

*Matko Meštrović**

DIGITALNI RAD POD MARXOVOM LUPOM

Fuchs, Christian. 2014. *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge. pp. 403, ISBN 978-0-415-71615-4.

Prikaz

U novije se vrijeme javljaju djela zadivljujućeg obuhvata i temeljitosti u propitivanju i obradi bitnih aspekata suvremenosti iz povijesno kritičkog teorijskog rakursa. Posljednjih je mjeseci iznenađujuće snažno u Europi i Americi doživljena i komentirana knjiga *Kapital u 21. stoljeću*, Thomasa Pikettyja profesora na pariškoj Školi ekonomije.

Usudio bih se reći da je takvih razmjera značenje i ove upravo objavljene knjige Christiana Fuchsa, profesora društvenih medija na londonskom sveučilištu *Westminster*.

Pikettyjevo djelo je pionirsko u ispitivanju i tumačenju uzroka porasta nejednakosti kroz dva stoljeća, a Fuchsovo u obuhvaćanju i poimanju svih oblika rada koji se danas vežu s industrijom informacijsko-komunikacijske tehnologije.

1. Obuhvat i složenost pristupa

Christian Fuchs je integralni Marxov teorijski aparat prije svega kreativno usvojio, zatim primijenio i razvio, težeći izgradnji pojmovnih alata analize digital-

* M. Meštrović, zaslužni znanstvenik (emeritus) Ekonomskog instituta, Zagreb. (E-mail: mmestrovic@eizg.hr).

nog rada u kontekstu njegove međunarodne podjele. Pri tome je promišljao i objašnjavao što je to rad i što je to ekonomska vrijednost u vrijeme digitalnih medija. Prije toga iscrpno je istražio okolnosti i razloge zašto je Marx bio nestao i zašto mu se vraćamo. Razloge i distinktivna tumačenja on i taksativno navodi, s argumentima pro i kontra Marxa, u okviru globalne krize kapitalizma i sve očitije spoznaje da neoliberalizam proturječi, kako kaže Žižek, i samom zdravom razumu.

No, nedvojbeno je za njega, marksistička teorija morala bi pokazati da su komunikacija i kultura materijalne prakse, da se rad i jezik uzajamno stvaraju, da su komunikacija i informacija dijalektički momenti iste ljudske djelatnosti, to jest društvenog konstruiranja značenja. Iako je internet kao tehnologija plod hladnog rata i kalifornijske kontra-kulture, njegov je koncept anticipiran Marxovim nagovještajima globalne informacijske mreže u kojoj svatko nastoji obavijestiti samoga sebe. A ono zajedničko na čemu se temelji internet, ujedno je i zajedničko na čemu se temelji buduće društvo.

Svoju obimnu i izvanredno brižno strukturiranu raspravu Fuchs je započeo reinterpretacijom Marxova slojevitog, složenog i delikatnog poimanja rada. Uočio je, uvažio i razvio jednu naizgled nevažnu semantičku distinkciju koja je u engleskom jeziku vidljiva između riječi *work* i *labour*, što se u romanskim i slavenskim jezicima ne može izravno prevesti, a ipak su posrijedi dva različita aspekta rada. Fuchs će u svojoj knjizi sustavno razlikovati “work” kao konkretni rad koji je kvalitativno određen i stvara upotrebnu vrijednost, od apstraktnog rada “labour” koji stvara vrijednost i mjeri se kvantitativno. Sukladno tome, on će razlikovati “digital work” od “digital labour” i dosljedno to provoditi u analitici medijskog rada, a dokinuće te razlike sagledavat će u društvu bez ekonomske dominacije, to jest bez otuđenog rada, u kojem je rad postao samodjelatnost.

