

平台语境下无偿数字劳动的异化表征、生成逻辑与治理路径

朱赖蕙

华南理工大学马克思主义学院, 广东 广州

收稿日期: 2026年8月10日; 录用日期: 2026年9月1日; 发布日期: 2026年9月11日

摘要

在数字平台快速发展的背景下, 社交媒体用户的内容生产、互动行为与行为数据被平台无偿占有并转化为具有价值增殖功能的无偿数字劳动。本文以马克思异化劳动理论四重维度为分析视角, 结合本土社交媒体场景, 考察这一现象的具体表现与形成原因, 并专门讨论数字劳动中愉悦体验与被控制并存的悖论, 由此探讨数字劳动对经典异化概念的扩展。研究发现, 平台语境下的无偿数字劳动呈现出用户数据与内容分离、劳动过程算法化、自主活动工具化、社会关系数字联结化四重异化表征; 其生成是平台资本增殖逻辑、算法技术不透明、用户权利边界模糊与流量导向共同作用的结果。在此基础上, 本文从界定数据产权归属、建立算法审计制度、保障用户权利行使、改善平台流量分配规则等方面探讨治理路径, 为理解数字劳动异化问题提供一种分析思路。

关键词

异化劳动, 数字劳动, 社交媒体, 数据确权, 算法治理

Alienation Manifestations, Generative Logic, and Governance Pathways of Unpaid Digital Labor in the Platform Context

Laihui Zhu

School of Marxism, South China University of Technology, Guangzhou Guangdong

Received: August 10, 2026; accepted: September 1, 2026; published: September 11, 2026

Abstract

Against the backdrop of the rapid development of digital platforms, social media users' content

文章引用: 朱赖蕙. 平台语境下无偿数字劳动的异化表征、生成逻辑与治理路径[J]. 哲学进展, 2026, 15(9): 211-219.

DOI: 10.12677/acpp.2026.159440

production, interactive behaviors, and behavioral data are appropriated by platforms without compensation and transformed into unpaid digital labor with value-augmenting functions. Taking the four dimensions of Marx's theory of alienated labor as an analytical framework and drawing on domestic social media contexts, this paper examines the concrete manifestations and causes of this phenomenon. It also focuses on the paradoxical coexistence of pleasurable experiences and being controlled in digital labor, thereby exploring how digital labor expands the classical concept of alienation. The study finds that unpaid digital labor in the platform context exhibits four forms of alienation: the separation of user data from content, the algorithmization of the labor process, the instrumentalization of autonomous activities, and the digital interconnectedness of social relations. Its emergence results from the combined effects of the valorization logic of platform capital, the opacity of algorithmic technologies, ambiguous boundaries surrounding user rights, and traffic orientation. On this basis, the paper explores governance pathways, including clarifying the ownership of data property rights, establishing an algorithmic audit system, safeguarding the exercise of user rights, and improving platform traffic-distribution rules, thereby providing an analytical approach to understanding the alienation of digital labor.

Keywords

Alienated Labor, Digital Labor, Social Media, Data Rights Confirmation, Algorithm Governance

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中国互联网络信息中心在 2026 年 1 月发布的第 57 次统计报告里提到, 到 2025 年 12 月, 我国网民规模已经突破了 11.3 亿, 当中短视频用户达到了 10.5 亿, 占到全体网民的 92.9% [1]。社交媒体的广泛使用, 让用户的日常浏览、发布、互动等行为在客观上为平台贡献出了可被货币化的数据和内容。这种用户活动在学术讨论中经常被界定为数字劳动。克里斯蒂安·福克斯把它理解成资本在数字空间获取剩余价值的一种方式, 也就是说, 用户在使用免费服务的过程中, 他们的行为数据和内容产出变成了平台利润的一个重要来源[2]。跟传统雇佣劳动不同的地方在于, 这类活动并没有明确的工资支付, 也不存在正式的雇佣关系, 用户通常不会把自己的线上行为看成是劳动, 可是从产出结果来看, 用户集体贡献的内容和数据确实构成了平台商业模式的基础资源。这里所讨论的无偿数字劳动, 指的是社交媒体用户在非雇佣关系下, 通过内容发布、互动交流和浏览行为等方式, 为平台贡献数据和流量的活动, 这些活动在结果上被平台无偿占有并转化成了经济收益, 可在过程上用户一般不会把它当成劳动, 也没有从中得到过对等的报酬。

