

平台劳动者的“脱域”想象与身份工作建构

——基于“大厂离职博主”平台话语实践分析

杨馨 吕治坡

(陕西师范大学 新闻与传播学院, 陕西 西安 710119)

[摘要] 使用批评性话语的分析框架考察 37 位“大厂离职博主”的网络话语内容, 分析他们如何通过话语实践塑造“脱域”的想象, 借助多种修辞手段建构兼具浪漫主义与现实主义的自我身份, 这种个体主义的自我叙事贴合了平台经济的价值转换逻辑, 因而有着商品化的潜能。在实现自我商品化、品牌化的过程中, 离职博主的叙事技巧服务于“商品化自我”建构的目的, “乌托邦冲动”逐渐被平台逻辑裹挟, 最终“再嵌入”了平台经济循环之中, 陷入流量焦虑与自我规训的状态。因此, 平台劳动者的服从与反抗是一体两面的, 离职博主的策略性身份协商作为“第三种路径”, 折射出平台作为外部框架对劳动与主体性的塑造。

[关键词] 身份工作; 脱域; 商品化自我; 平台经济

[中图分类号] G206 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1008-7699(2026)01-0011-15

在现代社会中, 职业流动是一种常态现象, 从工业时代的“跳槽”到后工业时代的“斜杠青年”“灵活就业”, 都是劳动者在职业市场中寻求价值实现与生存优化的路径表现。伴随着数字技术深度嵌入日常生活, “身份工作”逐渐进入了人们的视野。2024 年起, 许多互联网“大厂”雇员在主动或被动离职后选择“做博主”, 在社交媒体平台上建构“逃离 996”“裸辞逆袭”的话语, 塑造了一种脱域的、个体主义的另类自我(alternative self), 并将之商品化, 实现“内容变现”。本研究围绕着“大厂离职博主”这一特殊的群体及其生成的话语, 探究“他们是谁”“他们如何言说自身”, 进而剖析平台经济及其劳动控制如何干涉从业者“关于自我的工程”, 离职博主又如何将自我商品化, 进而重新嵌入了更隐蔽的算法规训与数据剥削中。

一、国内外研究综述

本文要讨论的“脱域”(disembedding)是现代性的核心机制, 对于个体而言, 它预示着传统社会纽带的“解组”与确定性的消解, 也意味着“自我”的建构与塑造拥有了更多可能性, 身份的获得、维持既是一种反思性工程, 也成为了一份“工作”, 个体可以通过讲述“我是谁”, 进而选择“我想成为谁”, 创造性地生成、管理其身份, 而在平台经济的框架下, 个体的身份可以挖掘出经济价值, 进而转化为一种商品, 重新嵌入平台经济的价值生产与资本循环网络之中。

(一) 制度脱嵌与平台再嵌

在吉登斯看来, 时间与空间的分离使得个体不再受“在场”(presence)的约束^①, 时空“虚化”凿

[收稿日期] 2025-12-25

[基金项目] 教育部人文社科一般项目(青年基金项目)(22YJC860033)

[作者简介] 杨馨(1992—), 女, 云南玉溪人, 陕西师范大学新闻与传播学院副教授。

^① [英] 安东尼·吉登斯:《现代性的后果》, 田禾译, 黄平校, 译林出版社 2011 年版, 第 16 页。

穿了社会活动与其“嵌入”(embedding)的在场情境的特殊性之间的关节点^①,社会关系便能从彼此互动的地域性关联中抽离出来^②,在跨越时空的抽象制度中重新组织。脱嵌后个体的生存状态则进入了鲍曼所谓的“流动的现代性”(liquid modernity),现代性本就是“液化”(liquefaction)的过程,除了传统的、习俗性的权利与义务之外,在劳动领域,工作岗位也消解了安全可靠,取而代之的是灵活性(flexibility)、不确定性^③,编造模式的重担和失败的责任都首先落在了个体的肩上^④,但这并不意味着个体不再依赖社会,而是从一个预设(pre-allocated)的“参照群体”(reference groups)时代走向一个“普遍观照”(universal comparison)的时代^⑤,换言之,个体化(individualization)并不是一劳永逸的个人化(individualized),而是让个体嵌入了更大的抽象结构之中。

近年来,国内的学者不断尝试着拓展该理论的阐释潜力,方俊认为当代中国青年从传统家庭和单位制的束缚中松动出来后,仍必须在教育体系、劳动力市场与全球消费文化的多重结构中不断尝试“再嵌入”^⑥;在既有的研究中,再嵌入的终点往往被默认为另一个相对稳定的宏观制度,但平台社会的兴起使该问题复杂化了,平台并非单纯中性的连接工具,而是在逐渐成为一种具有制度性约束力的结构安排^⑦,平台社会成员正经历着“从现实社会关系脱嵌,并逐步再嵌入在线平台社会”的过程^⑧,其所处的市场关系也从地缘人情网络转向平台规则以及数据基础设施。^⑨“数字再嵌入”的过程同样渗入了微观日常生活中,王艳发现“老漂族”在物理上与故土社群分离,却通过微信重建“可携带社群”^⑩,社会关系的再嵌入在很大程度上依赖平台提供的技术连接和可见性,再嵌入的终点也变成了由平台算法、账号体系以及数据画像共同构成的新型结构环境。

(二)身份工作的兴起与变迁

“身份”同样伴随着现代性的突生(emergence)而发生着流变,前现代社会“与生俱来”的身份已然不复存在,现代性的个体能够通过个人努力来“得到”和完成某种身份,这也意味着他们需要不断追问“我是谁?我在做什么?我想成为谁”来在流动的、充满不确定性的社会世界中创造一致性、确定性。身份工作是理解离职博主“想成为谁”问题的最佳理论切入点,布朗(Andrew D. Brown)关注组织中的身份工作,认为在组织重组、职业转型、就业不稳定性加剧的背景下,个体通过持续的叙事、反思与实践,将破碎的经验整合为一个“可讲述的自我”,以维持自洽与正当性。^⑪因此,身份并非静态的标签,而是一个回答“我(应该)是谁”的持续过程,它与组织变迁、职业危机、边缘工作密切

① [英]安东尼·吉登斯:《现代性的后果》,田禾译,黄平校,译林出版社2011年版,第17页。

② [英]安东尼·吉登斯:《现代性的后果》,田禾译,黄平校,译林出版社2011年版,第18页。

③ [英]齐格蒙特·鲍曼:《流动的现代性》,欧阳景根译,中国人民大学出版社2018年版,第247页。

④ [英]齐格蒙特·鲍曼:《流动的现代性》,欧阳景根译,中国人民大学出版社2018年版,第33页。

⑤ [英]齐格蒙特·鲍曼:《流动的现代性》,欧阳景根译,中国人民大学出版社2018年版,第32页。

⑥ 方俊:《中国境遇中青年研究的现代性视角》,《中国青年研究》2014年第4期,第25-29页。

⑦ [荷]何塞·范·迪克、托马斯·普尔、马丁·德·瓦尔:《平台社会:互联世界中的公共价值》,孟韬译,东北财经大学出版社2023年版,第3-7页。

⑧ 吕鹏、陈典涵:《社会复杂系统智能模拟:涌现机理与方法路径》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》2024年第1期,第125-135页。

⑨ 熊万胜、严子泳:《平台地方市场何以形成?——基于义乌市场转型的调查》,《社会学研究》2024年第39卷第4期,第92-113页,228页。

⑩ 王艳:《移动连接与“可携带社群”:“老漂族”的微信使用及其社会关系再嵌入》,《传播与社会学刊》2019年第47期,第87-133页。

⑪ Andrew D. Brown, *Identities and Identity Work in Organizations*, International Journal of Management Reviews, Vol. 17, No. 1, 2015, pp. 20-40.

