

Value and Productive Labour in the Era of Digital Technologies: Revisiting the Digital Labour Debate

Søren Bøgh Sørensen

Copenhagen Business School, Denmark

Translated by YAN Zhehao

Sichuan International Studies University, China

Received: January 8, 2026

Accepted: February 28, 2026

Published: March 31, 2026

To cite this article: Søren Bøgh Sørensen. (2026). Value and Productive Labour in the Era of Digital Technologies: Revisiting the Digital Labour Debate. YAN Zhehao (trans.). *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 082–094, DOI: 10.53789/j.1653–0465.2026.0601.009

To link to this article: <https://doi.org/10.53789/j.1653–0465.2026.0601.009>

Abstract: This article revisits the so-called digital labour debate to clarify and problematise the many different positions in this debate. Synthesising the most promising arguments from the different positions in the debate, the article outlines a theory of digital media usage as exploited, value-producing labour. In doing so, the article criticises the Autonomist Marxist tradition and argues for the utility of a value-form theoretical approach to the question of free digital labour. In conclusion, the article argues for more analytical attention to the ways in which technological developments in contemporary capitalism can engender new processes of production and thereby also new types of unpaid value-producing labour.

Keywords: Digital technologies; digital labour; Marx's theory of value; productive and unproductive labour; circulation and production; Autonomist Marxism; value-form theory

Source: Originally published in *Triple C: Communication, Capitalism & Critique*, 2024, 22(2), 498–517.

Notes on the translator: YAN Zhehao is a PhD candidate at the College of Translation and Interpreting, Sichuan International Studies University, primarily focusing on Legal and diplomatic translation. For academic inquiries or collaboration opportunity, please contact him via the email: yanzhehao2021@163.com.

數字技術時代的價值與生產性勞動： 重審數字勞動之爭

索倫·伯格·索倫森/文

哥本哈根商學院,丹麥

閔哲浩/譯

四川外國語大學

摘要:本文重新審視了所謂的數字勞動論爭,旨在理清並問題化該爭論中的諸多不同立場。通過綜合各方立場中最具前景的論點,文章勾勒出將數字媒體使用視為被剝削的價值創造勞動的理論框架。在此過程中,本文批判了自治馬克思主義傳統,並論證了價值形式理論方法在研究免費數字勞動問題上的適用性。最後,本文呼籲應更多地從分析角度關注當代資本主義技術發展如何催生新的生產流程,進而催生新型無報酬但創造價值的勞動形式。

關鍵詞:數字技術;數字勞動;馬克思的價值理論;生產性勞動與非生產性勞動;流通與生產;自主論馬克思主義;價值形式理論

來源:本文原載於《傳播、資本主義與批判》(*Triple C: Communication, Capitalism & Critique*)2024年第22卷第2期,第498-517頁,因篇幅要求譯文有刪減。

一、引言

本文旨在闡釋圍繞免費數字勞動問題所展開的數字勞動論爭中的諸種立場。所謂免費數字勞動,即認為數字技術已使資本能夠將諸如數字媒體使用等閒暇活動作為一種生產性勞動加以剝削。本文意在厘清,在馬克思主義價值理論框架下及數字技術發展的背景下,該論爭對於分析當代資本主義生產性勞動的關鍵意義。

首先,本文介紹論爭中的兩種主要立場,並探討其與自治馬克思主義傳統之間的關聯。繼而,文章引介另外三種立場並評析其利弊;在此基礎上,又提出第六種基於價值形式理論的立場,旨在構建一種將數字媒體使用視為價值創造勞動的理論。後續兩節對該理論進行了具體闡述:一是討論生產與流通的關係;二是分析定向廣告空間的創造作為一種依賴數字媒體用戶價值創造勞動的生產過程,文章最後總結指出,應加強分析當代資本主義社會生活商品化的趨勢,以及這種趨勢所產生的對無酬生產性勞動的新型剝削形式。

二、數字勞動論爭

所謂數字勞動論爭,是指2012年間克里斯蒂安·福克斯(Christian Fuchs)與亞當·阿維德森(Adam Arvidsson)、埃拉諾·科萊奧尼(Elanor Colleoni)之間展開的一場學術交鋒,相關文章主要發表於《傳播、資本主義與批判》和《信息社會》(*The Information Society*)期刊。這場論爭的核心問題在於:隨著數字技術的

發展,主要是在線數字平臺的興起,以及隨之而來的所謂『生產性消費』或『產消合一』的興起,即生產與消費界限的模糊化——是否意味著已經與工廠或企業內部傳統的僱傭勞動剝削模式發生了決裂。這場論爭可以追溯到達拉斯·斯麥茲(Dallas Smythe)提出的受眾勞動概念。該概念與蒂齊亞納·特拉諾瓦(Tiziana Terranova)關於互聯網免費勞動的理論闡述,共同構成了福克斯提出的『數字媒體使用可被視為一種新型受剝削的價值生產性勞動』這一論點的重要理論背景。儘管這一理論背景對該論爭至關重要,但本文旨在探討近期數字勞動論爭中的各色立場。

近期出版的研究表明,這一論爭依然具有現實意義。以比利奇等人所著的《數字壟斷的政治經濟學》(*Political Economy of Digital Monopolies*)為例,他們認為數字媒體公司的廣告模式並不創造新價值,其價值是對被廣告產品價值的扣除,谷歌等大型科技公司實現的價值並非源自自身生產過程,而是來自投放廣告企業的商品生產過程。^[1] 同理,克里斯蒂安斯(Tim Christaens)遵循自治主義馬克思主義思路,主張『平臺公司將社會合作私有化、依賴租金生存』,主張平臺公司私有化社會合作、依賴租金生存,不產生新的剩餘價值。^[2] 近期研究已普遍趨同於:數字媒體公司所實現的利潤構成了一種租金形態。^[3] 針對這一理論共識,本文將論證:將數字媒體的使用概念化為價值生產勞動在理論層面具有可行性。