No, da bi odgovorio na pitanje koja je uloga Marxova poimanja u aktualnoj analizi medija, komunikacije i kulture, Fuchs se morao pozabaviti kontroverznim odnosom kulturalnih studija i političke ekonomije, u dominantnoj istraživačkoj orijentaciji 70-ih godina. U tome su mu poslužile tri novije knjige trojice autora koji sumiraju to razdoblje, a to su Lawrence Grossberg, John Hartley i Paul Smith. Sva trojica zamjećuju da duboku krizu suvremenog društva na akademskoj razini prati kriza kulturalnih istraživanja. Stoga se Grossberg založio za radikalnu kontekstualnu radnu teoriju vrijednosti i za radikalno kontekstualno čitanje Marxove teorije. Moderna su sveučilišta, naime, neodvojivo bitno oblikovana ekonomskom logikom akumulacije, kompeticije i rangiranja. S neoliberalizmom, ekonomizacija visokog obrazovanja i istraživanja postala je još izraženija, napuštaju se programi, polja istraživanja i ljudi koji izravno ne slijede logiku stvaranja dohotka. Ali, radikalna kontekstualizacija kakvu preporuča Grossberg, ne omogućuje da se moderno kompleksno društvo, koje tvore međudjelovanje i međuzavisnost brojnih sfera, pobliže razumije bez analize odnosa moći među njima, primjećuje Fuchs.

Hartley, pak, metaforički koristi jezik evolucijskih sistemskih teorija, ali ne uspijeva pojmovlje tih teorija primijeniti na internet, dok Smith drži da su kulturalna istraživanja postala nevažna upravo zbog prevelike sumnjičavosti prema Marxu. A Fuchs onda s pravom zaključuje kako je vrijeme zrelo da se Marxa shvati ozbiljno, da ga se upozna i koristi integralno u promišljanju medija, komunikacije i kulture. Istinsko i svestrano angažiranje s Marxom može stvoriti kulturalne i medijske studije koji će biti tematski, politički, praktički i kritički odista relevantni.

Naznake za takav pristup Marxu Fuchs nalazi u oslonu na kanadskog istraživača Dallasa Smythea kao začetnika kritike političke ekonomije medija i komunikacija 70-ih godina, čije se postavke u sklopu debate o digitalnom radu sada revitaliziraju. Smythe je držao da su komunikacije slijepa točka zapadnjačkog marksizma. Njegov je ključni doprinos postavka da valja razumjeti rad gledateljstva i njegovu komodifikaciju, rad medijske publike, eksploatiran i kao roba prodan oglašivačima. Materijalni aspekt komunikacije upravo je to. Smythea je zanimalo višak vrijednosti koji mediji time generiraju, a ne samo njihov ideološki učinak.

Oglašivače, pak, ne zanima samo vrijeme koje korisnici provedu *on line*, nego i ono kako se pri tome ponašaju, njihova subjektivnost. Sve korisničke podatke, rezultat njihovih subjektivnih kreativnih aktivnosti, oglašivači prodaju kao robu. To vrijedi za sve komunikacijske medije danas, uključujući internet. U tome smislu, za dublje razumijevanje kako pojam gledateljstva-robe može biti primijenjen u analizi digitalnog rada na društvenim medijima, valjalo se osloniti na Marxovu analizu kapitalizma. Na tom je zadatku Fuchsov znanstveno-istraživački rad pionirski, podjednako predan, obuhvatan i temeljit.

2. Kapitalizam, ili informacijsko društvo?

Fuchs postavlja dva načelna pitanja: kako definirati informacijsku dimenziju društva i kako mjeriti do kojeg je stupnja neki podsistem društva informacijski. Fuchs u klasifikaciji brojnih teorija informacijskog društva uočava njihov kontinuitet i diskontinuitet, njihovo subjektivno poimanje i objektivni pristup. I na kraju utvrđuje da pojam transnacionalnog informacijskog kapitalizma obuhvaća subjektivno-objektivnu dijalektiku, te da globalizacija medijskih/informacijskih korporacija nije mit. Objektivni pristup je tehničko-deterministički i zanemaruje promjene oblika rada i djelovanja, a subjektivni pristup zanemaruje tehnologiju kao snagu koja oblikuje djelovanje bivajući i sama oblikovana njime. Zato su i tehnologijom usmjereni objektivni pristupi, baš kao i oni subjektivni znanjem usmjereni pristupi, podjednako nedostatni. Informacije i mreže imaju i objektivni

i subjektivni aspekt; transformiraju i proizvodna sredstva i odnose proizvodnje. Potraga kapitala za novim strategijama i novim oblicima akumulacije transformira oblike rada. Kognitivni, komunikativni i kooperativni oblici rada zauzimaju značajnu količinu ukupnog radnog vremena, a u isti mah taj je rad jako posredovan informacijskim tehnologijama i sam proizvodi opipljiva informacijska dobra i neopipljive informacijske usluge.

