

Pitanje kako radnik ili radnica plaća troškove izdržavanja je iznenađujuće odsutno u većinu rasprava o „slobodnom“ digitalnom radu. Možda zbog toga što većina autora koji su doprineli ovim raspravama najčešće ima siguran akademski posao, oni ne pitaju kako svi ti posvećeni radnici i radnice koji izgrađuju internet svojim „slobodnim“ radom u stvari privlače kapitali za život. Niti je među onima koji se zalažu za *creative commons* na internetu, kojem bi navodno autori trebalo da doniraju svoj rad besplatno, ikada razjašnjeno kako da ti autori plaćaju kiriju i prehrane svoje porodice.

Ipak, radna teorija vrednosti, oštriv kriterijum, može biti operativna bez ove informacije. Da bismo znali kako i koliko viška vrednosti nastaje, iz bilo koje jedinice rada, moramo znati troškove reprodukcije radnika i koliko njegovog ili njenog radnog vremena čini „potrebno radno vreme“ za održavanje života. Samo tako možemo videti šta je ostatak koji se privlače kao višak vrednosti i početi da formuliramo zahteve za njegovu redistribuciju. Ovo se naravno ne može mehanički izračunati. Sasvim je moguće da radnici ili radnice budu sa oskudnim priplatom koji je skoro troškova izdržavanja. Zašto bi poslodavca bilo briga a ni ce oni umreti, jer on zna da ih ima još više tamo odakle dolaze? Isto tako, moguće je za dobro organizovane grupe radnika i radnica sa oskudnim veštinama da traže mnogo više nego što im sleduje i traže od kapitala veću nadnicu od one koja je jedva dovoljna za golo preživljavanje – čak i takvu koja im omogućava da upošljavaju druge radnike kao poslugu. I pored toga, kapitalizam kao sistem, u Marksovom smislu, zahteva radničku klasu koja je prinudena da prodaje svoj rad, jednako kao što zahteva kapitalisti koji su u mogućnosti da upose taj rad u proizvodnji robe čija ukupna vrednost na tržištu premašuje ukupne nadnice potrebne za proizvodnju radne snage. Direktno iskustvo prinude na borbu sa poslodavcem za vlasništvo nad svojim radnim vremenom je ono što proizvodi otuđenje koje može dovesti do klasne svesti. Pitanje „potrebnog radnog vremena“ se stoga ne može izbeći.

Ali čak i kod Marksa je ovo problematičan pojam. Jedan od razloga je i taj što iako radnici i radnice normalno ulaze na tržište rada kao odvojene individue, njihovo izdržavanje se odvija u domaćinstvima u kojima može boraviti više ljudi.¹ Zbog toga što se ova domaćinstva razlikuju po veličini, sastavu i broju članova koji su angažovani u plaćenim poslovima, ista nadnica će se možda morati rastegnuti tako da pokrije izdržavanje različitog broja ljudi. Marks i Engels raspravljaju o „prirodnoj“ (sic!) podeli rada u porodici, koju su smatrali oblikom „latentnog ropstva“, koja se čak može posmatrati i kao izvor vlasništva.² Iz ove premise, da su žena i deca vlasništvo muške glave u domaćinstvu, je bilo moguće da zaključe o slučaju kada žene i deca postaju radna snaga: „... ranije je prodaja i kupovina radne snage bila odnos između slobodnih ljudi; sada se kupuju maloletnici i deca; radnik sada prodaje ženu i dete – on postaje trgovac robova“.³

Ursula Hjus

**TEMELJI KLAŠE U
DIGITALNOM DOBU**

Život, rad i vrednost

Impresum**TEMELJI KLAZE U DIGITALNOM DOBU****Život, rad i vrednost**

Ursula Hjus

Izdavač

Centar za politike emancipacije

www.pe.org.rs

Uredništvo

Darko Vesić

Miloš Baković Jadžić

Tanja Vukša

Vladimir Simović

Prevod

Maja Solar

Prelom i dizajn

mkart

Štampa

Pekograf, Beograd, 2015.

Tiraž

400

Ova publikacija je objavljena uz podršku
Rosa Luxemburg Stiftung – Southeast Europe.
www.rosalux.rs

Ova publikacija je besplatna i njena prodaja nije dozvoljena.

Kako je marksizam čas u modi, čas demode, teško da postoji marksistički koncept koji, u svetlu ekonomskih i političkih promena koje su se dogodile prošlih vek i po, u nekom trenutku nije bio doveden u pitanje kao anahron. Trenutna obnova interesovanja za Marksove (Karl Marx) ideje nije izuzetak. Zaista, nije lako primeniti teorijske koncepte razvijene sredinom 19. veka na svet u kojem se kapitalizam probio u svaki region i prožima svaki aspekt života, u kojem je tempo tehnoloških promena toliko brz da procesi rada zastarevaju u roku od nekoliko meseci, svet u kojem je podela rada toliko zamršena da nijedan radnik nema nikakvu šansu da je obuhvati u svojoj složenosti. Podela između manuelnog i ne-manuelnog rada se izgubila i ponovo konstituisala, granice između proizvodnje, distribucije i potrošnje su nestale, i, premda se plaćeni rad pretvara u neplaćeni rad, stvaraju se nova radna mesta i nove ekonomske aktivnosti u onim oblastima života koja su tradicionalno bila van dosega tržišta. U *suck and blow*¹ igri komodifikacije apstraktno postaje konkretno a konkretno postaje apstraktno, dovodeći u sumnju konceptualne kategorije koje su nekada bile jasne. Čini se da su nam potrebne nove definicije osnovnih Marksovih pojmova, poput „klase“, „robe“ i „rada“.

Jedna aktuelna ideja koja je privukla znatnu pažnju, posebno među mladima, jeste ideja da je pojam radničke

1 U igri *suck & blow* igrači lančano predaju kartu jedni drugima koristeći samo usne i držeći kartu tako što usisavaju vazduh. U slengu *suck & blow* znači jednu stvar koja ima suprotna značenja (prim. prev.)

klase – određen direktnom vezom sa proizvodnjom – zastareo. Kako su svi aspekti života, glasi argument, na neki način uvučeni u kapitalističke novčane veze, svi oni koji zapravo nisu deo kapitalističke klase moraju se smatrati nezidiferenciranim „mnoštvom“. U formulaciji Majkl Harta (Michael Hardt) i Antonija Negrija (Antonio Negri) mnoštvo zauzima mesto radničke klase, a prema Gaj Stendingu (Guy Standing) „prekarijat“ je nova klasa po sebi i za sebe, pored tradicionalnog proletarijata.² Stending ne pokušava precizno da locira prekarijat u vezi sa kapitalističkim proizvodnim procesima. Međutim, mnogi sledbenici Harta i Negrija se angažuju u razrađenim poduhvatima da to učine sa pojmom mnoštva. Dva pitanja ih naročito zbunjuju: Kakvu vrstu robe proizvode članovi mnoštva?³ I kako se vrednost proizvedena ovim radom akumulira u kapital?⁴ U ovim debatama je posebna pažnja posvećena vrednosti koja se stvara onlajn putem „virtuelnog“ ili „digitalnog“ rada. U oblasti *internet studija* su se nedavno vodile enerγιčne rasprave o digitalnom radu i o tome kako bi ga trebalo konceptualizovati.⁴ Obratila se pažnja na sve veće zamu-

2 Hardt, M. & A. Negri, (2004) *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*, New York: Penguin; Standing G. (2011) *Precariat: The New Dangerous Class*, London and New York: Bloomsbury.

3 Hardt & Negri, *Multitude*; Terranova T. (2000), „Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy“, *Social Text* 18/2, str. 33–58.

4 Videti na primer, Andrejevic M. (2009) „Exploiting YouTube: Contradictions of User-Generated Labor“, u: *The YouTube Reader*, ur. Snickers P. & P. Vonderau, Stockholm: National Library of Sweden; Arvidsson A. & E. Colleoni (2012) „Value in Informational Capitalism and on the Internet“, *The Information Society* 28/3, str. 135–50; Banks J. & S. Humphreys (2008) „The Labor of User Co-Creators“, *Convergence* 14/4, str. 401–18; Fuchs C. (2010) „Labor in Informational Capitalism and on the Internet“, *The Information Society* 26/3, str. 179–96; Fuchs C. (2012) „With or Without Marx? With or Without Capitalism? A Rejoinder to

ćivanje granice između „rada“ i „igre“, izraženo terminom *playbour*,⁵ kao i između produkcije i potrošnje – *prosumption*⁶ i *cocreation*,⁷ diskutovalo se o problematičnoj kategoriji „*free labour*“⁸ i o pitanju da li se za takav rad – plaćen ili neplaćen – može reći da stvara višak vrednosti, te da li je „eksploatisan“ ili „otuden“. Neki od ovih autora, osim Endrju Rosa (Andrew Ross), su povukli paralele sa drugim oblicima rada koji se obavljaju oflajn. Ipak, najviše postavljanih pitanja se odnosilo na rad u kapitalizmu. Ove debate stoga pružaju korisno polazište za istraživanje radne teorije vrednosti i toga *kako* – a neki bi rekli i *da li* – bi se ona mogla primeniti u uslovima 21. veka.

-
- Adam Arvidsson and Eleanor Colleoni“, *Triple C* 10/2, str. 633–45; Hesmondhalgh D. (2011) „User Generated Content, Free Labor and the Cultural Industries“, *Ephemera* 10/3–4, str. 267–84; Ross A. (2012) „On the Digital Labor Question“, u *The Internet as Playground and Factory*, ur. T. Scholz, New York: Routledge; i Terranova, Tiziana, „Free Labor“, u: Scholz, *Internet as Playground and Factory*.
- 5 Kücklich J. (2005) „Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry“, *The Fibreculture Journal* 5. [*Playbour* je pojam nastao od reči *play* (igra) i *labour* (rad), prim. prev.]
- 6 Ovaj izraz je skovao Alvin Toffler 1980. u svojoj knjizi *The Third Wave*, Bantam Books. Preuzeli su ga i brojni drugi pisci koji rade unutar marksističkog okvira, uključujući Christian Fuchsa i Ed Comera. [*Prosumption* je pojam nastao od reči *production* (proizvodnja) i *consumption* (potrošnja), prim. prev.]
- 7 John Banks i Sal Humphreys, „The Labor of User Co-Creators“, koriste pojam koji dolazi od C. K. Prahalada i V. Ramaswamy, „Co-Opting Customer Competence“, *Harvard Business Review*, January–February 2000. [*Co-creation* je pojam koji upućuje na zajedničko stvaranje potrošača i kompanija, prim. prev.]
- 8 Termin je skovala Tiziana Terranova u svom čuvenom članku „Free Labor“. [Kako engleski izvor pojma *free labour* prenosi ambivalentnost smisla – reč je o radu koji je istovremeno slobodan, dobrovoljan, koji se vrši iz zadovoljstva, ali i o radu koji je eksploatisan, o neplaćenom radu. Dakle, ovaj rad je slobodan, u smislu dobrovoljnosti, ali slobodan ili oslobođen od plaćanja. U daljem prevodu teksta stavljam pod navodnike samo pojam *slobodan*, da bih sačuvala ambivalentnost značenja; prim. prev.]

Ovde tvrdim da je još uvek moguće primeniti Marksovu teoriju na sadašnje uslove – ne bi li se odredilo šta jeste ili šta nije roba, ne bi li se identifikovalo mesto proizvodnje robe, bilo materijalne ili nematerijalne, i ne bi li se definisala globalna radnička klasa u vezi sa procesima proizvodnje. Da bi se to postiglo neophodno je ponovo istražiti radnu teoriju vrednosti u svim njenim dimenzijama. Posebno obraćam pažnju na „digitalni“ ili „virtuelni“ rad, ne samo zato što je on trenutno u žarištu rasprava, već zato što je onlajn rad posebno teško konceptualizovati. Zbog toga je on plodno mesto za testiranje uopštenijih hipoteza. Ako teoriju bude bilo moguće primeniti ovde, onda je moguća i njena opštija primenljivost. Cilj je da se omogući mapiranje radničke klase u celokupnoj ekonomiji primenom šire teorije (kao što je to Marks činio). Ovo je, prema mom mišljenju, važan zadatak. Bez jasnog razumevanja zašto su radnice i radnici direktno uključeni u antagonistički odnos sa kapitalom, koji karakteriše robnu proizvodnju, kao i bez jasnog identifikovanja gde se nalazi taj položaj proizvodnje – nemoguće je prepoznati strategije koje bi omogućile radu da se suprotstavi kapitalu, radi ostvarivanja moguće budućnosti oblikovane prema sopstvenim interesima.

