

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2017.06.001

数字劳动与马克思劳动价值论的当代阐释

黄再胜

(中国人民解放军国防大学 政治学院,上海 200433)

摘要:随着信息通讯技术和数字媒体技术的飞速发展,以网络数字平台在线用户活动为代表的数字劳动日益成为当今世界不可或缺的劳动形式。数字劳动的出场和勃兴对于坚持和发展马克思劳动价值论提出了新挑战。本文聚焦互联网企业的劳资关系,对数字劳动的内涵、特征和形式、数字劳动的基本维度、数字劳动的价值贡献等方面进行拓展性分析和阐释,以期为开辟马克思主义政治经济学新境界提供一个新的研究视角。

关键词:数字劳动;网络数字平台;劳动价值论

中图分类号:F014.2

文献标识码:A

文章编号:1672-626X(2017)06-0005-07

随着ICT(信息通讯技术)和数字媒体技术的飞速发展,数字经济蓬勃兴起,当代资本主义进入数字资本主义新阶段^[1]。与互联网新业态、新商业模式相伴而生的数字劳动(Digital Labor)层出不穷,日益成为当代资本主义不可或缺的劳动形式。与传统的雇佣劳动相比,数字劳动呈现内容化、体验化和娱乐化等特征,因而又被称为玩乐劳动^[2]、生产性消费活动^[3]。

从资本主义生产方式看,在提供免费服务的数字经济中,互联网企业如何实现盈利?进一步,游离于雇佣关系之外的数字劳动在资本增殖中又扮演何种角色?对此,以Fuchs(2014)为代表的西方马克思主义者坚持其所理解的马克思劳动观,进行了富有成果的拓展性研究^[4]。本文抱持数字经济时代继承和发展马克思劳动价值论的研究旨趣,聚焦于互联网企业的劳资关系,对国内外数字劳动理论及其前沿发展进行追踪、消化及批判分析,以期为促进我国互联网企业劳资关系和谐,完善数字媒介领域生产和监管提供有益的理论指导。

一、数字劳动的界定、特征与具化形态

在资本主义生产方式下,劳动的具体形态和组织方式随着科技进步和生产力发展而历经嬗变。进入数字资本主义时代,因大众数字化生存应运而生的各种数字劳动正成为资本竞相捕获的“新宠”^[5]。

(一)数字劳动的界定

从根本上讲,数字劳动概念是数字技术和政治经济学理论结合的产物。从学术渊源看,数字劳动与“受众劳动”^[6]、“非物质劳动”^[7]等概念有着密切的关系。目前国外学者对数字劳动概念的界定大致可分为三种路径:

一是后结构主义者的文化研究视角。Terranova(2000)认为,数字劳动是与互联网经济发展相伴而生的一种非物质化劳动,是“免费劳动”的一种表现形式。网民自愿从事信息发布、网页创建和维护、资料上传等活动,虽然能够在虚拟网络空间分享信息、展示自我、经营交往,但同时也在不经意间受资本盘剥。因此,他将数字劳动者戏称为“网奴”^[8]。Burston(2000)等指出,数字劳动是一个模糊了劳动和

收稿日期:2017-08-15

基金项目:上海市哲学社会科学规划一般课题(2017BKS003)

作者简介:黄再胜(1975-),男,安徽芜湖人,中国人民解放军国防大学政治学院副教授,硕士研究生导师,研究方向为数字劳动与组织激励。

生活、工作和玩界限的范畴,它用于分析数字媒体用户日常生活中诸多不同的方面,因此也是一种模糊了“工人、作者和公民”不同社会角色的劳动^[9]。

二是批判政治经济学的研究视角。Fuchs(2014)在其所理解的马克思劳动观框架中,着眼于揭示国际分工背景下数字媒体领域的劳资关系,深刻探讨了数字劳动概念^[4]。在他看来,数字劳动归根结底是物质劳动,涉及数字媒体生产、流通与使用所需的各种体力和智力劳动。从数字媒体产业的全球价值链看,数字劳动既包括软件开发、在线平台设计与维护等互联网专业劳动,也涉及硬件生产的原料采掘、加工组装等体力劳动,以及网络数字平台在线用户的生产性消费活动。Fuchs强调,之所以对数字劳动作出如此宽泛的定义,就是要突出在数字媒体生产和使用过程中资本剥削劳动的触角无处不在,人们不能被数字产品外表的时尚光鲜以及互联网企业刻意宣扬的“网络参与文化”等种种表象所迷惑。因此,从本质上讲,数字劳动就是异化的数字工作。