围绕数字劳动的性质, 国内外研究大致形成了两种取向。以泰拉诺瓦、库克里奇、福克斯为代表的一支, 将用户内容生产与数据行为界定为数字劳动或免费劳动, 强调平台对用户无偿劳动的占有与价值转化。泰拉诺瓦提出了免费劳动概念[3], 库克里奇用玩工概念来描述那种既带着娱乐体验又有生产力贡献的互动行为[4], 福克斯通过分析社交平台的盈利构成, 论证了用户数据和内容被无偿占有的机制。与之相对, 赫斯蒙德霍等学者担心, 不加限定地把用户主动参与等同于被迫劳动, 会稀释异化与剥削概念的批判效力[5]; 李少武和张銍也指出, 社交媒体上的信息浏览与动态发布更接近信息消费和自我表达, 与物质生产领域的劳动存在质的差异[6]。国内研究在此基础上主要推进了两个方向: 一是从技术形态与劳动过程入手, 如蓝江分析了从物化劳动到智能化劳动的演变[7], 聂阳考察了数字劳动异化的技术实现

方式[8]，韩文龙等分析了从组织控制到算法控制的转向[9]；二是从异化形态与后果入手，如成龙等把数字异化视为劳动异化的当代形态[10]，刘海霞依据异化劳动的四重维度，剖析了数字劳动当中产品异己化和类本质异化的问题[11]，陈梦君和冉光仙则从自由劳动的实现条件出发，讨论了数字劳动中隐性控制对劳动者自主性的制约[12]。争论的焦点主要集中在两点：一是无酬、自愿的用户活动能否被纳入劳动与异化框架；二是算法控制与用户能动性之间应如何判断。

本文认为，上述争论的关键不在于给数字劳动下一个是或不是劳动的定性结论，而在于把异化理论从定性工具转换为诊断性视角。核心论点是：平台语境下无偿数字劳动呈现数据与内容分离、算法调节劳动过程、自主活动工具化、社会关系数据联结化四重异化表征，其生成是平台资本增殖、算法不透明、权利边界模糊和流量导向共同作用的结果；更重要的是，数字劳动中愉悦体验与被控制并存，要求对经典异化概念进行扩展而非简单套用。本文的独特贡献在于：将异化理论作为分析视角而非判决性框架，回应用户主动参与能否纳入异化分析的争论；结合本土社交媒体场景描述异化表征与生成逻辑；专门讨论愉悦与被控制的悖论，为数字劳动对异化概念的扩展提供切入点。

2. 无偿数字劳动对经典异化理论的挑战、适用与扩展

2.1. 异化理论的挑战与适用性转换

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中提出的异化劳动理论以19世纪产业工人为原型，包含劳动产品、劳动过程、类本质、人际关系四重异化，其前提是雇佣劳动制度下工资形式掩盖了剩余价值的无偿占有[13]。数字劳动的无酬性、产销合一、时空分散和自愿愉悦特征冲击了这一框架：工资与劳动的对应关系模糊，生产与消费的边界消解，劳动时间难以计量，外在强制难以辨认。对此，福克斯等认为工资缺失不改变无偿占有的实质，平台通过数据商品化和定向广告将用户活动转化为利润的机制与工业资本主义剥削逻辑同构；赫斯蒙德霍等则担心将主动参与等同于被迫劳动会稀释批判效力[5]。