(一) 免費數字勞動論

福克斯是『數字媒體的使用構成價值生產勞動』這一論點的主要倡導者。福克斯認為,原因在於這種使用行為參與創造了他所謂的『互聯網產消者商品』,即數字媒體公司向廣告商拍賣的定向廣告空間。這意味著,『該商品中包含的剩餘價值,部分由用戶創造,部分由公司雇員創造。區別在於,用戶從事的是無酬勞動,因此——從貨幣層面而言——其實質是受到了無限的剝削。』對數字媒體用戶的剝削體現了當代資本主義的一種普遍趨勢,即越來越多的社會生活領域正日趨商品化,生產性勞動正被外包或『眾包』給消費者。這種外包延伸至:

『知識創造與再生產以及諸如家務勞動、照護勞動、教育勞動、情感勞動、性勞動等『再生產性勞動』也被囊括其中。這使得身處當代資本主義中的個體,每日需耗費大量勞動時間,通過無酬的抽象勞動為資本創造價值』。^[4]

數字媒體使用僅是當前歷史階段中,資本憑借其生產剩餘價值的能力而成功剝削的一種無酬勞動形態。福克斯這一分析的基礎,主要源於馬克思關於『總體工人』或稱『集體工人』的理論闡述。根據該理論,任何勞動只要可被視為『總體工人的一個器官』並執行『其所屬的某一種職能』,即具有價值生產性。^[5] 實際上,福克斯的分析導向了這樣一個結論:在當代資本主義中,一切人類活動都是創造價值且受剝削的勞動。

[1] Bilić, Paško, Toni Prug & Mislav Žitko. (2021). *The Political Economy of Digital Monopolies: Contradictions and Alternatives to Data Commodification* (1st ed.). Bristol: Bristol University Press.

[2] Christaens, Tim. (2023). *Digital Working Lives: Worker Autonomy and the Gig Economy*. Washington, D. C.: Rowman & Littlefield.

[3] Rikap, Cecilia. (2021). *Capitalism, Power and Innovation: Intellectual Monopoly Capitalism Uncovered* (1st edition). London: Routledge.

[4] Fuchs, Christian. (2012) b. "Dallas Smythe Today-The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value." *Triple C*, 10(2), 692-740.

[5] Fuchs, Christian & Sebastian Sevignani. (2013). "What is Digital Labour? What is Digital Work? What's Their Difference? And Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media?" *triple C*, 11(2), 237-293.

(二) 非物質勞動與利潤的租金化轉向

其他學者認為，數字產消行為可被視為自治馬克思主義『非物質勞動』概念的典型範例。這一概念最初由莫里齊奧·拉紮拉托(Maurizio Lazzarato)提出，意指『生產商品信息和文化內容的勞動』。^[1] 自治主義馬克思主義者並不將非物質勞動的擴散視為當代資本主義中一種量的主導趨勢，而是將其視為質的主導，這種主導地位正在引發資本主義經濟的轉型；由日益自主化、去中心化的諸眾所開展的協作性、交往性與認知性勞動，正在創造一種『不可度量的生產力』。這種生產力已無法與勞動時間的量化標準直接對應，導致資本在生產過程中逐漸演變為外在的寄生性存在。^[2]

在此視角下，由於剝削已蔓延至馬里奧·特龍蒂(Mario Tronti)所稱的『社會工廠』全域，^[3] 社會存在的所有領域都成為價值生產的場域，這使得社會生活的所有領域都變得具有價值生產性，這使得基於社會必要勞動時間的抽象勞動的核心定義變得難以為繼。自治馬克思主義者據此認為，價值規律正陷入危機，利潤積累日益呈現為租金榨取的形式，而非對價值生產勞動的剝削。^[4] 這一理論傳統構成了數字勞動論爭中一種主流觀點的背景。該觀點認為，數字媒體公司並非在傳統意義上生產價值，而是從脫離資本控制、自主從事非物質生產的無定形諸眾身上，汲取剩餘價值。

(三) 金融價值與情感投資

在數字勞動論爭中，自治馬克思主義立場的首要代表是阿維德森和科萊奧尼。他們認為，福克斯關於數字產消行為的理論闡述存在根本性缺陷，因為它將正統馬克思主義分析強行套用於已超出馬克思勞動價值論解釋範疇的現象。在阿維德森和科萊奧尼看來，分析數字平臺需要重新考量價值概念本身，必須考察『金融價值與情感投入之間的關係』。他們提出這一主張是基於以下兩點^[5]：

1. 『社交媒體平臺上的價值創造與生產時間的量化關係薄弱』。

這意味著『馬克思勞動價值論的基本前提不再成立』，且『價值愈發與建立和鞏固情感紐帶的能力相關聯』。

2. 全球資本主義體系日益加深的金融化意味著，『信息資本主義中價值的實現，總體上不應被理解為主要通過商品銷售完成』，而應被視為通過『金融租金』實現。

基於上述理由，阿維德森和科萊奧尼批評福克斯關於免費數字勞動的理論存在概念混淆。福克斯將傳統的階級概念與自治馬克思主義的諸眾概念自相矛盾地結合在一起，而後者『本應被理解為『階級』的一種後馬克思主義替代方案』。此外，阿維德森和科萊奧尼認為，福克斯關於數字媒體用戶受到無限剝削的論斷具有誤導性。因為，如果將(例如)Facebook的利潤分攤到其用戶頭上，『每位Facebook用戶作為『剩餘價值

[1] Lazzarato, Maurizio. (1996) Immaterial Labour. In *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*, edited by Paulo Virno and Michael Hardt, 133-148. Minnesota: University of Minnesota Press.

[2] Moulrier-Boutang, Yann. (2011). *Cognitive Capitalism*. England: Cambridge: Polity Press.