联系在一起。国外许多学者使用身份工作的理论视角来阐释脱离传统组织后的自由工作者如何建构自我合法性,如数字游民、平台零工等自由职业者将其工作经历浪漫化、展示自己的成功轨迹,积累符号资本,构建“导师”“激励者”“社区组织者”等叙事角色。^①在创意工作领域,博主(influencer)们的工作是情感劳动(emotional labor)、自我推销劳动(promotional labor)与创业劳动(entrepreneurial labor)的混合,向粉丝贩卖有趣、随性(just being me)、自主(do everything myself)、值得信任的印象,将创意工作打造为“魅力产业”(glamour industries)的一部分,并将之吸纳进数字资本主义的积累循环之中,使之成为“新经济”执行意识形态功能。^②但这种魅力劳动的内容仍是一种零工(gig labor),只是创作者普遍通过“热爱”“自我实现”等叙事淡化不稳定与剥削,将社交媒体平台工作这种不安全劳动包装为“理想工作”的想象。^③

国内学界关于身份工作的研究也从传统职业扩展到平台劳动和数字文化,符隆文等提出“多元身份工作”的概念,剖析“安宁缓和医务人员”群体的身份分离(identity undoing)与重构,前者是解构性身份工作,对传统身份认同的反思与否定,后者则是将身份工作与宏观制度转型、微观实用价值与人文理念相结合,以多元、复杂、非线性的方式重塑身份认同。^④李艳红、孔翔则关注青年主播如何言说一个“创业自我”,他们为话语搭建了物质主义的想象性框架,同时吸纳了个体真实性(authenticity)与社会有效性(social validation),建立起一种包容性身份,以抗争性叙事、现实主义反思来协调其商品化自我(commodified self)。这种“创业自我”执行着特写的文化与意识形态功能,召唤的是一种符合自由市场需要的主体性(subjectivity)形式,这一主体性建构工程有可能遮蔽、排除或抑制了青年群体从其他维度建构数字主体性的可能。^⑤也就是说,身份工作从“自我工程”逐渐转向了一个商品化过程,和平台经济建立起了密切而复杂的联系,因此,对身份工作的考察,需要深入平台经济的结构和肌理,了解平台劳动者在经济循环中的实践及其生产的文化意涵、意识形态,并将之与更宏观的制度、社会、文化要素关联起来,聚焦分析多维度的“身份生产”动态过程。

(三)平台从业者的劳动及反抗

在笔者看来,平台经济对于实践者的身份塑造发挥着复杂而深刻的影响。作为一种可编程的数字化建构^⑥,作为使两个或以上群体相互交流的基础设施^⑦,平台早已不止是一种技术中介,也是维持社会关系运作的基础环境,其“基础设施化”的进程重构了社会连接。^⑧在“监视资本主义”框架下,平台能将用户的情绪表达、互动偏好和消费轨迹数据化,这些“行为化数据”(behavioural

^① Claudine Bonneau, Jeremy Aroles & Claire Estagnasié, *Romanticisation and Monetisation of the Digital Nomad Lifestyle: The Role Played by Online Narratives in Shaping Professional Identity Work*, *Organization*, Vol. 30, No. 1, 2023, pp. 65-88.

^② Brooke Erin Duffy & Elizabeth Wissinger, *Mythologies of Creative Work in the Social Media Age: Fun, Free, and “Just Being Me”*, *International Journal of Communication*, Vol. 11, 2017, pp. 4652-4671.

^③ Júlia Vilasis-Pamos et al., *Social Media and Platform Work: Stories, Practices, and Workers’ Organisation*, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 30, No. 1, 2024, pp. 417-420.

^④ 符隆文、龚霓、李尚勤:《职业身份认同重构中的多元身份工作:以安宁缓和医务人员为例》,《浙江学刊》2024年第4期,第97-108页。

^⑤ 李艳红、孔翔:《建立一个“创业自我”:数字商业化语境下青年主播的身份工作》,《新闻记者》2023年第12期,22-38页,第52页。

^⑥ José van Dijck, Thomas Poell & Martijn de Waal, *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, 2018, p. 9.

^⑦ Nick Srnicek, *Platform Capitalism*, Polity Press, 2017, p. 43.

^⑧ 孙萍、邱林川、于海青:《平台作为方法:劳动、技术与传播》,《新闻与传播研究》2021年增刊1,第8-24页,126页。

data)能够“喂养”智能技术,服务于广告与营销,人的行为作为一种新的商品在“行为期货市场”(behavioural futures markets)上进行交易和买卖。^① 用户的内容生产是一种被隐形化的劳动形式,其创造的注意力数据经由平台转化为经济价值。^② 内容创作者、创意劳动者同样被卷入了平台经济之中,粉丝互动、账号运营与内容策划本身即是一整套劳动实践,创作者需要将自我叙述、生活经历与专业技能打包、转化为可以被算法识别、被受众消费的产品;^③ 主播也从事着高强度的情感劳动,通过持续的情绪调动与即时互动来换取观众的留存与付费,将人格魅力、私人时间与情感能量全部押注在不确定的平台收益结构上,时刻处在被数据量化驱动的紧绷状态下;^④ 创意劳动者深陷“嵌套式不稳定”(nested precarities)的结构性困境,他们被平台可见性承诺诱导、怀揣热爱与创业理想自我品牌化(self-branding),同时不得受制于不透明且变幻莫测的平台规则与算法逻辑,长期承受着收入改变与职业发展的极度不确定性。^⑤

国内的研究者则已经注意到,平台能够通过算法推荐、激励机制主动塑造劳动过程,因此,数字时代的劳动研究核心已从“受众商品论”范式转向了对资本积累逻辑的批判。^⑥ 平台经济创造出一支由网约车司机、外卖骑手、众包任务工与平台型内容生产者构成的数字劳工队伍,他们面临的高强度劳动、缺乏保障的现实困境常常被掩盖于“灵活就业”“自主创业”的话语之下。^⑦ 对于博主等内容创作者来说,粉丝运营与情感互动也是劳动的一部分,他们需要在平台指标下持续生产“亲近感”“真诚感”“共情叙事”,动态调整话语策略与人设形象。^⑧ 此时,平台权力已逾越传统雇佣劳动的边界,将个体的生命过程与媒介实践直接量化为数字劳动^⑨,而平台劳动者也会在平台制造同意的过程中利用“潜隐剧本”进行策略性的日常反抗,在平台权力的“后台社会”中制造隐蔽的阐释空间,或是进行“自助游离”“联合分享”,与平台权力展开长期对抗。^⑩

总的来说,平台不仅仅是身份工作的场域,它作为一种“连接型”媒介逐渐嵌入人们的日常生活,建构了诸多日常的、关系的、互动的传播实践,也重塑了生产关系、劳动关系和劳动者主体性与身份认知。不过,现阶段的平台劳动研究默认研究对象已经完成了从“旧工作”到“新工作”的转变,鲜少追问旧经验如何被重新组织、编码、利用,进而融入新的身份实践与认同之中的。因此,本研究关注“大厂离职博主”这一群体如何围绕“离开大厂”这一偶发性、瞬时性的行动展开话语实践,塑造“新身份”,大厂经历作为“旧的经验”如何被挖掘出符号意义并建构为网络资本,被重新纳入平台经

① Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, PublicAffairs, 2019, p. 8.

② Christian Fuchs, *Digital Labour and Karl Marx*, Routledge, 2014, pp. 101-102.

③ Júlia Vilasis-Pamos et al., *Social Media and Platform Work: Stories, Practices, and Workers' Organisation*, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 30, No. 1, 2024, pp. 410-427.

④ Jamie Woodcock & Mark R. Johnson, *The Affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch*, *Television and New Media*, Vol. 20, No. 8, 2019, pp. 813-823.

