)

变量	(1) PSM-Logit	(2) PSM-Logit	(3) PSM-Logit	(4) PSM-Logit	(5) PSM-Logit	(6) PSM-Logit	(7) PSM-OLS	(8) PSM-OLS	(9) PSM-OLS	(10) Logit	(11) Logit	(12) OLS
	自由灵活	自由灵活	自由灵活	有职业规划	有职业规划	有职业规划	预期工作年限	预期工作年限	预期工作年限	自由灵活	有职业规划	预期工作年限
城市户口	-0.151*	-0.210**	-0.175**	0.275***	0.311***	0.293***	-0.0773	-0.0665	-0.0707	-0.141*	0.312***	-0.102*
	(0.0796)	(0.0862)	(0.0757)	(0.0800)	(0.0879)	(0.0769)	(0.0616)	(0.0655)	(0.0591)	(0.0752)	(0.0756)	(0.0590)
教育年限	0.0442***	0.0643***	0.0413***	0.0255**	0.0232*	0.0215*	0.0125	0.00459	-0.000844	0.0478***	0.0169	0.0147
	(0.0125)	(0.0135)	(0.0122)	(0.0126)	(0.0135)	(0.0122)	(0.0107)	(0.0112)	(0.0104)	(0.0119)	(0.0118)	(0.00957)
是否专送	-0.235***	-0.139*	-0.202***	0.376***	0.333***	0.359***	-0.0104	-0.0149	-0.00481	-0.235***	0.370***	-0.0196
	(0.0729)	(0.0777)	(0.0689)	(0.0737)	(0.0792)	(0.0701)	(0.0587)	(0.0607)	(0.0556)	(0.0681)	(0.0685)	(0.0543)
年份	0.0719	-0.0187	0.0724	0.0584	0.0337	0.0389	0.0976**	0.0771*	0.114***	0.0485	0.0439	0.0775**
	(0.0473)	(0.0529)	(0.0445)	(0.0475)	(0.0530)	(0.0448)	(0.0414)	(0.0421)	(0.0379)	(0.0444)	(0.0442)	(0.0362)
地区固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是
队列固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是
常数项	-146.5	36.89	-147.1	-118.7	-69.21	-79.55	-195.8**	-153.9*	-229.7***	-99.37	-89.29	-155.1**
	(95.66)	(107.1)	(90.08)	(96.10)	(107.3)	(90.73)	(83.70)	(85.23)	(76.70)	(89.84)	(89.44)	(73.13)
样本数	4409	4412	4407	4409	4412	4407	2472	2478	2477	4412	4412	2478
R 平方	-	-	-	-	-	-	0.056	0.059	0.053	-	-	0.060

注:括号中为标准误,***p<0.01,**p<0.05,*p<0.1。

本文的数据分析在平台化日常生活和外卖骑手的劳动之间建立了统计学意义上的相关性结论,但其作用机制有待进一步解释。在下文中,我们将继续通过质性材料的分析,讨论这种关系在具体的机制上何以可能。

(二)跨平台的媒介使用与劳动间隙的补足机制

为什么媒介及其跨平台使用会影响骑手的劳动认知?本部分将结合深度访谈与田野追踪,从规则、时间和关系三个关键维度展开分析,探讨数字媒介如何通过补足劳动空隙,适应平台劳动节奏,形成劳动与生活“啮合”的动态特征。

1. 填补规则空隙:非正式学习与知识共享

首先,跨平台的媒介使用成为骑手掌握和补足当下快速变动的劳动规则的重要途径。青年骑手对于社交媒体的使用,以非正式、情境化方式,帮助他们获取更多相关知识,在他们应对复杂环境中发挥着重要作用^[32]。面对平台技术的不断更新迭代,骑手倾向于通过线上平台共享工作经验以解决自身面临的技术困惑。

微信群等社交平台成为弥补知识空隙的重要渠道。2023年和2024年的外卖骑手问卷数据显示,骑手在微信群聊中讨论“工作事情(收单/转单)”的比例分别达到70.65%和68.08%。骑手们会在工作群中讨论高效配送的策略及日常工作情况,同时也有部分骑手通过观看其他骑手在社交媒体平台发布的短视频,来学习车辆操作技能或送餐路径规划等技巧^[33]。通过整合社交媒体平台上与工作相关的内容,骑手有针对性地调整工作方式,有效提高了自身的劳动效率。此类基于社群互动的学习方式在一定程度上增强了劳动者个人的规则适应能力。比如,有骑手表示:“一开始不知道怎么规划(路线),接多了单就慌,怕送不过来。看别的骑手的短视频,有时候也在群里听人家说,慢慢就好一些。”