三是技术决定论的研究视角。基于信息技术发展对生产劳动组织方式的影响,Fisher(2012)指出,所谓数字劳动,实际上就是基于数字化平台配置的劳动,即通过网络化新媒体技术加以协调的劳动形态^[10]。Cassill(2016)则强调,由于信息技术发展消解了物质生产的时空限制,数字经济时代资本剥削劳动的组织方式发生了新变化,正经历从传统的基于雇佣劳动的工厂制向基于隐性劳动的平台经济模式过渡^[11]。由此,当下需要重点讨论的数字劳动并不是通常所指的信息网络行业专业劳动,而是主要指在网络数字平台运营中鲜被关注却是互联网企业资本增殖不可或缺的各种无偿或低酬劳动,包括在线用户的信息生产和信息浏览、从事诸如网络游戏开发中负责查找程序漏洞但福利待遇却得不保障的零时工,以及从事毫无技术含量、只是代为他人积攒点击量的键盘苦工,等等。

总体上看,学界对数字劳动概念的定义人言人殊,以至于Fuchs(2014)指出,目前关于数字劳动的种种论争中,如何定义数字劳动这一概念并没有引起足够的重视^[4]。究其根源,笔者认为主要是因为数字经济发展日新月异,与新业态、新商业模式相伴而生的劳动新形态、新样式层出不穷,难以用一词概其全貌。但梳理文献发现,尽管学者们对数字

劳动内涵的界定或宽或窄,但具体的理论分析大多聚焦Web2.0时代网络数字平台在线用户的无偿劳动来探究当下数字劳动与资本积累的关系^[2]。

(二)数字劳动的特征与具化形态

在数字经济时代,资本主义劳资关系呈现两个日趋明显的趋势:一是传统的工作与闲暇、劳动与娱乐、生产与消费边界不断被消解,资本剥削的触角大肆向虚拟网络空间延伸,资本与劳动的对立关系被网络社交化、娱乐化表象所遮蔽;二是伴随着网络数字平台的勃兴,劳动力资源配置不断去商品化,正经历由传统雇佣关系向纯粹市场交易关系的转向,劳动者权利保障日渐式微,劳动者自主精神的张扬反而进一步加深了资本对劳动的剥削^①。

作为发生于雇佣劳动关系之外,通过网络数字平台加以组织配置的一种非物质劳动形态,数字劳动呈现以下主要特征:一是互联网资本积累主要通过数字劳动成果私有化和商品化来实现;二是通过服务协议和隐私权条款等契约化制度安排,互联网资本实现对数字劳动成果的剥夺;三是数字劳动的绩效评估主要通过跟贴、点赞、积分排名等数字声誉机制来实现;四是互联网资本对数字劳动的控制与管理主要通过数字协议和网络监控来实现。

据此,在笔者看来,诸如程序编程、网站设计、应用软件开发等互联网专业劳动,除了工作与闲暇之间的边界不断被侵蚀而导致劳动强度增强外,与雇佣劳动制下的复杂劳动并无二致。结合当前数字经济实践现状看,本文所讨论的数字劳动主要有以下几种具化形态:

一是网络数字平台中的无偿劳动(free labor)。这是数字劳动的典型形态,是存在于搜索引擎、社交媒体、视频网站等网络数字平台,为互联网资本生产利润却得不到报酬的在线用户劳动。这种无偿劳动因用户生产性与主体性差异,又可以细分为两种子形态:一是用户提供内容活动,诸如个人信息发布、网页创建、资料上传等用户在线活动,网民的主体性体现得最为充分,在满足用户认知、交流和合作需要的同时,产生的海量信息和关系数据也被互联网资本进一步商品化而获取丰厚利润;二是用户网络体验活动,网民进行阅读、浏览与收听、闲聊、网络游戏等消费活动留下的数据足迹能够真实地反映人们的偏好、兴趣和情感态度,从而为广告商推送精准网络广告提供大数据支持。

二是网络数字平台的微劳动(Micro-work)。在Web2.0时代,网络数字平台在线用户的主体性和交互性得以充分张扬。互联网企业依托网络数字平台创新盈利模式,“聚天下网民而用之”,催生了形态各异的微劳动。以Amazon Mechanical Turk为代表的微劳动者大多承担单调重复、缺乏技术含量但人工智能难以处理的任務,劳动报酬微薄,生活福利待遇缺乏保障。尽管微劳动者的动机多元,从赚取额外收入到提升自身专业技能,不一而足,但客观上微劳动的出场通过任务分割进一步加剧了劳动异化,并通过劳资关系隐性化加深了资本剥削。

三是网约平台的线上劳动(Online Labor)。近年来,滴滴快车、Uber和神州专车等网约平台的出现催生和促进了零工经济(Gig Work)的发展,以自我雇佣为特征的自由从业者现象也越来越普遍^[12]。尽管网约平台经济活动的价值创造主要来自线下服务,但也离不开供需双方的线上参与。一方面,提供服务的自我雇佣者需要精心发布服务经历信息,及时查核订单信息,努力提升自身的数字声誉。另一方面,消费者则要收发订单信息、评价服务质量、打理个人客户积分等。这些“键盘上的劳动”虽寥寥数秒就可完成,但需要持续投入注意力、熟练掌握移动App和相关应用程序的操作流程,自然也是一种不可忽略的数字劳动。

二、数字劳动的基本维度

在马克思主义政治经济学的研究语境下,数字劳动的基本维度包含了使用价值和交换价值、商品化、意识形态、剥削和主体性等方面^[13]。由于社交媒体平台在线用户的无偿劳动是数字劳动的典型形态,故下文主要以其为分析对象,运用马克思劳动价值论的基本原理和分析工具,对数字劳动的劳动属性和价值维度等方面展开深入的分析与探讨。

(一)数字劳动的二重性

众所周知,劳动二重性学说是理解整个政治经济学的枢纽。进入数字经济时代,网络虚拟空间日益成为资本逻辑主导的新场域。相比于线下劳动,数字劳动的两重性呈现出鲜明的独特性。

首先,数字劳动作为具体劳动所生产的使用价值,其“物的有用性”具有双重维度^[14]:一方面,对于在线用户而言,通过信息分享、知识交流和人际交往来实现展示自我和社会表达,在共同构建的网络数字空间满足了信息文化消费需要;另一方面,对

于互联网企业而言,用户在线活动留下的数字足迹真实、及时地反映了人们的偏好、兴趣和消费意愿,是极具价值、广泛适用于企业精准营销和战略管理的大数据资源,如流量积聚的网络虚拟空间为广告商配合用户喜好推送广告提供了绝佳场所。

其次,从数字劳动抽象劳动属性所决定的交换价值看,在具有公地属性的网络数字空间,网民的免费劳动遵循共建共享原则,本质上是初具雏形的数字公地,天然地排斥市场机制的调节。但互联网资本凭借对网络数字平台的所有权和使用协议安排,以提供免费服务方式吸附和聚合用户,大肆收集和占有在线用户的私人信息,并通过广告植入不断侵蚀网络数字空间的公地属性,以竭力挖掘在线用户活动的交换价值,攫取可观利润。

(二)数字劳动的商品化

在资本主义生产方式下,商品是劳动产品的一般形式。相比于工厂雇佣制下的物质商品生产,互联网企业售出的是一种特殊的产消者商品(Internet Prosumer Commodity),是通过在线用户无偿劳动成果的直接掠夺和进一步商品化而最终实现的^[14]。

