

数字平台崛起给文化生产带来的机遇和挑战

——评《平台与文化生产》

宋鑫森*

摘要:随着全球范围内数字平台的崛起和垄断趋势的形成,文化生产的“平台化”已势不可当。《平台与文化生产》一书围绕文化生产的“平台化”现象,为读者提供了极富洞察力的分析框架。该书从市场、基础设施、治理等宏观制度层面探讨“平台化”对文化产业带来的机遇与挑战,并重点分析了劳动、创意和民主等文化生产实践如何在“平台化”过程中得以重塑。当前,中国的新型文化产业和平台蓬勃发展,亟待学者学习与借鉴国际前沿的平台研究,对“平台化”潮流展开更为细致和全面的研究。

关键词:平台化 文化生产 权力 基础设施 治理

随着互联网技术的发展和智能手机的普及,中国的平台经济迅猛发展,如今,相关从业人员规模全球最大。国家信息中心发布的《中国共享经济发展报告(2021)》显示,中国共享经济参与者约为8.3亿人,其中服务供应者约为8400万人,平台企业员工约为631万人(中国国家信息中心,2021)。平台经济已经深刻地嵌入生产与消费的每个环节。在此背景下,平台劳动成为当前中国社会学研究的一个热门领域。有关研究关注平台如何重新塑造外卖骑手(陈龙,2020;李胜蓝、江立华,2020;郑广怀、孙慧、万向东,2015;Sun,2019;Sun,Chen & Rani,2021)、网约车司机(吴清军、李贞,2018)、网络主播(徐林枫、张恒宇,2019)等群体的劳动过程,对平台劳动中的劳动过程控制、劳动自由、劳动关系认定以及劳工主体性等问题展开了大量讨论(魏海涛,2022)。但是,现有研究关注的主要是体力劳动者与服务业中的劳动者,对于新兴平台上的文化生产者(例如自媒体从业者、视频创作者等)关注不多。

阿姆斯特丹大学教授托马斯·波尔(Thomas Poell)、多伦多大学副教授大

* 宋鑫森,香港大学社会学系。

卫·尼伯格(David Nieborg)和康奈尔大学副教授布鲁克·达菲(Brooke Duffy)合著的《平台与文化生产》(*Platforms and Cultural Production*, 2021)一书代表了学术界对此话题的最新讨论。该书的核心研究关切是“平台化”(platformization)如何深刻地重塑了当前的全球文化产业与文化生产实践,为相关研究提供了一个相对宏观、全面的分析框架,值得广大研究平台议题的学者和学生关注。

一、平台化对文化产业制度的影响

从文化生产的角度出发,该书将“平台化”定义为:“数字平台对文化产业在经济、基础设施、治理,以及与之相关的劳动、创意和民主等文化实践的渗透过程。”(Poell, Nieborg & Duffy, 2021:5)作者挑选了新闻、游戏和社交媒体三种不同类型的文化产业,采取比较分析的方法,分别讨论了它们如何不同程度地依赖或受制于数字平台。该书上半部分重点从市场(market)、基础设施(infrastructure)和治理(governance)三方面,分析了数字平台的崛起给文化产业带来的全新机遇和挑战。

(一)市场

在“市场”部分,平台经济的商业特征在于它的网络效应(network effects),即越多人使用,该平台就越有价值。网络效应驱使平台公司通过资金奖赏、外接服务等方式激励文化内容的创作者和消费者加入平台。基于网络效应的平台商业模式有快速占领市场的天然属性,呈现出一定的开放性,使文化生产更为民主和多样。但与此同时,数字平台公司通过掌控基础设施、数据、用户访问入口,进而将权力不断集中在手中。可见,平台展现的“民主性”可能是平台经济谋求发展和成长的一种“权宜之计”,即在早期扩张时期,平台一般采取对文化内容创作者相对友好的合作策略;然而,当平台不断成熟,平台公司便逐步调整定价规则,以此筛选合适的合作伙伴。当前,全球数字产业的资本已然高度集中在诸如谷歌、脸书(Facebook)和亚马逊等平台公司巨头手中,因此游戏、新闻、新媒体等文化产业都不同程度地受到平台的牵制和影响。