跨平台的媒介使用增强了骑手的工作信心,这与卡斯特(Castells)提出的社交平台和即时通信工具能够弥补工作中的信息不对称和技术缺乏带来的困境观点不谋而合^[34],并进一步发展了“弱者的武器”^[35]观点。面对算法系统所形成的较大信息差,骑手通过微信群、短视频等其他平台的介入有效实现了横向信息流动,对其增强“送外卖”的规则认知具有很好的补足作用。通过这样的知识共享,骑手一定程度上提升了工作技能,降低了自身对于送餐工作的不确定性,从而倾向于对送餐劳动采取更为积极的态度和评价。

2. 填补时间空隙:平台劳动中的节奏调适机制

骑手劳动的碎片化特征使得“单与单之间”以及“高峰与低谷之间”的时间空隙成为常态^[36]。在送外卖的过程中,此种按需劳动的碎片化为数字媒介的嵌入式使用提供了自然场域。有研究指出,零散时间的合理管理能够增强劳动者的主观幸福感和时间控制感^[37],对于骑手而言,数字平台提供的丰富的娱乐化内容和轻量化应用成为他们消遣“等单”时间的重要渠道。通过短视频、微信群等数字媒介,外卖骑手在一定程度上实现了时间的填补与劳动节奏的调适,这些辅助性的媒介平台使用成为他们适应平台劳动节奏的新策略。

问卷数据显示,骑手在等单、等出餐、吃饭的间隙,会频繁地在不同的媒介平台之间跳转,以实现浏览信息和娱乐自身的目的。其中,短视频以其高娱乐性和即时性成为骑手常用的间隙时间填补工具^[38]。2023年、2024年,在工作之余刷短视频的骑手分别占比达67.48%、65.16%。受访者表示,在短视频观看过程中,骑手可借助娱乐内容获得心理调适,消解高强度工作带来的心

理压力。此外,观看电视剧等视频内容、打游戏也逐渐成为骑手工作间隙的主要选择,跨平台的媒介使用消解了骑手等单过程中的无聊感,进一步丰富了其平台劳动间隙的娱乐选择。

从某种意义上讲,该现象对列斐伏尔的“技术真空”观点进行了扩充,劳动间隙中的媒介使用赋予了骑手在碎片化时间中的调试主动性,使他们能够在看似无序的时间结构中重新获得控制感和意义感^[39]。这种机制不仅表现为一种个体的、单向的消遣行为,同时也嵌入了劳动者的职业生活,让劳动者在不同劳动强度的时段中实现心理和身体状态的平衡,减缓对于外卖劳动枯燥无聊的负面体验。

3. 补足关系空隙:社交与情感的远程维系

参与送外卖的大部分骑手通常往返于城乡之间,与亲人、家庭聚少离多。因此,外卖骑手在工作之余强烈依赖社交媒体维系与远在他乡的亲友之间的关系。现有研究发现,数字平台作为网络化社会的基础设施,可以显著改变劳动者的关系模式^[40],即通过运用即时通信工具和视频等数字媒介,有效填补关系的空隙,为骑手提供一种新的情感连接模式。