首先,数字劳动的商品化是一个数字圈地过程^[14],即互联网资本凭借网络数字平台的所有权,通过服务协议和隐私条款等契约性制度安排,将原本属于公地资源的用户大数据和流量资源占为己有,以便为充分挖掘其交换价值,实现资本增殖奠定产权基础。

其次,对于互联网资本而言,这种产消者商品是通过在线用户劳动成果双重商品化而完成的:一方面,互联网资本对在线用户无偿劳动形成的大数据,依靠其雇佣员工的专业劳动,实现数据的整合、挖掘和分析,最终形成数据商品;另一方面,在流量集聚的网络空间,互联网企业将在线用户注意力作为“受众商品”售卖给广告商用以谋利。

再者,从劳资关系看,这种特殊商品的拜物教性质以颠倒的形式呈现出来,即互联网资本对数字劳动的吸纳和剥削是在众多用户倾心投入的网络体验中悄然发生的,虚拟网络空间的社交性遮蔽了蕴藏其中的资本逻辑^[14]。互联网企业竭力鼓吹为民众创造一个更加美好的网络生活空间,暗地里却赚得盆满钵满。由此,进入数字资本主义阶段,资本与劳动的加剧对立反而在互联网企业提供免费服务的表象下被扭曲消解,因而变得更加隐匿,也更具有欺骗性。

(三)数字劳动的生产性劳动属性

马克思指出,在资本主义生产方式下,“生产劳动是直接使资本增殖价值的劳动或生产剩余价值的劳动”^[15]。按照对马克思这一论断的传统理解,生产性劳动首先是雇佣劳动,其次只发生于资本生产领域,而那些发生在雇佣关系之外的无酬劳动(如家务劳动)无法参与商品价值形成,因而都是非生产性劳动。进入数字资本主义阶段,以社交媒体平台在线用户活动为代表的数字劳动游离于雇佣关系之外,是资本主义生产方式下无偿劳动的一种新形态。由此,一个亟待阐释的理论命题是,既然劳动与资本没有发生直接交换关系,数字劳动的生产性又从何谈起?

在笔者看来,要基于马克思劳动观给出有说服力的阐释,就必须摆脱长久以来对生产性劳动范畴狭隘式理解的桎梏,充分观照社会化的无酬劳动在当代资本主义资本积累过程中的重要作用。对此,Fuchs(2014)也认为,必须摒弃只有雇佣劳动才能创造价值的“有酬劳动”教条(Wage Labor Fetishism),以马克思“总体工人”概念为理论原点,结合当代资本主义发展的新变化作出拓展性的理论阐释^[4]。

马克思指出,随着资本主义生产力发展,无论是体力劳动而还是脑力劳动者,单个工人作为“总体劳动的器官”,只要都是个别地用自己的劳动同资本交换的雇佣劳动者,就是生产劳动者。笔者认为,马克思之所以强调劳动与资本交换是生产性劳动的必要条件,是因为在他所处的时代,工厂雇佣劳动制是资本吸纳劳动的基本制度安排。只有通过劳动力商品化,资本才能在工资与劳动等价交换的“合法外衣”下通过生产资料最大程度地吮吸活劳动,无偿占有雇佣工人创造的剩余价值。

进入数字资本主义阶段,“信息时代的劳动不是变得虚无,而是表现出显著的总体性,即人类劳动表现为一个功能整体与自然物质打交道。”^[16]一方面,随着生产力发展和社会分工深化,劳动的社会化程度不断加深,参与价值创造的社会分工链条不断延伸,资本积累也越来越依赖对公共性知识资源的窃取和占有,进而资本对劳动的剥削不再局限于企业的围墙之内,而是遍及社会各个角落,整个社会俨然成为一个偌大的“社会工场”(Social Factory)。当下互联网企业利用在线用户活动盈利,正是资本触角竭力向虚拟网络空间延伸的现实表征。

另一方面,随着信息技术的发展和数字经济的兴起,商品生产的信息化和数字化程度不断加深,依托于网络数字平台的非物质劳动大量涌现,资本对劳动的驾驭日趋隐匿化、数字化。雇佣劳动已经不再是资本籍以榨取剩余价值的劳动全部,以社交媒体平台在线用户无偿劳动为代表的数字劳动虽发生于雇佣关系之外,但归根结底却服务于互联网资本增殖的需要。毕竟正如Fuchs(2014)所指出的,撇开网民的用户活跃度和用户黏性,互联网企业雇佣劳动又能够创造多少剩余价值^[4]?