RAD I KAPITALIZAM

Radna teorija vrednosti predstavlja čvor u jezgru Marksove konceptualizacije kapitalizma kao društvenog odnosa. Ona integralno povezuje tri stvari: potrebu radnika i radnica za izdržavanjem, njihov rad i višak vrednosti eksproprisan iz rezultata tog rada, bez čega se kapital ne bi

mogao akumulirati i kapitalizam perpetuirati. Eksproprijacija rada je čin nasilja koji se nalazi u srcu ovog odnosa. Radno vreme radnika i radnica, kada su oni zaposleni, je ona kost oko koje se otima. Stoga je razumevanje kako i pod kojim okolnostima se događa eksproprijacija ključno za razumevanje i kapitalizma kao sistema i toga zašto se za radnike i radnice može reći da pripadaju radničkoj klasi. Čvor se ne može olabaviti: svi konopci zajedno su od suštinskog značaja za održavanje sistema. Ipak, neophodno ga je istražiti, nit po nit, da bismo razumeli šta ga je sastavilo, šta ga zateže i šta omogućava novim nitima da se uvuku ili starim nitima da se još više zapletu.

U svom osnovnom obliku, argument je neobično jednostavan: radnik ili radnica, primorani da rade ne bi li opstali, rade određeni broj sati za kapitalistu, proizvođači određenu vrednost kao rezultat. Nešto od ove vrednosti je neophodno za troškove izdržavanja, a radno vreme za proizvodnju ove vrednosti, „potrebno radno vreme“, (uglavnom) je plaćeno. Ostatak, „višak vrednosti“, prisvaja kapitalista, kao profit i kao investiciju u nova sredstva proizvodnje. Međutim, ako pažljivo ispitamo svaki element ove jednostavne priče ispostavlja se da je ona upitna. Šta je tačno „rad“? I, još određenije, koji rad stvara višak vrednosti? Kako odrediti „izdržavanje“? Da li izdržavanje uključuje samo ono što je pojedinom radniku i pojedinoj radnici potrebno da bi preživeli ili uključuje i ono što im je potrebno radi izdržavanja celokupnog domaćinstva? Ako se izdržavanje ne može precizno odrediti, kako je onda moguće izračunati potrebno radno vreme? I da li zato što sva vrednost u kapitalizmu u krajnjoj liniji proizilazi iz rezultata ljudskog rada koji se dodaje sirovinama to znači i da je sva vrednost koju pojedni-

ni kapitalisti akumuliraju nužno višak vrednosti?

Aktuelne debate o „digitalnom radu“ olako prelaze preko prošlosti nekih pitanja, dok neka druga pitanja pojednostavljaju. Ovaj esej neće pokušavati da ponovo napiše celu Marksovu teoriju. Umesto toga, poći će od nekih pitanja koja su se pojavila u raspravama o digitalnom radu i odatle će ispitati faktore koje svaka moderna elaboracija Marksove teorije mora uzimati u obzir, elaboracija koja bi, po mom mišljenju, trebala biti suštinski preduslov za razumevanje novih klasnih formacija koje se pojavljuju u 21. veku u svojoj složenosti i dimenzijama protivrečnosti. Ovo ću pokušati da učinim odmotavajući tri niti – život (ili izdržavanje, *subsistence*), rad i vrednost – kako bih kategorizovala njihove posebne komponente. Ovo ću učiniti obrnutim redosledom, jer to odražava prioritet u aktualnim raspravama u ovom području – prvo se razmatra vrednost, potom rad i, konačno, izdržavanje. Ovi pojmovi se dobro upotrebljavaju i teško ih je ponovo upotrebiti a da se ne napravi veliki teret povezanih značenja, nameravanih i nenameravanih. Stoga je možda bolje započeti sa dve napomene.

Prva se odnosi na terminologiju. U razvijenim kapitalističkim društvima je izuzetno složena ne samo podela rada, već i raspodela bogatstva. Radničko izdržavanje se ne ostvaruje samo kao direktan rezultat najamnog rada, već i kao preraspodela kroz finansijski sistem (u obliku kredita, privatnog osiguranja, penzijskih planova itd.) i kroz državu (u monetarnom obliku putem poreza i sistema socijalne zaštite, u davanjima putem državnih usluga). U takvom kontekstu, direktna veza između rada i vrednosti može ostati prikrivena. Uobičajeno je da analitičari koji slede Marksa klasifikuju rad kao „produktivni“ i „neproduktivni“ (viška

vrednosti). Pristup koji sam usvojila u ovom eseju se oslanja na uvide feminizma i polazi od malo drugačije distinkcije. To je razlika između rada koji je produktivan za kapitalizam u celini, koji se može nazvati „reproduktivnim“, i rada koji je direktno produktivan za pojedine kapitaliste, koji sam, u nedostatku boljeg termina, nazvala „direktno produktivnim“. Sledeću razliku pravim između rada koji je plaćen i rada koji je neplaćen.

Tipologija rada koja se temelji na presecanju ove dve varijable (reproduktivni/produktivni i plaćeni/neplaćeni) je prikazana u *Tabeli 1*.

Iako njegova reprodukcija zavisi i od drugih oblika rada, suštinski oblik rada koji karakteriše kapitalizam jeste rad koji stvara vrednost za kapitalistička preduzeća i koji istovremeno proizvodi prihod potreban za radnikov ili radnicin opstanak. To je rad čije obavljanje u sebi sadrži suprotstavljanje između radnog vremena radnika i kapitaliste i u čijem se srcu nalaze ključevi eksproprijacije, iskustva koje je Marks opisao kao otuđenje (pojam koji je, na žalost, postao toliko kontaminiran drugim značenjima da se više ne može upotrebljavati sa onom preciznošću sa kojom ga je upotrebljavao Marks). To je, dakle, rad koji se nalazi u središtu procesa akumulacije. Radno mesto nije, naravno, jedino mesto gde se rad suprotstavlja kapitalu. Ali pošto se kapital ne može akumulirati bez pristanka radnika i radnica, to je mesto na kojem rad ima najveću moguću moć da izbori ustupke kapitala (bez prolivanja krvi).

Termin „najamni rad“ obuhvata rad koji bi Marks odredio kao produktivan i kao neproduktivan. On isključuje različite oblike rada (rad na akord, *freelance* rad itd.) koji su plaćeni u ne-najamnom obliku, koji direktno doprino-

se kako akumulaciji kapitala tako i izdržavanju radnika i radnica. Definisanje rada samo u terminima produktivnosti ili neproduktivnosti, u Marksovom smislu, ignoriše realnost (o čemu će biti reči kasnije) da postoji znatna količina neplaćenog rada koji direktno proizvodi vrednost za kapital, a ne doprinosi radnikovom izdržavanju. Isto tako, postoji plaćeni rad koji doprinosi izdržavanju, ali ne stvara vrednost direktno za kapital. Nakon što sam provela neko vreme u razmatranju niza alternativa – uključujući pojmove kao „sporni produktivni rad“, „otudeni produktivni rad“, „direktni produktivni rad“ i „produktivni najamni rad“ – za potrebe ovog eseja sam odlučila koristiti skraćeni termin kojim se razlikuje od ostalih oblika produktivnog i najamnog rada. Oslanjajući se na metaforu koju koristim za opisivanje radne teorije vrednosti, referišem na ovaj rad kao na rad „unutar čvora“. To je rad koji se nalazi u kvadrantu C u *Tabeli 1*.

Rad „unutar čvora“ u ovoj definiciji je rad koji radnik i radnica direktno obavljaju za kapitalističkog poslodavca, jer radnik i radnica zavise od ovog rada zbog izdržavanja, stoga se ovde nalazi neprijateljska linija fronta u borbi između kapitala i rada – u borbi za to koliko rada razmeniti za koliko novca. Ovo možda izgleda kao uža definicija. Zapravo, reč je o vrsti definicije koja je bila dosta kritikovana tokom 1960-ih i 1970-ih godina zbog toga što je isključivala velike grupe radnika i radnica koje su sebe često videle kao deo radničke klase, uključujući radništvo u javnom sektoru i neke uslužne radnike i radnice, čiji je odnos prema proizvodnji bio indirektan (radništvo koje se u dijagramu nalazi u kvadrantu A). Koristeći ovu definiciju, ne tvrdim da takvi radnici i radnice nisu neproduktivni. Naprotiv,

mnogi od poslova koje obavljaju su od suštinskog značaja za reprodukciju rada. Međutim, izloženost ovih radnika i radnica prinudnoj logici kapitalizma donekle može biti umanjena, bilo zbog toga što oni rade u uslovima starijih oblika zaposlenja (primera radi, kao kućna posluga, nezavisne zanatlije ili kao neki drugi sitni proizvođači robe), bilo zato što ih država zapošljava da bi obezbedila još uvek nekomodifikovane usluge.

	Plaćeni rad	Neplaćeni rad
Reproduktivan: <i>produktivan za društvo / kapitalizam uopšte</i>	A Javna administracija i rad javnih službi (uključujući NVO); individualno pružanje privatnih usluga	B Kućni rad: briga o deci, održavanje domaćinstva itd., uključujući netržišne kulturne aktivnosti
Direktno produktivan: <i>za individualna kapitalistička preduzeća</i>	C Proizvodnja robe, uključujući i distribuciju	D Potrošački rad – menja neplaćeni rad potrošača za plaćene usluge i radnike i radnice u distribuciji

Tabela 1 - Rad: šematska tipologija

Naravno, ovi oblici rada i dalje postoje, ali, u aktuelnom talasu komodifikacije oni nestaju i radnici i radnice koji su ih obavljali vrlo brzo bivaju uvučeni „unutar čvora“.⁹ Dru-

9 Hjus U. (2012) „Križa kao kapitalistička prilika: Nova akumulacija kroz komodifikaciju javnih usluga“, u: *U borbi za javno dobro*, Beograd: Centar za politike emancipacije, str. 25–59.

gim rečima, komodifikacija javnih službi je proizvela značajno pomeranje rada iz kvadranta A u kvadrant C.

To nije jedino pomeranje koje se događa.¹⁰ Sve veća komodifikacija potrošnje roba i usluga takođe uslovljava velike pomake iz kvadranta B u kvadrant D, preobražavajući vrstu neplaćenog rada iz direktne proizvodnje upotrebnih vrednosti za članove domaćinstva u kupovinu robe na tržištu, što uključuje direktnu vezu sa kapitalističkom proizvodnjom i distribucijom.

Što se tiče daljnjih pomaka, došlo je do smene rada iz kvadranta C u kvadrant D, jer su kompanije kapitalističke proizvodnje i distribucije smanjile troškove rada, uvećavajući eksploataciju svojih plaćenih radnika i radnica sve većom eksternalizacijom poslova na potrošače, koji ga pak obavljaju kao neplaćenu samouslužnu delatnost.

Paralelno, mere štednje takođe vode pomeranju aktivnosti iz kvadranta A u kvadrant B, što zauzvrat dodatno stvara pritisak na daljnji pomak iz kvadranta B u kvadrant C.

Prema tome, zato što rad „unutar čvora“ predstavlja podskupinu svih radova, ta podskupina se sve brže širi i postaje velika većina plaćenog rada.