⑤ Brooke Erin Duffy et al., *The Nested Precarities of Creative Labor on Social Media*, *Social Media+Society*, Vol. 7, No. 2, 2021, pp. 1-12.

⑥ 汪金汉:《“劳动”如何成为传播?——从“受众商品”到“数字劳工”的范式转变与理论逻辑》,《新闻界》2018年第10期,第56-64页。

⑦ 罗锋、王路阳:《被遮蔽的群体:数字劳工的形成、发展与前瞻》,《西北民族大学学报(哲学社会科学版)》2022年第6期,第98-104页。

⑧ 闫岩:《表演性劳动:网红的粉丝运作逻辑及其文化影响》,《新闻与传播评论》2023年第5期,第69-77页。

⑨ 张艾晨:《平台与劳动的二律背反:数字文化工业的反思性研究》,《当代传播》2024年第3期,第26-32页。

⑩ 李德团、陈盈伊:《平台型媒体内容创作者劳动过程中的同意制造与日常反抗》,《新闻与传播评论》2023年第6期,第28-30页。

济的生产关系之中,话语实践者又是如何将自身塑造为平台经济从业者,并与平台的商业逻辑展开协商,在“收编—抵抗”的二元框架之外构筑主体性认同。

二、研究方法与研究样本

本研究使用费尔克拉夫提出的批评性话语分析(critical discourse analysis)方法,即将话语视作由文本、话语实践(discursive practice)和社会文化实践(sociocultural practice)组成的三维统一体^①,基于描写(description)—阐释(interpretation)—解释(explanation)的三维阐释框架,对“大厂离职博主”相关网络话语展开分析。借助爬虫程序,本研究在小红书平台抓取了超过1000条文本内容,在梳理、筛选后锁定了37位离职博主,选择的标准是他们完整地呈现了“离职前—离职中—离职后”这一过程,话语涵盖了旧身份的解除和新身份的建构,研究者可以细致地追寻样本的个体经验、身份轨迹,阐释其叙事的意义,并将之放在与他者、社会的关系中加以考察。研究样本信息见表1。

表1 研究样本信息总览

编号	职业变化	自我标签	编号	职业变化	自我标签
B01	市场营销→职场博主	职场成长、经验分享	B20	大厂运营→旅居求职	旅居生活、出海求职
B02	互联网人→民宿店主	离职转行、民宿经营	B21	大厂员工→裸辞重启	人生体验、个人成长
B03	宣发人员→待业休整	大厂市场、被裁经历	B22	销售总监→外贸新人	裸辞转行、外贸实践
B04	某厂员工→策展助理	中年转型、副业实践	B23	外企MKT→广告合伙	品牌营销、创业合伙
B05	资深运营→创业讲师	账号运营、女性成长	B24	内容运营→搞钱导师	内容运营、单干搞钱
B06	美妆MKT→电商创业	市场营销、女性创业	B25	大厂员工→自由职业	求职指导、不上班活法
B07	策略运营→旷野闲人	大厂离职、回村生活	B26	头部大厂→电商合伙	电商合伙、搞钱思维
B08	外企职员→数字游民	自学逆袭、旅居生活	B27	大厂人力→独立猎头	独立猎头、职涯辅导
B09	体验设计→名校硕士	名校进修、职业成长	B28	大厂员工→搞钱宝妈	海归背景、新手妈妈
B10	大厂员工→成长博主	大厂海归、日常记录	B29	视觉设计→民宿店主	民宿运营、空间美学
B11	企业社畜→咨询导师	户外探索、职场咨询	B30	普通博主→生活记录	裸辞生活、自我探索
B12	职场离职→房车旅居	房车旅居、跨国旅行	B31	名企外派→裸辞自媒	小语种、出海打工
B13	大厂员工→国外就业	双城生活、潜水探店	B32	产品经理→AI创业者	AI创业、运动自律
B14	大厂员工→斜杠青年	个人成长、旷野想象	B33	营销总监→付费导师	知识付费、IP打造
B15	普通职员→咖啡店主	咖啡空间、城市生活	B34	品牌负责→职场导师	职场导师、破局思维
B16	在职员工→预备跑路	在职打工、逃离职场	B35	企业员工→环球游民	数字游民、环球旅居
B17	企业高管→创业CEO	人生重启、美学创业	B36	金融职员→自由撰稿	金融转自由、写作
B18	市场策划→职业探索	职业跃迁、打破想象	B37	大厂裸辞→寻找自我	自律成长、寻找自我
B19	大厂员工→穿戴甲师	美甲创业、结果导向			

在费尔克拉夫看来,文本是话语实践的产物,话语实践是文本的生产与再生产过程,而前两者皆由社会文化实践决定。因此,在研究的后期,笔者向离职博主们发送了访谈邀请,围绕着“为何离职/如何做出离职决定/离职后如何重建自我身份/如何协调自我内在价值与经济目的”等问题展开多次对话,探究离职博主这一“另类群体”如何建构身份,在平台经济中寻找自我“定位”,并经营商品化的自我。值得一提的是,身份工作与自我的商品化并不是一种普惠的职业选择,博主经历“起

^① Norman Fairclough, *Discourse and Social Change*, Polity Press, 1992, pp. 53-66.

号失败”后选择重返职场是更为普遍的现象,离职博主作为一种“少数派选择”,其代表性与效度在于意义阐释的一致性,即该群体有着强烈的实践“共性”,他们面临着共同的境遇,其实践有着边界清晰、步骤明确的“模式”,生产着共同的社会文化意义。不过,为了避免“幸存者偏差”对研究信度造成干扰,本研究选择了7位“停更”并重返职场的样本展开分析,作为研究的“对照组”,他们同样能为平台劳动的不稳定性与“再嵌入”的必然性提供例证。

三、“人生是旷野”:浪漫化的文本生产与身份建构

现代性的后果之一就是让“社会身份”变成了一种可以自致的(achieved)工程^①,而互联网进一步为人们提供了协商旧身份、形成新身份的空间场所与身份时刻(identity moment)^②。后结构主义者认为身份是在特定话语和制度之中被建构的,人们可以参与到形成、修补、维持、加强或修订自我身份的过程,生产一种内在的一致性和独特性^③,即从事一种“身份工作”。自我叙事(self-narrative)是身份工作的常用策略,离职博主们组织话语、操纵隐喻,讲述自己的故事,从多个维度建构了丰满而复杂的“我”的形象,将其作为身份工作的起点。

(一)“终于逃离996”:个体主义的身体叙事

要分析大厂离职博主的身份工作,我们就不能再将身份视为实体地位(identity as an entity),而是要将身份当作一个过程(identity as a process)^④,即关注他们是如何言说“我”和建构“我”。最先被定义、澄清的是“肉身的我”,即离职博主以身体为叙事途径,言说其个体经验。笔者发现,许多博主在离职后的第一个行动就是修饰、改变身体,包括染发、健身,甚至是整形。但在生理学意义上的“实体”(entity)之外,博主们言说的侧重点是一种感觉(feeling)和想象,即“我如何感知身体/我认为身体是什么”。这种“肉身的想象”是通过递进的三种叙事类别建构的:其一是直接以器官、肢体为喻体的“明喻”,如“心脏”“头脑”“血泪”,强调的是肉身的实体性;其二是将职业实践与肉身经验相结合的“暗喻”,包括“裸辞”“躺平”“拥抱变化”“手把手教你”“像呼吸一样简单”,它强调的是肉身的主体性与实践性;其三则是假托疾病的隐喻,如“拖延症”“恐惧症”“羞耻症”等,指向的是肉身的自反性,即对“异常状态”的觉知与反思。

通过身体的叙事,大厂离职博主们建构的是一种个体主义(individualism)的叙事形态:“我”是一个有清晰边界的实体,有着独一无二、不可取代的主体性,有着自反性(flexibility)的思想与行为模式。在我们谈论“身份”时,个体主义指的是“自我的部分,往往由个体为自己在高度分化的当代社会所扮演的典型和多重角色所附加的意义构成”^⑤,换言之,身份的形成是个体内在的自我确认(self-verification)的认知过程,对身体的觉知是其第一个步骤。与之相对的是技术、制度、环境这些“身外之物”,这种离身(disembodiment)的观念使得离职博主常常以机器隐喻来言说上述“外物”,大厂是“无形的牢笼”,工作场所是“枷锁”,制度是“断头台”“通天梯”,处处透出非自然、“非我”的状态:“每天走进写字楼,就像被塞进一台巨大机器的齿轮里,转得再快也只是别人的零件。”

① Raiph Linton, *The Study of Man: An Introduction*. Appleton-Century-Crofts, Inc., 1936.