数字平台的垄断趋势给文化产业带来了复杂的影响。一方面,数字平台可

以降低文化产品的创作成本,提供各式各样的数字工具来鼓励内容创作,还能降低产品的流通和交易成本,有助于文化产品投向更广阔的市场。此外,平台掌控庞大的消费者行为数据,如使用者浏览、点击、观看、点赞和分享的电子足迹,可以给文化创作者提供即时反馈,有利于文化生产策略和商业模式的快速调整。另一方面,这也意味着文化产业在创作、流通和营利等环节对数字平台的依赖度越来越高。细分而言,新闻行业虽然越来越依赖数字平台进行内容传播和营利,但在创作上还保留着自主性,而游戏行业则极为不同。手机应用游戏高度依赖平台,在创作过程中就需要与平台兼容。即便如此,该书认为文化产业绝非完全受数字平台的牵制,例如歌手可以通过开演唱会、网红可以通过建立品牌等其他营利方式脱离平台的掌控。总的来说,数字平台的崛起加剧了文化产业既有的“赢者通吃”特点,即文化产业从业者中的强者可以借助平台快速扩张的特征和技术的优势占据更多的市场,赢得更大的利润。

(二)基础设施

该书认为,数字平台的基础设施是认识数字平台如何发展与运作的一个关键分析维度。平台基础设施是指:“平台数据库和网络,以及访问这些系统的网关、接口、工具和相关文件。”(Poell, Nieborg & Duffy, 2021: 52) 平台的基础设施是当下文化产业研究者较少关注的方面,却恰恰是平台经济运作的核心。基础设施整合(infrastructural integration)是平台经济网络效应和市场快速扩张的技术和硬件基础。例如,游戏开发者、视频制作者等文化生产者要使用各种标准化的程序语言和数字工具才能将文化产品上传,与平台的基础设施结合。庞大的基础设施整合也是平台公司施加权力的技术保障,基础设施决定了文化产品的能见度和可获得性(accessibility)。例如,游戏开发者制作的各种游戏程序需要通过应用商店才能接触消费者群体。

简而言之,数字平台的基础设施同时影响了文化生产的创作、分配、销售和营利等环节。数字平台的技术优势使得文化产品所能接触到的市场更为广阔,大大降低了文化作品流通的成本和时间,也使得文化产品的营销和营利更多地依赖数字平台。数字平台的市场扩张与基础设施的整合是一体两面,两者不可分割,正如作者尖锐指出的:“数字平台公司追求市场垄断但不承担责任,追求基础设施无所不在但不透明。”(Poell, Nieborg & Duffy, 2021: 76)

(三)治理

该书提出数字平台的治理包含两个议题,即“对平台的治理”(governance of platforms)和“平台治理”(governance by platforms)。前者指不同国家、地区的政府如何理解和规范数字平台,后者指平台公司对平台上的文化生产和内容的管理。在大多数国家,特别是美国,平台被视为主办方,而非对文化内容负责的编辑(除了故意传播侵犯知识产权的作品),享有极大的法律豁免权。但事实上,平台对文化生产影响巨大,这主要通过三种管理策略实现:第一种治理策略是平台通过界限资源(boundary resources)和平台条款来约束和规范文化生产,如禁止生产含淫秽内容或者政治意涵的作品;第二种治理策略是策划(curation),平台利用人工策划(editorial curation)和算法策划(algorithmic curation)来决定文化产品的曝光率以及观众能够接触到的文化作品,但广大文化生产者和使用者为策划所遵循的标准并不了解;第三种治理策略是缓和(moderation),具体指预先筛查、拒绝、删除、禁止、取消不恰当的内容和账号的行为。当然,平台的治理对新闻、音乐、游戏、自媒体等文化产业有不一样的影响。面对平台的约束和限制,除了适应平台的管理外,文化生产者也积极与平台进行协商甚至反抗,如书中提到Instagram的创作者们组建了“互惠参与小组”为彼此的帖子点赞和评论以增加帖子的可见度。作者将这种“玩弄”平台算法的策略视为“新兴的抵抗形式”。

二、平台化对文化生产实践的影响

该书的下半部分重点讨论了平台对文化产业的劳动、创意和民主等三方面的影响。随着数字平台的垄断化,作者认为,研究者有必要重新关注这种权力集中和垄断如何重新形塑文化生产和实践。

从文化生产的劳动来看,数字平台的崛起似乎降低了文化生产的门槛,这促使更多人参与到文化产业之中。但是,目前平台资本的集中化加剧了文化产业中的不平等和从业者的不稳定处境。在“平台化”浪潮下,文化产业从业者面临着不可见(invisibility)、个体化(individuality)、不稳定(insecurity)和不平等(inequality)四大问题。相关的问题多种多样,例如:收入不高的“幕后”工作多由女性和少数族裔承担;文化生产者作为自由职业者无法与强大的平台谈判和

