

# “赛博判官”兴起，年轻人迷上在线“断案”

## 「赛博判官」不能只图一乐

□ 王军利

“你点的是‘微酸辣’，不是‘微辣’。”“这是炸鸡店，没筷子只有手套。”近期，不少人分享外卖平台上买家与卖家间的争议和“神回复”，让“赛博判官”这个词为人所知，甚至有人戏称“自己做‘赛博判官’比上班都积极”。

“赛博判官”脱胎于某些互联网平台推出的大众评审员机制。例如，当商家收到来自顾客的差评，他们可以申请上“网络法庭”，邀请平台用户担任评审员，来决策这条评价是不是失之偏颇。许多用户都可以成为评审员，通过投票的方式参与到一场商户和消费者之间的非对错之争。

有些平台设置游戏化的“评判闯关”机制，鼓励用户成为“赛博判官”。一些用户也因评判内容的趣味性被吸引进“判官”队伍，抱着“图个乐”的心态，不知不觉中获得了参与感和情绪价值。

但其实，“赛博判官”们的每一次点击都关乎当事人的切身利益和平台风气，直接决定了买卖双方谁该负责，不能仅仅“图一乐”。欢声笑语之余，实际效果同样值得关注。

“赛博判官”说到底是一种群体决策，每个参与者都有平等投票的权力。平台搭建渠道让用户自主讨论、投票裁决当然是一种柔性管理，但更加良性的生态应当是“柔中有刚”“刚柔并济”的。

谁能成为“赛博判官”？何种纠纷需要“赛博判官”介入？“赛博判官”的裁决是最终结论吗？这些问题都关乎能否将“赛博判官”的积极价值发挥出来，而不是成为吸引流量的噱头。

平台需要对“赛博判官”设置合理的筛选门槛，结合知识背景、年龄结构划分不同等级，将纠纷匹配给更精准的“赛博判官”。同时，还需要严格规范账号注册时间、活跃度等指标，避免衍生出“判判水军”等次生问题。

有些纠纷中，买卖双方空口无凭，一两句玩笑甚至“玩梗”“写小作文”岂能成为申辩的理由？

大多数“赛博判官”往往是谁有道理就“站”谁，谁处于弱势就“站”谁。有的商家或者用户通过编故事甩锅、写小作文博同情等手段来笼络人心，在这种情感导向下，本应公正的评判可能让位于感性裁决。况且，有些纠纷本身就具有很强的复杂性，需要足够的证据来还原事情经过、划归各自责任。

作为第三方的“赛博判官”要把握好评判的机会，尊重每个人发声的权利。是否展示差评、过错是否在商家等问题与消费者购买决策、商家担负赔偿责任息息相关，纠纷和矛盾也并非都能一笑置之。

“赛博判官”们要站在事情本身的是非曲直角度来作出判断，抱着理解、尊重的心态来参与调解，避免掺杂主观情绪和偏见，每位“赛博判官”都要学会避免“是非公道场”成为“观点撕裂场”。

不可否认，“赛博判官”们在投票点击的快乐体验中充当了“和事佬”的角色，有数据显示，一外卖平台上的“赛博判官”每月处理的争议申诉超过9万件，每月有约5万家外卖商家申诉成功，免除了不合理差评的影响。但目前看来，“赛博判官”解决的更多是琐碎的小纠纷、小争执，而面对较大的利益纠纷时仍需要专业的仲裁机构参与其中，以保障各方的利益。

用户在引入和使用“赛博判官”这个机制时，也不要忘了其他的监督举措，如平台本身的监督，以及工商部门监督、专业评审机构的鉴定、消费者维权机构的权益保护等，这些才能构成一个完整的评判体系，帮助用户更好地解决问题。