Višak vrijednosti, razmjenska vrijednost, kapital, roba i konkurencija osnovni su aspekti kapitalizma; kako su točno ti oblici proizvedeni, objektivirani, akumulirani i kako cirkuliraju, to je kontingentno i povijesno određeno. U informacionalnom načinu kapitalističkog razvoja, proizvodnja viška vrijednosti i akumulacija kapitala očituju se u simboličkim, "nematerijalnim", informacionalnim robama i kognitivnom, komunikacijskom i kooperativnom radu. Digitalni mediji posreduju akumulaciju kapitala, moć i sposobnost definiranja u transnacionalnim razmjerima. Pri tome nisu sve negacije negacije na temeljnoj razini; ima i parcijalnih dokinuća koja su transformativna ali nisu korjenita. Kako je govorio engleski komunikolog Nicholas Garnham, pomak od mehaničke energije na moć mozga ne mijenja ništa u potčinjenosti rada kapitalu. Promjena proizvodnih snaga nije po sebi revolucionarna, ona ne transformira nego prije učvršćuje klasni sustav.

Kapitalizam neprestano nastoji uništiti svoje proizvodne snage da bi još više povećao akumulaciju, intenzivirajući tehnički eksploataciju rada. Danas financijske kompanije i korporacije financijskih usluga imaju najveći udio kapitalne imovine. Drugi je najveći sektor naftni, a treći je po veličini informacijski sektor. U analizi globalnih proizvodnih snaga moglo bi se pokazati kako one stoje spram odnosa proizvodnje, to jest akumulacija kapitala spram radnih i životnih uvjeta masa svjetske populacije. Začudo, informacijske korporacije nisu dominantne. Po pokazateljima imovine i profita najvećih svjetskih korporacija, ne bi se moglo suvremeni kapitalistički način proizvodnje jednoznačno shvatiti kao informacionalni kapitalizam, uviđa Fuchs.

No, podaci pokazuju da su odnosi proizvodnje veoma stratificirani, da su razlike između prihoda kapitalističke klase i najsiromašnijih radnika u svijetu goleme. Krupne kompanije imaju ogromnu ekonomsku novčanu moć, dok su radnici lišeni ekonomskog bogatstva koje je izravno pretvoreno u kapitalističko obilje. Pokazuje se da je neo-liberalizam bio politički projekt klasne borbe u cilju rekonstrukcije moći ekonomske elite i sustav opravdanja i legitimacije svega što je bilo potrebno da se taj cilj ostvari, ističe Fuchs.

3. Digitalno ropstvo

Digitalni rad započinje u afričkim rudnicima, radom rudara koji u ropskim uvjetima iskapaju rijetke minerale bez kojih nema elektroničkih uređaja. Ti radni-

ci robovi, na čijoj se krvi i smrti temelje digitalni mediji, nikad neće posjedovati laptop.

Rad potreban da bi se krajnji korisnik mogao povezati s internetom na svom mobilnom telephonu ili osobnom računalu obuhvaća slijaset oblika, od iskapanja minerala, proizvodnje i sklapanja hardwarea, programskog inženjerstva, uslužnog rada i korisničke produktivne potrošnje. Svi ti oblici rada objektivirani su u svakom pojedinom ICT uređaju. Informacijsko-komunikacijske tehnologije imaju kompleksnu prostornu i vremensku povijest proizvodnje. Ona uključuje međunarodnu podjelu digitalnog rada, u kojoj različiti oblici rada stvaraju upotrebne vrijednosti potrebne da se dobije elektroničko računalo ili mobilni telefon. Te različite upotrebne vrijednosti stvorili su različiti radnici u različitim vremenima i različitim mjestima u različitim radnim okolnostima i bivaju objektivirane u svakom pojedinačnom ICT uređaju.

Od kako je 1985. Michael Porter uveo pojam vrijednosnog lanca (value chain), taj je termin postao popularna kategorija u analizi organizacije kapitala. No, on se fokusira na faze u robnoj proizvodnji a zanemaruje aspekte radnih uvjeta i klasnih odnosa. Naprotiv, pojam način proizvodnje, stavlja naglasak na međupovezanost klasnih odnosa i oblika organizacije kapitala. U klasnom društvu rad će stvoriti otuđeno vlasništvo i vlasništvo će zapovijedati otuđenim radom, poznato je još od Marxa. On je povijesnu alternativu vidio u društvu s načinom proizvodnje bez klasnih odnosa.