[3] Cleaver, Harry. (1992). "The Inversion of Class Perspective in Marxian Theory-From Valorisation to Self-Valorisation." *Open Marxism Vol. II: Theory and Practice*, edited by W. Bonefeld, R. Gunn, and K. Psychopedis, 107-144. London: Pluto Press.

[4] Fumagalli, Andrea. (2019). "New Forms of Exploitation in Bio-Cognitive Capitalism: Towards Life Subsumption." *Cognitive Capitalism, Welfare and Labour: The Commonfare Hypothesis*, edited by Andrea Fumagalli, Alfonso Guliana, Stefano Lucarelli and Carlo Vercellone, 77-93. New York: Routledge.

[5] Arvidsson, Adam & Elanor Colleoni. (2012). "Value in Informational Capitalism and on the Internet." *The Information Society*, 28(3), 135-150.

剝削受害者」所涉及的金額僅為每年 0.7 美元」。

(四) 福克斯的回應

針對上述批評,福克斯反駁稱,阿維德森和科萊奧尼將社交媒體公司的利潤視為價值的直接體現,這說明他們誤解了馬克思。因為他們沒有考慮價值與價格之間的差異,而根據馬克思的論述,這兩者並非必然一致。在福克斯看來,『價值是對生產過程的度量,價格是對商品流通過程(銷售)的度量』,這意味著『對勞動的剝削發生在商品銷售之前』^[1]。因此,阿維德森與科萊奧尼(實際上)在使用一種『主觀主義價值概念』,其更接近於新古典價格理論,即價值並非社會必要勞動時間的客觀表現,而是市場參與者情感依附的結果。

福克斯同時強調,哈特(Hardt)和奈格里(Negri)的諸眾概念並非後馬克思主義範疇,而是旨在批判那種認為只有雇傭勞動者才屬於生產性工人的正統階級觀念。在他看來,自治馬克思主義的社會工廠概念恰恰使我們能夠理解,『當今,無酬勞動者同樣具有生產性』。福克斯通過對社會工廠概念的重新闡釋,堅持了價值取決於生產過程中耗費的勞動時間這一定義,並由此駁斥了『價值規律陷入危機』及『當代資本主義利潤趨於租金化』的主張。

三、數字勞動辯論的立場圖繪

繼福克斯與阿維德森及科萊奧尼的論戰之後,愛德華·科莫爾(Edward Comor)等學者指出,福克斯對勞動價值論的闡釋將生產性勞動的剝削擴展至『字面意義上無處不在、無時不在』的程度。^[2] 這種觀點在理論上是站不住腳的,因為它意味著『馬克思主義經濟學的關鍵範疇(如社會必要勞動時間)將失去解釋效力』。與之相對,科莫爾等學者主張,數字媒體行業的生產性勞動僅存在於對數字媒體公司雇員的剝削過程中。這與戈蘭·博林(Göran Bolin)早前的斷言遙相呼應,即『勞動主體並非觀眾,而是統計學家』。在數字媒體語境下,這意味著只有為谷歌等企業工作的數據分析師才應被視為遭受剝削的創造價值的勞動者。^[3]

另一種立場以布魯斯·羅賓遜(Bruce Robinson)等人為代表,主張數字媒體公司的積累模式『……並非基於獨立且自我維持的價值創造』,而是『依賴於消耗經濟中其他領域所生產的價值』。^[4] 同樣,約翰·邁克爾·羅伯茨(John Michael Roberts)認為,數字媒體『產消者實際上並不創造剩餘價值』,而是幫助『處於流通領域中的非生產性資本創造利潤』。羅伯茨指出,媒體公司獲取的利潤實則是『對生產領域已創造的剩餘價值進行租金化抽取』的一種形態。^[5] 這些學者認為,所有發生在流通領域的勞動——包括廣告活動,自然也包括數字媒體的使用以及為廣告型媒體公司進行的數字勞動——均不生產價值。

最後,部分評論者提出信息商品整體上不可能包含任何價值,因此這類商品的生產活動也不能被視為價值生產性勞動。例如,特謝拉(Teixeira)和羅塔(Rotta)指出,由於商品化信息可以被零成本地無限複製,

[1] Fuchs, Christian. (2012) a. "With or Without Marx? With or Without Capitalism? A rejoinder to Adam Arvidsson and Eleanor Colleoni." *Triple C*, 10(2), 633-645.

[2] Comor, Edward. (2015). "Revisiting Marx's Value Theory: A Critical Response to Analyses of Digital Prosumption." *The Information Society*, 31(1), 13-19.

[3] Bolin, Göran. (2009). "Symbolic Production and Value in Media Industries." *Journal of Cultural Economy*, 2(3), 345-361.

[4] Robinson, Bruce. (2015). "With a Different Marx: Value and the Contradictions of Web 2.0 Capitalism." *The Information Society*, 31(1), 44-51.

[5] Roberts, John Michael. (2016). "Co-creative Prosumer Labor, Financial Knowledge Capitalism, and Marxist Value Theory." *The Information Society*, 32(1), 28-39.