上述争论的焦点在于数字劳动能否直接等同于传统雇佣劳动。与其在是或不是的层面反复纠缠，不如将异化理论从定性工具转为分析视角。这一调整并非回避问题，而是对前述挑战的逐项回应。针对无酬特征，判断异化不必以工资支付为前提，核心在于劳动者的产出是否与自身相对立；只要数据和内容被平台无偿占有并用于商业目的，异化结构就已存在。针对产销合一，不必硬性区分劳动与休闲，而应关注行为客观上是否被纳入平台的商业变现流程，而非用户主观意图。针对时空分散，不必精确统计劳动时间，算法对注意力资源的系统占有和碎片化时间的持续占用本身即是异化表现。针对自愿性与强制的矛盾，异化不是被迫劳动，而是算法调控下选择空间的系统性收窄，表面自愿的选择在平台预设框架内完成，这种结构性约束更隐蔽但并非消失。由此可见，将异化理论定位为分析视角并非放弃批判功能，而是使其更贴合数字劳动的实际形态。异化理论从判决性框架转为诊断性工具，其价值在于揭示资本借助技术深度介入用户日常行为时自主性、创造力与社会联结可能受到的削弱。在我国基本经济制度下，政府对平台资本的规制能力构成约束异化风险的制度条件，异化理论的风险识别功能可为规制实践提供理论参照。

2.2. 愉悦与控制并存：数字劳动对异化概念的扩展

传统异化劳动理论的经验原型是产业工人，其异化体验往往与外在强制、肉体疲劳和工资形式的剥削联系在一起。数字劳动却呈现出一种更具张力的状态：用户在使用社交媒体时，既可能获得娱乐满足、社交认同和创作愉悦，又在同一过程中被算法系统性地调节、记录和转化。这种愉悦与被控制并存的矛盾，正是数字劳动对经典异化概念提出扩展的关键所在。平台通过游戏化设计、即时反馈和个性化推荐，将劳动过程包装为类似娱乐的体验。积分、等级、勋章、排行榜等机制给用户带来即时成就感，无限下

拉和精准推送则持续制造注意力上的满足感。库克里奇提出的玩工概念描述的正是这种娱乐体验与生产力贡献相互融合的状态[4]。用户的愉悦并非虚假意识，而是一种真实的体验满足；但愉悦的生成条件、节奏和内容边界，却主要由平台的商业逻辑和算法规则设定。用户在追求愉悦的过程中，自愿地让渡了注意力、行为数据和社会关系，平台则将这些资源纳入商业变现流程。这意味着，数字劳动中的异化不应被简单理解为被迫的痛苦劳动，而更多地表现为一种自愿的支配。用户并非被外在强制逼迫参与，而是在愉悦体验和平台预设的选项框架内，选择空间被系统性地收窄。异化概念由此需要扩展：从与劳动对抗的异化扩展到与劳动融合、与休闲融合的异化，从外在强化的异化扩展到愉悦体验中的隐性支配。基于此，下文对社交媒体用户在四个维度上的现实处境逐一加以考察。

3. 社交媒体用户无偿数字劳动的异化表征

3.1. 用户数据与内容的分离

用户在社交媒体上产出的是以数据形式存在的内容、行为轨迹和关系网络，这些在日常使用中自然生成的数据和内容在法律层面和技术层面上都与用户发生了分离。平台通过格式条款取得数据授权，多数用户在注册时直接点击同意，授权的知情基础相当薄弱。这种分离在经济层面表现为收益分配的不对等：普通用户贡献了平台内容的主体部分，构成流量与热度的基础，但收益分配明显向平台倾斜，普通创作者的流量分成标准较低，用户创造的大部分经济价值被平台占有。被占有的数据还会反过来作用于用户自身。平台根据用户行为数据建立用户画像，据此推送内容和广告，用户的消费决策和信息接收在很大程度上被算法的定向引导所左右。李亚琪在数字拜物教研究里提到，数据已经深度嵌入到了人的价值意识和行为逻辑当中，人的主体判断面临着被数据逻辑替代的风险[14]。平台的生态系统带有数据锁定效应，用户的社交关系、发布内容、互动记录等数字资产难以跨平台迁移，放弃账号意味着放弃多年积累的数字痕迹，这种迁移成本客观上强化了用户对特定平台的依附，也限制了用户在不同服务之间自由选择的空间。数据与用户的分离是数字劳动异化在产出层面的基本表现，为劳动过程的算法控制和自主活动的工具化提供了条件。