Moja druga opaska se tiče opasnosti ekstrapolacije tipologije rada na tipologiju radnika i time na tipologiju klase. Iako je moja namera delimično bila da klasifikujem različite oblike rada u vezi sa akumulacijom kapitala i izdržavanjem radnika i radnica, ne nameravam da na taj način stvorim klasifikaciju radnika – što bi se olako mogli iščitati iz ove tipologije. Većina radnika i radnica se angažuje

10 Huws U. (2003) „Domestic Technology: Liberator or Enslaver?“, u: *The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World*, New York: Monthly Review Press, str. 35–41.

u nekoliko različitih vrsta rada, plaćenog ili neplaćenog, oba radeći istovremeno ili tokom života, zbog čega izlaze iz ovih jednostavnih kategorija. Što je još važnije, većina radnika i radnica živi u domaćinstvima u kojima članovi domaćinstva obavljaju različite vrste rada, dok neki od njih u bilo kojem trenutku mogu biti nezaposleni. Veliko je pitanje da li članovi domaćinstva sebe doživljavaju ili ne, ili ih drugi doživljavaju ili ne, kao pripadnike radničke klase. U zaključku ću, oslanjajući se na analizu, pokušati da skiciram neke od načina na koji je moguće mapirati radničku klasu u 21. veku. Istraživanje rada predstavlja samo prvi mali korak u istraživanju šireg procesa, i ono je nužno spekulativno.

„DIGITALNI RAD“ I MATERIJALNE EKONOMIJE

Pre nego što se upustimo u analizu, vredi napomenuti da se digitalni rad ne može smatrati izolovanim oblikom rada, hermetički odvojenim od ostatka ekonomije. Kao što sam ranije tvrdila, postojanje zasebne vidljive sfere ne-manuelnog rada nije dokaz postojanja novog, „baziranog na znanju“, „nematerijalnog“ i „bestežinskog“ područja ekonomskih aktivnosti.¹¹ Ono je samo izraz rastuće složenosti podele rada, koja se događa fragmentacijom aktivnosti na posebne poslove, i „mentalne“ i „manuelne“, koji su sve više raštrkani, geografski i ugovorno, na različite radnike i radnice koji jedva da su svesni postojanja drugih radnika

11 Huws U. (1999) „Material World: The Myth of the Weightless Economy“, *Socialist Register*, str. 29–56.

i radnica. Ovo je kontinuirani proces; svaki posao je dalje podvrgnut podeli između, s jedne strane, funkcija koje su kreativne i/ili one nad kojima postoji kontrola i, s druge strane, na one koje su više rutinske i repetitivne.

Iako je jasno da se događa ogromna ekspanzija ne-manuelnog rada, rutinskog, nekvalifikovanog i drugih, ovo i dalje ostaje manji deo celokupnog rada. Rastuća vidljivost nematerijalnog rada, zavisnog od informacijskih i komunikacijskih tehnologija, ponekad služi tome da prikrije realnost da „virtuelna“ aktivnost zavisi od vrlo materijalne osnove fizičke infrastrukture i proizvedenih roba, od kojih je većina proizvedena izvan vidokruga posmatrača iz razvijenih ekonomija – u rudnicima Afrike i latinske Amerike, u *sweatshop*-ovima¹² Kine i na drugim mestima u zemljama u razvoju. Bez energije struje, kablova, satelita, kompjutera, prekidača, mobilnih telefona i hiljadu drugih materijalnih proizvoda, bez vađenja sirovina od kojih je izgrađena ova roba, bez lansiranja satelita (koji provode signale) u svemir, bez izgradnje objekata u kojima se oni dizajniraju i sklapaju i odakle se distribuiraju – niko ne bi imao pristup internetu.

Iako je 20% od sto najvećih svetskih transnacionalnih kompanija uslužnog karaktera, ne treba nikad zaboraviti da onih 80% nisu.¹³ Prema UNCTAD, proizvodna preduzeća najbrže šire strane investicije.¹⁴ Fizička proizvodnja

12 Fabrike ili radionice, posebno karakteristične za tekstilnu industriju, u kojima manualni radnici i radnice rade u jako lošim uslovima za izuzetno niske nadnice izuzetno dugo radno vreme (prim. prev.)

13 UNCTAD, *World Investment Report*, Geneva, 2008.

14 Prema UNCTAD, 60% proizvodnih TNK (transnacionalnih korporacija) planira povećati svoje SDI (strane direktne investicije) za sledeću godinu, u poređenju sa 45% preduzeća iz primarnog sektora i 43% onih u uslugama. Videti: *World*

materijalnih roba je još uvek najpoželjniji kapitalistički metod za generisanje profita; ona i dalje raste, i čini se da će nastaviti da zapošljava najveći deo radne snage u svetu. Štaviše, postoji kontinuum između poslova koji uglavnom iziskuju fizičku snagu ili spretnost i onih koji zahtevaju mentalnu hitrost, angažman i koncentraciju. Malo je poslova koji ne zahtevaju od radnika i radnica znanje, prosuđivanje i inteligenciju za obavljanje zadatka, a još je manje onih koji ne uključuju neku fizičku aktivnost, čak i ako to podrazumeva samo govorenje, slušanje, gledanje ekrana ili kuckanje na tastaturi.

Velik i rastući deo radne snage je uključen u obavljanje „digitalnog rada“ čiji proizvodi su nematerijalni, velik deo je slabo plaćen i nekvalifikovan. Mnogi pripadnici ove radne snage potiču od ili su u zajednici sa radnicima i radnicama koji bi po bilo kojoj definiciji morali pripadati radničkoj klasi. Stoga je važno razumeti kakvu ulogu ima njihov rad u globalnom kapitalizmu, kakav je sastav ove radne snage i kakvu bi klasnu privrženost ovi radnici i radnice mogli izraziti.

VREDNOST

Moglo bi se pojednostavljeno reći da postoje tri glavna načina na koji preduzeća generišu profit u kapitalizmu, od kojih su prva dva postojala i u drugim sistemima. To su renta, trgovina i stvaranje viška vrednosti kroz robnu proizvodnju. Robna proizvodnja privlači najviše pažnje u marksističkim analizama, jer je paradigmatičan oblik

stvaranja vrednosti u kapitalizmu. Zato što se vrednost očito generiše iz određenih aktivnosti, roba se istražuje kao izvor. Zbog situacija u kojima nije lako identifikovati robu, ili onda kada robu ne proizvode plaćeni radnici i radnice u procesu izvlačenja viška vrednosti, ponekad se zaključuje da Marksova teorija vrednosti nije primenjiva – ili je zastarela ili ju je potrebno prilagoditi. Ipak, pre nego što se olako zaključi da su nam potrebne potpuno nove teorije da objasne nove aktivnosti koje se naizgled ne uklapaju u ranije modele, kao što su onlajn aktivnosti, vredi ih analizirati u vezi sa tradicionalnim oblicima stvaranja vrednosti i videti da li se uklapaju u te kategorije.

RENTA

Način na koji komercijalno posredovane onlajn aktivnosti nasumično zadiru u rad, slobodno vreme, potrošnju i lične odnose privlače pažnju u meri u kojoj su se kapitalistički odnosi proširili na sve aspekte života – kako bi Marks rekao „u savremenom svetu lični odnosi u potpunosti proizilaze iz odnosa proizvodnje i razmene“ – podstičući spekulacije u širokom rasponu o tome kako treba razumeti i teoretizovati monetizaciju onlajn promena.¹⁵ Polazište mnogih aktuelnih rasprava o vrednosti proizvedenoj na internetu jeste neosporna realnost da su onlajn kompanije poput *Google*-a i *Facebook*-a izuzetno profitabilne. Ako one stvaraju profit, tvrdi se, onda mora da je to zato što se proizvodi neka roba, što zauzvrat nameće pitanje o kakvoj

¹⁵ Karl Marx, *Grundrisse*, „Chapter on Money“, Part 2, dostupno na <http://www.marxists.org>.

tačno robi se radi i čiji rad je proizvodi. U slučaju *Google*-a i *Facebook*-a glavni izvor prihoda dolazi od reklamiranja, koje se može vizirati sa velikom preciznošću kao rezultat sve sofisticiranije analize podataka korisnika. Koncept „proizvodnje publike“ (*audience commodity*) koji je osmislio Dalas Smajt (Dallas Smythe)¹⁶ su preuzeli brojni komentatori, uključujući i Kristijana Fuksa (Christian Fuchs).¹⁷ Izvorno razvijen kao deo marksističkog pokušaja razumevanja ekonomije reklamiranja na radiju i televiziji, ovaj koncept prikazuje medijsku publiku kao robu koja se prodaje oglašivačima, ne bi li generisala prihode: „Zbog toga što je moć publike proizvedena, prodana, kupljena i konzumirana, ona određuje cenu i pojavljuje se kao roba“.¹⁸ Fuks ovu logiku primenjuje i na internet: „Produktivno vreme rada koje eksploatira kapital (...) uključuje (...) svo vreme koje korisnici provode na mreži“. On dalje tvrdi da „stopa eksploatacije teži beskonačnosti ako radnici i radnice nisu plaćeni. Oni su beskrajno eksploatisani“. Drugi učesnici i učesnice u debati o digitalnom radu ukazuju na to da su „reputacija“¹⁹ ili čak sâm život, koji stvara „bio-rad“ (*biolabour*),²⁰ postali roba.

16 Smythe D. W. (1977) „Communications: Blindspot of Western Marxism“, *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1/3, str. 1–27.

17 Fuchs, C. (2012) „Dallas Smythe Today—The Audience Commodity, the Digital Labor Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labor Theory of Value“, *Triple C* 10/2, str. 692–740.

18 Smythe, D. W. (1981) „On the Audience Commodity and Its Work“, u: *Media and Cultural Studies*, ur. M. G. Duncan & D. M. Kellner, Malden, MA: Blackwell, str. 233.

19 Hearn A. (2010) „Structuring Feeling: Web 2.0, Online Ranking and Rating, and the Digital ‘Reputation’ Economy“, *Ephemera* 10/3–4, str. 421–38.

20 Morini, C. & A. Fumagalli (2010) „Life Put to Work: Towards a Life Theory of Value“, *Ephemera* 10/3–4, str. 234–52.

Smajtov koncept je nesumnjivo otvorio korisne uvide u prirodu masovnih medija, ali je istovremeno doveo i do velike zbrke. Izgleda da je temeljna pretpostavka Smajtovih sledbenika da se termin roba upotrebljava radi označavanja bilo čega što se može kupiti i prodati. Ovde je na delu određena cirkularna logika. Kako je Marks tvrdio da „roba nije ništa drugo nego zgrušani rad“ i „da dobra imaju vrednost samo zbog rada koji se u njima objektivira ili materijalizuje“, onda odatle mora slediti, po toj logici, da sve što je opisano kao roba mora biti rezultat produktivnog rada.²¹ Ali koliko je korisna toliko široka koncepcija termina?

Čini mi se da bi za razumevanje osobene robne forme u kapitalizmu trebalo koristiti ponešto drugačiju definiciju. Na drugom mestu sam definisala robu kao „standardizovane proizvode ili usluge za prodaju na tržištu, koji generišu profit koji se uvećava srazmerno proizvodnji“ (sve drugo ostaje isto).²² Ova definicija izdvaja kapitalističku robu kao temeljno različitu od one robe koja se proizvodi u drugim sistemima. Tradicionalni stolar koji izrađuje stolice i prodaje ih direktno zajednici ostvaruje manje-više istu dobit za svaku stolicu. Kapitalista koji otvara fabriku i zapošljava radnike za masovnu proizvodnju stolica mora uložiti u mašine, zgrade i slično, i on neće ostvariti profit od prve stolice. Što više stolica proizvodi, to ostvaruje veći profit, veći od bilo koje pojedinačne dobiti. Ovo stolicama koje su proizvedene u fabrici daje temeljno drugačiji lik od onih koje individualno proizvodi pojedinačni zanatlija – u odnosu na njihovu vrednost. Postoji ogroman broj usluga, uključujući i one neopipljive (kao što su polise osiguranja ili softver

21 Karl Marx, *Capital*, poglavlje 1, dostupno na <http://www.marxists.org>.

22 Huws, *Making of a Cybertariat*, str. 17.

programi), koje imaju istu narav kao roba. Ono što im daje tu narav su društveni odnosi u kojima su proizvedeni – prisilni rad najamnih radnika pod kontrolom kapitalista.²³ Takva definicija robe preokreće logiku Smajtovih sledbenika. Kao svoje polazište radije uzima prirodu kapital-rad odnosa, nego činjenicu da se nešto prodaje.