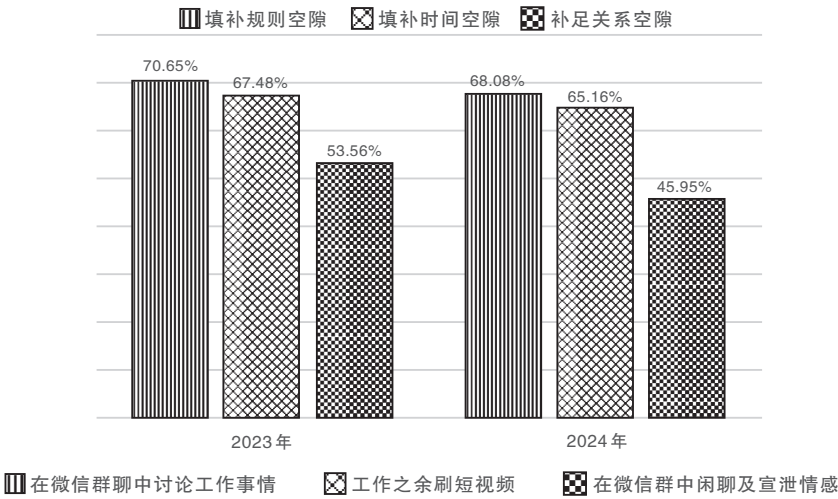


图1 平台化游走与骑手劳动间隙的补足机制数据

问卷数据表明,外卖骑手在微信群中进行闲聊和情感宣泄的比例在2023年和2024年分别达53.56%和45.95%,依托社群平台,骑手建立了较为稳定的情感联结网络。这些非正式的交流不仅包含具象的生活琐事和职业趣闻,也涉及群体内部的情感支持与价值认同^[41]。例如,在微信群中,一方面骑手与工友交流共享订单信息、讨论交通路线等工作信息,甚至在意外情况发生时彼此支援。他们通过互助行为构建了一种松散、随机,但十分有效的协作关系,弥补了正式工作环境中垂直交流的不足。另一方面,部分骑手反映,自己在群内也常常参与一些无实际意义的聊天,通过“扯淡”式的互动缓解孤独感,说明情感互动的视角在骑手的线上群同样适用。

数字媒介在填补关系空隙的过程中,重塑了骑手的社会网络结构。通过与家人、朋友和工友的线上互动,骑手不仅维系了重要的人际关系,也在情感支持和职业认同中找到平衡点^[42],以技术为中介,骑手的劳动世界和日常世界得以重新连接,他们也能够更好地适应平台化的劳作和交流模式。

(三)“并行流量”空间与主体性阐释

在田野调查中,我们也经常遇到对平台不满的骑手。当骑手在与劳动组织直接相关的平台

上表达受阻,他们会转而寻求和打造跨平台的表达空间。田野调查发现,青年骑手一方面是重度媒介使用者,大多数骑手都会在手机端下载QQ、抖音、快手等媒介平台,另一方面,骑手也是积极的媒介内容生产者,会积极发布短视频、参与直播,努力建构自身话语的可见性。如赵慢的研究关注到外卖骑手在抖音上的短视频表达,发现骑手发布短视频不仅是招募骑手和创造副业收入的工具性手段,还是进行社交拓展和情感分享的重要精神补足形式:在短视频中骑手分享工作和生活日常,基于共有的或隐藏的经验与其他骑手、商家和顾客发生对话,或者表达对平台、站点或资本的不满^[43]。

调研发现,骑手对此类内容的观看也具有工具性和情感性的双重动机,一方面,骑手通过短视频学习跑单技巧;另一方面,骑手在观看中能够寻求到相同处境下的情感共鸣。例如,当骑手看到他人“单子多、单子顺”时,会产生一种对劳动成果的间接满足;而当视频呈现骑手“跑得很累”时,也能引发对自身劳动疲惫感的情感释怀。这种共情体验不仅成为骑手情感发泄的渠道,更在骑手劳动过程中填补了因为任务不确定性和孤独感带来的情感空隙,创造出在劳动平台之外的骑手彼此情感支持的重要场域。

抖音、快手和小红书等算法驱动的内容推荐平台推动了骑手社群的形成,这种算法组织的社群不受物理空间和劳动时间的限制,而是通过内容的纽带吸引骑手自主加入。骑手在平台上的吐槽、抱怨以及对劳动日常的分享,不仅为自身的情感表达提供了一个开放的场域,也成为其他骑手感知共鸣和获得支持的重要空间。例如,当骑手分享复杂订单的经历、平台规则的不公或客户的不合理要求时,这些社群提供了重要的分享与抱怨渠道。这些互动缓解了个体劳动中的孤独感,还通过对共同处境的认知强化了群体意识。

骑手在劳动平台之外的跨媒介使用,促进了他们的表达与可见性,起到了“并行泄压阀”的作用,在“跑单游戏”的快节奏和强控制逻辑下,为其提供了一个自我表达和情感舒缓的空间。通过在短视频中讲述与分享自己的劳动故事,一些骑手将自己的劳动经历置于更广泛的社会文化中,与他人产生连接,进而在共享的情感和经验中找到心理支持;通过短视频平台观察他人的劳动日常,骑手不仅在共情中完成了情感释放,还能够从劳动者的视角重新审视自身工作的意义。这些跨平台的媒介使用和互动跳出了外卖平台的监管和控制,呈现出一种流动的、开放的主体性实践空间,使骑手能够在劳动的间隙拓展自身的生活维度,而不再仅仅囿于劳动过程本身的压力与苦闷。