3.2. 劳动过程的算法化

在社交媒体环境中，算法替代了传统劳动过程中的外部规约，成为调节用户行为的主要手段。短视频平台普遍采用无限下拉和精准推送等技术设置，无限下拉取消了页面切换时的自然停顿，精准推送则根据用户的浏览历史和停留时长等行为数据不断匹配内容，使信息流持续保持吸引力，直接拉长了用户的停留时间。韩文龙等人指出，数字劳动的控制方式已经从组织控制转向了算法控制，其中一个重要表现就是对注意力资源进行系统性的获取，用户碎片化的时间由此被接入平台的商业变现链条。《中国国民心理健康发展报告(2023~2024)》¹的数据显示，大学生群体每天刷短视频的时长近 180 分钟左右，用户在这一过程中完成的浏览、点赞、评论等行为，既为算法提供反馈数据，也帮助平台优化推荐和广告投放效率[15]。

内容生产者的创作行为同样受到算法偏好的引导。为获取流量和收益，创作者需要适应算法在内容类型、时长、发布时间等方面的要求：算法倾向于推荐完播率高的短视频，创作者便压缩时长、在前几秒设置悬念；算法在特定时段分配更多曝光流量，创作者便集中于该时段发布作品。当创作的主要考虑从表达什么转向算法会推荐什么时，创作活动的自主性随之减弱。这种引导并非制度性强制，而是一种嵌套在平台规则中的结构性压力，不遵循算法偏好就难以获得流量支持。

¹https://www.psych.cas.cn/news/xshd/202504/t20250417_7603581.html

3.3. 自主活动的工具化

自我表达本是社交媒体用户的基本行为动机，但流量成为平台分配曝光度的核心标准后，表达行为不再单纯由分享意愿驱动。用户在选择内容选题、呈现方式和互动风格时，需要考虑什么样的内容更容易获得推荐和关注，真实的生活状态与经过筛选后展示出来的数字形象之间因此出现落差。内容生产领域的同质化也与算法推荐逻辑相关：算法偏好特征明确、容易归类的内容，一旦某类选题或叙事模式获得较好的流量反馈，便会被迅速复制和模仿，相似的拍摄手法、文案结构和表演风格大量出现，个体创作者的表达空间被压缩，尝试不同风格的试错成本相对较高。闲暇时间的性质也发生了变化，用户的主要闲暇活动变成持续浏览算法推送的信息流，休息与信息消费之间的区分变得模糊，刷视频未必带来充分放松，有时反而因信息过载或情绪刺激而感到疲惫。

3.4. 社会关系的数字联结化

社交媒体上的人际互动高度依赖数据符号的传递，点赞数、评论数、转发量、好友数等指标不仅是互动痕迹，也在某种程度上成为衡量社交行为效果的尺度。人们发布内容后会关注数据反馈，社会认可在某些场合被简化为可量化的数值。线下社交频率的降低同样值得关注。中国青年报社社会调查中心的调查显示，在 1333 名受访青年中，4.2% 的人表示遇到困难时一个可求助倾诉的对象都没有，仅 4.8% 的人拥有 7 个及以上可求助对象^[16]，这反映出线上社交连接与线下情感支持之间的落差。算法推荐机制对群体关系同样产生影响。线下社交频率的降低同样值得关注。世界卫生组织 2023 年发布的全球心理健康报告将群体性孤独列为影响广泛的公共卫生议题，波及全球超过 10 亿人。对主要依靠社交媒体满足社交需求的群体而言，虚拟互动虽然扩大了联系范围，但在情感交流和社会支持的深度上仍难以完全替代面对面的交往。