所以『無論由誰生產,價值始終為零』^[1]。同樣,里吉(Rigi)和普雷(Prey)認為,數字媒體用戶的活動不具有價值生產性,因為他們創造的信息『不具有交換價值——數字複製與電子傳輸所需的成本和時間均可忽略不計』。在他們看來,『數字複製時代的所有信息皆符合此特征』^[2]。

基於以上闡述,我們可以對數字勞動論爭中的不同立場作出初步梳理:

立場 1: Andrejevic 2012, 2013; Fisher 2012; Fuchs 2012a, 2012b, 2015; Kostakis 2009; Rey 2012.	立場 2: Bolaño & Vieira 2015; Comor 2015; Caraway 2011.	立場 3: Roberts 2016; Robinson 2015; Reveley 2013.	立場 4: Rigi and Prey 2015; Teixeira & Rotta 2019.	立場 5: Arvidsson and Colleoni 2015; Böhm et al. 2012; Brown 2014.
數字媒體使用以及大多數人類活動,均可被視為生產性勞動。	生產性勞動應僅限於僱傭勞動者,且唯有數字媒體公司的雇員才能被認定為受剝削的生產性勞動者。	流通領域中的任何活動均不能被視作價值生產行為,數字媒體企業的利潤實質上是從工業資本企業再分配而來的剩餘價值。	信息商品不蘊含價值,數字媒體企業的雇員僅在提供商品化服務的意義上才創造價值。	由於數字媒體使用等非物質勞動的擴散,勞動時間已不再是價值的衡量尺度,利潤積累已轉化為對自主諸眾所創造公共資源的租金榨取。

表 1 關於數字勞動爭議的不同立場概覽

福克斯理論的核心缺陷是,過度泛化生產性勞動與社會必要勞動時間概念,使其喪失分析效力,將當代資本主義描述為無孔不入、運行平滑的體系。赫斯蒙德哈爾夫評價斯麥茲觀點時便指出,這種立場粗糙、還原論且功能主義,低估了資本主義內部矛盾與鬥爭。^[3]

即便社會工廠概念有助於識別新型無酬生產性勞動,休斯也指出,諸眾概念與生產性勞動的泛化,使我們無法定位勞動者挑戰資本的關鍵節點。^[4] 然而,正如後文將論證的,聲稱『剝削全天候存在且遍及社會每個角落』顯然是一種誇張,但這並不排除某些休閒活動被轉化為價值生產性勞動的可能性。

就第二種立場而言,我們沒有理由不將諸如企業志願服務或無薪實習等活動視為價值生產性勞動。正如羅德里戈·芬克爾斯坦(Rodrigo Finkelstein)所論證的,勞動成為價值生產性勞動的必要條件並非獲取工資,而嵌入資本主義生產過程之中^[5]。馬克思在《直接生產過程的結果》(*Results of the Immediate Process of Production*)中明確指出:『唯一的生產性勞動,是那種在資本增值過程中被直接消耗的勞動』,且『每個生產性工人都是僱傭勞動者,但並非每個僱傭勞動者都是生產性工人』^[6]。本文的論點之一是:獲得報酬與成為生產性勞動者之間的分離關係同樣可反向成立——勞動者無需獲得工資也能創造價值。正如休斯指出的,除了那種『不直接為資本創造價值』卻再生產自身生存所需的非生產性僱傭勞動外,資本主義社會還

[1] Teixeira, Rodrigo & Tomás Rotta. (2019). "The Commodification of Knowledge and Information." In *The Oxford Handbook of Karl Marx*, edited by Matt Vidal et al., 379-400. New York: Oxford University Press.

[2] Rigi, Jakob & Robert Prey. (2015). "Value, Rent, and the Political Economy of Social Media." *The Information Society*, 31(5), 392-406.

[3] Hesmondhalgh, David. (2010). "User-Generated Content, Free Labour and the Cultural Industries." *Ephemera: Theory and Politics in Organization*, 10(3/4), 267-284.

[4] Huws, Ursula. (2014). "The Underpinnings of Class in the Digital Age: Living, Labor, and Value." In *Labor in the Global Digital Economy: The Cybertariat Comes of Age*, edited by Ursula Huws, 149-182. New York: NYU Press.

[5] Finkelstein, Rodrigo. (2018). "Productive Labour in the Information Sector." *Canadian Journal of Communication*, 43(4), 567-582.

[6] Marx, Karl. (1976/1867). *Capital. A Critique of Political Economy. Volume One* (trans. David Fernbach). London: Penguin Books.

存在另一種勞動形態：『不為勞動者生存作出貢獻，卻直接為資本創造價值的無酬勞動』。^[1]

因此，儘管資本主義作為社會系統依賴於勞動者的再生產及其報酬支付，但這並不意味著資本不會竭力壓縮工資，直至使生產性勞動淪為無酬狀態。

第三種立場的問題在於，其對生產與流通領域進行嚴格區分的做法，可能忽視技術中介下的社會變革如何催生新型生產過程及相應的生產性勞動形態。當我們注意到生產、流通與消費之間日益模糊的邊界時，分析當代資本主義將以往不屬於資本積累過程的社會生活領域進行商品化的趨勢至關重要。正如大衛·哈維(David Harvie)所言，若『資本的趨勢在於(試圖)使一切勞動都成為價值生產性勞動』確屬事實，我們就應當警惕任何將生產性/非生產性二分法與生產/流通分野進行過度僵化捆綁的做法。^[2]

針對第四種立場，帕克赫斯特(Parkhurst)等學者對信息商品的這種觀點提出了異議。他們認為里吉與普雷的分析建立在缺乏知識產權的反事實情境之上，更重要的是，計算信息商品所含價值的相關因素並非單個單元的價值，而是『單位成本乘以單位數量』^[3]。因此，即便創造定向廣告空間的複製成本趨近於零，也不意味著此類信息商品應當被視為無價值之物。

四、對自治主義馬克思主義的批判

最後，第五種立場：更廣義的自治主義馬克思主義路徑已面臨來自多位評論者的批評。其一，對『非物質勞動』的強調，錯誤將當代資本主義經濟歸為『無重量』『非物質』，忽視了信息通信技術產業依賴的物質勞動與基礎設施，掩蓋了福克斯所言『數字勞動國際分工』中，全球南方勞工在視野外完成的基礎設施製造勞動。

另一種批評針對的是非物質勞動無法用勞動時間衡量的主張。喬治·卡芬茨(George Caffentzis)反對這種『不可度量論』，他指出：『創造……所謂「非物質」產品並將其轉化為知識產權的過程，是一個在時間中展開且可以被(並且正在被)度量的過程』。^[4] 福克斯在批判阿維德森和科萊奧尼時也提出了這一反對意見：