(四)数字劳动的异化与剥削

马克思指出,在资本主义生产方式下,资本逻辑造成劳动的四重异化,即劳动本身的异化、工人与劳动产品的异化、人与自身“类”本质的异化、人与人关系的异化。进入数字资本主义阶段,数字劳动被互联网资本所吸纳,因而依然逃不出被异化的宿命,只是其异化的现实表征呈现出新特征而已。

一方面,互联网资本不仅凭借网络数字平台所有权攫取了在线用户的数字劳动成果,而且倚仗网络平台服务难以撼动的经营垄断权形成事实上“社交孤立”(Socially Isolated)的可置信威胁,不断消解民众投身于虚拟化社交的选择自由,迫使众多用户被数字化生存所裹挟时“心甘情愿”地为互联网资本增殖服务^[4]。

另一方面,相比于传统的雇佣劳动,数字劳动的出场客观上因在线用户的主体性、社交性等自主权特征得以彰显而发生一定程度的弱化^[10]。这种数字劳动的去异化倾向(De-alienation)集中表现在:人们可以借助网络数字平台“随心所欲”地生产发布各种信息,在共建共享的虚拟社区中充分展示自我和经营关系,在多姿多彩的网络空间浸淫中实现“自我解放”、自我完善。

需要指出的是,数字劳动此种意义上的“自我解放”并不意味着资本剥削的弱化或消解。相反,数字劳动越是“去异化”,互联网资本剥削的触角就在用户网络体验中扎根越深,也越发隐匿。究其根源,网络数字平台人气越是高企,用户流量越是积聚,互联网资本针对在线用户活动可挖掘的交换价值就越高^②。由此可见,正是由于互联网企业的资本积累根植于大众的虚拟化社会交往,数字劳动的“去异化”和资本剥削程度的加剧愈发成为数字经济时代资本与劳动对立关系的新常态^[17]。

(五)数字劳动的意识形态维度

进入数字资本主义阶段,数字劳动业已经成为劳动霸权形式^[4]。为了掩盖互联网资本对数字劳动更加隐匿、更加无情的剥削关系,资产阶级故计重施,竭力通过意识形态合理化包装,为互联网资本积累的市场理性摇旗呐喊。为此,诚如Fuchs(2014)^[4]所言,一方面,资产阶级蓄意吹捧网络数字平台的出现是一种不同以往的“参与文化”和“新型民主”的兴起,大肆宣扬所谓的“免费、自由与分享”,企图通过无限放大网络数字空间的政治文化功用来抹杀隐藏其中的资本生产逻辑;另一方面,又通过刻意渲染网络数字平台在线用户活动的娱乐性、消遣性,竭力以数字劳动的消费性遮蔽其生产性,企图通过烘托民众网络愉悦等主观体验来消解互联网资本对数字劳动压榨的客观存在^[17]。

三、数字劳动的价值贡献

当代资本主义商品生产日趋全球化、金融化、信息化和数字化,基于剩余价值生产和实现的资本积累模式呈现出新趋势、新特征。围绕数字经济时代数字劳动的价值贡献这一焦点命题,学界展开了激烈的学术争论^{[4][18]}。西方马克思主义者强调,数字资本主义阶段马克思劳动价值论仍然具有理论解释力。当然,数字劳动的出场使资本主义剩余价值生产和实现产生了新现象、新挑战,客观上需要基于马克思劳动观对数字劳动的价值贡献进行必要的拓展性研究。