4. 无偿数字劳动异化的生成逻辑

4.1. 资本增殖的内在驱动

平台商业模式的运转，在很大程度上是靠用户数据的收集和变现来支撑的。用户规模、使用时长、互动频率这些指标，直接关联着平台的广告收入和资本市场的估值，这些数据也就是平台向广告商证明自己商业价值的核心依据。福克斯在分析 Facebook 等平台的盈利构成时指出，定向广告是平台把用户数据转化成货币资本的一项核心机制，平台先把用户的年龄、浏览偏好这些基础数据收集起来，再通过算法把它们打包成可供精准投放的受众群体，广告商按照曝光量或者点击量来支付费用，用户的注意力和行为数据就在这个流程里被转化成了平台的直接收入，每一次点击和浏览在客观上都给平台贡献了可以被售卖的注意力资源。斯尔尼塞克则从平台的整体运营逻辑出发，指出平台企业的主要竞争策略就是尽可能多地获取数据并且占据市场上的优势地位，在用户增长慢慢趋于饱和的情况下，对单个用户的价值挖掘就变得更加重要起来，这种竞争压力推着平台不断去扩大数据占有的范围和深度。在这种商业逻辑的驱动之下，延长用户的停留时间、提高互动频率、强化用户黏性就成了平台产品设计的核心目标。用户在平台上停留得越久，产生的行为数据就越多，平台能够拿去售卖的广告库存也就越大，利润空间自然就更可观了。平台在产品里加入的无限下拉、自动播放、个性化推荐这些设置，并不是什么偶然的设计选择，而是这套商业模式本身的内在要求。当增加用户使用时长跟提升利润之间存在着直接关联的时候，平台当然会有持续加大算法诱导力度的经济动机。

4.2. 算法技术的不透明性与控制力

算法是平台用来调控用户行为的技术基础，它的运作方式跟传统管理手段之间有着很明显的区别。

在工厂制度下，工人能够直接感知到流水线的节奏和工时的规定，控制方式是外显出来的，也是可以被辨认的。可算法的运行过程对用户来说是不可见的，平台也不需要去向用户说明推荐机制的具体逻辑，用户难以确切知悉自身信息流呈现特定内容的机制。韩文龙等人把这种转向概括为从组织控制到算法控制的转变，并且指出算法通过持续不断地收集用户行为数据来优化推荐策略，用户在平台上的每一次点击、点赞、停留和分享，都会变成算法调整后续推荐的一个依据，算法就根据这些反馈不断地修正对用户偏好的判断，让推荐的内容越来越贴合用户的兴趣，用户因此就更愿意留在平台上，进而又产生出更多的数据，这就形成了一个自我强化的控制循环。用户看不到算法的运作规则，只能被动地接受算法筛选之后呈现出来的信息，这就让平台对用户行为的调节带上了一种隐蔽性。更要紧的是，算法系统完全可以在没有人工直接干预的情况下，自动去完成流量分配、内容筛选和用户分组，控制的范围和效率远远超过了传统的管理手段。用户在浏览的过程里，常常会觉得信息是给自己个性化定制的，而不是被某种外部的力量编排过的，这种体验就把用户对算法干预的警觉给降了下来。技术上的不透明再加上个性化的用户体验，使得算法控制比传统的组织控制更加难以被识别和抗拒。