苗鸣宇介绍，消费者有权对商家的商品和服务作出自己的评价，同时，商家也有维护自己声誉不受诋毁和歪曲的权利。消费者提出差评后，在差评的异议和评审阶段，商家作出一定的回应也是必要的。但双方行使自己权利并不能超过必要限度。如果消费者严重歪曲事实，或者同行恶意差评，用捏造的事实、侮辱性的言辞对商家进行不实评价，商家可以提起诉讼，要求该消费者删除不实评价，并赔礼道歉、消除影响；如果商家通过电话骚扰、邮寄污物等恶劣方式来骚扰差评消费者，也会受到治安管理处罚等制裁，“有偿删评”等还可能构成犯罪。

李长安还指出，“赛博判官”并非专业性质的裁判员，对商品和服务质量的评判存在不专业的情况，甚至还有一些带有感情色彩。因此需要有相应的机制，让“赛博判官”的“判词”更为客观理性。要做到这一点，“赛博判官”的选择需要有一定的标准，可以请相关监管部门及专业人士来参与制定筛选机制；平台也可以为“赛博判官”制定激励机制和约束机制，让“赛博判官”群体既有准入门槛，又能流动起来，有进有出。

“赛博判官”作为第三方力量介入到网络经济的评价过程中，弥补了传统评价体系缺陷，有利于平衡各方的利益，是网络经济管理机制体制的一项创新。当然，赛博判官”模式刚推出时间不长，其实际效果仍有待市场检验。而这些评审人员的选择机制、评价标准等如何确立，也是其能否持续发展下去需要高度关注的课题。”李长安说。

（受访学者要求，文中成林、刘季川、李航、闫瑞瑞为化名）

中青报·中青网记者 刘俞希 见习记者 梅从政 罗希

成为“小美评审团”评审员的第一天，刘正就“打开了新世界的大门”——判断“一条差评究竟该不该被展示在商家的评论区”，成了他没有工资的“副业”。

当下，在外卖、二手交易等线上平台，数万人和刘正有着同样的经历：由于买卖双方各执一词，他们化身“赛博判官”（在一些网络平台上受邀评判评论合理性、交易纠纷等的大众评审员——记者注），面对“公说公有理，婆说婆有理”的场面，作出自己的判断。

### 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，就想着试一试，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，看着他们的‘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。

不仅如此，“赛博判官”也风靡各大社交平台。在武汉大学发展与教育心理研究所副教授陈武看来，这是一种集体参与，比个人单独参与有了更多的社会属性和社会意义。

“外卖判官怎么这么好笑”的微博话题下，一则因“顾客下单桂林米粉，却备注要螺蛳粉”而引发争议的案例，勾起了张小美的好奇心。她通过测试成为评审员，开启了“赛博判官”之旅。

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”……据张小美说，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，反而会给她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。

不过偶尔，刘正也会遇到拿不准的时候。思前想后作出一个“判决”要花上好几分钟。“有时会感到出心声的评论，似曾相识；有时也觉得顾客无理取闹，心疼商家。”在他看来，“赛博判官”终究是年轻人现代生活方式下诞生的产物。

中青报·中青网记者 毕若旭 程思

成林在北京经营着一家餐饮店。今年上半年，他卖出的一份外送牛肉河粉收到了一条让他感到莫名其妙的差评。“客人给了‘一星’，留言是‘米粉什么是肉’”实在想不明白客人想表达什么的成林，在外卖平台点击了“申诉”按钮，说明食物包含哪些食材、哪些调料，外卖如何打包等，把能解释的话说了个遍，希望可以消除差评。

这条申诉没有像往常一样，由系统直接通过或驳回，而是被推给了外卖平台上的大众评审。两天过后，外卖平台给成林发送消息：投票结果显示，有20位大众评审员对这条评价投票，其中16人支持商家，4人支持顾客，成林的申诉成功了。

### “赛博判官”或成网络经济管理创新方式

外卖平台App给作为店主的成林展示的评审机制显示，大众评审团主要致力于帮助解决有争议的评价，平台会把用户评价、商家回评、用户订单、用户备注、配送信息等内容推送给大众评审，评审以投票的方式决定支持用户或者商家。

评审机制还显示，在“评价与下单商品不符”和“用户未备注产生差评”的情况下，平台会为买卖双方发起大众评审。不过，经历了一次大众评审后，成林希望当系统直接驳回他的申诉时，他能再多一次申请大众评审裁决的机会。