『情感與情緒的產生，離不開在時空之中進行的勞動實踐。積極的情感、關係、態度和聲譽並非憑空生成，而是通過持續勞作來創造和維護的，這一過程既耗費大量時間，也需在特定空間內進行』。^[5]

第三種批評針對的是自治主義馬克思主義對諸眾非物質勞動相對於資本自主性的過度樂觀判斷。例如，特雷莎·埃伯特(Teresa Ebert)與馬蘇德·紮瓦紮德(Mas'ud Zavarzadeh)指出，這種預設的自主性不過是左翼幻想，它掩蓋了『經濟關係的無聲強製』在當代資本主義中是如何持續支配著工人與消費者的。^[6] 通過強調諸眾相對於資本的自主性，自治主義馬克思主義傳統的支持者們因而高估了當前資本主義階段直

[1] Huws, Ursula. (2014). "The Underpinnings of Class in the Digital Age: Living, Labor, and Value." In *Labor in the Global Digital Economy: The Cybertariat Comes of Age*, edited by Ursula Huws, 149–182. New York: NYU Press.

[2] Harvie, David. (2005). "All Labour Produces Value for Capital and We All Struggle Against Value." *The Commoner*, (10), 132–171.

[3] Parkhurst, Bryan. (2019). Digital Information and Value: A Response to Jakob Rigi. *Triple C*, 17(1), 72–85.

[4] Caffentzis, George. (2013). *In Letters of Blood and Fire: Work, Machines, and the Crisis of Capitalism*. Oakland: PM Press.

[5] Fuchs, Christian. (2012a). "With or Without Marx? With or Without Capitalism? A rejoinder to Adam Arvidsson and Eleanor Colleoni." *Triple C*, 10(2), 633–645.

[6] Ebert, Teresa & Mas'ud Zavarzadeh. (2014). "The Digital Metaphysics of Cognitive Capitalism: Abandoning Dialectics, the North Atlantic Left Invents a Spontaneous Communism within Capitalism." *International Critical Thought*, 4(4), 397–417.

接的解放潛能。

這種樂觀判斷還伴隨著對《政治經濟學批判大綱》(Grundrisse)中所謂『機器論片段』的獨特解讀。馬克思關於『一般智力』發展的理論闡述,並非指資本主義內部的價值規律會因為彌散的『大眾智能』的自主協作而瓦解;相反,它是指資本有機構成的不斷提高,指向了在未來的共產主義社會中克服資本主義的可能性。然而,這種可能性只有通過工人階級為推翻資本主義生產方式而進行的政治組織才能真正得以實現。

正如托尼·史密斯(Tony Smith)令人信服地論證的那樣,資本形式那種阻礙一般智力『完全實現』的力量,並未因其產出的新非物質產品而消解。^[1]相反,正如斯坦霍夫(Steinhoff)所揭示的,資本正積極利用人工智能驅動的監控軟件等新興數字技術,將自治主義馬克思主義傳統稱為『非物質』的那種勞動,統攝於資本增殖的強製邏輯之下。^[2]自治主義馬克思主義者低估了資本持續將物質與非物質勞動統攝於價值形式之下的能力,因為他們錯誤地將勞動對資本的實質統攝,等同於福特主義積累體製時期特定的社會分工形式。然而,『形式統攝』與『實質統攝』這兩個概念,不應被視為僅僅歸屬於資本主義發展的不同歷史階段,而應被視為一種分析範疇,用來描述可能同時包含兩種組織形態的具體勞動過程的不同配置方式。^[3]

因此,對於自治主義馬克思主義者而言,勞動創造價值的性質是基於一種對價值理論的自然主義解釋,這種解釋將抽象勞動僅僅視為人類能量的純粹耗費。正如後文將表明的,這意味著自治主義馬克思主義者過分強調了非物質勞動的具體內容,從而忽視了物質與非物質的產品作為價值載體商品的出現,並非源於產品的物質特性,而是源於其生產過程得以組織的特定社會形式。

五、第六種視角？一種價值形式理論的路徑

弗雷德里克·哈里·皮茨在其著作《批判當今資本主義》(Critiquing Capitalism Today)中主張,將『馬克思新解讀』與『開放馬克思主義』相結合,有助於理解技術進步所實現的資本主義發展中的延續性而非變革。^[4]與那些批評自治主義馬克思主義『不夠唯物』的觀點不同,皮茨認為問題恰恰在於不夠『非物質主義』。自治主義馬克思主義路徑的問題並不在於它:

『……忽略了勞動的物質基質,而在於它過度關注勞動物質基質的轉型——即具體勞動的物理活動的性質與構成所發生的變化』。

這是因為,對價值增值過程而言,重要的在於勞動在資本主義中所採取的社會形式,而不在於該勞動的具體內容。因此,將一種具體活動判定為生產性勞動,並不是在商品價值通過市場交換獲得社會認可之前的生產過程中就能完成的事情,儘管價值的度量標準可能在生產過程中已被預先設定。問題在於,對勞動具體活動變遷的過度關注,會給人一種『抽象勞動仿佛是在勞動過程中被執行』的錯覺。福克斯也傳達了這種錯覺,他寫道:『當代資本主義中的人,每日耗費大量工作時間,通過無酬的抽象勞動為資本創造價

[1] Smith, Tony. (2013). "The 'General Intellect' in the Grundrisse and Beyond." *Historical Materialism*, 21(4), 235-255.

[2] Steinhoff, James. (2021). *Automation and Autonomy: Labour, Capital and Machines in the Artificial Intelligence Industry*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.

[3] Endnotes. (2010). "The History of Subsumption." In *Endnotes 2: Misery and the Value Form*. London: Endnotes UK.

[4] Pitts, Frederick H. (2018a). *Critiquing Capitalism Today: New Ways to Read Marx (1st ed.)*. New York: Springer International Publishing.