Način na koji su odnosi proizvodnje povezani sa sustavom proizvodnih snaga Fuchs, na Marxovom tragu, tumači sintetizirajući bitne postavke integralnog njegovog djela, da bi se osposobio za njihovu konkretnu aktualiziranu primjenu, počevši od elementarnog razumijevanja procesa rada i radne snage, do cjelokupne društvene reprodukcije.

Kapital odnos pretpostavlja potpunu odvojenost radnika od vlasništva nad uvjetima i ostvarenjima njihova rada. Proces koji stvara kapital odnos ne može biti ništa drugo nego proces toga odvajanja, dvostruka transformacija u kojoj se društvena sredstva za život i proizvodnju preobraćaju u kapital, a neposredni proizvođači u najamne radnike. Fuchs upozorava, Marx je predviđao uspon informacijske ekonomije, ali nije tvrdio da će ona nužno kapitalizam dovesti do kraja. Ta ekonomija pretpostavlja dokinuće industrijske ekonomije na razini proizvodnih snaga, ali su odnosi proizvodnje suvremenog društva kapitalistički, bez obzira što su proizvodne snage istovremeno informacionalne, industrijske i agrikulturalne. Informacionalne proizvodne snage nisu dakle novi način proizvodnje, nego prije dokinuće načina organizacije proizvodnih snaga. Utoliko sadrže potencijal socijalizacije rada, proturječe klasnim odnosima i u sebi nose klice oblika post-kapitalističkog načina proizvodnje.

Lanac vrijednosti informacijsko-komunikacijske tehnologije zasniva se na međunarodnoj podjeli rada u kojoj Afrika ima ulogu važnog i relativno jeftinog

izvora rijetkih minerala (jeftinog zbog besramno eksploatiranog rada) koji se dalje obrađuju u ne-afričkim zemljama, poglavito Kini. U globalnom ICT lancu vrijednosti, Afrika je ekonomska kolonija robovskog rada Afrikanaca, koja pokazuje oblik suvremene prvobitne akumulacije koji kapitalizam kontinuirano koristi po načelu minimalni troškovi za maksimalnu korist. Talionička obrada, rafiniranje i obogaćivanje tih devet minerala (Fuchs ih poimence navodi) odvijaju se u azijskim zemljama koje snabdjevaju tržišta elektronike. Porast upotrebe mobilnih telefona, kompjutera i konzola za video igre od 1990. potaknuo je potražnju za tim mineralima. Njihovi jeftini izvori omogućavali su žetvu visokih profita, pa je nadzor nad rudnicima bio i u pozadini etničkih ratova. A oruđe kojim se ti minerali kopaju nisu strojevi, nego gole ruke ili neki primitivni priručni alat.

Kompleksni globalni lanac vrijednosti uključuje mnoge ugnježdene društvene odnose koji se ne vide na površini. Potrošači znaju etikete na svojim mobitelima, ali te mrtve stvari ne govore im ništa o odnosima živog rada koji ih je stvorio.

4. Foxconn, Indija, Silicijska dolina

Kineska ekonomija mahom je zasnovana na izravnim stranim ulaganjima, na zavisnosti o izvozu i na tržišnom fundamentalizmu. Na toj je politici strukturirana i kineska ICT industrija s dominantno stranim kapitalom, tako da služi kao silazni industrijski klaster u globaliziranom lancu proizvodnje. Godine 2011. proizvela je 320 milijuna mikrokompjutera i više od milijardu mobitela. Terry Gou osnivač je i predsjednik tajvanske kompanije Foxconn, petog po redu najvećeg korporacijskog poslodavca u svijetu, čiji broj zaposlenih radnika u Kini doseže milijardu. Fuchs navodi imena 17 Foxconnovih radnika mlađih od 25 godina koji su počinili samoubojstvo. Foxconnovi radnici u Goulanu radili su 2008. u prosjeku 120 sati preko radnog vremena mjesečno, njegovi inženjeri u Shenzenu radili su šest mjeseci bez prekida nedjeljom. Prema službenim statistikama, 2011. bilo je u Kini 252.78 milijuna radnika migranata, mahom sa sela gdje se odvija proces koji je Marx opisao kao proces prvobitne akumulacije. Milijuni seljaka ostali su bez zemlje koju je prisvojila vlada i natjerala ih u gradove. Potican izravnim stranim ulaganjima, izgledan način ICT razvoja stvorio je novi radničkoklasni sloj regionalno povezan, polukvalificiran, niskih nadnica, neredovito zaposlen i pretežno ženske radne snage.