Ako karakteristike robe ne proizilaze iz prodaje, kako onda razumeti profit stvoren onlajn društvenim umrežavanjima ili kompanijama pretraživačima? Alternativno objašnjenje, ono koje ima svoje dugo poreklo u oflajn svetu, je da ovaj profit proizilazi iz rente. Jednostavan istorijski primer sličnog načina generisanja prihoda može biti ulična pijaca, gde je najam tezge-prostora skuplji u onim delovima gde prolazi najviše (bogatih) kupaca. Ovakvi primeri poslovanja u realnom, oflajn svetu se mogu pronaći na njujorškoj Petoj aveniji, londonskom *Oxford Street*-u ili u bilo kojoj drugoj ulici sa velikom i unosnom frekvencijom kupaca: što je prometnije mesto, to je veća renta. Gotovo čitav vek, nekretnine koje se nalaze uz prometne puteve su u mogućnosti da zarađuju novac iznajmljivanjem prostora za bilborde. Ne slede li onlajn kompanije isti model, doduše na mestima koja su virtuelna a ne asfaltirana i koristeći sofisticiranija sredstva identifikovanja unosnih mušterija za dobijanje podataka o njihovim željama? Vrednost koja se akumulira na društvenim mrežama i sajtovima pretraživačima na kraju zaista potiče iz viška vrednosti koju stvara rad. Ali to je rad radnika i radnica koji su proizveli robu koja se reklamira na ovim sajtovima, a ne rad ljudi

23 Ovu poentu je Marks u *Kapitalu* malo drugačije istakao u raspravi o razlici između produktivnog i neproduktivnog rada. Marx, *Capital*, poglavlje 4.

koji koriste te sajtove.²⁴

Neki učesnici debate o digitalnom radu, kao što su Adam Arvidson (Adam Arvidsson) i Elanor Koleoni (Eleanor Colleoni), osporavaju Fuksovu ideju da korisnici društvenih medija proizvode višak vrednosti.²⁵ I oni takođe tvrde da se generisana vrednost ispravnije može smatrati rentom. Međutim, oni koriste izraz „renta“ referišući na vrednost koju akumuliraju finansijski investitori u tim kompanijama. Ali ne kažu šta je to što ove kompanije razlikuje od onih kompanija koje se kotiraju na berzama i privlače finansijske investicije. U pokušaju određenja šta je to tačno što generiše vrednost koja privlači investitore, oni razvijaju objašnjenje „da društvene medijske platforme kao što je *Facebook* funkcionišu kao kanal preko kojeg se afektivna ulaganja mnoštva mogu prevesti u opredmećene forme apstraktnog afekta, koje podržavaju finansijske vrednosti“. Oni dalje tvrde da takve kompanije dobijaju svoj deo „društveno proizvedenog viška vrednosti“ kroz „sposobnost privlačenja afektivnih ulaganja ... mnoštva ili globalne javnosti“.²⁶ Ovaj pomalo spiralni model zaobilazi prozaičnije pitanje – ko koga plaća za šta ne bi li generisao povrat investicije deoničara. Po mom mišljenju, može se jednostavnije odgovoriti da su to oglašivači (proizvođači robe za prodaju) koji plaćaju društvene medije ili kompanije pretraživače,

24 Osim u nekim posebnim okolnostima, na primer kada su radnici plaćeni da idu na *Facebook* i lajkuju komercijalne sajtove, po modelu „pay per click“ (plati za klik). Ali oni nisu u radnom odnosu sa *Facebook*-om, već sa kompanijama koje su povezane sa komercijalnim sajtovima na kojima prodaju robu, tako da ih treba preciznije posmatrati kao one koji pripadaju lancu vrednosti ovih robno-proizvodnih kompanija.

25 Arvidsson and Colleoni, „Value in Informational Capitalism“.

26 Arvidsson and Colleoni, „Value in Informational Capitalism“.

ne bi li ih reklamirali njihovim korisnicima. Ovime se ne poriče to da sajтови društvenih medija usput ne olakšavaju i druge oblike rada koji se mogu smatrati još više direktno produktivnim. O ovome ću raspravljati u nastavku.

Postoji, naravno, još mnogo drugih načina na koje se vrednost generiše onlajn, drugačijih nego korišćenjem pretraživača ili sajtova društvenih medija. Mnoge onlajn aktivnosti se radi generisanja prihoda oslanjaju na rentu. Ovo uključuje niz drugih sajtova koji se oslanjaju na prihode oglašavanja, ali i sajtove koji naplaćuju rentu korisnicima da bi imali pristup informacijama (kao što su onlajn baze podataka), sajtove na kojima se može kupiti i preuzeti kopirajt muzika i video materijal (kao što je *iTunes*), kompanije koje prodaju onlajn softverske licence i onlajn igrice za koje je potrebno pretplatiti se (po istom principu kao i softverske licence).

Drugi sajtovi se mogu smatrati suštinskim onlajn ekvivalentima oflajn biznisa koji ostvaruje prihod od rente. Ovo uključuje onlajn tržišne platforme (kao što je *eBay*), sajtove za upoznavanje (kao što su *eHarmony* ili *Match.com*), onlajn agencije koje spajaju *freelance* radnike i poslodavce (kao što su *oDesk* ili *Elance*), sajtovi za upoređivanje cena, onlajn rezervacije putovanja ili pronalaženje smeštaja (kao što je *Expedia*) ili različite forme *peer-to-peer* usluga koje omogućavaju ljudima da pronadu smeštaj sa noćenjem i doručkom (kao *Airbnb*) ili prevoz automobilom (kao što je *Lyft*). Veza sa oflajn biznisom je ovde često očigledna. Na primer, jedna od najvećih onlajn *peer-to-peer* usluga iznajmljivanja automobila, *RelayRides*, pokrenuta je 2011. finansijama kompanije *GM Ventures* (investicijske ruke *General Motors-a*), koju je sada preuzeo *Zipcar*, koju je pak januara 2013. preuzeo *Avis*.²⁷

27 „All Eyes on the Sharing Economy“, *The Economist*, 9 March 2013.

O kakvoj god specifičnoj mešavini izvora prihoda da se radi, većina profita ovih preduzeća potiče iz neke kombinacije naplaćivanja korišćenja ili provizije pružateljima usluga i/ili korisnicima usluga i/ili oglašivačima – drugim rečima, iz rente. Zanimljivo je primetiti da su neki od ovih sajtova izgleda omogućili razvoj novih oblika sitne robne proizvodnje i aktivnosti iznajmljivanja, dopuštajući starim oblicima da preživljavaju oflajn. *Etsy*, na primer, omogućava pojedincima i pojedinkama da prodaju svoje zanatske proizvode na onlajn ekvivalentu zanatskoj pijaci. *Airbnb* im omogućava da stvaraju prihod od iznajmljivanja soba za noćenje i doručak u njihovim kućama (uzimajući procenat troškova). *Peer-to-peer* usluge iznajmljivanja automobila omogućavaju ljudima da nude taksi usluge ili pak plaćaju drugima za iznajmljivanje njihovih automobila.

TRGOVINA

Trgovina podrazumeva da je nešto nabavljeno po jednoj ceni (uključujući i ono što je ukradeno) i da se prodaje po višoj ceni, stvarajući profit u ovom procesu. Neki oblici krađe, kao što je prisvajanje intelektualnog vlasništva drugih ljudi, mogu se odvijati onlajn. Ovo uključuje preprodaju snimljenih slika ili muzike, ili plagijat teksta za prodaju ili neke razrađenije oblike krađe koji se trenutno razvijaju, kao što je eksploatacija neplaćenog rada onih koji uče jezike, ne bi li dobili besplatan prevod internet sadržaja na sajtovima kao što su *Duolingo.com* ili iskorišćavanje korisnika *reCAPTCHA* koji pokušavaju da dekodiraju izobličene slike slova i brojeva – koje automatski optički sistemi

za skeniranje ne mogu prepoznati.²⁸

Ipak, postoji velik broj kompanija koje prodaju na internetu (od kojih je *Amazon* verovatno najpoznatiji) i koje kopiraju oflajn način prodaje komercijalne trgovine. Zaista, mnogi trgovci sada kupuju i prodaju i onlajn i oflajn. Iako ima određenog zamučivanja tradicionalnih granica podele aktivnosti između proizvođača, trgovaca na veliko i trgovaca na malo, a i neki procesi rada mogu biti prilično drugačiji, nema ničeg misterioznog u tome kako se ovde generiše vrednost. Razmere mnogih od ovih kompanija, kao i činjenica da su morale uspostaviti ekstenzivnu infrastrukturu međunarodnog plaćanja, znači da su neke od njih bile u stanju da se preinače u rentijerske aktivnosti, što je zauzvrat stvorilo bazu za nove oblike robne proizvodnje, o kojima raspravljam u sledećem odeljku.

ROBNA PROIZVODNJA

To nas dovodi do poslednje kategorije: vrednosti stvorene iz proizvodnje roba. Ovde se analitičari koji nastoje da izoluju ulogu digitalnog rada u stvaranju vrednosti suočavaju sa značajnim izazovima. Širenje računarstva u većini sektora ekonomije, u kombinaciji sa gotovo univerzalnim korišćenjem telekomunikacija, znači da postoji malo ekonomskih aktivnosti koje ne uključuju elemente digitalnog rada, bilo da je reč o farmama, fabrikama, skladištima,

28 Zahvaljujem se Kaire Holts koja mi je obratila pažnju na objašnjenje ovog poslovnog modela *reCAPTCHA* i na njegovog tvorca, koji je takođe osnovao i *Duolingo*. Dostupno na: <http://www.willhambly.com>, takođe videti i povezan video dostupan na: <http://www.inmyinnovation.com>.

kancelarijama, prodavnicama, kućama ili pokretnim vozilima. Pored toga, ove aktivnosti su povezane jedna sa drugom u složen lanac koji prevazilazi granice firme, sektora, regiona i zemalja. Praćenje traga povezivanja bilo koje od ovih aktivnosti – nazad do njenih korena ili napred do konačne robe čijoj proizvodnji je doprinela – nije nimalo lak zadatak. Ipak, to nije nemoguće. Jedan koristan pristup bi bio da se ekonomske aktivnosti analiziraju u funkcionalnim terminima.²⁹

Funkcije istraživanja, razvoja i dizajna, na primer, očigledno direktno doprinose razvoju novih roba (ili adaptaciji starih). Većina rada koji je uključen u ove aktivnosti danas dolazi iz kategorije digitalnog rada zbog toga što uključuje kompjuterski alat i/ili se isporučuje u digitalnoj formi radnicima koji će ga odneti u daljnju fazu proizvodnje. Isto važi i za aktivnosti čija svrha je razvoj sadržaja za knjige, filmove, CD-ove ili druge kulturne proizvode. Evo nekih aktivnosti koje mogu biti direktnije „digitalne“ nego druge: glumci i glumice ili muzičari i muzičarke, na primer, mogu imati uživo izvođenja, ali ako krajnji rezultat treba biti inkorporiran u reproducibilnu robu onda je njihova funkcionalna veza sa kapitalom ista kao ona njihovih kolega koji

29 Raspravljala sam o konceptu „business function“ i o njegovoj povezanosti sa marksističkim analizama u nekoliko publikacija. Videti, na primer: Huws U. (2006) „The Restructuring of Global Value Chains and the Creation of a Cyberariat,“ u: *Global Corporate Power: (Re)integrating Companies into International Political Economy*, ur. Christopher May, International Political Economy Yearbook, vol. 15, Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers, str. 65–84; i Huws U. (2007) „The Emergence of EMERGENCE: The Challenge of Designing Research on the New International Division of Labor“, *Work Organisation, Labour and Globalisation* 1/2, str. 20–35.

se nalaze na ekranima ili za miksetom.³⁰ Digitalni rad se takođe nalazi u mnogobrojnim načinima proizvodnih procesa, bilo da to podrazumeva rad digitalno kontrolisanih alata, održavanje softvera, stvaranje nematerijalnih proizvoda ili nadgledanje radnika i radnica koji su uključeni u ove procese.