② 李艳红、孔翔:《建立一个“创业自我”:数字商业化语境下青年主播的身份工作》,《新闻记者》2023年第12期,第24页。

③ Charles H. Christiansen, *Occupation and Identity: Becoming Who We Are Through What We Do*, in Charles H. Christiansen & Elizabeth A. Townsend eds., *Introduction to Occupation: The Art and Science of Living*, Prentice Hall, 2004, pp. 135-151.

④ 李艳红、孔翔:《建立一个“创业自我”:数字商业化语境下青年主播的身份工作》,《新闻记者》2023年第12期,第25页。

⑤ Sheldon Stryker & Peter J. Burke, *The Past, Present, and Future of an Identity Theory*, *Social Psychology Quarterly*, Vol. 63, No. 4, 2000, pp. 284-297.

(B23)这种“人一机”对立的叙事策略折射出离职博主渴望着以脱域的方式来重塑个体身份,即将自身从传统的劳动契约中抽离出来,成为游离于制度与社会关系之外的“原子化个体”。

(二)“今日方知我是我”:现实主义的“本真”形象

第二个被言说的是“本真的我”,即追求“真正的”意义、价值与自我实现。不过,所谓的“本真”并非本体论意义上的“真实”或“真理”,而是社会建构的个体真实性(authenticity)。因此,比起“何为真”,更重要的是离职博主“如何言说真”,即话语的“言说方式”(means of speaking)。离职博主对“本真”的话语建构包含着“自我披露—经验共享—抗辩”三个层次的叙事策略、修辞手段(rhetorical devices)。话语的第一层次是“自我披露”,言说者使用直接与“真实”相关的词汇,如“真心话”“坦白局”“掏心掏肺”,它营造的是“率真的我”,即“我”言说的内容皆发自内心的;第二层次则是经验的传授与分享,言说者将话语编织进实践之中,以对话的形式塑造了“慷慨的我”——“我”既是阅历丰富、乐于助人的“良师”,能提供“深度分享”“人生建议”,也是能代入言说对象的立场、设身处地为其着想的“益友”,“替你们试过了”“大白话讲清楚”“请抄作业”,由此制造共同的话语空间,争取言说对象的理解、共情;第三层次是抗辩,它是一种互文,言说者与真实的或潜在的批评对话:“恕我直言”“说点不爱听的”“颠覆你的认知”。它塑造的是“自省的我”,即在自我探索(self-exploration)^①的过程中,“我”有能力感知环境变化,以社会关系中的他者为“镜”,时刻自省并调适自己的实践。

总的来说,“本真的我”依然是个体主义的,离职博主将劳动场所、考勤制度、工作伦理、业绩竞争、人际关系都视作社会施加于个体的外部约束,期盼着解除上述纽带,复归到纯粹个体的“原初状态”:“按下辞职键的那一刻,我才发现世界原来有这么多可能性。”(B11)同时,“本真的我”也是一个现实主义的“反抗者”形象,博主们批评大厂的“内卷”与“绩优主义”,“部门不把员工当人看”(B06),反思平台、商业资本造成的劳动者困境,反思自己受到的身心伤害(抑郁、焦虑、职场霸凌)甚至是异化,“在互联网很难感受到善意……自己成为了加害别人的一环”,“半年的排期要被无条件压缩到1个月上线,正常沟通问题会被升级说成‘投诉’,陈述句变成反问句,被莫名质疑后又需要花大量时间精力自证”(B15)。尽管批评的落脚点仍然是个体主义的,追求的是个体层面的“自由”与“自主”,但他们会强调“时刻保持主体性”(B05),关怀其他“打工人”的处境,这样的话语风格已经初具政治经济学批判色彩,即对不平等的雇佣关系、工作环境的初步反思和对自我主体性的捍卫。

(三)“在洱海边写诗”:浪漫主义的身份想象

在离职博主的话语生产实践中,始终存在着一个时间性矛盾——“离职”实践是一个短期的、瞬时性的行动,它很难长期、稳定地为博主提供“创作素材”,几乎所有离职博主都需要尽快“转型”。在笔者选取的37个样本中,有27个样本“转型”为了旅游、旅居博主或数字游民,这些博主的话语强调的是非功利的审美价值,以物理空间中的流动性来言说“脱域”,即作为“数字游民”(digital nomad)摆脱职场、“工位”的束缚,实践跨越空间限制的流动,它建构的是一种具有非工具理性和浪漫主义色彩自我形象:

我看着宏伟的雪山会哭/看到夺目的日照金山会哭/听到一首刺痛心灵的歌会哭/回顾过去的种种时也会不禁地哭……我可以做到在旷野里狂奔/在山尖上呐喊/在水里畅游/可以没了命似的

^① 李艳红、孔翔:《建立一个“创业自我”:数字商业化语境下青年主播的身份工作》,《新闻记者》2023年第12期,第32页。

朝着山顶不停迈着步子/但唯独做不到大喊“自由万岁”/我想让你们知道我爱的雪山叫什么名字/我想让大家知道那些路背后的故事/更想让所有人真正感受不一样的文化……体验永远都不是独一无二的(B11)。

“地理”也出现在话语的修辞中,即博主使用地理隐喻作为叙事策略:职场是拥挤的“赛道”、圈养牛马的“棚”,言说者身处“黎明前的黑暗”(B21);离职后则步入“旷野”,“空气都清新了”(B21),精神世界如同远离喧嚣的“小破岛”,尽管面对着“海浪”“悬崖”等挑战,仍然能“决定自己的人生目的地”(B10)。地理隐喻与脱域实践彼此交织,将离职后的生活方式塑造了一种“可欲的”状态,它意味着劳动者对职业活动有更多的控制权^①,而博主作为这种生活方式的倡导者,自然也成为了“令人向往的”榜样,激励着他人尝试同样的生活方式,这种激励不仅是文化意义上的,也包含着经济层面的商品化潜能。

四、“转型博主收入翻倍”:身份工作的商品化尝试

在卡斯特尔看来,晚期现代性是一个弥漫的商品化社会^②,当人们习惯了用消费来建构和表达自我,商品化也就渗入了自我的建构过程中^③,呈现自我的能力成为了一种关键性的资产。^④而在网络时代,不少学者注意到了“商品化自我”(commodified self)和“自我品牌化”这两个概念,由于线上身份的动态性、跨平台性,用户的自我表达、身份建构能够转化为一种有意识的自我推销行为,其动机是谋求物质收益。^⑤这样一来,离职博主的话语实践就不可避免地受到了市场意识形态的驯化和支配,由此产生了介于“顺从—抵抗”之间的协商性话语实践。

(一)“顿觉天地宽”:模板化的叙事策略

相较于传统职业来说,“做博主”是一个充满了不确定性的选择,但离职博主们运用一套标准化的叙事“模板”,将其实践确定化了。这一模板就是“职场困境—自我觉醒—奔向自由”的固有叙事流程,它在话语维度的实质是“苦难叙事—冲突叙事—浪漫叙事”。苦难叙事与浪漫叙事是一套模糊的“能指”(signifier),它对应的所指(signified)包含着对“大厂”绩优主义光环的祛魅与解构,也包括浪漫主义审美价值的建构,但冲突叙事的能指是明确的,它常常被表述为促成博主离职的“决定性的瞬间”或是“冲突性事件”,如博主 B22 的“离职导火索”是一张 ICU 住院单:“用命换钱?我不干了!”