Indijska je ekonomija posve neravnomjerno strukturirana, servisna u pogledu kapitala, i agrikulturna s obzirom na rad. Njen su najveći problem radni siromasi koji čine više od 20% svih zaposlenih. Samo oko 8% radnika ima socijalno osiguranje. Iako je indijska softverska industrija zabilježila ogroman rast i ima najveći

udio u izvozu usluga, 2012. godine to je iznosilo svega 0.6% ukupne indijske radne snage, premda je softverski sektor činio 7,5% indijskog GDP.

Rast indijske softverske industrije zasniva se na modelu izvozne usmjerenosti i privlačenja stranih ulaganja. Taj razvoj indijskog kapitalizma obilježen je velikim razlikama među regijama, gradovima i grupacijam, razvojem jednih na račun drugih, s visokom nepismenošću, kratkim životnim vijekom, i krajnjim siromaštvom. Otuda i velike razlike u kvalifikacijskoj strukturi radne snage.

Indijski softverski inženjeri mahom su fakultetski obrazovani i često odveć kvalificirani za zadatke koje obavljaju, i to najčešće za eksportno tržište. Pri tome se koriste dvije strategije organiziranja rada - "body shopping and virtual migration". Prva privremenim vizama omogućuje izvoz radnika tamo gdje ih kapital treba, druga dopušta kapitalu da ih koristi na tlu Indije, na način koji osigurava njihovu visoku eksploatiranost, individualizaciju, disperziju, izolaciju, prekarnost i sindikalnu nezštićenost. To su krajnje rasistički oblici proizvodnje znanja, ističe Fuchs, kojima se fleksibilizira prostor da bi se povećala eksploatacija. Indijska softverska industrija stvara mnogo vrijednosti, ali ima vrlo ograničen udio u zapošljavanju. Najveći dio te vrijednosti, 75%, odlazi u strane zemlje gdje investitori imaju svoje baze.

Silicijska dolina glavno je geografsko središte u svjetskoj ICT industriji, u njoj je lociran veliki dio kapitala usmjeren na tu industriju. Godine 2012. iz te je doline 21 kompanija spadala među najveće na svijetu, a u proizvodnji hardvera one su ubrale 84.9% profita. To je središte bilo na glasu kao dolina snova za neke, a za neke je bilo pravi pakao. Fuchs navodi nevjerovatne podatke: od 1991. do 2000. godine prosječne naknade 100 glavnih menadžera u najvećim kompanijama povećane su 2000% u realnim iznosima, dok je godišnji dohodak proizvodnih radnika u elektroničkoj industriji pao za 7 postotaka.

Bogatstvo te industrije i onih koji se njome tako okorištavaju izravno je povezano "s hipereksploatacijom osoba bez i sa dokumentima od strane poslodavaca" i s otrovnim radnim mjestima, strukturiranim rodno i raso. Žene imigrantice zapošljavaju se mahom na vrlo slabo plaćenim poslovima, izložene toksičnim substancama u ICT tvornicama Silicijske doline. Mnogi su radnici plaćeni po komadu, što vrši stalni pritisak na montažere, jer oni nemaju fiksiranu satnicu, a ako dovoljno brzo ne rade i ne slože dovoljno komponenata, ne mogu zaraditi ni za preživljavanje.

Inženjeri softvera kod Googlea pak imaju predugo radno vrijeme pa se suočavaju s problemom pretapanja radnog vremena s onim obitelji, prijatelja i društvenim životom izvan posla. Oni su istodobno prekarni radnici koji imaju prekarano radno vrijeme i aristokratski radnici jer zarađuju nadnicu viška. Menadžerska strategija kod Googlea koristi meke i socijalne oblike prisile: nema formalnog ugovornog zahtjeva da rade prekovremeno, nego su na to navođeni neformalnim društvenim obvezama prema kolegama, firmi, projektu i identifikaciji s njima. Tako

im zapravo vrijeme života postaje radno vrijeme i vrijeme potrošeno na stvaranje vrijednosti za Google. Taj način povećanja proizvodnje viška vrijednosti zapravo je proizvodnja apsolutnog viška vrijednosti (produženjem radnog dana).