Kada su u pitanju „uslužne“ aktivnosti, korisno je – iako sve teže – napraviti opštu razliku između onih koje direktno doprinose proizvodnji (kao što je čišćenje poda u fabrici ili servisiranje mašina); onih koje doprinose održavanju ili upravljanju radnom snagom (kao što su obrada podataka platnog spiska ili zapošljavanje osoblja ili obuka); onih koje doprinose opštijem upravljanju preduzećem (uključujući finansijski menadžment); onih koje su povezane sa aktivnostima kupovine, prodaje i marketinga; i onih koje su uključene u distribuciju. Sve ove kategorije uključuju aktivnosti koje se provode onlajn i/ili kombinuju informacione i komunikacione tehnologije. Međutim, sve ih je teže razlikovati, zbog nekoliko međusobno povezanih razloga. Jedan od njih je sve više generička priroda mnogih procesa rada. Primer može biti unos numeričkih podataka preko tastature, koji radnici i radnice možda obavljaju u banci, u departmanu vlade ili u preduzeću za proizvodnju, za potrebe koje su njima potpuno nepoznate. Operateri pozivnih centara mogu koristiti standardne skripte, baveći se prodajom, uslugama potrošača, naplatama dugova, vladinim istraživanjima, prikupljanjima sredstava ili mnoštvom drugih funkcija, presecajući svaku strogi sistem kla-

30 Analizirala sam vezu kreativnog *rada* i kapitala na drugom mestu. Videti, na primer: Huws U. (2010) „Expression and Expropriation: The Dialectics of Autonomy and Control in Creative Labor,“ *Ephemera* 10/3–4.

sifikacije koji bi im omogućio da budu sortirani u različite kategorije po funkcijama. Softver inženjeri i inženjerke mogu raditi na razvoju novih proizvoda ili na održanju postojećih.

U bliskoj vezi sa ovim oblikom standardizacije je i rastuća sklonost takvih aktivnosti da budu autorsovane, najčešće kompanijama koje grupišu nekoliko različitih funkcija za različite klijente u grupe aktivnosti koje se obavljaju u zajedničkim servisnim centrima. Mogućnost ovih i drugih servisa da se obavljaju onlajn je dodatno zamutila razliku između usluga za preduzeća i usluga koje se direktno pružaju krajnjim korisnicima i korisnicama. Ako svako može naručiti robu onlajn, koja će se isporučiti iz centralnog magacina na vrata poručioća, onda razlika između „veleprodaje“ i „maloprodaje“ postaje veštačka. Slično tome, sve veći obim standardizovanih nematerijalnih proizvoda, u rasponu od softverskih licenci do bankovnih računa i polisa osiguranja, se lako može prodati kako pojedincima i pojedinkama tako i kompanijama.

Postojanje onlajn platformi putem kojih se koordinira rad je dovelo do razvoja ekstremnog oblika podele poslova, ponekad poznatog pod imenom „mikro-rad“ (*micro-labour*), „*crowd work*“,³¹ ili „*crowd-sourcing*“.³² Ovi novi oblici rada uključuju „*pay-per-click*“ rad u kojem komercijalna preduzeća plaćaju radnike i radnice da lajkuju njihove *Facebook* postove ili ulaske na blogove ili platforme kao što su Amazonov *Mechanical Turk*, čiji su korisnici i korisnice

31 Kittur et al., „The Future of Crowd Work“, 2013, dostupno na: <http://hci.stanford.edu>.

32 Holts K. (2013) „Towards a Taxonomy of Virtual Work“, Hertfordshire Business School Working Paper.

plaćeni nekoliko centi za obavljanje raznih malih zadataka, toliko fragmentisanih da je malo verovatno da bi radnici i radnice mogli razumeti u kakvoj je vezi dati posao sa konačnom robom kojoj doprinosi.

Ako ovakve aktivnosti, kako god raspršene, obavljaju plaćeni radnici i radnice u službi preduzeća koje stvara profit, onda se one bez problema mogu dodeliti kategoriji rada koja direktno proizvodi višak vrednosti „unutar čvora“ kapital-rad. Međutim, kako granice između proizvodnje, distribucije i potrošnje postaju sve nejasnije i kako iste aktivnosti mogu provoditi naizmenično plaćeni i neplaćeni radnici i radnice, ovu jednostavnu poziciju je potrebno malo izmeniti. Marks je donekle bio ambivalentan u pogledu podele rada, shvatajući da su prevoznici radnici i radnice produktivni radnici i radnice, ali da to na primer nisu radnici i radnice u maloprodaji. Međutim, na jednom mestu u *Grundrisse*-u je tvrdio da ceo proces donošenja proizvoda na tržište treba smatrati produktivnim radom: „Iz ekonomskog ugla, prostorni uslovi donošenja proizvoda na tržište pripadaju samom proizvodnom procesu. Proizvod je stvarno gotov onda kada je na tržištu“.³³ Neki se ne bi složili, ali verujem da bi Marks, da je danas živ i da svedoči složenosti podele procesa modernih kapitalističkih preduzeća, još snažnije istakao ovu poentu.

33 Marx, *Grundrisse*, sveska 5. Treba napomenuti da je interpretacija ovog odlomka sporna. Često se smatra da Marks čini poseban izuzetak sa grupom prevoznih radnika i radnica možda zato što se radilo o grupi sa velikim potencijalom za sindikalnu organizaciju – potencijal koji je bio više nego ostvaren u dvadesetom veku, kada su prevoznici radnici i radnice imali ključnu ulogu u industrijskoj akciji. Po mom mišljenju ovaj argument se isto tako može primeniti i na druge oblike rada koji su uključeni u dopremanje proizvoda na tržište, od kojih su mnogi bili nezamislivi u vreme kada je Marks pisao.

Po toj logici, širok spektar funkcija koji se može naći u modernim korporacijama se može svrstati u direktno produktivnu kategoriju, uključujući marketing, logistiku, menadžment, distribuciju, transport, usluge za potrošače i potrošačice, maloprodaju i velikoprodaju (bilo onlajn ili oflajn) i isporuku – ukratko, čitav lanac snabdevanja od vrata fabrike (ili sajta za razvoj softvera) do krajnjeg potrošača i potrošačice treba razumeti kao produktivni rad. Ali šta se događa kada je neplaćeni rad potrošača i potrošačica zamenjen radom plaćenog najamnog radnika i radnice? Šta ako, na primer, lično idete po nabavku u radnju ili u skladište? Ili dizajnirate svoj proizvod, birajući jedinstvenu kombinaciju standardnih mogućnosti na internet stranici? I koja je tačno razlika između rezervacije odmora putem internet sajta unošenjem vlastitih podataka i one putem telefona preko (plaćenog) operatera iz pozivnog centra koji unosi podatke u vaše ime? U potonjem slučaju, rad se komotno može smestiti u ono što se tradicionalno smatralo „produktivnom“ kategorijom. Ali šta je sa onim prvim? Po mom mišljenju, sve ove aktivnosti treba smatrati produktivnim. Međutim, samo one aktivnosti koje obavljaju plaćeni radnici i radnice se nalaze „unutar čvora“, pri čemu je njihova veza sa kapitalom i direktna i, stvarno ili potencijalno, sporna.

RAD

Svaki pokušaj kategorizacije različitih oblika rada mora otpočeti suočavanjem sa izuzetno teškim pitanjem šta je to zapravo rad. Sama reč pokriva širok spektar zna-

čenja – od fizičkog napora porađanja, na jednom kraju, do formalnog učestvovanja u radnom odnosu, ili u političkoj reprezentaciji ljudi koji rade, na drugom kraju. Ako se rad odnosi na aktivnosti koje su stvarno ili potencijalno naplaćene nadnicom na „tržištu rada“, onda u njega moramo uključiti veliki niz aktivnosti koje većina ljudi obavlja bez plate, uključujući seks, brigu o deci, kuvanje, čišćenje, baštovanstvo, pevanje, zasmeljavanje ljudi i javno govorenje o temama koje nas interesuju.

Ako primenimo subjektivni filter i pokušamo isključiti aktivnosti koje se obavljaju zbog zadovoljstva, onda smo suočeni sa neprijatnom realnošću da se ista aktivnost može doživljavati kao naporan posao ili kao uživanje u različitim okolnostima i, štaviše, da neke aktivnosti, plaćene ili neplaćene, mogu *u isto vreme* biti tegobne i prijatne. Beba vam, na primer, može pružiti vedar osmeh dok joj menjate smrdljivu pelenu; dugo usamljeno putovanje vozača kamiona iznenada može nagraditi zapanjujuće predivan pogled na pejzaž; težak fizički rad u surovom okruženju može učvrstiti drugarstvo među radnicima i radnicama, koje ostavlja toplinu dugo nakon nestanka bola u mišićima; rešavanje teškog problema može odjednom osloboditi navalu zadovoljstva, čak i ako problem nije vlastiti.

Druga dimenzija koja bi mogla biti od pomoći pri razlikovanju „rada“ i „zadovoljstva“ je pitanje da li je aktivnost sprovedena dobrovoljno ili prisilno, pod rukovodstvom druge osobe ili organizacije. Opet, ono što izgleda kao jednostavna razlika postaje izuzetno teško primenjivo u praksi. Jedna od teškoća proizilazi iz istorijski određenih načina na koji su stvari kao što su rodne uloge, koncepti dužnosti ili čak kastinski utemeljene podele rada internali-

zovane, čineći obrasce moći i prinude nevidljivim i, naravno, dajući mnogim činovima služenja subjektivni kvalitet dobrovoljno pruženog poklona ljubavi, čak i onda kada bi objektivna analiza mogla pokazati da je reč o eksploataciji rada jedne osobe od strane druge osobe. Prinuda se takođe može vršiti i na indirektniji način. Zavisni kockar, na primer, može svoju kompulziju videti kao nešto što je nastalo interno, ne prepoznajući društvene pritiske koji je potiču. Isto bi se možda moglo reći za mnoge onlajn aktivnosti na koje ljudi troše toliko vremena, uključujući onlajn igrice i interakciju sa drugima na društvenim sajtovima. Možda je upravo nagoveštaj društvenih pritisaka ono što dovodi tolike komentatore u raspravama o digitalnim medijima do toga da insistiraju da su neplaćene aktivnosti oblik „slobodnog“ rada.³⁴

Neplaćeni rad nije, naravno, novi fenomen. On je, međutim, dobio samo sporadičnu pažnju marksističkih naučnika, izuzev ako nije smatran nekom vrstom skladišta zakržljalih predkapitalističkih društvenih odnosa iz kojih se kasnije pojavio najamni rad. Pored rasprave o ropstvu, istoričari najviše pažnje posvećuju neplaćenom radu u kontekstu onoga što se nedavno moglo labavo nazvati „reproduktivnim radom“, posebno u feminističkim debatama tokom 1970-ih. U tim raspravama se postavljalo ključno pitanje da li se neplaćeni kućni rad (*housework*) može smatrati radom koji proizvodi višak vrednosti, jer bez njega kapitalizam ne bi mogao opstati. Reprodukција radne snage suštinski zavisi, tvrdilo se, od neplaćenog rada u kući, ne samo zato što podiže sledeću generaciju radnika i radnica već i zato što obezbeđuje ishranu, čišćenje i održavanje

34 Terranova, „Free Labor“.

telesnih usluga koje omogućavaju trenutnoj radnoj snazi da efektivno deluju na tržištu rada. Godine 1976. su Betia Vajnbaum (Batya Weinbaum) i Ejmi Bridžis (Amy Bridges) objavile revolucionarni članak u kojem tvrde da, u uslovi- ma monopolnog kapitalizma, većina ovog rada ne uklju- čuje samo proizvodne usluge u kući, nego i konzumiranje robe proizvedene za tržište.³⁵ Koncept „potrošačkog rada“ (*consumption work*), u kojem je neplaćeni rad zamenio plaćeni rad koji su ranije obavljali distribucijski radnici, je koncept rada koji sam razvijala 1970-ih i koji je, i dalje to tvrdim, relevantan za razumevanje nekih novih oblika neplaćenog rada koji se vrši i onlajn i oflajn.³⁶ Oslanjajući se na neke od tih tekstova, ovde predlažem ponešto gru- bu-ali-upotrebljivu tipologiju neplaćenog rada, u nadi da će poslužiti kao polazište za kategorizaciju koja bi unela više jasnoće u ove rasprave.

