

当下,在外卖、二手交易等线上平台,数万网友正化身“赛博判官”(评判评论合理性、交易纠纷等的大众评审员),面对“公说公有理,婆说婆有理”的场面,作出自己的判断。

“赛博判官”已成为年轻人的一种社交方式,有人追捧,也有人质疑。

赛博判官 年轻人迷上在线“断案” 你当过没有?



快乐产物

“第一次了解到这种模式,还是在社交平台上偶然刷到的。”王珂回忆起自己当“赛博判官”初体验,“当时只觉得有趣,就想试一试,没想到‘一发不可收拾’。”

利用上班路上等地铁的几分钟时间,点开某些平台的“评审团”或“小法庭”功能,以网络投票的形式为卖方或买家“评理”,已成了王珂每天的习惯。“闲来无事的时候,看看他们的‘掰扯’过程,也觉得挺有意思的。”在她看来,做“赛博判官”是自己排遣无聊的一种方式。

“赛博判官”已成为年轻人的一种社交方式。平台上,在商家和顾客辩论之余,评审员们也可以进行点评。评论区内,“红蓝方”各自为营,展开唇枪舌剑;在场外,不少“赛博判官”也会将“案子”转发到自己的现实社交圈内,与好友一起讨论分享。

有的商家装糊涂“甩锅”骑手,有的顾客评价犀利,说出广大用户心声,堪称“互联网嘴替”……据张小笑说,她平时几乎不会给商家和骑手差评,担心给他们带来麻烦。而在参与评审的过程中,她对差评的看法发生了改变:“我发现没有人会因为你给了差评而指责你,有什么说什么,勇敢地给出真实的评价,反而会给其他消费者提供有效的建议。”

“既能有趣,又能拉架评理。”参与评审成了刘正日常生活的“调味剂”。完成每天有限的评审任务后,他还会意犹未尽,定上第二天的闹钟提醒自己完成任务。他把这件事当成游戏,抱着操闲心、凑热闹的心态,被各种“评论梗”和“互联网嘴替”逗得捧腹大笑。

正义之举

王珂介绍,平台会在自己投票后即时作出反馈,告诉用户自己的选择是否与大多数“判官”一致,这也是她加入评审团的原因之一。“遇到一些比较难判定的事例,我往往还会求助身边人寻求意见。”她提到,虽然是奔着开心去的,但她仍然很在意自己的投票是否公正客观,“换位思考,如果是我受了委屈,我也会希望能有人站出来主持公道,得到一个公正的结果”。

“年轻人经常被别人评价,但是自己评价别人往往没人听,这种说话和评价可以算数的感觉是年轻

人非常需要的。”武汉大学发展与教育心理研究所副教授陈武表示,这是参与感、存在感和价值感的体现。

王珂很享受这种“为他人评理”的过程。“哪怕每天刷到的都是‘不加香菜但给了葱花’‘宫保鸡丁到底是酸甜还是香辣’这样鸡毛蒜皮的小事,但只要维护了‘正义’一方的利益,也会让我有一种满足感。”对此,不少人戏称“体验了一把当代包青天”。

王丹丹是闲鱼的资深用户。她第一次知道这个功能,是被人告上“法庭”。她在出售蛋糕卡时,突然被买家申请退货退款。由于已经告知对方卡的账号密码,她拒绝了买家的要求。买家向“小法庭”提起申诉,不过由于证据充分且事由清晰,王丹丹轻松取胜。此后,王丹丹多次参与“小法庭”评审。由于自己受到过公正的判决,她在每一次评审中都三思而行。在她看来,作出正确而谨慎的选择非常重要,“二手交易每一单都跟钱有关,我的一个选择可能就决定了这笔钱的归属”。

还在上大学的蔡理昕加入“闲鱼小法庭”的1年以来,每周都会完成30条左右的评审任务。蔡理昕经常在“小法庭”上遇到卖家隐藏瑕疵的问题,一些评审员因缺乏相机的专业知识,导致买家后期维权困难重重。他以二手胶片相机举例,“卖家发货前照片没有问题,但实际上胶片相机的功能性有问题,有的评审员并不了解这一点,从而导致误判”。针对这种情况,蔡理昕在评审中着重留意关于电子产品交易的维权评价,并学习应该怎样完善证据链。“我也会告诉别人在这个过程中应该如何申诉,给他们提供建议,帮

助他们及时有效地维护自己的合法权益。”