类似的时刻与事件还包括患病、住院、无法与亲人团聚、与恋人分手等。博主对它们的言说往往是具体而激烈的,将瞬时的“离职”行动构造为在时间上具有持续性、绵延性的媒介事件,例如, B07 以图文形式详细记录了自己从阿里“裸辞”,回村“躺平”的 97 天经历,在这 97 天内,她可以持续经营自我形象,详细阐释自己“转型”的过程与动机,管理新旧身份的张力^⑥,并持续与粉丝展开互动,在对话中生成认同。而冲突叙事的所指同样是清晰、明确的:离职是一种可复制的“解决方案”,同时具有有效性和普适性,如 B19 拆解了离职、创业过程中可能遭遇的困扰和挫折,针对性地

① 姚建华:《西方数字游民研究前沿》,格致出版社 2024 年版,第 94 页。

② Manuel Castells, *Communication Power*, Oxford University Press, 2009, p. 45.

③ 李艳红、孔翔:《建立一个“创业自我”:数字商业化语境下青年主播的身份工作》,《新闻记者》2023 年第 12 期,第 33 页。

④ Ernest Sternberg, *Phantasmagoric Labor: The New Economies of Self-Presentation*, *Futures*, Vol. 30, No. 1, 1998, pp. 3-21.

⑤ 李艳红、孔翔:《建立一个“创业自我”:数字商业化语境下青年主播的身份工作》,《新闻记者》2023 年第 12 期,第 34 页。

⑥ Stefan Sveningsson & Mats Alvesson, *Managing Managerial Identities: Organizational Fragmentation, Discourse and Identity Struggle*, *Human Relations*, Vol. 56, No. 10, 2003, pp. 1163-1193.

给了出可行的解决方案：“教你办理营业执照”“新手小白也能找到靠谱供应商”“怎么和快递公司洽谈”“低成本高级感包装教程”“摆摊小技巧（纯干货篇）”“新手变销冠的小秘诀”。B21 则将叙事重点放在了心理层面，讲述离职前的局促、焦虑、“糟心”、痛苦，强调它们是“打工人”面临的共性问题，自己在离职后“沾床就睡，一夜无梦，如厕通畅，食欲喜人，面色红润，神清气爽”，“精神状态从没这么好”（B21）。“解决方案”的叙事传递了一种隐含的价值倾向：用户只要“照葫芦画瓢”，自己面临的职业与生存困境也能迎刃而解。

因为可模仿、可复制，“苦难叙事—冲突叙事—浪漫叙事”的叙事策略成为了一种“流水线式”的话语生产逻辑，一方面，博主们生产的内容日趋同质化，几乎所有的平台“爆款”内容都在制造对比、强化冲突，例如以工位与户外、咖啡馆、民宿的对比图作为视频封面；另一方面，博主们的自我形象也呈现出趋同性，经历了从对抗商业资本、实现身心疗愈的“抗争者”蜕变为白手起家、自我雇佣的“掘金者”的形象转变，“新身份”的经营为离职博主带来了争议，他们将如何应对争议、重塑身份认同，正是本研究接下来要探讨的问题。

（二）“打脸爽文”的背后：制造争议的“引流”策略

在国外的身份工作研究中，学者们往往强调“去污名”的重要性，即努力拒斥污名印记（stigma），驳斥身份标签中暗含的损害其声誉的假设和行为，摆脱与刻板印象的关联，维护积极的自我形象。^① 国内的离职博主们则选择了一种更曲折的策略，即先人为制造“污点”，刻意制造争议性话题、扩大话语冲突，来吸引用户眼球，获取平台流量支持，再通过层层递进的“反转”叙事来实现去污名。这样的争议性策略在网络空间中被称为“引流”，它同样是一个模糊的能指，在本研究中，博主常用的“引流”手段有三种：制造“靶子”、挑动情绪、挑战观众。例如，B33 会将某种客观存在的社会现实、符合“常识”的价值观念、顺应“主流”的生活方式设置为批判的对象——

“老一辈常说，稳定的工作是铁饭碗，可以扛得住变数。毕业 10 年，我在一家 500 强央企，拼命卷到了管理层。收入稳定，能混到老，依然没有安全感……”

同时，她会运用丰富修辞手段来调动网络用户的情绪，包括极端化的价值判断，如“高学历精英很难挣到钱”，刻意的“露富”和炫耀，如“过年回老家被追着问挣了多少钱”，揭露不为人知的“秘辛”，如“做自媒体，就是拿隐私赚钱”；直接对观众进行批评、展开论辩也是一种有效的策略：“真想骂醒那些整天想挣钱，却又成天担心这担心那、除了内耗啥也不干的人。”这种修辞策略、叙事风格挑战了平台用户观念与情感的“舒适边界”，吸引其他用户表达质疑、批评：“站着说话不腰疼”“身在福中不知福”；而用户的“锐评”又会引来新的反驳、争论，各种观念、话语在“评论区”反复交锋，在形成或解构认同的同时也激活平台的“推流”机制，获取更多流量。同时，一些离职博主能巧妙地将网络争议编织进自己的话语策略中，例如将“恶评”作为视频素材（B08），或是要求批评者“谁主张谁举证”（B02）：

“请这位网友拿出证据～1. 我们不是亲戚，不是表姐妹的证据。2. 请问我们隶属于哪家公司？3. 我没离职的证据。确实没有几个能立刻辞职的，我是因为有个好表姐……给了我勇气。你有的话也许也可以鼓起勇气呢 #成长感悟# #关于质疑#”

这样的“打脸”策略营造了一种“爽文叙事”，诉诸用户“爽点”，为那些暂时无法离职的个体提供

^① Nicole B. Ellison, Rebecca Heino & Jennifer L. Gibbs, *Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment*, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 11, No. 2, 2006, pp. 415-441.

一种逃离现实、建构一个虚拟新世界的可能性^①，“现实性匮乏”和“想象性满足”是一体两面的^②，这种“匮乏”并不意味着物质短缺、权力缺失，而是“情动”意义上欲望层面的“匮乏感”，它将“我”置于欲望的中心，召唤出了能动性的欲望主体。^③对于粉丝而言，它创造了一个具有情感动能的乌托邦，也强化了与博主之间的情感纽带；对于博主来说，反抗与分享的“乌托邦冲动”(Utopian impulse)^④渐渐被商品化的逻辑裹挟，他们宣扬的价值也面临着物质主义的冲击和解构。此外，爽文叙事也在无形中掩盖了话语实践中缺乏“爽感”的部分，掩盖了那些“引流”失败、无法“起号”的离职者，或是“起号”后无法长期维持流量、逐渐归于沉寂的博主所面临的困境，为平台用户编织了一种“我上我也行”的价值肯定(validation)幻觉。

(三)“割韭菜新套路”：博主的终点是卖课吗？

在自我商品化、品牌化的趋势下，几乎所有离职博主都会以“变现”为终极目的，他们将物质主义的框架与现实主义的自我形象编织在一起，生产出李艳红提到的“创业者”形象^⑤：“创业月入5w+比打工月入5w容易太多了……”(B05)“不上班挣100w，我发现自己好适合创业哦！”(B33)对于创业者而言，“赚钱”既是合理的职业规划，也是个体主体性、能动性的体现；对于粉丝来说，能稳定赢利的博主也能成为职业榜样或“人生导师”，提供职业选择与生活方式的参考。因此，相较于传统博主植入广告、“直播带货”的“变现”模式，离职博主倾向于更直接的“知识付费”模式，例如B17推出售价299元的职业规划课程《大厂生存避坑指南》，B33进行有偿直播分享“创业心得”等等。