Prva kategorija je rad koji se obavlja nezavisno od trži- šta i koji proizvodi upotrebne vrednosti u kući, kategorija rada koja se nalazi u kvadrantu B. Ovaj rad je „neprodukti- van“ u smislu da ne proizvodi direktnu vrednost za kapital u obliku viška vrednosti koja se izvlači iz nečijeg direktnog rada, već je „reproduktivan“ u smislu da je nužan za repro- dukciju radne snage. Ovo uključuje mnoge poslove koji su se tradicionalno obavljali u poljoprivredi za sopstvene po- trebe i kućne radove. Ako je neko zaposlen da obavlja ovu vrstu rada za direktne korisnike usluga (primera radi, kuć- na posluga, dadilja, osoba koja čisti i baštovan), on ili ona je, po Marksovom mišljenju, neproduktivan radnik odnosno

35 Weinbaum, B. & A. Bridges (1976) „The Other Side of the Paycheck: Monopoly Capital and the Structure of Consumption“ , *Monthly Review* 28/3.

36 Videti, na primer: Huws, „Domestic Technology“.

radnica, no ako je zaposlen preko kapitalističkog posrednika (na primer, komercijalni biznis brige o deci, kompanije za čišćenje ili vrtlarstvo) onda se pomera u kategoriju produktivnog radnika i radnicu (u tabeli iz kvadranta A u kvadrant C).³⁷ Međutim, nas ovde zanima neplaćeni rad. Umeri u kojoj održava emocionalno zdravlje porodice i društvene veze kojih je deo, on je nužan deo obezbeđivanja opstanka domaćinstva. Niz ne-fizičkih aktivnosti može pripadati ovoj kategoriji, uključujući naizgled trivijalne obaveze kao što su pamćenje rođendana, pisanje izjava saučešća ili organizovanje društvenih okupljanja koja pomažu produkciji ili reprodukciji solidarnih veza koje mogu biti potrebne radi opstanka u kriznim vremenima. Takođe uključuje sticanje veština i navika koje nekome omogućuju da bude zapošljiv (*employable*). Čak se i udvaranje može posmatrati kao uvod u projekat održanja porodice. Mnoge od ovih aktivnosti se danas provode onlajn; stoga barem deo onlajn aktivnosti društvenih umrežavanja mora biti dodeljen toj kategoriji (koju predstavlja kvadrant B). Hoće li osobe koje obavljaju ovaj rad biti izložene reklamama dok ga obavljaju, sasvim je sporedno u odnosu na produktivnost rada, baš kao što je sporedno hoće li proći ili ne pored bilborda dok idu u posetu bolesnoj majci ili će biti izložene filmskim reklamama dok su na romantičnom sastanku.

Sledeća kategorija neplaćenog rada je ona koju sam već spomenula kao „potrošački rad“ (kvadrant D). Ovaj rad uključuje potrošače koji preuzimaju poslove na tržištu, koje su prethodno obavljali plaćeni radnici i radnice kao deo procesa distribucije robne proizvodnje. Kako su ovi poslovi

37 Videti: Karl Marx, *Economic Manuscripts*, poglavlje 4, dostupno na <http://www.marxists.org>.

neophodni za distribuciju ovih roba i kako uvećavaju profit robno-proizvodnih kompanija ukidajući oblike rada koji su ranije bili plaćeni, postoje jaki razlozi za kategorizaciju ovog tipa rada kao „produktivnog“, čak i kada je neplaćen. Međutim, zato što on ne stvara direktno prihod za radnika ili radnicu, mora se drugačije tretirati od plaćenog rada, u vezi sa njegovim doprinosom izdržavanju – tema na koju ću se vratiti. Drugim rečima, ovaj rad je „izvan čvora“. Kao što je već rečeno, sve veća količina potrošačkog rada se provodi onlajn, jer je internet omogućio čitav niz novih načina eksternalizacije rada na distanci.³⁸

Treća kategorija je kreativni rad. Ovde je Marksov stav jasan:

„Milton [pesnik John Milton, prim. prev.] primera radi ... je bio neproduktivni radnik. Za razliku od toga, pisac koji izdavaču ostavlja težak posao je produktivni radnik. Milton je stvorio *Paradise Lost* na način na koji svilena buba proizvodi svilu, kao izraz svoje prirode. Kasnije je prodao svoj proizvod za 5 funti i u tom smislu je postao trgovac robe... Pevačica koja peva poput slavuja je neproduktivna radnica. Ako prodaje svoje pevanje za novac, ona je u toj meri najamna radnica ili trgovkinja robom. Ali ista pevačica koju angažuje preduzetnik, u nameri da od njenog pevanja zaradi novac, je produktivna radnica, jer direktno stvara kapital“.³⁹

38 Koristim ovde termin „eksternalizacija“ da bih označila načine na koje poslodavci uvećavaju produktivnost plaćenog osoblja, prebacujući deo ili celinu neplaćenih poslova – neplaćenim potrošačima u obliku samo-usluge, bilo kroz rad mašina kao što su ATM (*automatic teller machine*, bankomat) ili kroz samouslužne supermarkete ili preko onlajn aktivnosti kao što su rezervisanje karata, popunjavanje poreskih prijavi ili naručivanje robe.

39 Marx, *Economic Manuscripts*, chap. 2.

Shodno ovoj koncepciji, rad koji se obavlja u svrhe samo-izražavanja, neplaćeni umetnički rad, kao što su blogovanje ili postovanje vlastitih fotografija, muzike ili videa na internet, izravno pripada Marksovoj kategoriji „neproduktivnog“ rada (koji bih ja radije posmatrala kao neplaćeni reproduktivni rad koji proizvodi društvene upotrebne vrednosti).

Ako je produkt ovog rada naknadno prodat, ili ukraden, čime postaje osnova za robu, to ne menja status ovog rada. Samo ako radnika i radnicu unajmljuje kapitalista da obavlja posao za nadnicu on postaje produktivan rad u Marksovom smislu reči (to jest pomera se iz kvadranta B u kvadrant C). Kao što je istakao Endrju Ros, mnogi umetnički radnici i radnice mogu oscilirati između ovih oblika: „Kreativci se suočavaju sa ovom vrstom izbora još od osamnaestog veka, kada im je početak komercijalnog tržišta kulture ponudio izbor između opredeljenja za život piskarala koji jedva sastavlja kraj sa krajem na *Pope's Grub Street* ili za izgrađivanje prepoznatljivog imena za hirovitu publiku“.⁴⁰ Činjenica da je ista osoba obavljala obe vrste rada nije, međutim, poništila njihovu razliku. Kreativni rad se zbog toga mora posmatrati kao premošćivanje niza različitih pozicija na tržištu rada, uključujući samozaposlenost, plaćeni posao i sitno-robnu proizvodnju, što često vodi kontradiktornim identitetima kreativnih radnika i radnica.⁴¹

Ista logika je na delu čak i u dosta raspravljanim slučajevima „slobodnog“ rada koji gradi internet, iz kojeg proizilazi

40 Ross, A. "In Search of the Lost Paycheck," u: Scholz, *Internet as Playground and Factory*, str. 15.

41 O ovome sam podrobnije pisala u: Huws, „Expression and Expropriation“, str. 504–21.

sve ono što su stvorili idealistički programeri i programerke softvera koji su donirali svoj rad besplatno zbog uverenja da stvaraju zajedničku korist za čovečanstvo – drugim rečima, oni su besplatno proizvodili društvenu upotrebnu vrednost, zbog čega se nalaze u kvadrantu B. Kao što je Marks rekao „rad na istom sadržaju može biti i produktivan i neproduktivan“.⁴² U ovom slučaju, iako je kapital prisvojio rezultate njihovog rada ne bi li ga ugradio u nove robe, njihov izvorni neplaćeni rad se ne može smatrati produktivnim radom u smislu stvaranja viška vrednosti za kapital u prinudnim uslovima; što znači, ovaj rad nije „unutar čvora“. Umesto toga, vrednost koju stvara je adekvatnije staviti u kategoriju trgovine, jer ona, kako sam već navela, uključuje i krađu.

Četvrti – preklapajući – oblik neplaćenog rada o kojem se sve više raspravlja, je široko rasprostranjena upotreba neplaćenog stažiranja ili „volonterski“ rad.⁴³ Ovaj rad takođe ima svoje poreklo u različitim oblicima šegrtskog rada, kao što je proizvodnja „eksponata“ kojima se impresioniraju potencijalni poslodavci. Dvosmisleno smešten između edukacije i samopromocije, ovaj rad poslodavci nesumnjivo koriste, na veoma eksploatativan način, kao direktnu zamenu za plaćeni rad. Ponekad je direktna prinuda uključena u obavezu radnika i radnica da preuzmu neplaćene „radne plasmane“, na primer od strane državnih agencija za zapošljavanje, koje prete oduzimanjem naknada za nezaposlene onima koji odbijaju da se prihvate ovakvih poslova. Ipak, kao i neplaćeni potrošački rad o kojem sam već

42 Marx, „Productive and Unproductive Labor“, u: *Economic Manuscripts*.

43 Videti, na primer: Perlin R. (2011) *Intern Nation: How to Earn Nothing and Learn Little in the Brave New Economy*, London: Verso.

raspravljala, ovaj oblik rada koji doprinosi vrednosti robne proizvodnje, nema nikakvu ulogu u generisanju postojećih prihoda za radnika i radnice i stoga sa mora smatrati radom „izvan čvora“, čak iako indirektno proizvodi vrednost za neplaćenog radnika ili radnicu u obliku „zapošljivosti“ (*employability*). U nameri da razjasnimo vezu između neplaćenog rada i kapitala moramo uzeti u obzir treću nit čvora koji konstituše teoriju radne vrednosti: radnikovo izdržavanje ili „život“.

ŽIVOT

Pitanje kako radnik ili radnica plaća troškove izdržavanja je iznenađujuće odsutno u većinu rasprava o „slobodnom“ digitalnom radu. Možda zbog toga što većina autora i autorki koji su doprineli ovim raspravama najčešće ima siguran akademski posao, oni ne pitaju kako svi ti posvećeni radnici i radnice koji izgrađuju internet svojim „slobodnim“ radom u stvari uspevaju zaraditi za život. Niti je među onima koji se zalažu za *creative commons* na internetu, kojem bi navodno autori i autorke trebalo da doniraju svoj rad besplatno, ikada razjašnjeno kako da ti autori i autorke plaćaju kiriju i prehrane svoje porodice.

Ipak, radna teorija vrednosti još uvek ne može biti operativna bez ove informacije. Da bismo znali kako i koliko viška vrednosti nastaje, iz bilo koje jedinice rada, moramo znati troškove reprodukcije radnika i radnica i koliko njegovog ili njenog radnog vremena čini „potrebno radno vreme“ radi održavanja života. Samo tako možemo videti šta je ostatak koji se prisvaja kao višak vrednosti i početi

da formulišemo zahteve za njegovu redistribuciju. Ovo se, naravno ne može mehanički izračunati. Sasvim je moguće da radnici ili radnice budu zaposleni za platu koja je ispod troškova izdržavanja. Zašto bi poslodavca bilo briga da li će oni umreti, jer on zna da ih ima još više tamo odakle dolaze? Isto tako, moguće je za dobro organizovane grupe radnika i radnica sa oskudnim veštinama da zahtevaju mnogo više nego što im sleduje i traže od kapitala veću nadnicu od one koja je jedva dovoljna za golo preživljavanje – čak i takvu koja im omogućava da upošljavaju druge radnike kao poslugu. I pored toga, kapitalizam kao sistem, u Marksovom smislu, zahteva radničku klasu koja je prinudena da prodaje svoj rad, jednako kao što zahteva i kapitaliste koji su u mogućnosti da uposle taj rad u proizvodnji robe čija ukupna vrednost na tržištu premašuje ukupne nadnice potrebne za proizvodnju radne snage. Direktno iskustvo prinude na borbu sa poslodavcem za vlasništvo nad svojim radnim vremenom je ono što proizvodi otuđenje koje može dovesti do klasne svesti. Pitanje „potrebnog radnog vremena“ se stoga ne može izbeći.