之所以有这样的诉求，成林表示：“现在商家真的很被动。”几乎每次遇到差评，成林都会申诉，但能通过的就占少数，被驳回的那些申诉，大部分是由系统直接判定的，没有机会上大众评审。“如果系统直接驳回了申诉，就没有机会再重复上诉了，那条差评就永久留下了。”



视觉中国供图

### 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。”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。作为摄影“发烧友”，他对各种相机都如数家珍。

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介绍，根据我国《电子商务法》第三十九条第二款规定，电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。“这意味着如果‘差评’一旦发出就直接展示或公布，平台对于差评不再有控制权，只能由消费者自行删除或由法院判决删除。因而，一些平台现在为差评设置了‘展示’的前置判断程序，并请网友来作评判，平台既未违法删评，又达到了不让不适当的差评出现在公众视野里的目的。”

在苗鸣宇看来，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有失偏颇。”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‘网络喷客’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。

王丹丹也认为“差评是否予以展示”的机制有失偏颇。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。

“对一件事情每个人会有不同的声音。作为消费者，我想听到不同的声音，看到不同的观点，双面的真实评价才是值得参考的。”王丹丹表示，“就算是遇到逻辑不成立的差评理由，我自己也有过滤的能力。”

“有的人可能比较喜欢发表意见，但希望这种意见不要形成‘沉默的螺旋’，淹没了那些平衡的声音，让持不同意见的人害怕发声甚至遭受网暴，互联网的和谐发展需要对话而不是争吵。”经常使用外卖、二手交易等平台的陈贝贝结合自己的经验，建议在参与评审的过程中，秉持公允优先，“不仅仅在‘点击’中行使投票的快感，而应该有一定陈述理由的空间，在‘辩论’和‘探讨’中，提升自己的素养”。

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，慎重行使评判权力。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。（受访学者要求，文中陈蔡理昕、王珂外，受访大众评审及网友为化名。程思对本文亦有贡献）

# 狂欢过后，“赛博判官”机制还需见到实效

即使有时申诉成功了，成林还是一肚子委屈。有一次，一位点了外卖的顾客反馈，他备注了“要黄灯笼辣椒酱”，但收到的外卖里根本没有。成林私信客人，表示不是忽视备注，而是店里本身没有黄灯笼辣椒酱，所以才没有提供。让他没想到的是，他不解释倒还好，一解释客人更生气了，直接给了差评，说商家态度恶劣。“客人一不开心就给个差评，我们也没招儿，商家只能是错的一方，也不敢反驳，不然客人可能就更生气了。如果有客人想撒气，还会去其他平台差评，商家更难承受。”在成林看来，如果能多一次上大众评审的机会，商家获得客观评价的机会也就更大，如果不是商家的问题，就有机会消除差评，“如果大家觉得是商家的问题，那就该上差评上差评，商家该改进就改进”。

大众评审机制近年来被不少平台采用，不仅是成林所使用的外卖平台，抖音、微博等内容平台，也会邀请平台用户评判弹幕、博文等是否合规，一些二手交易平台也引入相关机制，由大众评审来评判交易纠纷中究竟孰是孰非。

在北京一所高校读书的李航就曾在二手交易中遇到过纠纷，并被平台安排了大众评审裁决。他卖出的是自己穿着大小不太合适的衣服，并提前和买家沟通好了衣服的情况，买家收到后，却要求退货，原因是“不喜欢、不想要了”。李航没有同意退货，于是交易被交由大众评审判决。“双方交了说明了凭证后，大众评审判我取胜，没有让对方退货。”李航说，对外经济贸易大学国家对外开放研究

院研究员李长安认为，一些平台引入大众评审机制，纠正了过去平台经济当中单方面由消费者对商户进行评价的机制。“以往的评价机制中，消费者有了对商家进行评价的平台，但有些评价是否客观、合理有待商榷，商家提出反驳的权利不能得到很好的保障。从某种程度上来说，商家也是平台经济中的弱势群体。”而平台引入“赛博判官”，则给了商家一个为自己辩护的机会。”