不过，功利主义的谋生目的与离职博主浪漫主义的话语建构之间不可避免地会发生错位与摩擦，很多被博主“反抗者”“冒险者”形象吸引来的粉丝难以接受博主的经济诉求，认为功利性的商业实践与浪漫主义的叙事风格反差过大。实际上，功利主义与浪漫主义都是现代性与个体主义的产物，二者互为表里，浪漫主义的能指对应的所指是情感劳动(emotional labor)，博主通过叙事和修辞整饰出真诚、友善、乐于分享的自我品牌，这一过程的实质是自我营销，它是一种规范化实践(normalized practice)。^⑥

而为了弥合话语与实践的裂痕，博主们也会及时调整话语策略，“揭露”做博主的“后台”(backstage)信息，“你以为的轻松只是你以为的，越是没有门槛的事情做起来反而越困难”(B01)，坦陈博主承受的身心压力，“躲过城管，淋过大雨，也被太阳晒伤，也因为效益不好而焦虑失眠”(B30)；披露离职创业的风险，“一个月整个工作室利润也就几万块钱，不一定比打工的赚的多，你还要担风险，一个淡季赔本几万块钱”(B06)；透露自己的“人设”和“表演技巧”：“钩子思维”“结果先行”“好标题要素：引发互动、冲击力、数字化、大反差”“抓住痛点+精炼表达+与他有关”(B33)。

① 邵燕君：《从乌托邦到异托邦——网络文学“爽文学观”对精英文学观的“他者化”》，《中国现代文学研究丛刊》2016年第8期，第16-31页。

② 周志强：《“处在痛苦中的享乐”——网络文学中作为“圣状”的爽感》，《广州大学学报(社会科学版)》2023年第22卷第3期，第82-91页。

③ 李玮：《欲望生产与“乌托邦”的重建——论“爆款”男频长篇网文叙事结构的转变》，《中国现代文学研究丛刊》2024年第11期，第173-190页。

④ 杨国斌：《连线力：中国网民在行动》，邓燕华译，广西师范大学出版社2013年版，第168页。

⑤ 李艳红、孔翔：《建立一个“创业自我”：数字商业化语境下青年主播的身份工作》，《新闻记者》2023年第12期，第37页。

⑥ José van Dijck, 'You Have One Identity': *Performing the Self on Facebook and LinkedIn*, Media, Culture & Society, Vol. 35, No. 2, 2013, pp. 199-215.

这些内容原本属于“做博主”的元工作,即使工作得以顺利实现的工作^①,包括工作资源的配置、参与者的协调、工作环节的接合,它们通常有着较强的流动性与不确定性,且缺乏审美价值^②,因而常常“退居幕后”,博主们将它们搬到台前,目的是强化现实主义的自我形象,让“真诚”的印象更加深入人心,协调其自我表达与商业目标之间的矛盾,强化自我商品化实践的合法性。

五、“从一个牢笼到另一个牢笼”:从话语建构到商品自我

至此,可以确认,“自我”从来不是一个单一的概念,而是可变的、过程性的,博主可以灵活地操纵话语,在不同维度塑造“我”的不同侧面;但与此同时,话语的生产、消费、再生产皆有其意识形态和社会文化语境,身份认同的建构亦是制度、社会、文化共同作用的产物,离职博主对脱域的言说与想象并不是空中楼阁,也无法解除一切社会纽带,而真正把自己变成原子化的个体。在离职博主建构其身份政治的过程中,个体重新“嵌入”了平台经济之中,成为“数字灵工”^③的一员。

(一)“担心掉粉”:离职博主的数据焦虑

很多学者都意识到了,当网络用户的自我呈现(self-presentation)倾向于将自己视为一种“产品”,致力于生产和传达关于该产品的印象,且脑海中有清晰的物质目标意识时,自我商品化就发生了。它可以体现为采取市场机制来建构和表演自己的身份^④,设立、维持并展演某种“人设”,进行“自我推销”。B33 就明确提到了“做自媒体”的秘诀就是把自己当作一个“产品”来经营,在这一过程中,绝大多数离职博主都面临着追热点、抓眼球、保持稳定更新频率的“任务”,尤其是“数据焦虑”,几乎是困扰每个博主的难题:

“以前担心 KPI,现在担心掉粉,本质上还是在为数据打工。”(B13)

实际上,不止一位博主表示自己“比上班时更焦虑数据波动”,必须“时刻盯着后台数据”,几乎“被平台规则紧紧捆绑”了。有学者认为,持续的策展算法(curation algorithms)建构了一种特殊的社会权力,构成了所谓的“算法元资本”,通过操纵算法,平台能够控制内容创作者的可见性与赢利机会,进而制造劳动同意;^⑤而在平台“流量至上”的逻辑下,博主能够与其他个体、商业或非商业组织形成彼此联系的信息节点,利用平台赋予的发布权力进行内容生产,以自身的时间、技能作为内容生产能力,在社会协同中实现内容增值^⑥,他们通过数字劳动生产的粉丝数、播放量、完播率、点赞数、评论数、转发量这些“数据”作为符号资本,有着转化为商品数据^⑦,进而转化为社会资本、经济资本的潜能。由此,博主重新嵌入了平台经济结构之中,将“获取流量”作为身份工作的核心目的,其话语实践过程、劳动过程与数据商品的生产过程融为一体^⑧,媒介技术模糊了工作与休闲、劳动与兴趣的边界,工作时间与空间变得分散化、个人化^⑨,这在一定程度上让劳动者失去了制度与

① Gloria Mark, Victor M. Gonzalez & Justin Harris, *No Task Left Behind? Examining the Nature of Fragmented Work*, at <https://ics.uci.edu/~gmark/CHI2005.pdf> (Last visited on July 1, 2025).

② 姚建华:《西方数字游民研究前沿》,格致出版社 2024 年版,第 52 页。

③ 牛天:《赋值的工作:数字灵工平台化工作实践研究》,《中国青年研究》2021 年第 4 期,第 5-13 页。

④ Manel Khedher, *Personal Branding Phenomenon*, *International Journal of Information, Business and Management*, Vol. 6, No. 2, 2014, pp. 29-40.

⑤ Outi Lundahl, *Algorithmic Meta-Capital: Bourdieusian Analysis of Social Power through Algorithms in Media Consumption*, *Information, Communication & Society*, Vol. 25, No. 10, 2022, pp. 1440-1455.