Ali čak i kod Marksa je ovo problematičan pojam. Jedan od razloga je i taj što iako radnici i radnice normalno ulaze na tržište rada kao odvojene individue, njihovo izdržavanje se odvija u domaćinstvima u kojima može boraviti više ljudi.⁴⁴ Zbog toga što se ova domaćinstva razlikuju po veličini, sastavu i broju članova koji su angažovani u plaćenim poslovima, ista nadnica će se možda morati rastegnuti tako da pokrije izdržavanje različitog broja ljudi. Marks i Engels raspravljaju o „prirodnoj“ (sic!) podeli rada u poro-

44 O ovome sam više pisala u: Huws U. (2012) „The Reproduction of Difference: Gender and the Global Division of Labor“, *Work Organisation, Labour and Globalisation* 6/1, str. 1–10.

dici, koju su smatrali oblikom „latentnog ropstva“, koja se čak može posmatrati i kao izvor vlasništva.⁴⁵ Iz ove premissa, da su žena i deca vlasništvo muške glave u domaćinstvu, je bilo moguće da zaključe o slučaju kada žene i deca postaju radna snaga: „... ranije je prodaja i kupovina radne snage bila odnos između slobodnih ljudi; sada se kupuju maloletnici i deca; radnik sada prodaje ženu i dete – on postaje trgovac robova“.⁴⁶

U dvadeset prvom veku, kada žene čine skoro polovinu radne snage u najrazvijenijim zemljama i samo mali deo njih je ekonomski neaktivan, ovakvo objašnjenje ne može biti zadovoljavajuće. Svakog radnika ili radnicu koja se angažuje u poslu treba odvojeno računati kao individuu sa njegovim ili njenim vlastitim troškovima izdržavanja. Činjenica da ljudi žive sa drugim radnicima može, međutim, značiti da se „potrebno radno vreme“ može posmatrati kao proizvodnja delića, a ne celine, troškova izdržavanja za bilo koju individuu. Ili, drugim rečima, da je koncept „porodične nadnice“ izlišan u većini slučajeva. Neki drugi faktori su takođe uticali da bude teško identifikovati podudaranje između onoga što osoba zarađuje i onoga koliko košta preživljavanje, barem u situacijama kad su on ili ona sa kojim osoba živi, ili za koje je odgovorna, ekonomski zavisni. Ovi komplikovani faktori uključuju društvene transfere u liku penzija, socijalnih beneficija ili poreskih olakšica, međugeneracijske transfere unutar porodice, novčane pošiljke imigranata koji rade u inostranstvu, kao i druge oblike

45 Karl Marx, „Division of Labor and Forms of Property—Tribal, Ancient, Feudal“, deo 1-A, *The German Ideology*, 1845, dostupno na: <http://www.marxists.org>.

46 Friedrich Engels, *On Marx's Capital* (1877; Moscow: Progress Publishers, 1956), 89.

novčane potpore za neke (ili novčanih troškova za druge). Poreske olakšice, omiljeni neoliberalni model društvenog transfera, su odigrale posebno opasnu ulogu u prikrivanju ne samo toga u kojoj meri se mnogi poslovi isplaćuju platom koja je daleko ispod nivoa egzistencije, već i u skrivanju od društvene javnosti činjenice da velik i sve veći deo socijalnih davanja ne ide nezaposlenim „izmamljivačima“ već zaposlenim radnicima i radnicama.⁴⁷ Takve transfere bi stoga trebalo posmatrati kao one koji imaju ključnu ulogu u zatupljivanju klasne svesti i koji preusmeravaju energiju radnika i radnica od direktnog sukoba sa poslodavcima.

Uprkos veoma realnim teškoćama za preciznu kalkulaciju, ipak je moguće analizirati prihod svake individue u bilo kojem domaćinstvu i stvoriti neku procenu o tome kako se on generiše. U slučaju „slobodnog“ rada na inter-

47 Za više informacija o ovome videti moj blog-post „Hunger in a Supermarketocracy“, dostupan na: <http://ursulahuws.wordpress.com>. U Velikoj Britaniji, prema *HM Revenue and Customs*, „broj porodica bez dece koje dobijaju poreske olakšice *Working Tax Credits* je vremenom porastao, skoro duplo od 235,000 u aprilu 2004. na oko 455,000 u aprilu 2009, a sada nešto više od 580,000 u aprilu 2012“ i „broj porodica koje koriste naknade za brigu o deci je vremenom porastao, od 318,000 u aprilu 2004. do oko 493,000 u aprilu 2011“. Do tog datuma su poreski krediti (plaćeni radnicima u radnom odnosu) iznosili skoro 27% svih naknada za potrošnju — do sada najveća komponenta. Poređenja radi, *Job-Seekers Allowance* (naknade koje se isplaćuju nezaposlenima) iznose samo 4%. U SAD se, slično, mnoge velike kompanije oslanjaju na naknade koje obazbeđuje država, kao što su bonovi za hranu i *Medicaid* (zdravstveno osiguranje za porodice sa niskim prihodima), radi novčane pomoći onima koji imaju nadnicu manju od minimalne. Primera radi, procenjeno je da zaposleni u multinacionalnoj maloprodajnoj kompaniji *Walmart* godišnje dobijaju 2.66 milijardi američkih dolara državne pomoći ili 420,000 po magacinu. Videti: *HM Revenue and Customs*, *Child and Working Tax Credits Statistics*, Office of National Statistics, 2012; i Ryan (2012), „Walmart: America's Real 'Welfare Queen,'“ *Daily Kos*, , dostupno na: <http://www.dailykos.com>.

netu je verovatno da će biti uključen velik broj različitih izvora prihoda. Nešto od ovog rada mogu obavljati oni ljudi koji ekonomski zavise od roditelja, nešto oni ljudi koji izvlače penzije ili primaju neki drugi oblik socijalne potpore, nešto oni ljudi koji imaju regularne plate od poslova koji im ostavlja dosta vremena za blogovanje, surfovanje na internetu ili za pisanje za Vikipediju; nešto od tih poslova obavljaju ljudi (poput *freelance* novinara/ki, konsultanata/kinja ili akademika/kinja) čiji poslovi zahtevaju da se angažuju u samopromociji. Drugi pak mogu imati podršku u renti, kockanju, dobiti od trgovine, kriminalu ili drugim aktivnostima. Jasno je da oni ne bi mogli da se angažuju u ovoj neplaćenju aktivnosti bez neke vrste novčane pomoći koju dobijaju od nekud. Inače, kako bi uopšte imali za hranu? Argumenti koji postuliraju proizvodnju viška vrednosti iz rada na društveni nivo izgledaju neodrživi. Takvi argumenti igraju sličnu ulogu kao društveni finansijski transferi kada odvrćaju pažnju radnika i radnica od suočavanja sa poslodavcem, koji direktno eksproprišu njihov rad, ka izražavanju besa i osećaja eksploatacije prema apstraktnijim metama, kao što je globalizacija. Zbog toga što se ne organizuju na mestu proizvodnje, radnici i radnice odustaju od svog najjačeg oružja: od moći da odustanu od rada.

KLASNA KONFIGURACIJA U XXI VEKU

Živimo u društvu u kojem je kapital visoko koncentrisan, u kojem većinu robne proizvodnje izvode kompanije

čiju sudbinu u velikoj meri oblikuju finansijski investitori. Robe koju proizvode, bilo materijalne ili nematerijalne, su nam dostupne preko globalnog tržišta, isporučene kroz složene lance vrednosti u koje je naš neplaćeni rad potrošača sve više upleten. Informacione i komunikacione tehnologije su toliko uticale na prostornu i vremensku podelu rada da su za većinu nas granice između rada i privatnog života postale zamršeno pomućene, i samo još neki odnosi su ostali njima neposredovani. U takvoj situaciji, nisu li i distinkcije načinjene u ovom eseju besmislena cepidlačenja? Ne bi li naprosto trebali da prihvatimo da smo svi mi, na neki način, deo velike neizdiferencirane radne snage, koja proizvodi neizdiferenciranu vrednost za neizdiferencirani kapital?

Tvrdim da ne bi trebali. Kapitalizam je društveni odnos u kojem radnici i radnice igraju određene uloge u odnosu na proizvodnju određenih roba. Ovaj odnos se presudno zasniva na saglasnosti radnika i radnica. Ako ne možemo razumeti ovaj odnos u njegovoj specifičnosti, onda ne možemo identifikovati kritične položaje u procesu proizvodnje i distribucije u kojima bi delovanje radnika i radnica moglo imati određene učinke. A ako ne možemo ovo prepoznati, radnici i radnice ne mogu razumeti njihovu moć pristajanja ili odbijanja specifičnih ponuda koje im se nude. To ih sprečava da aktivno pregovaraju o uslovima ovih ponuda – jedinoj opciji za poboljšanje njihove situacije. Niti možemo videti, bez tog znanja, koje grupe radnika i radnica imaju zajedničke interese, kako bi ovi zajednički interesi mogli postati uzajamno vidljivi ili kako bi njihov rad mogao biti povezan.

Svaki od gore opisanih različitih oblika neplaćenog

rada utiče na plaćeni rad, stvarajući moguće tenzije i pukotine unutar radničke klase. Stažisti, koji rade džabe ne bi li postali zapošljivi, narušavaju pregovaračku poziciju plaćenih radnika i radnica u istim ulogama. Obavljanje neplaćenog potrošačkog rada utiče na uslužne radnike i radnice, smanjenjem ukupne stope zaposlenosti i intenziviranjem rada uvođenjem novih oblika standardizacije i tejlORIZACIJE, što sve vodi pogoršanju uslova rada. Pisanje za Vikipediju, blogovanje ili postovanje video klipova ili fotografija onlajn bez novčane nadoknade ugrožava izdržavanje novinara/ki, istraživača/ica ili drugih kreativnih radnika i radnica koji nemaju novčanu potporu u akademskoj zaradi ili iz drugih izvora, i koji se moraju oslanjati na kreativni rad kao izvor prihoda. U mnogim slučajevima, isti ljudi zauzimaju nekoliko plaćenih i neplaćenih uloga u različitim kapacitetima. Još češće to rade različiti članovi istog domaćinstva. Gledati na neplaćene radnike i radnice kao na štrajkbrehere koji potkopavaju plaćeni rad je dakako previše pojednostavljeno, jer se time ignorišu imperativi koji podstiču ovakva ponašanja, kao i šira realnost u kojoj se eksploatacija događa svima njima, iako u različitim oblicima. Ali analiza koja izjednačava zajedničku eksploataciju sa identičnom ulogom u stvaranju viška vrednosti i koja sve ove odvojene pozicije stropoštava u zajednički kolektivni identitet „mnoštva“ čini nemogućim prepoznavanje položaja u proizvodnji: položaja u kojem radnici i radnice imaju moć da se suprotstave kapitalu – središtu čvora.

Polazeći od detaljne analize kako se lanci vrednosti strukturiraju, moguće je početi skicirati karakteristike klasne konfiguracije koja bi se mogla suprotstaviti u narednim godinama. Ipak, u ovo istraživanje treba krenuti

oprezno, jer, kao što je već primećeno, mnogi od nas su istovremeno ili sukcesivno angažovani u različitim oblicima rada, sa različitim odnosima prema kapitalu ili žive u domaćinstvima u kojima postoje višestruki oblici rada.