4.3. 用户权利边界的模糊与制度缺位

用户跟平台之间的法律权利界定到现在也还不够清晰，这就给平台无偿使用用户数据留出了制度上的空间。在传统的雇佣关系当中，劳动者跟雇主之间存在着明确的劳动合同，劳动时间和报酬标准都有法律规定，可是社交媒体用户与平台之间并不存在这样一层法律关系，用户的行为被归到服务使用里面而不是劳动提供，用户在平台上付出的时间和精力在法律框架里并不被视为劳动的投入。用户作为数据来源主体，在平台面前的权利规定同样不够具体，平台通过用户协议里那些格式条款拿到了数据处理和商业使用的广泛授权，用户对此并没有什么实质性的协商余地，只能在同意和放弃使用服务之间做选择。在法律定位模糊的情况下，用户对自身数据的控制权、收益权还有知情同意权，它们的实际效力都是很有局限的。个人信息保护方面的立法虽然把知情同意原则给确立了下来，可是在实际当中，用户面对的是既冗长又满是专业措辞的协议文本，多数人根本不看就点了同意，授权的知情基础并不牢靠。平台就是利用了这样一个制度空间，在用户还没有充分弄清楚授权后果的情况下，就取得了数据处理权限，这就构成了数字劳动异化能够持续下去的一项外部条件。

4.4. 流量导向对表达行为的重塑

平台的流量分配机制对用户的表达行为有着很明显的导向作用，要理解这个机制，关键就在于分析流量跟平台商业模式之间的关联。在社交媒体的环境里，流量是连接用户活动和广告收入的一个中间环节。用户的浏览、互动等行为会产出流量数据，平台再把这些数据转化成广告库存卖给广告商，流量的规模直接决定了平台的收入。所以，平台在分配流量的时候优先去考虑内容的互动表现，而不是内容本身的多样性或者公共价值，这并非偶然，而是这种商业模式运行下来的一个自然结果。之所以会出现这种偏移，原因不在于创作者主观上放弃了表达的意思，而是因为平台的激励结构使得那些不去遵循流量逻辑的创作行为在竞争中被边缘化了。创作者要是不能适应算法对内容类型和风格的偏好，他们的作品就很难拿到曝光，收入和账号的发展也都会受到限制。这并非制度性明文规定，而是流量分配机制在运行当中形成的一种结构性约束。同样地，普通用户在信息流里看到的内容，是算法按照互动数据排序之后的结果，点赞量高的内容能拿到更多的曝光，流量就这么向头部集中了。用户发布内容的动机从记录和分享转向了获取数据反馈，这也不是因为表达意愿的丧失，而是因为平台提供的互动环境让数据反馈变成了衡量表达效果的主要尺度。表达行为就这样被纳入到了流量的竞争体系当中，流量导向也就成了理解前文所述自主活动工具化的一个重要成因。

5. 无偿数字劳动异化的治理路径

数字劳动异化是资本逻辑在数字空间里的一种具体展开。前面的分析已经表明，数据与用户的分离、算法对劳动过程的隐蔽控制、自主活动的工具化以及社会关系的数据联结化，各自都对应着不同的成因。面对这些问题，治理也需要从多个角度一起入手。下面从数据产权、算法审计、用户权利和流量分配这四个方面来展开讨论，每一项措施都有它自己的适用条件和现实当中碰到的困难。

5.1. 界定数据产权的归属

数据与用户的分离是数字劳动异化的起点。用户在日常使用中生成的内容、行为轨迹和关系网络被平台无偿收集并转化为商业利润，而用户作为数据的实际来源几乎没有参与收益分配。马克思在分析资本积累时指出，资本有一种趋势，就是尽可能压低生产成本以扩大利润空间。在数字劳动中，用户数据的零成本获取正是平台实现低成本增值的重要条件。如果不对数据的产权归属和使用成本加以界定，资本增值的内在逻辑就会持续推动平台以更低成本占有更多用户数据，前文分析的资本增值驱动也就难以受到有效约束。因此，从法律上界定数据产权，既关系到用户权益的保护，也涉及对平台资本过度逐利倾向的经济约束。