(一)研究进路一:数字劳动参与价值创造

首先,当代资本主义生产方式的一个新趋势,就是劳动力去商品化,即随着信息技术的发展,游离于雇佣关系之外的无偿劳动或低酬劳动正成为资本吸纳劳动、榨取剩余价值的新途径。进而在数字资本主义阶段,生产性劳动已经不再局限于雇佣劳动,而是不断地向工作场所之外延伸,不断侵蚀原本属于民众自由支配的闲暇时间。在资本主义生产方式下,无论劳动是否被资本所直接雇佣,只要劳动成果最终被商品化,为资本增殖服务,就是生产性劳动。具体到数字信息技术产业,网络数字平台在线用户无偿从事数字内容生产,并进一步通过社交媒体公司雇佣劳动而实现商品化,互联网资本则攫取了在线用户参与生产的“数据商品”全部的价值贡献,体现的是资本对无酬劳动的无限剥削^[4]。

其次,在互联网网络广告盈利模式下,从资本生产的整体视角看,在线用户的“受众劳动”虽然处于资本流通领域,但本质上是发生于网络空间的“运输劳动”,有助于待售商品的使用价值加速向潜在消费者的位置转移。众所周知,按照马克思的理解,运输业是“第四个物质生产领域”^[19],运输业工人的劳动也参与创造价值^[20]。

最后,从商品生产的价值链角度看,在当代资本主义商品生产过程中,商品价值生产和价值实现的界限趋向模糊化,商品的价值形成不再仅仅局限于产品制造环节,产品设计、营销、配送和售后服务的作用也日趋重要。从商品营销看,网络数字平台在线用户活动所透露的消费偏好和消费体验是推进产品改进和产品创新的重要依据。从这个意义上讲,互联网企业在线用户活动对其他行业的价值创造也贡献良多。

(二)研究进路二:数字劳动助推价值实现

从剩余价值生产规律看,马克思劳动价值论的一个基本主张是,广告营销活动发生于资本流通领域,只是促进剩余价值实现而不参与剩余价值生产。因此,商品营销活动获取的利润本质上是一种租金收入,是对已售出商品(实现的)剩余价值的分割。沿袭这一研究进路,针对数字劳动的价值贡献,在一些西方马克思主义者看来^[20],一种更令人信服的阐释是,从资本生产和资本流通相统一的整体看,互联网企业的盈利主要来自于向广告商出租网络广告空间而获取的租金收入。因此,以社交媒体平台在线用户活动为代表的数字劳动并不参与剩余价值生产,只是作为资本流通领域的一种非生产劳动,降低了商品营销的成本,提高了广告活动效率,从而助推了商品剩余价值的实现。

当然,从互联网企业网络广告收费模式看,在线用户的规模和结构对其实际获取的租金收入有很大影响。这容易给人造成一种假象,即在线用户的无偿劳动创造了剩余价值。其实,这是一种受众拜物教(Audience Fetishism),是数字资本主义阶段商品拜物教的一个特殊表现^[21]。

综上所述,对数字劳动在互联网资本积累中扮演的角色,西方马克思主义者以其各自所理解的马克思劳动观给出了不同的理论诠释。诚如Gough(1972)所言,“如果对马克思来说,在他成熟的经济学著作中,本质问题是对资本主义制度下的剩余价

值进行解释的话,那么无论如何把创造剩余价值的生产劳动和大多要靠剩余价值来支持的非生产劳动加以区别——这是一个关键问题——都是必要的。”^[23]在笔者看来,沿袭马克思的生产性劳动思想,将以社交媒体平台在线用户活动为代表的数字劳动视作生产性劳动的一种新形态,更加有助于清晰揭示当下互联网资本的积累秘密和剥削本质,因而也能够更加深刻地洞悉当代资本主义阶级结构的新变化、新特征^[5]。