值」^[1]。

針對這類對馬克思價值理論的解釋，皮茨借鑒邁克爾·海因里希(Michael Heinrich)的觀點，主張抽象勞動並非能量的一般生理耗費，而是一個『社會中介的範疇』^[2]。這意味著抽象勞動並非一種在耗費上具有抽象性的特定勞動形式，而是從其具體特殊性中被抽象化的勞動。這種替代性解釋的優點在於，它將自治主義馬克思主義者所設定的可度量性危機轉化為一種誤解，因為抽象勞動根本不能在生產過程中被直接度量。

因此，自治主義馬克思主義者所認定的生產具體過程的近期變化，並未對價值規律構成威脅，因為『資本主義的特征在於社會中介範疇』，而『這些範疇的存在，無關乎工人使用的是鍵盤還是錘子，是創意還是螺母螺栓』。由此可見，正是通過交換過程將具體勞動認定為抽象的社會勞動，才使得勞動具有了生產價值的屬性。因此，從這種價值形式理論的視角來看，無論生產中耗費的具體勞動是否為非物質的，也無論該勞動的產品是『提供一輛汽車、一則病毒式廣告，還是一項品牌戰略』，對該勞動是否為生產性勞動的判定都會發生。^[3]

六、生產與流通的關係

儘管皮茨的理論闡釋頗具參考價值，但其部分論述暗示了社會必要勞動時間與價值這兩個概念之間存在一種值得商榷的割裂。正如他所言：『抽象勞動時間與耗費的具體勞動之間並無必然關聯。勞動發生的地點與持續時間皆不構成決定性因素』。倘若價值的確定僅通過商品交換實現，而與生產過程中投入的勞動時間多寡無關，那麼價值的決定似乎便完全依賴於市場上的供求關係。當然，這並不是說皮茨實際上認同主觀的新古典主義價格價值論，而是要警惕那種對流通環節的過度強調，這種傾向可能導致價值概念與生產過程中執行具體勞動所耗費的時間相互脫節。

皮茨進主張，他所稱『價值鬥爭理論』能夠為『過度流通主義』的價值闡釋提供必要的修正。根據此類理論路徑，『價值決定並「組織」勞動』，因為『衡量對其所衡量的勞動發揮著主動而非被動的作用，並在『價值生產性勞動』於市場獲得最終確認之前，就預先對其進行了通約』。在此，皮茨正確地指出了各種勞動過程正在被衡量的多種方式，以及勞動如何被迫以更長時間、更高效率和生產力進行生產。依皮茨之見，通過這種方式，『抽象勞動以預期的方式在勞動過程中獲得了存在』。^[4]

雖然這一澄清在一定程度上避免了純粹主觀主義的價值觀念，但它與皮茨某些更具流通主義色彩的表述並不協調，並且未能清楚地說明商品的價值客觀性究竟由什麼構成。如果遵循以撒·魯賓(Isaak Rubin)關於生產與流通同等重要的強調，這一問題或許可以得到緩解。在魯賓看來，要調和馬克思關於『只有在交換中才能實現從具體勞動形式向抽象勞動的抽象化』的論述，與『價值是在生產中創造的』這一事實之間的矛盾，可以通過區分『作為社會形式的交換』與『作為資本總再生產過程一個階段的交換』來實現。魯賓認為，這樣做使我們能夠看到，『交換不僅是再生產過程中的一個獨立階段，而且給整個再生產過程打上了其特定的烙印，並代表了社會生產過程的一種特定社會形式』^[5]。

[1] Fuchs, Christian. (2012b). "Dallas Smythe Today—The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value." *Triple C*, 10(2), 692–740.

[2] Heinrich, Michael. (2012). *An Introduction to the Three Volumes of Karl Marx's Capital*. New York: Monthly Review Press.

[3] Pitts, Frederick H. (2018a). *Critiquing Capitalism Today: New Ways to Read Marx (1st ed.)*. New York: Springer International Publishing.

[4] Pitts, Frederick H. (2021). *Value*. Cambridge: Polity Press.

[5] Rubin I. I. (1928). *Essays on Marx's Theory of Value*. Montreal and New York: Black Rose Books.

然而,對於魯賓而言,商品之間相對的價值關係並不是以一種完全偶然的方式『在每次交換行為本身中被確定的』,因為這些價值關係『受製於一種確定的規律性,而這種規律性基於生產過程之中』。這種『確定的規律性』的源頭,在於生產特定商品所需的社會必要勞動時間,而這又取決於不斷變化的『勞動生產力的變動』。因此,商品的價值是在交換過程中獲得社會確認的,但這種確認本身取決於生產該商品所必需的社會勞動量。這也意味著,價值並不以任何實體主義的方式存在於勞動產品之中,因為『價值不像麵包卷是一種物品,而是一種表現為物的可感屬性的社會關係』;這種關係『是在生產和流通中共同構成的,因此『非此即彼』的提問方式是毫無意義的』^[1]。

因此,社會必要勞動時間對價值的決定,並不是自變量與因變量之間某種形式上的、邏輯上的決定關係,因為這種決定本身並不獨立於價格形式之外,這意味著『價值無法獨立於價格被計算或觀察』;相反,價值社會形式的內在特質『在現象層面調節著其表現形式』^[2]。因此,雖然社會必要勞動時間決定了勞動的價值構成屬性,但只有通過市場交換,這種社會經驗確認才得以最終完成,因為只有在那時,個體生產者才會發現,他個人耗費的勞動時間在多大程度上符合社會必要勞動時間。換句話說,貨幣是價值的『必然表現形式』這一事實,並不意味著生產中所耗費勞動時間的社會必要平均值對商品價格以及勞動的價值構成性質沒有決定作用。