⑥ 喻国明、焦建、张鑫:《“平台型媒体”的缘起、理论与操作关键》,《中国人民大学学报》2015 年第 6 期,第 120-127 页。

⑦ 刘璐璐:《数字经济时代的数字劳动与数据资本化——以马克思的资本逻辑为线索》,《东北大学学报(社会科学版)》2019 年第 4 期,第 404-411 页。

⑧ 姚建华、徐德骅:《传播政治经济学视域下的数字劳动研究》,《新闻与写作》2021 年第 2 期,第 5-13 页。

⑨ 牛天:《赋值的工作:数字灵工平台化工作实践研究》,《中国青年研究》2021 年第 4 期,第 5-13 页。

契约的保护,必须独自面对职业风险,这使得博主“神经时刻紧绷”“长时间处在焦虑之中”。

与此同时,“流量”作为一套薪酬评价体系,其“数据化”特征极易给人一种公开透明的感知^①,似乎流量投放只与内容优质与否挂钩,它是一个去中心的、机会平等的评价机制^②,创作者坚信只要努力创作,就能弥合粉丝量级带来的收入差距,因而自发地投入了平台主导的“赶工劳动”之中。而在这种看似“程序正义”的机制背后,不少博主都在追逐流量的过程中出现了种种异化的现象,包括“松弛感”人设与话语生产实践的脱节;夸大收入水平,甚至制造极化叙事;攻击意见不同者,“拉踩”贬低其他从业者。这些另类的异化逐渐形成了一种“新职业病”,正是平台“不在场控制”^③带来的副作用,赶工劳动并不是一种可持续的劳动过程,它透支的不仅仅是劳动充分条件的身心健康,也包括用户与平台之间的技术信任与社会信任。此外,随着职业失范的加剧,前文提到的“失败者”也会被用户“看见”,以本研究涉及的7位重返职场的样本为例,他们的账号“停更”之后成为了“数字遗迹”,粉丝时常“重访”他们的主页,在留言表达怀念、不舍的同时,也会抒发自己关于平台、流量、职业的意见。此时,离职博主的反思性身份实践延伸到了其他网络用户群体中,使后者能够检视其职业实践,思考平台控制与个体主体性的辩证关系。

(二)“被看见”与“被凝视”:离职博主如何自我规训

对于离职博主来说,“被看见”是一把双刃剑,它一方面提升了劳动可见性,这种“可见”的状态是这些“另类劳动者”能够获取经济收入的前提;另一方面,它也让博主们的一举一动都处在无数匿名他者的凝视之下,让他们必须时刻展开自我审查,检视自己的话语实践是否能自我迎合观众的审美取向、平台的审查制度、算法的推送逻辑。此时,离职博主置身于一种超越时空限制的液态监控(liquid surveillance)^④之下,尽管他们已经离开了“大厂”有形的、制度化的监管,但自由流动的数据也使得监控能够“脱域”,延伸到更广阔的空间之中,以一种更隐蔽、更“柔和”的方式制造劳动同意。

一个常见的例子是平台用户的审美需求与外貌凝视:“高颜值的博主更容易起号”(B02)“如果我选一张比较漂亮的照片做封面,观众更愿意点进来,我就更容易得到流量。”(B19)这种“显而易见”的逻辑给部分女性离职博主带来了“容貌焦虑”,将她们的肉身经验重新分解、提取为数据身体^⑤,成为了网络景观的一部分,这意味着肉身经验的对象化、客体化,博主们被置于受凝视的社会地位,感受到自身主体性遭到削弱,甚至陷入“失权”的相对剥夺感。此时,一部分女性博主选择顺应身体的数据化、景观化,她们通过钻研化妆、搭配衣物、挑选拍摄角度、使用滤镜等手段修饰容貌,打造“甜妹儿”人设(B23),营造“氛围感”(B33),将“女性魅力”塑造为自我品牌的一部分,“重回美貌巅峰”(B02)“漂亮宝贝不干了”(B10)等话语交织勾勒出了“美貌”与“流量”正向相关的暗示,而在平台逻辑下,流量作为网络资本能够“兑换”为经济资本、社会地位,为博主带来服饰(B05)、护肤品(B26)、化妆品(B19)、医学美容(B13)等广告赞助,当“美”真的为那些“高颜值”博主带来了经济利益时,其他博主就更容易认同“颜值至上”的逻辑,主动通过话语实践建构“美丽的我”。此时,

① 刘战伟、李媛媛:《自主与妥协:平台型媒体内容创作者劳动过程中的“同意制造”》,《新闻记者》2021年第8期,第61-72页。

② 李德团、陈盈伊:《平台型媒体内容创作者劳动过程中的同意制造与日常反抗》,《新闻与传播评论》2023年第6期,第26页。

③ 李德团、陈盈伊:《平台型媒体内容创作者劳动过程中的同意制造与日常反抗》,《新闻与传播评论》2023年第6期,第27页。

④ Zygmunt Bauman & David Lyon, *Liquid Surveillance: A Conversation*, Polity Press, 2013, p. 6.

⑤ 杨馨、李杭洋:《“液态监控”下数字游牧民的“灵工”研究——以手游公会劳动监控模式为例》,《山东科技大学学报(社会科学版)》2023年第4期,第10-19页。

“物”的关系支配了博主对自我的认知与评价,造成了“我”的物化,且这种物化是心甘情愿发生的,博主自发将其数据身体转化为商品身体,甚至将自己的肉身也商品化了,“一年一度的小韩变美之旅成了我雷打不动的项目”(B13)此时,已经鲜有博主去反思容貌与职业身份建构之间的真实关联,容貌并不能为离职博主提供专业组织、职业伦理、制度化的专业知识与技术体系、教育体系、社会效益、市场保护、自治性等职业标准^①,仅在经济收益的维度与离职博主的身份工作存在关联。这种经济利益凌驾于一切标准之上的理念,抬高了“颜值变现”商业模式的合法性,将一些“反容貌焦虑”“反对凝视”的话语也吸纳进平台经济的积累与循环之中:“以前上班还会花一小时学小红书的热门妆容,来回倒腾,化妆要花二十几个步骤,现在单枪匹马创业的女战士只希望清爽+体面。”“美是一种状态,是效率,不一定要靠繁复程序的堆叠。”(B05)这样的叙事看似反对过度修饰容貌,提倡效率和自信,实质却是某护肤品的植入广告:“养好底子之后化妆真的变得很方便”“备一罐修复面霜能救大命”(B05),帖子添加的标签中,“#girlstalk# #女性成长#”与品牌名、产品名并列,直观体现出平台逻辑、商业资本对女性主义话语的收编。

异化的不仅仅是容貌,博主的一切日常生活细节都陷入了网络平台中的“数据监控”(dataveillance)^②和“电子圆形监狱”,不止一位博主提到,做博主就是“用隐私换钱”“大大方方分享自己的年龄、经历、工作、收入甚至是家庭,通过不断暴露隐私,塑造一个完完整整的人格,才可能被人喜欢和记住。”(B33)且“出卖隐私”的过程是自主、自愿的,有别于传统的劳动控制、劳动过程管理(如考勤制度、计件生产、KPI),也非福柯所谓的“规训”,博主们发自内心地认同“将自我产品化”的逻辑,驯服于“许多人监控许多人”的“全视监狱”(omniopticon)^③,将他者的凝视内化于日常实践之中,加速了自我的对象化与景观化,形成了一种自下而上的、个体化的“参与式监视”(participatory surveillance)^④——在博主被凝视的同时,他们也凝视着其他博主、用户,将后者作为竞争对手、“参考指标”,延续着平台经济的赶工劳动逻辑。

(三)“变现的陷阱”:离职博主如何重新嵌入商业逻辑

泰拉诺瓦认为,平台经济能够将抵抗话语吸纳为“免费劳动”^⑤,这种收编显著地体现在离职博主话语的矛盾性中:他们激烈地批判“大厂”对雇员的压榨,却在网络平台上不断“内卷”,自发展开“赶工游戏”;他们抗议职场带来的身心伤害,却自愿将身体数据化,转化为话语生产的“原材料”;他们关心“打工人”的处境,反思商业资本对人的异化,却忽视了网络平台与商业资本之间的亲缘关系,不断将“自我”商品化以获取经济报酬。这种矛盾性正是平台逻辑带来的后果,在当下,平台经济与数字劳动几乎成为了一对“孪生概念”^⑥,劳动者似乎不再是“雇员”(employees),而是成了“自雇佣者”(self-employed persons)或“独立合同人”(independent contractors),博主们并未和任何一个平台签订劳动合同,劳动者的身份是灵活的、模糊化的,因而平台劳动是一种不稳定劳动

① 赵康:《专业、专业属性及判断成熟专业的六条标准——一个社会学角度的分析》,《社会学研究》2000年第5期,第30-39页。

② Roger Clarke, *Introduction to Dataveillance and Information Privacy, and Definitions of Terms*, at <http://www.rogerclarke.com/DV/Intro.html> (Last visited on Dec 14, 2025).