五、结论与思考

通过问卷数据的线性回归分析,我们初步发现,媒介化和平台化使用程度越高的骑手,越倾向于对自身所参与的平台劳动给出正向、积极的评价。而出现这一有趣现象的原因,与青年骑手在日常劳动过程中的高度媒介化使用和参与有着密切关系。质性田野数据显示,骑手的跨平台媒介使用一方面呈现出显著的补足性,如帮助骑手更好地了解平台劳动规则、填补骑手等单时的无聊、帮助维系骑手的情感关系和网络等;另一方面,跨平台的媒介使用承担了骑手表达不满和对抗性话语的功能,一些骑手积极参与短视频、直播创作,并围绕特定社交平台形成了“并行流量”的抗争社群,并行的平台游走一定程度上承担了“泄压阀”的作用,有效缓解了骑手在劳动过程中的愤懑心情,使其能够进一步适应平台的劳动生活(参见图2)。

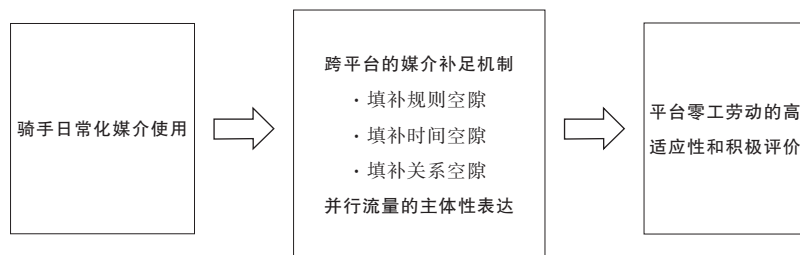


图2 日常化媒介使用与劳动评价的互动关系

数字媒介技术正在以无与伦比的速度嵌入当下平台零工劳动的场景之中,而这里的媒介技术,除了带有分派订单、组织管理、评价监督等劳动过程中的工具性作用之外,我们也应该看到媒介技术对骑手日常生活的重要补足性影响,这些补足性影响更倾向于价值连接和情感交流等社会属性^[44-45]。与此同时,这些补足性的社会属性有效地平衡了骑手对零工劳动的认知和态度,这既是本文的核心论点,也是对既往文献的重要补充。青年骑手跨平台的媒介使用,让我们看到了“劳动世界”与“日常世界”在送外卖的劳动中不是相互区隔、分离的状态,而是彼此互相影响,共同形塑了外卖骑手的身份认知和劳动感知。尤其是,我们不应忽视后者对前者的重要影响。

我们应该如何理解骑手跨平台的媒介使用所形塑的社会文化意义?对于广大骑手来说,日常的跨平台媒介使用在很大程度上形塑了一种缓冲机制,使他们能够在极度原子化、不稳定的劳动状态下扩展获取信息、建立社群的渠道,而跨平台的诉苦和话语展演,则更体现了其自我主体性建构的可能。

[参 考 文 献]

- [1][17] 陈 龙:《“数字控制”下的劳动秩序——外卖骑手的劳动控制研究》,载《社会学研究》,2020年第6期。
- [2] 丁 未:《遭遇“平台”:另类数字劳动与新权力装置》,载《新闻与传播研究》,2021年第10期。
- [3] Sun, P.. Your Order, Their Labor: An Exploration of Algorithms and Laboring on Food Delivery Platforms in China, Chinese Journal of Communication, 2019, (12).
- [4] 彭 兰:《智能时代人的数字化生存——可分离的“虚拟实体”、“数字化元件”与不会消失的“具身性”》,载《新闻记者》,2019年第12期。
- [5] 邢海燕 黄爱玲:《上海外卖“骑手”个体化进程的民族志研究》,载《中国青年研究》,2017年第12期。
- [6][36] 孙 萍:《过渡劳动:平台经济下的外卖骑手》,上海:华东师范大学出版社2024年版,第372-373、290页。
- [7] Lefebvre, H.. Critique of Everyday Life: The One - Volume Edition, London: Verso Books, 2014, p. 97.
- [8] 刘怀玉:《现代性的平庸与神奇:列斐伏尔日常生活批判哲学的文本学解读》,北京:北京师范大学出版社2006年版,第104页。
- [9][11][34] Castells, M.. The Rise of the Network Society (2nd ed.), Oxford: Wiley - Blackwell, 2010, pp. 282 - 285, pp. 371 - 375, pp. 371 - 375.
- [10] 姚建华:《数字劳动:理论前沿与在地经验》,上海:复旦大学出版社2022年版,第52页。
- [12] Huws, U.. Labor in the Global Digital Economy: The Cybertariat Comes of Age, New York: Monthly Review Press, 2014, pp. 48 - 60.
- [13][35] Scott, J. C.. Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance, New Haven: Yale University Press, 1985, pp. 15 - 16, pp. 15 - 16.