协商;平台的多样性和快速演变要求文化从业者不断学习和拥有多种技能,这加剧了从业者的工作压力与不稳定性。

对文化生产的研究离不开对创意(creativity)的讨论。数字平台兴起之初,学者纷纷颂扬平台吸纳了被传统文化产业排斥在外的边缘群体,让他们的文化创作“可见”,甚至发展出了另类的“白话创意”(vernacular creativity)。但是,因为平台受营利的商业目标驱使,这种原本生机勃勃的大众文化也摆脱不了商业化的趋势,文化创作也逐渐成为创作者谋生的一种手段。在创意和商业的角力中,文化生产者如何平衡创意和商业性是文化生产中长期存在的问题,而平台的数据便利加剧了两者矛盾。数字平台通过为文化生产者提供庞大的消费者数字信息,方便了文化作品转化为商品,迅速变现。于是,社交媒体的“大V”面临着以“真实性”为卖点的文化作品如何与广告内容结合的问题。

在民主的议题上,要实现理想的民主目标,作者认为有四个方面需要审视:其一,文化生产者能够平等地使用文化创作和分配的数字工具;其二,平台需要保证文化创作者的多样性(不同社会身份的群体)与文化作品内容的多样性;其三,文化生产者需要被充分保护,免受恶评和威胁;其四,需要保证文化作品的真实性。

三、文化产业平台化的理论关切

《平台与文化生产》一书的核心理论关切,可以用参与多元与权力集中、连续与张力、依赖与反抗三个主题来总结。

“参与多元与权力集中”这一主题横贯全书,体现在商业模式,基础设施的设计和安排,文化生产的劳动、创意和民主实践等主题的讨论中。帕斯夸里(F. Pasquale)总结了关于平台资本主义的两种论述:一方面,数字平台的市场扩张本能致使它希望不断扩大市场规模,鼓励文化生产者和使用者进驻平台,鼓励不同人群创作多元的文化内容,这似乎印证了关于“民主的平台文化生产论述”;另一方面,随着平台资本的集中和平台对市场的垄断,平台企业掌握了数字平台的基础设施与数据,权力的天平失衡,文化生产者和消费者面对平台时逐渐失去了议价和协商的权力(Pasquale, 2016)。在关于数字平台的讨论中,此书也反复申明了这两种论述。平台可以自行调整商业模式和算法规则,进而影响文化生

产和内容创作,还可以中断合作却不负担任何法律责任。此外,数字平台还会成为治理其他社会力量的工具,加剧现有的权力不对等。例如,出于商业目的,平台会重点培养有影响力的关键意见领袖(KOL),倾向于和龙头公司合作,这将加剧文化生产者之间、文化生产产业链中的不平等。再如,出于服从政府治理的原因,平台会帮助政府进行政治宣传。参与多元与权力集中这对矛盾的过程始终同时存在于平台化的文化产业和实践中。

“连续与张力”是贯穿全书的第二大主题。“连续”是指平台化并没有解决文化产业的既有问题,比如公司集中(corporate concentration)、大片驱动文化(blockbuster-driven culture)、零工化、女性和少数群体从事边缘工作等问题。但与此同时,平台化的确为文化生产带来了些许改变,如平台经济的市场扩张促使女性和少数族裔参与到文化生产的大潮之中,让边缘人群被更多人看见。但值得强调的是,数字平台本身的目的并不是弥合现存的性别、种族、阶层等社会不平等;相反,数字平台的运作过程甚至可能会拉大这种社会差距,加剧“赢者通吃”的现象。以零工化趋势为例,数字平台的商业模式和管理规则不断调整,算法和数据对外界不透明,这可能加剧文化生产者的不稳定性;与此同时,政府部门的监管往往滞后于平台的创新,这导致平台上的文化生产者往往不受已有劳动法的保护,还会进一步加剧劳动者面临的不稳定性风险。

关于“依赖与反抗”的讨论是本书的第三大主题。当文化生产者在文化生产、分配和营利等环节越来越依赖平台时,他们会否彻底丧失与平台协商和议价的能力?作者的回答是否定的。组建自由职业者工会、集体议价、建设非营利的公共性平台,这些发生在各国各地的多元尝试都是文化创作者对平台不公平、不合理的规则说“不”的社会创新和实践。

