

新媒介环境下的媒介剥削现象 ——基于马克思政治经济学研究的反思

赵云伟

盐城师范学院 马克思主义学院，江苏 盐城 224007

DOI:10.61369/ER.2025030030

摘要：近年来，得益于科技革命所带来的高新科学技术，5G、虚拟现实、增强现实等移动互联网最新科技成果在日常生活中的应用，极大程度上促进了社会现代化建设，大众的生活和娱乐也变得更加丰富和多元。而在这一过程中，社会化媒介对于人类社会的渗透、影响也更加深入，信息传播过程中的生产者、消费者的剥削屡见不鲜，并且具有“愈加隐蔽”和“便捷”等等特征，不利于大众的信息获取质量提升，这本质上是一种倒退现象。因此，本研究将基于马克思政治经济学研究，针对新媒介环境下的媒介剥削现象和问题进行研究和反思。

关键词：新媒介环境；媒介剥削；马克思政治经济学；创新媒介

The Phenomenon of Media Exploitation in the New Media Environment — Reflections based on Marxist Political Economy Research

Zhao Yunwei

School of Marxism, Yancheng Teachers University, Yancheng, Jiangsu 224007

Abstract : In recent years, thanks to the high-tech brought by the scientific and technological revolution, the application of the latest scientific and technological achievements of mobile Internet, such as 5G, virtual reality, and augmented reality, in daily production and life, has greatly promoted social modernization, and the life and entertainment of the public has become more rich and diverse. In this process, the penetration and influence of social media on human society have become more profound. The exploitation of producers and consumers in the process of information dissemination is not uncommon, and it has characteristics such as "increasingly hidden" and "convenient", which is not conducive to improving the quality of information acquisition for the public. This is essentially a regressive phenomenon. Therefore, this study will be based on Marxist political economy research, focusing on the phenomenon and problems of media exploitation in the new media environment for research and reflection.

Keywords : new media environment; media exploitation; Marxist political economy; innovative media

引言

新媒介环境的应运而生，使得大众接受信息的方式发生对应变革，并且重构信息传播格局，数字平台通过算法推荐、流量分配构建新型权力关系。马克思政治经济学批判视角下，媒介剥削体现为对用户注意力、数据资产的隐性占有与价值转化等等方面。传统剥削理论在数字时代面临新挑战：劳动形式虚拟化、价值生成链条复杂化、剥削主体多元化等等。综合来看，现有研究多聚焦技术批判或伦理反思，缺乏对生产关系本质的深层挖掘。

因此，本文以马克思劳动价值论为分析工具，重新审视新媒介环境中资本增殖逻辑与用户劳动异化现象，旨在揭示数字时代媒介剥削的隐性机制，为构建更公平的媒介生态提供理论参照。

一、新媒介环境下的媒介剥削现象

近年来，在信息技术、互联网、新媒体平台快速发展的背

景下，社会化媒介对于人类社会的渗透愈加深入，从最初满足大众的信息需求基础之上，新媒体已经深度渗透到大众的衣食住行和娱乐等多个领域，而在这一趋势和背景下，新媒介环境所造

成的媒介剥削现象也变得更加显著，具体如下所示：

（一）注意力资源隐性占有

新媒介平台近年以来的发展十分迅速，通过算法推荐、无限滚动界面等设计持续吸引用户注意力。而从用户角度出发，在浏览短视频、社交媒体的过程中，时间感知被严重弱化，注意力被切割为碎片化单位。在此基础之上，不同的新媒介平台将注意力转化为流量数据，进而通过广告投放、用户画像分析实现商业变现。注意力资源隐性占有不通过强制手段^[1]，而是以“个性化推荐”为名，使用户在无意识中贡献注意力资源，形成新型数字劳动形态，成为平台资本增殖的基础要素，在无形中被严重剥削。

（二）数据资产无偿获取

用户在使用新媒介服务时，虽然在生活、工作、娱乐等方面获得大幅度的便利，但同时也生成大量行为数据、偏好信息、社交关系等数字痕迹。平台通过隐私政策默认授权、隐蔽条款等方式，无偿获取并占有以上一系列的数据资产。然而，以上相关数据信息虽然常见且普通，但在当下的大数据技术、智能技术应用下，经过清洗、标注、聚合后，可以形成具有商业价值的数据产品，用于精准营销、用户画像构建等场景。然而，用户作为数据生产者，却未获得相应经济回报，形成数据劳动与价值分配的不对称关系，剥削现象由此产生。