Suvremeni kapitalizam, pokretni i društveni mediji podržavaju tu svojevrsnu konvergenciju rada, pretapanje granica između života, rada i igre. Konvergencija radnog znanja međudjeluje s konvergencijom tehnologije i industrije. A to ne rješava bitnu proturječnost između proizvodnih snaga i odnosa proizvodnje, kao ni onu između kapitalističkih odnosa i snaga društvene reprodukcije.

U Silicijskoj dolini evidentno je i to da se ekološki antagonizam i društveni antagonizam kapitalizma spajaju. Ta je onda doista dolina snova za klasu onih koji ubiru visoke profite u ICT industriji i to upravo zato što je to dolina smrti za tvorničke ICT radnike i dolina stresa za radničku aristokraciju u inženjerstvu softvera.

5. Digitalni rad na društvenim medijima

Posebno je inovativna Fuchsova primjena Marxove teorije na području on line medija koju je razvio na primjeru Facebooka polazeći od saznanja da model kapitalističke akumulacije ne može funkcionirati a da se on line aktivnosti korisnika ne komodificiraju. Pri tome se oslonio na spomenuto diskretno semantičko razlikovanje između rada (work) i rada kao radne snage (labour).

Konvencionalna komunikacijska teorija vidi materijalno i idealno kao dvije odvojene oblasti društva, rad i međudjelovanje vide se kao otuđeni i međusobno neovisni. Ali, i sam jezik rezultat je ljudskih aktivnosti mnogih generacija. Riječi nisu zatečeni prirodni objekti nego su ih proizveli ljudi zajednički u svojim kulturama. Ljudski proizvedena, informacija je proizvod ljudskog rada koji ima fizičku i društvenu dimenziju. Mišljenje i govorenje što proizvode informaciju i simbole čine fizički aspekt, a ljudski odnosi društvenu dimenziju komunikacija.

Pobliže, informacija se može shvatiti kao trostruki proces kognicije, komunikacije i kooperacije, a svaki je od njih proces rada (work) i svaki ima svoju subjekt-objekt dijalektiku. Kognicija je rad ljudskog mozga, komunikacija je rad ljudskih skupina, kooperacija suradnički rad ljudskih skupina. Informacija je dakle radni proces, u kojem kognitivni rad stvara ideje, komunikativni rad stvara značenja a kooperativni rad sustvara informacijske proizvode koji imaju međusobni i sustvoreni smisao.

Taj uvid dopušta, nasuprot Habermasovom pristupu, nedualističko rješenje za pitanje kako su rad i informacija/interakcija povezane. Izbjegava razdvajanje između prirode/kulture, rada/interakcije, baze/nagradnje, već tvrdi da informacija ima svoju vlastitu ekonomiju - to je rad koji stvara specifične upotrebne vrijedno-

sti. One su individualnog karaktera samo na razini kognicije, dok su na razini komunikacije i kooperacije izravno društvenog karaktera. Tumačiti kreativni proces informacije kao rad nije filozofski idealizam jer idealizam vidi duh kao nezavisno postojeći entitet koji nije povezan s ljudskim radom, ističe Fuchs.

Jesu li ljudska kognicija, komunikacija i kooperacija odista rad? Fuchs odbija Habermasovo razlikovanje između svrhovitog (instrumentalnog, strategijskog) djelovanja usmjerenog cilju i komunikacijskog djelovanja koje je usmjereno postizanju razumijevanja. Rad je za Habermasa uvijek instrumentalan, strategijski i svrhovit oblik djelovanja. On slabo razumije Marxa ako ne vidi da je ovaj uvijek pridavao važnost i antropološkoj i povijesnoj strani ljudskog djelovanja, kao rodnog bića i kao osjetilnog bića.