四、数字劳动研究的反思与展望

劳动价值论是马克思主义政治经济学的基石。“他山之石,可以攻玉。”面对数字劳动兴起的新现象、新挑战,汲取当代西方马克思主义数字劳动研究的有益成果,深化对数字劳动的理论研究,科学揭示当代资本主义资本积累新特征,不仅是数字化时代继承和发展马克思劳动价值论,不断开辟当代马克思主义政治经济学新境界的题中应有之义,也是立足中国“互联网+”实际,发展中国特色社会主义政治经济学,形成“自我主张”^[23]的迫切要求。

(一) 研究基础需要进一步夯实

首先,范畴和概念是理论建构的基础。目前学界对数字劳动概念的定义还人言人殊。基于网络数字平台的数字劳动新形态不断涌现,迫切需要在厘清其共性的基础上作出更具统摄性的概念界定。其次,随着劳动力资源配置网络化、平台化,大量自由从业者出现,“互联网平台+海量个人”正成为数字经济时代全新的、显著的组织景观^[24]。面对劳动个体化和劳动力去商品化,资本又是如何驾驭劳动的?再次,在马克思主义政治经济学语境下,数字劳动的生产性劳动属性定位是开展数字劳动理论建构的逻辑前提。由于互联网消费者商品的生产和消费主要发生于营销领域,因此从资本生产的社会整体看,处于资本流通领域的广告活动和品牌管理在价值增殖过程又起什么作用?结合当代资本主义商品价值形成的基本特征对上述问题作出有说服力的理论阐释,是遵循马克思劳动价值论的逻辑理路,深入开展数字劳动研究的迫切要求。

(二) 研究内容有待进一步深入

在资本主义生产方式下,异化和剥削是劳动的社会属性,数字劳动也不例外,但数字劳动的消费性和娱乐性遮蔽了其服务于资本积累的生产性,削弱了网络数字平台在线用户(数字劳动者)的异化

体验。因此,针对数字劳动异化和剥削的理论建构需要重视和加强对其主观维度的研究阐释。

其次,剩余价值生产是资本主义生产方式的绝对规律,但在资本主义发展的不同时期,劳动形式和商品形态历经变化,剩余价值生产和实现的具体模式也各异。目前,针对数字劳动价值创造的具体机理分析还比较粗糙,有待深入。例如,如何衡量数字劳动,即数字劳动的价值量决定如何与数字劳动时间(用户关注时间)相关?在数据商品生产中,相比于网络数字平台雇工的数据整理、数据挖掘、数据分析等专业劳动,在线用户无偿劳动的价值贡献又如何确定?在数字劳动的剩余价值生产和实现中,资本主义生产方式固有的危机性又如何得以体现?此外,在“上网即受剥削”的情境下,马克思所指的阶级范畴和阶级分析如何保持原有的分析穿透力?进一步,针对资本化的虚拟网络空间,处于资本逻辑场域中的人又如何能够真正摆脱资本的统治?

(三) 研究方式需要进一步多元化

从研究视角看,数字劳动是在信息技术推动下劳动资源配置网络化、数字化和全球化产物,针对数字劳动属性和基本维度的分析和阐释需要基于全球劳动力市场的国际分工视角来具体展开^[4]。但已有研究主要基于西方后福特制场景,对中国等新兴经济体中数字劳动形式和特征的比较研究还甚为薄弱。从研究对象看,已有文献大都聚焦Web2.0时代社交媒体在线用户的无酬劳动,而对网络众包中的微劳动等其他形态数字劳动还缺乏观照。从研究方法看,目前围绕数字劳动的理论演绎较多,并且大都纠缠于非此即彼^③的主观论断,基于翔实数据的实证分析较为匮乏,针对数字劳动的具化形态、数字劳动异化和剥削的主观维度以及数字劳动剩余价值生产具体机理等方面的问题,迫切需要结合行业或企业个案展开深入的实证分析。

注 释:

- ① 根据BCG推出的《互联网时代的就业重构》白皮书,受雇于特定企业、通过企业与市场交换价值的“传统就业”正向通过互联网平台与市场连接,实现个人市场价值的“平台型”就业转变。
- ② 根据梅特卡夫定律,网络的价值与用户数量平方成正比。
- ③ 如数字劳动是受剥削还是赋能、数字劳动的生产性属性之争等。