（三）算法权力隐性控制

目前来看，不同算法已经成为新媒介环境的核心规则制定者，通过内容排序、流量分配、推荐策略等机制，名义上为用户进行智能化的推送，但本质上对于用户信息获取、社交互动、消费决策产生隐性控制。而且，算法黑箱特性使用户难以察觉其运作逻辑，但实际已形成“算法权力”，决定用户能接触何种信息、与何人互动、看到何种内容。以上的算法控制不通过直接命令实现，而是通过“个性化”伪装，使用户误认为拥有自主选择权。

（四）数字劳动价值异化

用户在新媒介环境中的创作、分享、互动等行为，被用户自身视为自身行动，产生的价值也仅被自身利用。然而实施并非如此，用户在新媒介中的相关行为被平台转化为数字劳动。用户生成内容（UGC）成为平台内容生态的重要组成部分，但平台通过版权条款、收益分配机制等，将用户劳动价值部分或全部占有。用户作为内容生产者，其劳动价值被隐含在平台流量变现、广告收入等商业收益中，形成劳动价值与回报的剥离，体现数字时代劳动异化的媒介剥削新形态^[2]。

二、基于马克思政治经济学研究的新媒介环境下媒介剥削的应对方式

（一）强化用户主体意识与数字素养教育

马克思政治经济学中明确强调劳动者的主体地位^[3]，并且认为作为劳动者，需要意识到自身在生产过程中价值、作用。在新媒介环境下，广大的平台用户作为数字劳动的主体，从马克思政治经济学角度来看，需要增强对自身注意力、数据、内容创作等劳动价值的认知。为此，在应对日益严重的新媒介环境下剥削现

象的同时，需要开展数字素养教育，并且使其涵盖算法推荐机制、数据收集方式以及流量变现模式等方面，切实加强用户的主体意识和数字素养。由此，广大用户可以认识到自身在新媒介环境中行为不仅是单纯的消费、娱乐行为，还是典型数字劳动的体现。通过持续的数字素养教育引导之下，用户可以逐渐意识到自身在数字劳动中的主体地位，在此基础之上就可以主动维护自身权益。除此之外，强化用户主体意识与数字素养教育之后，还可以使得用户逐渐习得合理管理自己的注意力资源，减少碎片化信息对时间的侵占，避免成为平台无偿占有劳动价值的对象^[4]。

例如，可以名为“数据肖像工作坊”的实践环节，参与的用户在这一环节中可以被引导在社交平台主动生成一份包含个人兴趣、地理位置与社交关系的虚拟档案。随后，工作坊指导者、组织者可以带领参与者拆解档案，追踪其可能被平台收集、分析并用于广告精准投放与内容推荐的完整路径。通过亲身体验和参与复盘之后，参与者直观认识到自身数据如何成为生产资料，并理解默认隐私设置背后的资本逻辑，后续能够逐渐增强。

（二）推动数据资产产权保护与价值分配机制

依据马克思政治经济学理论，劳动者的劳动成果应得到合理回报，而用户本身就是现阶段新媒介环境中的劳动者，虽然这一点并未得到十分明确的定义。在新媒介环境中，用户的数据资产作为新型劳动成果，本身应该建立明确的产权保护与价值分配机制。而目前来看，诸多平台通过隐蔽条款、默认授权无偿等等方式，占有用户数据资产，这一现象本质上其实是数字劳动成果的无偿占有，这无疑与马克思所批判的资本主义生产关系中“劳动者与劳动成果相分离的情况”极其相似。为应对这一媒介剥削现象和问题，相关部门需要意识到这一点，并且在法律层面明确数据资产产权保护与价值分配机制，使得用户可以对其数据资产的所有权和控制权，确保用户能够决定自身数据的使用方式和范围。在此基础之上还需要建立合理的价值分配机制，使用户能够从其数据资产的商业应用中获得相应的“回报”。与过往相较，用户在新媒介环境中的数字劳动得到尊重、回报之后，本质上是媒介剥削现象减少、减轻的主要表现^[5]。

例如，不同地方的相关部门可以联合社区开展工作，推行“数字权利实践课程”，面向成年用户开展工作坊。课程设计包含模拟数据交易场景：参与者角色扮演平台与用户，谈判数据使用条款与收益分配等等，此过程将法律上的数据所有权，通过集体行动活动设计，进而转化为实际的控制权与收益权，从而践行马克思所倡导的“劳动者应得其劳动成果”的原则。

（三）建立算法透明性与用户自主选择机制

马克思政治经济学强调劳动者在生产过程中的自主性与能动性，这是至关重要的一点。然而，目前在新媒介环境中，用户表面上在信息获取、娱乐方面得到了更多便利，但算法权力的隐性控制之下，导致用户在信息获取、社交互动、消费决策等方面失去一定的自主选择权。再加上算法黑箱特性影响之下，导致用户群体难以了解其运作逻辑，导致用户在不知不觉中受到控制，而且用户群体的综合素养本身就处于参差不齐的状态，其不知不觉被控制的现象也更加显著和频繁。为应对这一问题，相关的管理