在王珂看来,虽然在大众共识中,消费者往往处于弱势,但自己在参与评审的过程中,却发现了一些来自买家的恶意差评:“无论是帮助消费者维权,还是避免一个良心商家被冤,都有助于平台的良性运转。”

中国社会科学院大学法学院副院长苗鸣宇看来,网友参与评判交易或者差评,可以提高交易的透明度,有利于从中立角度对于相关争议作出评判,维护平台内部评价系统的公正性和客观性。网友参与评判还可以增强用户对平台的了解,增加参与度和归属感,提高用户对平台的忠诚度和黏性。

客观对待

在陈武看来,“赛博判官”的产生在一定程度上弥补了此前平台在评价机制上的不足,但其效果还有待观察和实践检验。

江西一所高校的陈昕瑞对“赛博判官”的运行持保留态度。“拿某平台的评审团模式举例。当商家收到来自顾客的差评,他们可以申请上‘网络法庭’,邀请评审员来决策这条评价是不是失之偏颇。”在他看来,这样的设置是更有利于商家的,“面对用户的差评,商家可以提出申诉并展示申辩的理由,用户却没有二次辩解的机会。”

在陈昕瑞看来,“赛博判官”的迅速走红更像是某些平台或商户的一场营

销。“商户与消费者之间戏剧性的冲突,往往会吸引大批网络用户‘围观’,平台便能从中获得大量的流量和曝光度。”他表示:“在体验评审员功能时,我发现有的商家和用户之间的交流有些脱离现实,像是故意搞笑,有的还会与当下网络流行的热点‘撞梗’。”这让陈昕瑞开始怀疑,其中一些看起来“刻意”的对话,到底是不是真实的,“很多网友都是抱着‘打抱不平’的心理参与其中,如果放任这样无厘头的剧情愈演愈烈,只会让‘网络哄客’越来越多,‘网络侠客’越来越少,那就脱离这个模式的初衷了。”他表示,“赛博判官”模式的运行应当细水长流。“如果最后大浪退去,平台得了流量,商家钻了空子,网友找了乐子,那消费者又得到了什么呢?”陈昕瑞说。

王丹丹认为“差评是否予以展示”的机制有待改进。一案例显示,某顾客给猫咖差评,说猫咪不亲人,猫咖驳斥猫咪的本性就是如此。她和家人对此讨论了长达十余分钟。“双方的观点我都可以理解,我很难在目前的机制下给出答案。”若以差评客观与否为标准,她认为该差评不成立;若是以展示评论与否为标准,她则认为该评论对其他用户有参考价值,应当被展示。

陈武也对年轻人提出建议,他希望“判官们”珍惜自己手中的“权力”,有权不可任性,要体现公平原则,慎重行使判官权力。同时,多进行事实判断,少进行价值判断,尽量少受情绪和情感的影响。

纵深

“赛博判官”商家引流噱头?

看似唬人的“赛博判官”,其实所断之案大多数为鸡毛蒜皮甚至无厘头之事。比如,有顾客在生鲜店买了生菜,却质问商家为何不煮熟;有的商家明明货不对板,却拿“以实物为准”当挡箭牌……然而,正是这些需要“评理”的琐事,在广大网友的聪明才智面前,立马成为二次创作的最佳素材。各种“神评论”由此而出,既惹得理亏者无话可说,又为“委屈者”主持公道,判官们既收获快乐,又能抱打不平,颇有“当代包青天”的快感。

不过这种客观不足且主观有余的评判机制,容易让人质疑仲裁结果的严肃性及合理性。此外,目前的案件大多数是商家的差评纠纷,鲜有对虚假好

评“立案”,若商家差评被撤销,消费者也没有二次上诉机会,如此是否失之偏颇,也值得讨论。

“赛博判官”的出现,打破了“平台独断”的传统,既弥补以往评价体系的缺陷,也有利于平衡各方利益,不失为创新之举。不过,也有专家指出,“赛博判官”突然走红,更像是一场精心策划的营销,最终成效如何,还待进一步检验。确实,眼下已有不少平台开始模仿跟进,但有的心思更多放在了如何制造“戏剧冲突”上,“赛博判官”隐隐有沦为引流新工具的趋势,这就背离其成立的初衷了。毕竟,再好看的热闹,也有看腻的时候。若“赛博判官”的法庭充斥着噱头做作、剧本安排的观感,那它离“休庭”也不远了。

综合中国青年报、广州日报