Ostavljajući po strani ruralne populacije koje još uvek opstaju, barem delimično, uz pomoć direktnog rada na njihovoj zemlji, najveće grupe u ovom novom radnom pejzažu, i koje najbrže rastu, su grupe radnika i radnica „unutar čvora“: oni koje zapošljavaju kapitalistička preduzeća za proizvodnju robe, i materijalne i nematerijalne. Mnogi od ovih radnika i radnica koji su direktno uvučeni u kapitalističke radne odnose relativno nedavno, kao migranti iz sela ili iz drugih zemalja, prebačeni su iz javnog sektora ili su regrutovani iz prethodno postojeće sitne robne proizvodnje. Nemaju svi od njih status stalno zaposlenih, a mnogi od njih su plaćeni na akord (po komadu) ili neformalno zaposleni ili zaposleni na određeno vreme. Oni su, ipak, produktivni radnici i radnice, koji direktno stvaraju višak vrednosti. Međutim, načini na koji se njihovi radni procesi međusobno povezuju nisu očigledni.

Proizvod kao što je smartfon u sebi sadrži rezultate rada rudara, radnika i radnica na fabričkoj traci, hemijskih radnika i radnica, dizajnera/ki, inženjera/ki, radnike i radnice iz pozivnih centara, fakture službenika/ca, čistača/ica i mnogih drugih. Raštrkani u različitim zemljama, različitim profesionalnih i društvenih identiteta, ovi radnici i radnice možda ne vide šta bi im to moglo biti zajedničko. U stvari, oni možda veruju da su njihovi interesi direktno suprotstavljeni jedni drugima. Ako i kada se organizuju, to možda čine na osnovu veština, zanimanja ili kompanije za koju rade, a takođe to može biti i na osnovu zajedničkog

regionalnog, jezičkog i kulturnog identiteta, zajedničke političke istorije ili kao odgovor na zajednički oblik diskriminacije. Kakvi oblici solidarnosti i zajedničke svesti bi se mogli pojaviti iz ovih formi organizacije – otvoreno je pitanje.

Drugo otvoreno pitanje je u kojoj meri bi se menadžerski, profesionalni i tehnički radnici i radnice mogli identifikovati sa drugim radnicima i radnicama, pre nego da se izjednačavaju sa poslodavcem. Ovo su nestalne profesionalne grupe sastavljene od ljudi čiji radni procesi, u brzini tehnoloških promena i ekonomskih restrukturacija, prolaze kroz standardizaciju i procese dekvifikacije, čak i kada se pojavljuju nove mogućnosti da postanu menadžeri. S jedne strane, njihovi poslodavci ih čuvaju kao izvore inovacija; s druge strane, oni žele da pojeftine njihov rad i da povećaju njihovu produktivnost. Uhvaćeni između ova dva kontradiktorna imperativa, ovi radnici i radnice mogu biti stavljeni u poziciju u kojoj moraju odlučiti da li će nastaviti da internalizuju prioritete menadžmenta i da trpe patnju, da li će otići, da li će potražiti individualna rešenja ili će se pridružiti drugim radnicima i radnicama i pružiti otpor.

Pored eksplozivnog rastućeg tela radnika i radnica „unutar čvora“ kapitalizma, i preklapajući se sa njime, nalaze se i druge grupe radnika i radnica koje su indirektnije uključene u kapitalističke društvene odnose. Ovo uključuje ljude koji se drže zajedno i žive od sitne robne proizvodnje, od male rente ili od trgovine, klasu za koju je Marks pretpostavio da će nestati, ali koja je izgleda dobila novu životnu priliku zbog interneta, i pitanje je da li ovakvi izvori prihoda mogu ikada biti dovoljni za ovaj ne mali deo stanovništva. U mnogim slučajevima se čini da je ovakav

način zarađivanja za život, često sklepan od nekoliko različitih vrsti ekonomskih aktivnosti, privremen i prihvaćen od ljudi koji su izmešteni iz formalnog tržišta rada ili još uvek nisu uspeli da uđu u njega. To nije ništa novo. Radničke biografije su oduvek davale mnoge primere ljudi koje jedva sastavljaju kraj sa krajem i koji uzimaju podstanare, čuvaju decu, čuvaju kućne ljubimce ili izrađuju male stvari za prodaju. Ali ne može se uzeti zdravo za gotovo da će ovi ljudi identifikovati svoje interese sa interesima radnika i radnica „unutar čvora“.

Grupe koje se nalaze „van čvora“ takode obuhvataju ljude koji su uključeni u plaćeni reproduktivni rad: radnici i radnice iz javnog sektora u sve ređim oblastima pružanja usluga koje su ostale nekomodifikovane; kućna posluga; i drugi uslužni radnici i radnice koji nisu direktno uključeni na tržište (kao što su radnici i radnice u volonterskom sektoru). Njihov rad je, naravno, neophodan za reprodukciju kapitalizma, ali se nalazi „izvan čvora“ prema mojoj definiciji. Još jednom, ove grupe pokrivaju širok spektar društvenih identiteta i možda ne vide da imaju nešto zajedničko, bilo jedni sa drugima, bilo sa radnicima i radnicama „unutar čvora“.

Ovome se može dodati veliki broj ljudi koji nisu plaćeni radnici i radnice, ali koji ipak stvaraju vrednost, bilo u obliku reprodukcije, kao što je briga o deci ili kućni rad, ili u obliku (eksternalizovane) produkcije, kao potrošački rad. Mnogi od njih su žene i njihov neplaćeni status ih može staviti u odnos zavisnosti od plaćenih radnika ili od države. Istorija nam je dala mnoge primere reproduktivnih radnika i radnica koji se pridružuju mnogim produktivnim radnicima sa kojima su povezani, na primer žene rudara u

rudničkom štrajku u Velikoj Britaniji 1980-ih, kao i primer potrošačkih radnika i radnicima u solidarnosti sa produktivnim radnicima i radnicama u kampanji potrošača *Clean Clothes Campaign*, kada su organizovali peticiju i bojkot radi poboljšanja uslova rada za radnike i radnice u konfekciji.⁴⁸

To su široke kategorije i nužno je mnogo detaljnije mapirati kompoziciju ovih grupa i njihovih međuodnosa, radi predviđanja klasne konfiguracije koja bi se globalno suprotstavljala u dvadeset prvom veku. Iako može biti naporno otkrivati složenost globalnih lanaca vrednosti i položaja naših radnih procesa u vezi sa njima, čini se da je to apsolutno nužan zadatak ako želimo naučiti kako promeniti sistem, kako delovati zajednički da bi ga promenili i kako početi zamišljati šta bi bile moguće alternative.

Tekst je prvi put objavljen kao Ursula Huws „The underpinnings of class in the digital age: Living, labour and value“, u: *Socialist Register* Vol. 50, London: Merlin Press, 2013.

48 Videti: <http://www.cleanclothes.org>.

Ursula Huws je profesorka na Studijama rada i globalizacije na Univerzitetu Hertfordshire i urednica međunarodnog interdisciplinarnog časopisa *Work Organisation, Labour and Globalisation*.

Centar za politike emancipacije (CPE) je organizacija nastala u Beogradu 2011. godine. Naš rad je posvećen promociji političkih i ekonomskih koncepata koji za cilj imaju ukidanje društvenih nejednakosti nastalih kao proizvod kapitalističkog društva. Kapitalistički način proizvodnje teži maksimizaciji profita što se postiže reprodukcijom različitih oblika eksploatacije i dominacije. Stavljanje profita u prvi plan, tako, onemogućava puno zadovoljenje potreba ljudi.

Politike emancipacije, nasuprot tome, u prvi plan ističu potpuno novu definiciju politike koja naglašava neophodnost egalitarnog uređenja celokupnog društvenog života, zasnovanog na principima solidarnosti. Stoga, CPE kroz svoj rad insistira na podsticanju borbe za neposrednu demokratiju u politici i ekonomiji. U tom smislu osnovni pravac razvoja, kakvim ga mi vidimo, predstavlja izgradnja društva demokratskog socijalizma koje jedino može maksimizirati zadovoljenje potreba ljudi i omogućiti pun razvoj potencijala svih pojedinke i pojedinaca, odnosno društva u celini.

CIP - Каталогизација у публикацији - Народна библиотека Србије,
Београд

331.101.5
316.334.22"20"

ХЈУС, Урсула

Темелји класе у digitalnom dobu : život, rad i vrednost / Ursula Hjus ;
[prevod Maja Solar]. - Београд : Centar za politike emancipacije, 2016
(Београд : Pekograf). - 50 str. ; 21 cm

Prevod dela: The underpinnings of class in the digital age : living, labour
and value / Ursula Huws. - Tiraž 400. - Ursula Huws: str. 48. - Napomene i
bibliografske reference uz tekst.

ISBN 978-86-916299-8-4

а) Капитализам - 21в б) Информатичко друштво - Рад
COBISS.SR-ID 221644556

Svaki pokušaj kategorizacije različitih oblika rada mora otpočeti suočavanjem sa izuzetno teškim pitanjem šta je to zapravo rad. Sama reč pokriva širok spektar značenja – od fizičkog napora porađanja, na jednom kraju, do formalnog učestvovanja u radnom odnosu, ili u političkoj reprezentaciji ljudi koji rade, na drugom kraju. Ako se rad odnosi na aktivnosti koje su stvarno ili potencijalno naplaćene nadnicom na „tržištu rada“, onda u njega moramo uključiti veliki niz aktivnosti koje većina ljudi obavlja bez plate, uključujući seks, brigu o deci, kuvanje, čišćenje, baštovanstvo, pevanje, zasmeljavanje ljudi i javno govorenje o temama koje nas interesuju.

Ako primenimo subjektivniji filter i pokušamo isključiti aktivnosti koje se obavljaju zbog zadovoljstva, onda smo suočeni sa neprijatnom realnošću da se ista aktivnost može doživljavati kao naporan posao ili kao uživanje u različitim okolnostima i, štaviše, da neke aktivnosti, plaćene ili neplaćene, mogu *u isto vreme* biti tegobne i prijatne. Beba vam, na primer, može pružiti vedar osmeh dok joj menjate smrdljivu pelenu; dugo usamljeno putovanje vozača kamiona iznenada može nagraditi zapanjujuće predivan pogled na pejzaž; težak fizički rad u surovom okruženju može učvrstiti drugarstvo među radnicima i radnicama, koje ostavlja toplinu dugo nakon nestanka bola u mišićima; rešavanje teškog problema može odjednom osloboditi navalu zadovoljstva, čak i ako problem nije vlastiti.

Druga dimenzija koja bi mogla biti od pomoći pri razlikovanju „rada“ i „zadovoljstva“ je pitanje da li je aktivnost sprovedena dobrovoljno ili prisilno, pod rukovodstvom druge osobe ili organizacije. Opet, ono što izgleda kao jednostavna razlika postaje izuzetno teško primenjivo u praksi. Jedna od teškoća proizilazi iz istorijski određenih načina na koji su stvari kao što su rodne uloge, koncepti dužnosti ili čak kastinski utemeljene podele rada internalizovane, čineći obrasce moći i prinude nevidljivim i, naravno, dajući mnogim činovima služenja subjektivni kvalitet dobrovoljno pruženog poklona ljubavi, čak i onda kada bi objektivna analiza mogla pokazati da je reč o eksploataciji rada jedne osobe od strane druge osobe. Prinuda se takođe može videti na indirektniji način. Zavisni kočkar, na primer, može svoju kompulziju videti nastalo interno, ne prepoznajući društvene pritiske koji je potiču. Isto se može reći za mnoge onlajn aktivnosti na koje ljudi troše toliko vremena, trudeći se i interakciju sa drugima na društvenim sajtovim. Možda je najviše vidljivih pritisaka ono što dovodi tolike komentatore u raspravu o tome da do toga da insistiraju da su neplaćene aktivnosti oblik



centar
za politike
emancipacije

ROSA
LUXEMBURG
STIFTUNG
SOUTHEAST
EUROPE

novi fenomen. On je, međutim, dobio samo sporadičnu pažnju, izuzev ako nije smatran nekom vrstom skladišta društvenih odnosa iz kojih se kasnije pojavio najamni rad. Istoričari najviše pažnje posvećuju neplaćenom radu, ali ga često mogu labavo nazvati „reproduktivnim radom“.