③ Nathan Jurgenson, *Review of Timoner's We Live in Public*, *Surveillance & Society*, Vol. 8, No. 3, 2011, pp. 374-378.

④ Anders Albrechtslund, *Online Social Networking as Participatory Surveillance*, *First Monday*, Vol. 13, No. 3, 2008, pp. 1-10.

⑤ Tiziana Terranova, *Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy*, *Social Text*, Vol. 18, No. 2, 2000, pp. 33-58.

⑥ 孙萍、邱林川、于海青:《平台作为方法:劳动、技术与传播》,《新闻与传播研究》2021年增刊1,第8-24页,第126页。

(precarious work),劳动者普遍缺乏抗风险能力,反而强化了他们对平台的依附,自愿增加劳动时长,形成了一种“黏性劳动”甚至是自我剥削。^①

不过,在平台劳动之中并不缺乏反抗的话语和实践,劳动者展开去中心化集体行动(decentralized collective action)^②,或是组建互助团体(engagement pods)^③,追求“平台合作主义”^④,都能在一定程度上削弱平台或算法的控制,改写工作规则。李德团等借助斯科特的“公开剧本”(open transcript)和“潜隐剧本”(hidden transcript)两个分析概念来探讨平台内容创作者的“日常反抗”路径^⑤,他们认为,网络平台同样存在大量的“后台社会”,让劳动者能够对平台权力形成某种共同批判提供了隐蔽的阐释空间。“脱域”的策略同样是一种日常反抗手段,即“自助游离”^⑥,劳动者游走于不同的平台之间,或是在传统工作与自媒体之间切换角色,避免被平台的逻辑深度“绑定”。此外,离职博主建构的现实主义“反抗者”身份政治也是一种自下而上的、由微观展开的反抗路径,他们对大厂的“祛魅”和对博主身份工作的“揭秘”在一定程度上为人们揭开了平台经济的残酷一角,让人们在数字经济、“网红经济”形成辩证的觉知。

但很多研究者也意识到了,这种脱域实践更接近于“某种符号性姿态”^⑦,无论博主“迁徙”到哪个平台,劳动者与平台之间的依附关系都不会发生本质性的变化,更不用说“算法技术作用于日常生活的现象背后是本体论和认识论的坍塌,算法安置了一个权力负载的真实性体制,让人们没有时间和空间反思自身”^⑧,离职博主向往着“更自由的”平台劳动,期望着通过数字劳动获取更多经济收益,获取更多对生活的控制权^⑨,平台为他们营造了一种“内容至上”“机会均等”的意识形态,将“梦想”“理想生活”与“变现”联系在一起^⑩,让他们坚信自己能做真正“感兴趣”的事,并在这种价值观念的驱动下重新嵌入了平台经济的劳动控制,“没有控制”恰恰意味着“控制无处不在”,这种辩证关系在一定程度上收窄了离职博主塑造主体性的实践空间,让他们置身于流量逻辑与经济目的的夹缝之中,必须“戴着镣铐起舞”,努力平衡其个体内在价值、社会身份认同与经济效益之间的平衡。

六、在收编与抵抗之间:主体性书写的第三种路径

在以往关于“数字劳动”的研究中,始终存在着“剥削”与“反抗”的二元叙事,常见的研究路径或是批判商业资本对劳动者的宰制与异化,或是聚焦于劳动者如何通过非异化劳动、策略性实践来对

① Ping Sun, Julie Yujie Chen & 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*, Vol. 37, No. 3, 2023, pp. 412-431.

② Li Jin, Scott D. Duke & Lindsey A. Shroff, *A Labor Movement for the Platform Economy*, at <https://hbsp.harvard.edu/product/H06KVVW-PDF-ENG> (Last visited on Dec 14, 2025).

③ Victoria O'Meara, *Weapons of the Chic: Instagram Influencer Engagement Pods as Practices of Resistance to Instagram Platform Labor*, *Social Media + Society*, Vol. 5, No. 4, 2019, pp. 1-19.

④ Evangelos Papadimitropoulos, *Platform Capitalism, Platform Cooperativism, and the Commons*, *Rethinking Marxism*, Vol. 33, No. 2, 2021, pp. 246-262.

⑤ 李德团、陈盈伊:《平台型媒体内容创作者劳动过程中的同意制造与日常反抗》,《新闻与传播评论》2023年第6期,第28页。

⑥ 李德团、陈盈伊:《平台型媒体内容创作者劳动过程中的同意制造与日常反抗》,《新闻与传播评论》2023年第6期,第29页。

⑦ [美]詹姆斯·C.斯科特:《支配与抵抗艺术:潜隐剧本》,王佳鹏译,南京大学出版社2021年版,第30页。

⑧ Nick Couldry, Aristeia Fotopoulou & Luke Dickens, *Real Social Analytics: A Contribution towards a Phenomenology of a Digital World*, *The British Journal of Sociology*, Vol. 67, No. 1, 2016, pp. 118-137.

⑨ 温欣:《家庭总动员:数字劳动的家庭化和劳动的家庭分工重构——基于抖音的数字民族志研究》,《云南社会科学》2023年第6期,第152-163页。

⑩ 刘战伟、李媛媛:《自主与妥协:平台型媒体内容创作者劳动过程中的“同意制造”》,《新闻记者》2021年第8期,第61-72页。

抗剥削,而在近期的研究中,越来越多的学者注意到,“剥削—反抗”更像是一个硬币的两面,它们将长期同时存在、彼此纠缠,在这种辩证关系下,劳动者的实践必然长期处在“驯服”与“反抗”两极之间,呈现出一种微妙的策略性协商——他们希望巧妙利用平台规则“套利”,同时通过持续不断的微观反抗来保持、强化自身主体性。

但值得关注的是,这种身份协商能否动摇平台经济的外部框架,个体建构的现实主义自我形象是否会遭遇“越反抗,越受束缚”的悖论与平台资本操纵循环,离职博主们高度个体化而非公共化的反思能否构成一种有效的社会批评,从更加宏观的角度来讲,个体将平台的资本增值闭环作为“再嵌入”的终点,是否会对当下的就业形势、平台治理产生冲击,都是未来值得展开持续研究的议题。在笔者看来,离职博主书写的自我是符合市场经济需求的商业主体性,作为一种“另类职业”,它在一定程度上“盘活”了就业市场,为平台经济注入了活力;但这份“职业”的不可持续性也呼唤着对平台资本的公共治理,即国家、制度的力量在平台规范化建设中发挥更大的作用。

“Disembedding” Imagination and Identity Work Construction of Platform Laborers: An Analysis of Discourse Practices of “Influential Bloggers”

YANG Xin, LÜ Zhipo

(School of Journalism and Communication, Shaanxi Normal University, Xi'an 710119, China)

Abstract: This study employs the analytical framework of critical discourse analysis to examine the online discourse content of 37 “influential bloggers” who resigned from high-tech companies, analyzing how they shape an imagination of “disembedding” through discourse practices and construct a self-identity that combines romanticism and realism using various rhetorical devices. This individualistic self-narrative aligns with the value transformation logic of the platform economy, thus possessing the potential for commodification. In the process of achieving self-commodification and branding, the narrative techniques of these bloggers serve the purpose of constructing a “commodified self”. Gradually, their “utopian impulses” become ensnared by platform logic, ultimately leading to their “re-embedding” within the platform economy, where they fall into a state of traffic anxiety and self-discipline. Therefore, the obedience and resistance of platform laborers are two sides of the same coin. The strategic identity negotiation of ex-employee bloggers, as a “third path”, reflects the shaping of labor and subjectivity by the platform which serves as an external framework.

Key words: identity work; disembedding; commodified self; platform economy

(责任编辑:傅 游)