因此,生產與流通之間的相互作用關係構成了一個互動過程:不僅生產過程中具體的、私人進行的勞動被交換的社會形式所塑造,而且市場上對勞動作為價值生產活動的社會確認過程,也受到生產過程中耗費的具體勞動時間的社會必要平均值的調節。正是這種社會必要勞動時間對價值的決定作用,構成了價值客觀性的基礎,這種客觀性在資本主義社會中作為一種無聲的強製形式發揮作用,迫使生產單位不斷提高勞動生產力。因此,交換的社會形式是一個『超個體的過程』,它『作為理想的平均……在經濟行為者背後強製推行自身』,並決定勞動被確認為價值生產性的過程。^[3]

在數字勞動辯論的語境下,這種對價值形式理論視角的闡釋具有明顯的優勢:它避免了對生產過程具體內容的狹隘關注——正是這種關注導致自治主義馬克思主義者提出非物質勞動理論和價值規律崩潰論。另一方面,它也規避了對生產性勞動與非生產性勞動區分的過度僵化應用——那種應用會事先將整個經濟部門歸類為非生產性的。相反,它保留了各種活動可能呈現為價值生產性勞動的社會形式的開放性,從而認真對待了『資本將勞動強加於人類活動越來越多領域這一永無止境的過程』^[4]。最後,通過保持價值與社會必要勞動時間之間的關聯,它還能避免某些自治主義馬克思主義路徑中的主觀主義傾向,以及對價值形式理論的過度流通主義解讀。

(一) 剝削與生產性勞動

然而,採用價值形式理論路徑的後果之一在於,所有『未通過市場交換實現通約』的勞動活動,都被視為非生產性勞動。如果將剝削與生產性勞動的概念掛鉤,那麼正如福克斯所主張的,這也意味著那些未能在市場上成功交換的勞動產品,其勞動便未曾遭受剝削。針對這一主張,斯坦霍夫反駁道,福克斯對海因里希及流通導向進路的那種近乎道德主義的批評是錯誤的。斯坦霍夫指出,福克斯錯誤地將作為人類能量一般

[1] Heinrich, Michael. (2012). *An Introduction to the Three Volumes of Karl Marx's Capital*. New York: Monthly Review Press.

[2] Elson Diane. (1979). The Value Theory of Labour. Value. In *The Representation of Labour in Capitalism*, edited by D. Elson, 115–180. London and New York: Verso.

[3] Riva, Tommaso Redolfi. (2022). “Value. In *The SAGE Handbook of Marxism*.” edited by Beverly Skeggs, Sara Farris, Alberto Toscano and Svenja Bromberg, 85–101. London: SAGE Publications Ltd.

[4] Harvie, David. (2005). “All Labour Produces Value for Capital and We All Struggle Against Value.” *The Commoner*, (10), 132–171.

耗費形式之抽象勞動的價值概念與剝削概念聯系在了一起,從而忽略了這樣一個情況:剩余勞動的產品未能在市場上作為價值實現,『並不會改變那些早已在剝削關係中完成的勞動的性質』,而『僅僅意味著價值增殖的中止』^[1]。

因此,剝削的概念與生產性勞動的概念並不重合。剝削是一個更寬泛的概念,它指代的是所有剩余勞動被生產者以外的人所占有的情況。所以,儘管福克斯斷言勞動剝削發生在商品出售之前是正確的,但如果這些商品無法在市場上出售,且凝結其中的勞動無法通過交換被社會性地確認為生產了價值,這並不意味著該勞動就沒有遭受剝削。

七、定向廣告空間商品的生產過程

通過考察馬克思關於生產性勞動的一些論述,可以進一步支持對數字媒體使用問題採取價值形式理論路徑的論點。正如馬克思在《剩餘價值理論》(*Theories of Surplus Value*)中所指出的,如果物質與非物質的產品及服務皆可採取承載價值的商品形式,且勞動在此形式中的『物化』與其『物質實在性無關』,而關乎一種『純粹的社會存在方式』,那麼我們就有理由認為:將定向廣告空間概念化為一種非物質、承載價值的商品,在理論上並不存在障礙。因此,如果這種商品的創造依賴於數字媒體用戶為生成定向廣告空間所依據的數據而進行的活動,那麼他們的活動就可以被合理地視為遭受剝削的價值生產性勞動。

有評論者將定向廣告空間類比於出租廣告牌空間以反對該理論化,但實則若出租廣告空間通過勞動增值、作為商品出售牟利,便屬於資本主義生產過程。因此,如果出售為廣告目的而重新配置的空間可以被視為出售商品的行為,同樣也可以認為,投入到該商品生產中的勞動是生產價值的。廣告牌和在線廣告位之間的區別在於,由於數字技術的發展,後者能夠基於用戶在線活動生成的數據以及數據科學家對這些數據的分析,針對個人用戶進行定向。因此,在我們當代的、以數字為中介的資本主義經濟中,生產、分配和消費之間的界限變得越來越模糊,同樣的活動可以由受薪工人和無薪工人交替進行。因此,我們應當認識到:通過融入非物質商品的生產過程,那些原本非生產性的活動即便沒有報酬,也已轉變為生產性活動。

重要的是,正如亞歷克西斯·莫賴蒂斯(Alexis Moraitis)與傑克·科普利(Jack Copley)令人信服地論證的那樣,將特定活動界定為生產性勞動不應被視為永恒不變的,因為『任何具體勞動是否屬於生產領域,是一個可變且不確定的問題,這取決於其所創造的使用價值是否被商品化』^[2]。流通領域的超市收銀員是否從事價值生產性勞動,『與其勞動的具體性質無關』,而是取決於所進行的勞動是否『采取了被資本家消費的使用價值的形式』。然而,如果收銀員的工作外包自職業中介機構,其勞動便轉變為生產性勞動,因為『儘管從事的是同樣的具體勞動,收銀員勞動的產品現在由職業中介機構作為商品出售給超市』。

此外,正如伊斯基耶多(Izquierdo)所指出的,由於『同樣的具體勞動可能被視為生產性的或非生產性的,這取決於它與價值增殖過程的關係』,我們在將貿易、金融、房地產或廣告等整個經濟部門一概視為純粹非生產性活動時,應當謹慎行事。^[3] 相反,所有經濟部門都可能包含不同比例的生產性勞動與非生產性勞動。因此,這裡提出的論點並非主張數字媒體領域的所有勞動都具有價值生產性,而是特別指出數字媒體

[1] Steinhoff, James. (2021). *Automation and Autonomy: Labour, Capital and Machines in the Artificial Intelligence Industry*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.