在具体操作上，可以按照数据类型采取不同的处理办法。个人身份数据应当归用户所有，平台收集和使用须获得明确授权；用户原创内容应当享有知识产权，平台不得以格式条款无偿取得永久授权；经过匿名化处理的行为数据，平台可以在法定规则内使用，但使用范围和条件应由法律明确规定，不能由平台单方面决定。在收益分配方面，可以先从透明度较高的环节入手，要求平台向内容创作者公布流量分成的计算方式和实际分配情况，使创作者能够了解自身贡献的流量转化了多少平台收益。更广泛的收益分享机制，如按照数据贡献度返还部分广告收入，目前在数据贡献度难以量化、不同用户产生的数据价值差异较大等技术条件限制下，短期内尚不具备大规模推行的条件，但可以作为长期探索的方向。

5.2. 建立算法审计制度

算法对劳动过程的隐蔽控制，是数字劳动异化其中的一个核心机制。算法通过收集用户的行为数据来不断优化推荐策略，形成了一个自我强化的循环，用户既看不到算法的运作规则，也很难摆脱算法对自己行为的引导。要去解决这个问题，关键并不在于要求平台公开全部的算法代码，这既涉及商业上的知识产权保护，在技术操作上也并不现实，而是要建立起一种外部的评估机制，让算法的社会影响能够被有效地监督起来。算法审计制度是国际上正在往前推进的一种做法。欧盟 2024 年施行的《数字服务法案》²要求大型平台就推荐算法的系统风险去接受外部审计。放到国内来看，可以在已有的算法备案制度基础上，把第三方算法审计给引进来。审计的内容主要可以包括三个方面：推荐系统里面是不是存在诱导用户过度使用的设计，流量分配机制是不是对特定类型的内容或者群体存在着系统性的偏向，还有内容审核的标准是不是足够清晰并且执行起来是不是前后一致。审计报告的主要结论应当向社会公开。推动这项措施，需要那种既懂技术又了解法律伦理的专业人才，眼下这类人才储备还不够充足，可以在高校和研究机构当中慢慢去培养。审计机构的独立性怎么去保障，这也是一个需要解决的问题，如果审计机构是平台直接委托并且支付费用的，那审计结论的客观性就可能会打折扣了。

5.3. 保障用户权利的行使

用户和平台之间的权利关系不太清晰，这就让用户在被侵权的时候缺少有效的应对手段。在法律身份还不明确的情况下，不妨从那些已经写进法律的具体权利入手，让用户真正能够去行使这些权利。《中

²Regulation (EU) 2022/2065 (Digital Services Act), EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>.

华人民共和国个人信息保护法》³里面规定了用户的查阅权、复制权、可携带权等多项权利。比如说，用户有权要求平台提供它所收集的个人信息副本，也有权要求把数据迁移到别的服务上去。可是在实际当中，这些权利的行使并不那么顺畅，操作入口常常藏在 App 很深的菜单里面，数据格式也互不统一。有关部门可以制定出更具体的操作标准，把平台响应用户数据请求的时限、格式和流程给明确下来，降低用户行使权利的门槛。在权益救济这个方面，检察机关和消费者协会提起的个人信息保护公益诉讼已经有了一些初步的案例。公益诉讼的好处在于，它是由公共机构来提起的，不需要单个用户去承担诉讼成本，特别适合去处理那种影响面很广可是个案损失又比较小的问题。可以在总结已有案例经验的基础上，进一步把公益诉讼在数字权益领域的适用条件给明确下来。在内容创作这类垂直领域，行业协会或者新组建的创作者组织可以代表创作者，就流量分成、账号封禁的申诉程序这些具体事项去跟平台展开对话。