- [14] Tufekci, Z.. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, New Haven: Yale University Press, 2017, pp. 3 – 10.
- [15] 陈熹霖 范 鹏 邹裕民:《零工经济下感知算法控制对工作投入影响研究》,载《现代管理》,2022年第9期。
- [16] Rosenblat, A., Stark, L.. *Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers*, *International Journal of Communication*, 2016, (10).
- [18] Van Doorn, N.. *Platform labor: On the Gendered and Racialized Exploitation of Low – Income Service Work in the “On – Demand” Economy*, *Information, Communication & Society*, 2017, (6).
- [19] 徐景一 赵 慧:《劳动过程理论视阈下的零工劳动者权益保障问题研究——以短视频社交平台为例》,载《经济学家》,2023年第6期。
- [20] Burke, R. J.. *Length of Shift, Work Outcomes, and Psychological Well – being of Nursing Staff*, *International Journal of Public Administration*, 2003, (14).
- [21][33][42] 霍丽丽:《社会网络分析视角下外卖骑手UP主的网络连接关系研究》,载《新媒体研究》,2021年第24期。
- [22] 彭 兰:《视频化生存:移动时代日常生活的媒介化》,载《中国编辑》,2020年第4期。
- [23] 朱 妍 李 煜:《“双重脱嵌”:农民工代际分化的政治经济学分析》,载《社会科学》,2013年第11期。
- [24] 王维佳 周 弘:《规制与扩张的“双向运动”:中国平台经济的演进历程》,载《新闻与传播研究》,2021年第S1期。
- [25] 邢海燕 黄爱玲:《上海外卖“骑手”个体化进程的民族志研究》,载《中国青年研究》,2017年第12期。
- [26] Kalleberg, L. A.. *Precarious Work, Insecure Workers: Employment Relations in Transition*, *American Sociological Review*, 2009, (1).
- [27] 潘 毅 卢晖临 张慧鹏:《阶级的形成:建筑工地上的劳动控制与建筑工人的集体抗争》,载《开放时代》,2010年第5期。
- [28] 刘林平 郑广怀 孙中伟:《劳动权益与精神健康——基于对长三角和珠三角外来工的问卷调查》,载《社会学研究》,2011年第4期。
- [29] 郑广怀 孙 慧 万向东:《从“赶工游戏”到“老板游戏”——非正式就业中的劳动控制》,载《社会学研究》,2015年第3期。
- [30] 陆文聪 谢昌财:《社会关系、信息网络对新农民工收入的影响——基于熵均衡法的实证分析》,载《中国人口科学》,2017年第4期。
- [31] 谢富胜 吴 越 王生升:《平台经济全球化的政治经济学分析》,载《中国社会科学》,2019年第12期。
- [32] Eraut, M.. *Informal Learning in the Workplace*, *Studies in Continuing Education*, 2004, (2).
- [37] 杨 静 郑 嵘:《数字劳动的理论化研究新进展》,载《经济学动态》,2024年第5期。
- [38] 刘战伟 李媛媛 刘蒙之:《平台化、数字灵工与短视频创意劳动者:一项劳动控制研究》,载《新闻与传播研究》,2021年第7期。
- [39] 方章东 李华强:《数字劳动研究脉络与展望——基于CiteSpace的文献计量可视化分析》,载《北京科技大学学报(社会科学版)》,2023年第5期。
- [40] 孙 萍 王从健 梁慧博:《平台基础设施化的原因、特征与表现》,载《青年记者》,2024年第5期。
- [41] 王莹娜:《听力障碍外卖骑手短视频虚拟社区职业身份认同建构研究》,中国科学技术大学硕士学位论文,2023年。
- [43] 赵 熳:《参与式传播视角下外卖骑手短视频自我表达与媒介实践》,中国社会科学院大学硕士学位论文,2024年。
- [44] Knutsen, L. A., Lyytinen, K.. *Properties and Gratifications of Mobile Data Services: An Explorative Investigation*, *Systemes d'Information et Management*, 2006, (11).
- [45] Stafford, T. F.. *Understanding Motivations for Internet Use in Distance Education*, *IEEE Transactions on Education*, 2005, (48).

(责任编辑:张 丹)