参考文献:

- [1] Schiller D. Digital Capitalism[M]. Cambridge, MA: MIT Press, 2000:5.
- [2] Scholz, T. Digital Labor: The Internet as Playground and Factory[M]. New York: Routledge, 2013:2.
- [3] Ritzer, G., N. Jurgenson. Production, Consumption, Prosumption[J].Journal of Consumer Culture, 2010, (1):13-36.
- [4] Fuchs, C. Digital Labor and Karl Marx[M].London: Routledge, 2014.
- [5] 黄再胜.国外数字劳动价值论辨[N].中国社会科学报, 2017-07-25.
- [6] Smythe, D.W. Communications: Blindspot of Western Marxism[J].Canadian Journal of Political and Social Theory, 1977, (3):1-2.
- [7] Lazzarato, M.Immaterial Labor[C]/P. Virno, M. Hardt.Radical thought in Italy: A Potential Politic. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996:133-146.
- [8] Terranova, T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy[J].Social Text, 2000, (2):33-58.
- [9] Burston,J.,N.Dyer-Witford, A.Hearn.Digital Labor: Workers, Authors, Citizens[J].Ephemera, 2000, (3/4):214-221.
- [10] Fisher, E. How Less Alienation Creates More Exploitation? Audience Labor on Social Network Sites[J].triple C, 2012, (2):171-183.
- [11] Cassill, A. Is There a Global Digital Labor Culture? Marginalization of Work, Global Inequality, and Coloniality[R]. Working Paper, 2016.
- [12] 阿里研究院.平台经济[M].北京:机械工业出版社,2016:86.
- [13] Sandoval, M., etc. Introduction: Philosophers of the World Unite! Theorising Digital Labor and Virtual Work—Definitions, Dimensions, and Forms[J]. tripleC, 2014, (2):464-467.
- [14] Andrejevic, M.Surveillance in the Digital Enclosure[J].The Communication Review, 2007, (4):295-317.
- [15] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯文集(第8卷)[M].北京:人民出版社,2009:520.
- [16] 陈永正.信息时代的劳动之我见——兼评非物质劳动思想[J].桂海坛丛,2013,(5):48-53.
- [17] 黄再胜.数字劳动与马克思劳动价值论的当代拓展[N].中国社会科学报,2017-04-24.
- [18] Arvidsson, A., E. Colleoni. Value in Informational Capitalism and on the Internet[J].The Information Society, 2012, (28):135-150.
- [19] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集(第26卷)[M].北京:人民出版社,1972:444.
- [20] Robinson, B. With a Different Marx: Value and the Contradictions of Web 2.0 Capitalism[J].The Information Society, 2015, (31):44-51.
- [21] Rigi, J. Value, Rent, and the Political Economy of Social Media[J].The Information Society, 2015, (5):392-406.
- [22] Gough, I. Marx's Theory of Productive and Unproductive Labor[J]. New Left Review,1972,(76):47-72.
- [23] 吴晓明.中国学术要有自我主张[N].人民日报, 2017-06-19.

(责任编辑:许桃芳)

Digital Labor and the Contemporary Interpretation of Marx's Labor Theory of Value

HUANG Zai-sheng

(Institute of the Politics, Nation Defense University of the People's Liberation Army, Shanghai 200433 ,China)

Abstract: Together with the rapid growth of ICT and digital media technology, the digital labor represented by users' online free labor on the internet platforms has becoming an indispensable labor form in the contemporary world. With the advent and development of digital labor, there appear challenges and problems for the adherence to Marx's labor theory of value. By focusing on the relationship between digital labor and capital accumulation in the internet enterprises, this paper attempts to make a Marxian analysis and interpretation of digital labor, including its definition, characteristics and concrete forms, its basic dimensions, its role in value creation. Then, it reveals the further research issues for theorizing digital labor from the perspectives of Marxian political economy.

Key words: digital labor; internet platform; the labor theory of value