部门、单位需要注重推动算法透明性建设，要求平台在快速发展的同时，可以公开算法的基本原理和数据使用规则，使用户能够了解算法对其行为的影响。在此基础之上，还需要要求平台建立用户自主选择机制，允许用户对算法推荐进行个性化选择，包含相关的调整或关闭等等，确保用户在信息获取和决策过程中拥有更多的自主权^[6]。通过算法透明化和用户自主选择机制，可以使得算法权力的隐性控制现象得到打破，用户在新媒介环境，在享受到诸多便利的同时，能够重新掌握对自身行为和选择的主导权。这符合马克思政治经济学中关于劳动者自主性的理念，也有助于减少算法对用户影响，从而减少媒介剥削。

例如，在新媒介环境快速发展的背景下，可以有相关的管理部门和单位作为主导，设计一个名为“算法选择器”的交互工具嵌入平台。该工具以简明语言向用户解释推荐算法的基本逻辑与数据使用方式，例如注明“该推荐基于您过往浏览记录与相似用户行为”。用户进入设置界面后，可看到三个清晰选项：增强推荐精准度、平衡推荐多样性、关闭个性化推荐。选择“平衡多样性”选项，信息流将混合同质化与异质化内容；选择关闭个性化，时间线则严格按照时间顺序呈现^[7]。过往抽象的权力控制得以转化为具象的界面选择，使劳动者能够依据自身需求自主调节算法影响^[8]。

（四）促进数字劳动价值回归与公平回报机制

马克思认为劳动价值应得到合理体现，劳动者应获得与其劳

动相匹配的回报。在新媒介环境中，用户的数字劳动价值常被平台无偿占有或异化，尤其是在用户生成内容（UGC）领域，这一媒介剥削现象表现得更加明显，平台通过版权条款和收益分配机制将用户劳动价值转化为自身商业利益，而用户却未能获得相应的经济回报。为应对这一问题，需建立数字劳动价值评估体系，科学衡量用户数字劳动的价值贡献^[9]。同时，构建公平的回报机制，使用户能够从其数字劳动成果的商业应用中获得合理的经济收益，促使用户在新媒介环境中的劳动价值得到应有体现和回报^[10]，从而有效减少数字劳动异化、媒介剥削现象。

三、结论

综上所述，新媒介环境下媒介剥削研究需持续深化马克思政治经济学分析框架，这对于应对用户的媒介剥削现象和问题具有重要作用和价值。但目前来看，无论是相关研究还是相关实践，本身都处于初步阶段，用户面对的媒介剥削现象并未圆满解决，未来需要关注技术迭代对剥削形式的重塑，如元宇宙、AI生成内容带来的新型剥削路径等等。实践工作中，需要注重推动政策完善与用户赋权机制创新，促进数字劳动价值公平分配，最终实现从批判到建构的学术使命，为数字时代公平媒介生态提供有效支撑。

参考文献

- [1] 郑旭. 媒介时间控制下的数字劳动：竞速、规训与剥削 [J]. 城市党报研究, 2023, (12): 86-89.
- [2] 钟唯. “虚假的乌托邦”——元宇宙时代媒介剥削与异化现象研究 [D]. 华中师范大学, 2023.
- [3] 闫庆文, 陈翔. “产消合一”：数字媒体时代“偶像”生产机制中的异化与剥削 [J]. 新闻知识, 2022, (09): 34-46.
- [4] 夏振鹏. 社会化媒介生态下的媒介剥削现象研究——基于马克思主义政治经济学的反思 [J]. 理论观察, 2021, (03): 58-60.
- [5] 刘宗义, 赵林云. 新媒介环境下的媒介剥削现象——基于马克思政治经济学研究的反思 [J]. 天府新论, 2020, (03): 1-7.
- [6] 贺哲野. 社交媒介用户被剥削现象研究 [D]. 武汉大学, 2020.
- [7] 夏玉凡. 无偿劳动、无限剥削与社交媒体的资本积累——对福克斯资本积累理论的批判性探讨 [J]. 广西大学学报(哲学社会科学版), 2020, 42 (02): 38-45.
- [8] 黄韧. 新媒介环境下电视传播主要特征分析 [J]. 中国报业, 2022, (15): 92-94.
- [9] 赵佳璐. 新媒介环境对儿童社会化的消极影响研究 [J]. 传媒论坛, 2022, 5 (15): 40-42.
- [10] 王传领. 论新媒介环境下文艺价值的重构与向度 [J]. 学习与探索, 2022, (08): 177-183+192.