### 做“判官”而非“看官”，大众评审机制仍需完善

尽管尝到了大众评审参与评判纠纷的甜头，李航还是觉得，一些平台的大众评审机制并不完善。“大众评审员的选择很随意，我也曾被二手平台邀请担任过评审员，感觉评判的纠纷没有什么规律。裁判的规则是票数超过半数的一方胜利，一方只要比另一方多一票，就会被判胜，这并不合理。”另外他发现，交易双方举证环节还没有结束，已经有大众评审开始投票了，这就意味着很多评审凭证证据都没看完就作出了“判决”，难免失之偏颇。

正如李航所担忧的，如今在社交网络上，既有人当“赛博判官”当得不亦乐乎，也有人被“赛博判官”审判”得垂头丧气，甚至怒火中烧。一个网名为“momo”的用户在社交平台上发文表示，自己在某二手平台接受大众评审判决，开审时自己正在洗澡，还没来得及上传凭证，评审员们就听对方的一面之词，把票都投给了对方。一个名叫“香菜”的

网友称，自己在二手平台上花200多元购入了一件衣服，收到后发现衣服不仅有很多污渍，还有异味，要求退货后卖家不同意，但愿意退款40元作为干洗费。这场评判中“香菜”以5：9的票数告负，这样的结果令其很不满意。

根据自己的使用体验，李航认为平台可以给交易双方至少两轮说明和举证的机会，第一次自证其说，第二次回应对方的质疑，在这些举证环节结束后，再开启大众评审。“我此前还曾被微博邀请为评审，评判被举报的博文是否含有违规内容，平台会给出一些选项，让我选择博文是否有广告营销、人身攻击之嫌等。和一段文字或视频内容相比，买卖交易的情况更为复杂，评审员可能更难判断，平台或许也可以给一些帮助评审员判断的引导。”

刘季川常在二手平台购物，被邀请为大众评审。他曾被邀请评判的一起交易纠纷中，交易产品是电脑主板，买卖双方对产品的配置和性能各执一词，但作为外行，刘季川对其中的门道一知半解，只能“凭感觉”作出判断。

针对买卖双方及大众评审员遇到的问题，中国社会科学院大学法学院副院长苗鸣宇建议：平台一方面需要加强交易流程的数字证据保存和提供能力，加强员工培训，训练专门的争议解决客服机器人，结合不同类型的交易和服务，更好地指导争议双方保留和提交相关证据，便于评审员更好地作出理性判断。另一方面，平台应当通过后台算法和非隐私私人数据，建立完善的评审员评级制度，根据责任心、判断力等多种因素，对评审员进行评级。然

后，将复杂程度不同的争议案件，分配给相应等级的评审员进行评审，以让“网络评审”的机制起到更多实效，帮助平台真正解决问题。

刘季川使用二手平台购物的一则经验是，如果不想被大众判官裁决，可以终止大众评审判决，申请平台客服裁决，“在我看来客服评判会比大众评审的评判更合理一些”。但李航曾经遇到过被大众判官判负后，想再向平台申诉，却被平台客服告知“结果只能是这样，请多体谅”。

不过，作为二手平台买家的大学生闫瑞瑞曾有过被大众评审判负后，向平台申诉成功的经历。她购买了一款化妆品后，发现收到的货物和自己此前在专柜购买的同款产品质地完全不同，和卖家沟通无果后，纠纷被交给大众评审。谁知刚进入评审流程，卖家就在举证的聊天框里疯狂刷留言，把闫瑞瑞提交的举证说明全都顶了下去。“大众评审员们可能只看到卖家提供的证词，我的说明很难被看到，随后我就在大众评审团那里‘败诉’了”。

由于不可裁决结果，闫瑞瑞又向平台客服提出了申诉，指出了产品的问题，以及卖家在大众评审面前刷屏的情况。客服再次和卖家协商后，同意了闫瑞瑞的申诉，允许她退货退款。“不久以后，我发现那个售卖假化妆品的卖家被平台封号了，可能是也遭遇了其他人投诉的缘故。”