[2] Moraitis, Alexis & Copley, Jack. (2017). "Productive and Unproductive Labour and Social Form: Putting Class Struggle in Its Place." *Capital & Class*, 41(1), 91-114.

[3] Izquierdo, Sergio C. (2006). "A Value-Oriented Distinction between Productive and Unproductive Labour." *Capital & Class*, 30(3), 37-63.

用戶的活動可以被視為價值生產性的，因為他們的活動被整合進了為市場利潤而銷售的商品生產過程。

因此，要分析新型數字中介活動是否具有價值生產性，我們應關注這些活動的結果是否已商品化——即它們是否採取承載價值商品的社會形式。就數字媒體使用而言，這無疑是成立的。這也凸顯了將數字媒體剝削問題與所謂『數字公地圈地運動』（即數字平臺乃至更廣泛互聯網的私有化與商業化）分析相聯結的重要性，正是這一進程促成了新型非物質商品、生產過程及無酬生產性勞動得以出現。重要的是，數字媒體使用並非在完全自由的網絡空間中作為純粹休閒活動進行，而是通過不同形式的『協議控制』被管理和組織以成為生產性活動。因此，我們必須認識到：

『當 Facebook 的員工為數據提取編寫算法代碼，或開發像「點贊」按鈕這樣的協議時，他們實際上是在進行管理。他們以這種方式引導用戶行為，使其更有可能創造出可銷售的數據，或生成能吸引其他用戶注意力的內容，而這些隨後可以通過廣告被商品化』。^[1]

儘管數字媒體的使用不能直接等同於雇傭勞動，但將其簡單地概念化為一種自由且自我表達式的休閒活動同樣是錯誤的。這種工作與休閒界限模糊化的趨勢早已被多位批判學者所關注。因此，在分析休閒活動和消費文化時，我們應當警惕，不要陷入將休閒描繪為自由的意識形態陷阱。

許多評論家對『數字媒體使用具有價值生產性』這一論點不屑一顧，這或許與一種觀點有關，即認為休閒時間是未被納入價值增殖過程的人類活動領域。這種認為數字媒體公司僅僅是在征用『普遍信息公地』中既存數據的想法，完全忽視了構成這些數據生產基礎的時空性人類活動以及被編程的社會性。數據並非可隨意提取的自然生成資源，而是由數字媒體用戶活動所生產的事物，數字媒體企業則確保行為留下的痕跡能夠被價值化。

總而言之，本文的核心論點是：當前基於數字技術發展的價值創造與剝削形態變革，應促使我們更深入地探研究生產、流通與消費領域之間日益滲透的邊界，以及在當代資本主義中究竟何者構成承載價值的商品。這是必要的，因為若將生產/流通、生產性/非生產性二元對立過於僵化地套用於不同的商品化過程，可能會忽視資本如何以前所未有的方式利用數字技術創造價值，以及由此可能催生的新型生產過程與無酬生產性勞動。

八、結語

本文通過對有關免費數字勞動論爭的六種不同立場進行分類、分析和問題化，為數字勞動爭議做出了貢獻。文中嘗試綜合這些不同立場中最具說服力的論點，構建出一種將數字媒體使用視為生產性勞動形式的連貫理論。本文的一個核心觀點是：對自治主義馬克思主義路徑的批判清楚地表明，我們在從『勞動的物質基礎』的變化中推斷關於資本主義社會形式的結論時，應當小心謹慎。因此，我們應避免該路徑中某些有問題的理論包袱，特別是對社會形式的忽視以及對勞動相對於資本自主性的過度樂觀強調。將數字媒體使用理論化為生產性勞動形式的關鍵，不在於該活動是物質還是非物質的，而在於它是否作為資本主義生產過程的一部分而進行。在這個過程中，勞動者與生產資料相分離，其剩余勞動被占有以生產商品，而這些商品的價值通過市場交換得以實現。然而，與福克斯不同，這種理論化並不意味著所有人類活動都生產價值，

[1] Beverungen, Armin, Steffen Böhm & Chris Land. (2015). "Free Labour, Social Media, Management: Challenging Marxist Organization Studies." *Organization Studies*, 36(4), 473-489.



只有那些創造出承載價值且可銷售商品的勞動,才能被視為被資本剝削的價值生產性勞動。

儘管如此,我們也應承認,技術發展可以構成人類社會互動具體內容所采取的社會形式發生變化的可能性條件,從而使原本不生產價值的活動轉變為被資本剝削的價值生產性勞動形式。因此,我們應特別關注當代資本主義中社會生活日益商品化所帶來的變革,藉此,先前非生產性的活動被轉化為了無酬的價值生產性勞動。

社會工廠概念雖對揭示無酬生產性勞動具有分析價值,但福克斯對生產性勞動的泛化闡釋、自治主義馬克思主義的價值規律崩潰論,均需高度質疑。當下無需過度樂觀數字技術潛力,而應秉持『共產主義悲觀主義』,揭示闡述共產主義前景的現實限制。只有通過分析這些約束,而非將其誇大為無處不在,我們才可能找到鬥爭與組織的方式,以抵製資本將全部社會生活商品化並統攝於價值積累強製之下的企圖。

(Editors: LI Ruobing & JIANG Qing)