Za Fuchsa odista nema smisla razdvajati informaciju i rad kao dvije oblasti ljudskog postojanja. Ali on uvažava i razvija pojmovnu razliku između rada (work) i rada (labour) podcrtavajući s pravom da se status rada kao radne snage (labour) zasniva na četverostrukom otuđenju ljudskog bića: otuđenju od samoga sebe, otuđenju od sredstava i od predmeta svoga rada, i od proizvoda koje je stvorio. To četverostruko otuđenje konstituira otuđenost cjelokupnog proizvodnog procesa, zahvaljujući postojanju klasnih odnosa i rezultira eksploatacijom. Te izrazito marxovske teorijske postavke Fuchs sada kritički primjenjuje u analizi digitalnih medija na primjeru Facebooka.

Prisila koju Facebook vrši na korisnike nije takva da bi oni zbog toga mogli fizički umrijeti, kao u slučaju radnika koji ne pronalazi plaćeni posao i nema nikakvog probitka. To je prije društveni oblik prisile koji korisniku prijete izolacijom i socijalnim gubitkom. Korisnici Facebooka nisu plaćeni za svoj rad (labour), oni su neplaćeni radnici (workers). Po Marxu, eksploatacija ne pretpostavlja nužno nadnicu, robovi i kućni radnici primjer su neplaćenih radnika kakvi su postojali u predkapitalističkim načinima proizvodnje, koji su transformirani ali ne i ukinuti u kapitalizmu. Oni su dio kolektivnog radnika koji stvara vrijednost i u tom ih procesu kapital eksploatira.

Postoji klasni odnos između “stock-ownersa” i korisnika “non-ownersa” u srcu Facebooka, prvi su Facebookovi ekonomski siromasi koji ne nadziru vlasništvo a stvaraju bogatstvo koje kontroliraju i posjeduju stockholderi. Oni prvi su i politički siromasi, nemaju moć odlučivanja da bi utjecali na pravila i sadržajno oblikovanje Facebooka. Objekt rada na Facebooku je ljudsko iskustvo. Potpisujući se na Facebook, korisnik se slaže s politikom privatnosti i drugim uvjetima korištenja, i da sva njegova/njena podijeljena iskustva Facebook može koristiti za ekonomske svrhe. Facebook ima pravo da sve podatke koji predstavljaju ta iskustva, uskladištena na njegovoj platformi, koristi za akumulaciju kapitala. Korisnici gube svaki nadzor nad tim kako je i za što je njihova aktivnost na društvenim medijima ekonomski upotrebljena.

Podatke osobnog profila, podatke o navikama ponašanja na Facebooku i drugim platformama, podatke sa društvenih mreža i podatke o sadržajima (slike, video zapisi, poruke, dopisivanje) Facebook pretvara u robu. To doslovno znači da su upotrebne vrijednosti koje su korisnici stvorili roba koju Facebook prodaje na tržištu.

Korištenje Facebooka je rad (“concrete labour”) i rad (“abstract labour”) istodobno: on stvara upotrebne vrijednosti i ekonomsku vrijednost. Korištenje Facebooka je spoj rada (work) i procesa valorizacije. Ljudska subjektivnost i ljudska društvenost iskorištavaju se za akumulaciju kapitala.

Svo on line vrijeme korisnika je produktivno radno vrijeme: permanentno je pod monitoringom, uskladištavano i pakirano sa sličnim podacima o korisnicima u podatkovnu robu koja se nudi klijentima oglašivačima. Stvaranje te podatkovne robe zasniva se ne samo na ukupnom vremenu što ga uključeni korisnici provedu na Facebooku, nego i na radnom vremenu onih što su zaposleni u Facebookovom odjelu oglašivanja.

Ta roba-podatak pakira se u takvom obliku da predstavlja specifične skupine korisnika s nekim demografskim karakteristikama i interesima. Klijenti oglašivača nabavljajući tu robu dobivaju kao upotrebnu vrijednost mogućnost da ciljane promidžbene poruke prezentiraju određenim skupinama. U prodajnom procesu, Facebook razmjenjuje upotrebnu vrijednost za novac, a oglašivački klijenti dobijaju upotrebnu vrijednost za plaćeni novac.

Korisnici Facebooka stvaraju dvije različite upotrebne vrijednosti istim digitalnim radom (work): komunikaciju i javnu vidljivost kao njihovu vlastitu potrebu i kao mogućnost da se i sami suoče sa ciljanim oglasom. Posebnost je toga proizvoda da služi društvenim potrebama korisnika i komercijalnim potrebama oglašivača.