5.4. 改善平台流量分配规则

流量导向对表达行为的重塑，是数字劳动异化在行为动机层面的一个成因。当流量成了衡量内容价值和创作者收入的唯一标准以后，获取流量这件事就从手段变成了目的。创作者在选内容的时候，会优先去考虑哪些话题更容易引发互动，在设计形式的时候也倾向于去套用那些已经被验证过能够拿到推荐的模板，创作活动的自主性也就跟着减弱了。面对这个问题，可以从调整平台的流量分配规则做起。要求平台把流量分配的基本逻辑公开出来，让创作者能够了解到什么样的内容更容易拿到推荐，以及影响推荐量的主要因素到底有哪些。在流量分配当中，可以适当地往原创内容那边做一些倾斜，比如给首次发布的内容一定的初始曝光量，或者对抄袭、搬运这类行为降低推荐的权重。这些调整并不会去改变平台的商业模式，只是能在一定程度上把内容生产的环境给改善一下。另外，从长期来看，在中小学和大学的信息技术课程或者通识课程里面，加进一些关于平台商业模式和算法推荐原理的内容，能够帮助用户去了解平台的运作逻辑。这项措施的效果需要比较长的时间才能显现出来，它当然替代不了制度层面和法律层面的治理，可是作为补充性的一种手段，还是有它的价值的。

6. 结语

本文以马克思异化劳动理论为分析视角，考察了平台语境下无偿数字劳动的四重异化表征与生成逻辑。研究表明，数字劳动中的异化不再以被迫的痛苦劳动为唯一形态，而是在用户自愿参与并获得真实满足的过程中，通过算法对选择空间的结构化收窄得以实现。界定数据产权、建立算法审计制度、保障用户权利、改善流量分配规则等治理措施，指向的是对平台资本行为边界的制度性限定与用户数字权益的实质性提升。异化理论作为诊断性工具的价值在于识别风险，如何在保持批判力的同时避免过度解读，仍需持续反思。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 57 次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 北京: 中国互联网络信息中心, 2026.
- [2] 克里斯蒂安·福克斯. 数字劳动与卡尔·马克思[M]. 周延云, 译. 北京: 人民出版社, 2020: 45-62.
- [3] Terranova, T. (2000) Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 18, 33-58. https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33
- [4] Kücklich, J. (2005) Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry. *The Fibreculture Journal*, No. 5, 1-5.
- [5] Hesmondhalgh, D. (2010) User-Generated Content, Free Labour and the Cultural Industries. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 10, 267-284.

³https://www.cac.gov.cn/2021-08/20/c_1631050028355286.htm

-
- [6] 李少武, 张衍. 数据税的政治经济学分析[J]. 财经科学, 2025(8): 48-58.
- [7] 蓝江. 从幽灵对象到幽灵智能——浅论智能时代的物与劳动的历史演进[J]. 理论与改革, 2023(4): 52-63.
- [8] 聂阳. 马克思资本批判视域下的数字劳动异化及其扬弃[J]. 理论探索, 2022(1): 47-53.
- [9] 韩文龙, 俞佳琦, 唐湘. 从组织控制到算法控制——数字劳动中控制方式的转向及其治理[J]. 中国经济问题, 2025(2): 29-41.
- [10] 成龙, 王楠. 数字异化: 表象、根源及其破解途径[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2022, 22(6): 1-11.
- [11] 刘海霞. 数字劳动异化——对异化劳动理论的当代阐释[J]. 理论月刊, 2020(12): 14-22.
- [12] 陈梦君, 冉光仙. 数字劳动背景下自由劳动的实现何以可能[J]. 铜仁学院学报, 2025, 27(3): 36-43.
- [13] 马克思. 1844年经济学哲学手稿[M]. 北京: 人民出版社, 2018: 52-57.
- [14] 李亚琪. 破解数字拜物教: 数字资本时代拜物教新形式批判[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2021.
- [15] 傅小兰, 张侃. 中国国民心理健康发展报告(2023-2024) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2024: 135-142.
- [16] 王志伟. 谁是年轻人的主要倾诉求助对象 调查显示好朋友排在首位[N/OL]. 中国青年报, 2024-10-03(03). https://zqb.cyol.com/html/2024-10/03/nw.D110000zgqnb_20241003_4-03.htm