四、对未来研究的启发

《平台与文化生产》一书的重要意义,不仅在于它首创性地系统分析了“平台化”对当前文化产业产生的复杂且深刻的影响,也在于它提出了一系列在平台研究中值得关注的关键议题与理论概念,诸如平台的基础设施、平台的权力垄断、文化生产如何平衡创意与商业化,以及平台化的文化生产给民主实践带来的利与弊。除此之外,该书也为我们留下了一些值得继续反思和探索的研究方向。

该书始于对“民主化文化实践”论述的反思:平台资本主义已经发展到垄断阶段,文化研究者应该对平台强大的权力有所警惕。为此,作者重点论述了平台如何通过市场、基础设施和治理框架对文化产业和生产进行渗透,导致了文化产业和从业者对平台的依赖。虽然书中有谈及文化创作者的反抗,例如正式谈判和“游戏”算法策略,但着墨不多。在平台对文化产业越来越重要的背景下,文化生产者以及消费者如何联合起来,又如何策略性地邀请其他社会力量的参与,以实现平台的反向约束,这是一个让人期待的研究方向。

此书选取的案例主要是营利性的数字平台,如 YouTube 和 Spotify,刻画了以营利为目的的数字平台如何利用网络效应迅速实现市场扩张,如何通过垄断基础设施实现权力垄断,而文化生产者既要顺应平台化的趋势,又不得不在文化生产、分配、流通和营利方面受到束缚和管制。但是,该书较少讨论有公共服务属性的平台是否遵循不一样的运转机制,能否对文化生产产生不同的影响。例如,自 2015 年以来,中国各地政府大力推广“公共文化云”项目,搭建数字平台以汇集和整合区域文化活动与服务资源。这种由政府主导的文化平台在经营模式、基础设施和治理框架上,都与营利性平台有着巨大差异。

此外,该书在案例分析和分析框架上,主要采取了民族国家的分析视角。毋庸置疑,平台所在国家和地区的政府治理框架在宏观制度层面塑造着平台,但是当前平台资本的扩张已然冲破了民族国家的框架。同时,数字平台也在积极调整自身以融入不同国家与地区的政治、经济、文化环境中。例如,为了适应中国与海外在社会文化方面的诸多差异,字节跳动公司设计了抖音和 TikTok 两种不同版本的视频平台。在全球化背景下,同一平台公司如何在不同的政府治理框架下设计和调整自身的商业模式、基础设施和治理框架,又会对当地的文化产业和文化实践产生怎样的影响,这些都是文化产业的平台化研究可以进一步探讨的议题。

最后,正如文章开头言及,中国的短视频、游戏、图文分享等新型文化产业蓬勃发展,相关的文化生产平台也已经逐渐成形。在基础设施方面,中国政府大力铺设 5G 网络,鼓励平台经济发展。毋庸置疑,中国的平台经济和文化实践在全球独树一帜。而在政治、经济、社会和文化等宏观制度层面,中国又与美国等西方国家有明显差异。在中国语境下,文化产业的平台化趋势如何发展,平台对文化生产者产生怎样的影响,平台又如何协调平台、文化生产者与消费者之间的三

方关系,这些问题亟待更多有洞察力的研究者共同探索和分析。

参考文献

- 陈龙,2020,《“数字控制”下的劳动秩序——外卖骑手的劳动控制研究》,《社会学研究》第 6 期。
- 李胜蓝、江立华,2020,《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》第 6 期。
- 魏海涛,2022,《平台劳动者研究述评——回顾与展望》,《社会学评论》第 6 期。
- 吴清军、李贞,2018,《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》第 4 期。
- 徐林枫、张恒宇,2019,《“人气游戏”:网络直播行业的薪资制度与劳动控制》,《社会》第 4 期。
- 郑广怀、孙慧、万向东,2015,《从“赶工游戏”到“老板游戏”——非正式就业中的劳动控制》,《社会学研究》第 3 期。
- 中国国家信息中心,2021,《中国共享经济发展报告(2021)》, https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/jd/wsdwhfz/202102/t20210222_1267536_ext.html。
- Pasquale, F. 2016, “Two Narratives of Platform Capitalism.” *Yale Law & Policy Review* 35(1).
- Poell, T., D. Nieborg & B. Duffy 2021, *Platforms and Cultural Production*, Cambridge: Polity.
- Sun, P. 2019, “Your Order, Their Labor: An Exploration of Algorithms and Laboring on Food Delivery Platforms in China.” *Chinese Journal of Communication* 12(3).
- Sun, P., Chen J. & U. Rani 2021, “From Flexible Labour to ‘Sticky Labour’: A Tracking Study of Workers in the Food-Delivery Platform Economy of China.” *Work, Employment and Society* (Online first).