6. Kolektivni radnik koji proizvodi robu

Društveni odnosi koji formiraju robu nisu vidljivi u samoj robi kako se ona predstavlja potrošaču. U svijetu digitalnog rada na društvenim medijima, fetiški karakter robe zadobiva obrnuti oblik. Robni karakter Facebookovih podataka skriven je iza društvene upotrebne vrijednosti Facebooka. Objektni status korisnika - to da oni služe profitnim interesima Facebooka - skriven je iza društvenog umrežavanja što ga Facebook omogućuje.

Rad na Facebooku stvara robu i profit. To je dakle produktivni rad (work), neplaćeni rad (unpaid work), kao i druge iregularne snage rada (work), kućnih radnika i robova koji su također neplaćeni. Sto posto njihova radnog vremena je višak

radnog vremena, koji omogućuje kapitalistu da izvlači ekstra višak vrijednosti i ekstra profite.

Toni Negri je uveo termin “društveni radnik” (social worker) tvrdeći da se proletarijat širi i da “nova radna klasa” sada zahvaća cjelokupni raspon proizvodnje i reprodukcije. Prednost je toga pojma, koji je reformulacija Marxova pojma kolektivni radnik u kontekstu informacionalnog i post-fordovskog kapitalizma, upravo u tome što omogućuje da se neregularni i neplaćeni radnici smatraju produktivnim radnicima.

Negri, međutim, ide i dalje pa kaže da kao posljedica te tendencije “radno vrijeme”, s punom socijalizacijom proizvodnog stroja postaje irelevantno, što drugim riječima znači da zakon vrijednosti prestaje postojati. Negri stoga smatra da je komunizam blizu. Socijalizacija rada raste zbog porasta produktivnosti. Visoka produktivnost jest preduvjet komunizma, ali ona sama nije komunizam niti automatski vodi komunizmu. Postoje komunistički potencijali unutar kapitalizma, ali se komunizam može uspostaviti samo borbom, komentira Fuchs. No, kaže, logička posljedica pojma društvenog ili kolektivnog radnika jest da je netko eksploatiran i produktivan, ako je dio kolektivnog radnika koji proizvodi robu.

Digitalni rad na Facebooku i drugim korporacijskim digitalnim medijima omogućen je i povezan cjelokupnim lancem vrijednosti i globalnom sferom eksploatacije koja konstituira ICT industriju. Stvarnost je informacijsko-komunikacijskih tehnologija danas omogućena postojanjem obilja eksploatiranog rada: robovskog rada obojenih ljudi Afrike koji iskapaju minerale, od kojih se proizvodi hardver, visoko eksploatiranog rada industrijskih radnika Kine i drugih zemalja koji sklapaju hardverske alate, rada slabo plaćenih softverskih inženjera i radnika znanja zemalja u razvoju, aktivnosti radničke aristokracije visoko plaćenih i pod visokim pritiskom inženjera u zapadnjačkim softverskim kompanijama, rada prekarnih servisnih radnika u industriji znanja koji procesuiraju podatke i digitalnog rada neplaćenih korisnika. Svi ti oblici neplaćenog rada zavise jedan od drugog i potrebni su u stvaranju profita u ICT industriji. Radnici znanja su povezani okolnošću da ih sve eksploatira kapital. Oni tvore kombiniranu radnu snagu, društveni ICT i radnici znanja čine proletarijat znanja. Ostaje dakle pitanje hoće li se svjetski društveni proletarijat znanja politički organizirati i postati klasa-za-sebe koja se bori protiv kapitalizma.

Dvostruki karakter rada i robe često se previđa, ako se tvrdi da su društveni mediji novi oblici kreativnosti, društvenosti i sudjelovanja, ili, pak, da su to novi oblici eksploatacije. Prva se tvrdnja usredotočuje na oblik upotrebne vrijednosti, a druga na oblik razmjenske vrijednosti društvenih medija. Ali robe imaju oba oblika i kristalizacije su konkretnog rada (work) i abstraktnog rada (labour). Upotrebna vrijednost društvenih medija podčinjena je razmjenskoj vrijednosti, ali istodobno predstavlja socijalizaciju rada koja ukazuje na to i ima potencijal da krene preko robnog oblika. To je klica moguće ekonomije upotrebničkih vrijednosti.