

论数字资本主义情感劳动新异化及其消解^{*}

马 超

[摘 要] 数字资本主义时代，资本增殖方式的数字化转变和劳动形式的平台化转向，不仅使情感劳动呈现出全新样态，也使情感劳动新异化达到了既往时代所无法比拟的深度和广度。数字资本主义通过算法个性推荐、流量竞争垄断、情感全景监控和平台隐私规训分别催生出“成瘾性情感商品”“人设化情感表演”“无意识精神殖民”和“多层级情感剥削”，由此造成情感劳动者出现与劳动产品、劳动过程、人的类本质以及劳动者自身相异化的新特征。数字资本主义情感劳动新异化的生成是数字平台资本化、私人情感商品化和“情感商品”私有化所导致的一种弊端显现。鉴于此，破除情感劳动的“平台规训”、抵御情感资源的“商品物化”、以及打破情感数据的“私人垄断”，是消解数字资本主义情感劳动新异化的可行路径和必然要求。

[关键词] 数字资本主义 情感劳动 新异化 情感剥削

在工业资本主义时代，马克思曾以异化劳动理论剖析了资本主义条件下工人阶级日益贫困的现实缘由，并由此揭露出资本主义社会的全面异化现象。伴随西方消费社会的到来和发达国家第三产业的崛起，人类“情感”展现出巨大的服务性劳动潜能，情感劳动逐渐成为资本主义进行资本增殖的新增长点。由于情感劳动中存在显著的对情感资源的剥夺、劳动主体间的情感疏离等异化现象，情感劳动异化批判因此构成学界重要议题。迈入数字资本主义时代，资本增殖方式的数字化转变和劳动形式的平台化转向，不仅催生出短视频经济、网络主播经济、虚拟情感经济、粉丝情感经济等情感劳动新形态，也使情感劳动异化达到了既往时代所无法比拟的深度和广度，继而对人类社会发展产生了远甚以往的消极影响。然而，现阶段学界关于情感劳动异化的研究主要聚焦于社会学、心理学、管理学和教育学等学科，研究内容大多偏向于围绕具体行业或具体领域的情感劳动异化所展开。鉴于此，立足马克思主义政治经济学的理论视域对数字资本主义情感劳动新异化进行本质透视，探索消解数字资本主义情感劳动新异化的具体路径，具有重要的理论价值和现实意义。

^{*} 本文系山东省社科规划研究项目“数字帝国主义新型掠夺的政治经济学批判研究”（24CKSJ19）的阶段性成果。

一、数字资本主义情感劳动新异化的内涵辨析

关于情感劳动的界定,学界目前仍存在一定程度的歧义。从概念学术史来看,“情感劳动”主要包括由美国社会学家阿莉·拉塞尔·霍克希尔德(Arlie Russell Hochschild)提出的情绪劳动(emotional labor)和由意大利自治主义者迈克尔·哈特(Michael Hardt)与安东尼奥·奈格里(Antonio Negri)提出的情动劳动(affective labor)两种意涵。情绪劳动关注劳动者在服务业中为获得相应薪酬和达到相关职业要求所展开的情绪管理和情绪表演,其实质是被标准化和商业化的私人情感整饰;而情动劳动是作为非物质劳动的主要构成被提出的,它致力于通过构建交互情感联系和营造共同情感氛围以实现对劳动对象不自觉的、深层次的情感控制,其实质是劳动者基于自身的主体性建构来“生产和操纵情感的劳动”^①。相较而言,情绪劳动是一种具体而微观的劳动过程,它重点展示的是劳动主体在劳动中的具体行为及其后果,而情动劳动则是在更为宏观抽象意义上的深层情感控制形式,它重点刻画的是劳动主客体之间的情感交互及相互影响。情绪劳动和情动劳动尽管是两个不同概念,但两者具有共性特征:其一,两者都是以满足劳动对象的情感需求为内在驱动;其二,两者都是通过营造良好的情感体验以更好地促进消费为最终目的;其三,在资本主义生产关系支配下,两者对劳动主体都具有显著的情感剥削特质。此外,伴随经济现代化的加速,情绪劳动和情动劳动越来越具有交叉性,呈现出相互融合和相互转化的发展态势。

情感劳动虽然是一种旨在满足人的情感需求的非物质性活动,但在一定条件下,也可能向人的对立面转化,变成异己的或敌对的力量。需要指出的是,“人同自己所生产的劳动产品相异化”为马克思异化劳动理论所指,而在资本主义条件下,情感劳动本质上却是一种非生产性劳动。马克思在回应斯密关于“生产性劳动”的两个定义时曾深入分析了“生产性劳动的标准”。在他看来,斯密所提出的第一个定义即“剩余价值生产”触及了问题的本质,是“正确的定义”^②,而第二个定义即“物质生产”则受到重农学派的影响,是“错误的见解”^③。马克思之所以批判斯密的第二个定义,是因为斯密把“适用于简单劳动过程的标准和定义张冠李戴地用于资本主义生产劳动”^④。实际上,在马克思看来,“物质生产”和“剩余价值生产”分别构成了资本主义生产性劳动的“物质规定性”和“本质规定性”。其中,“物质生产”体现了一切商品生产的“共性”,从而构成了资本主义生产性劳动的前提条件;而“剩余价值

① [美] 迈克尔·哈特、[意] 安东尼奥·奈格里:《帝国——全球化的政治秩序》,杨建国、范一亭译,南京:江苏人民出版社,2003年,第30页。

② 《马克思恩格斯文集》第8卷,北京:人民出版社,2009年,第215页。

③ 《马克思恩格斯文集》第8卷,北京:人民出版社,2009年,第216页。

④ 王峰明、周晓:《生产性劳动的转化及其理论效应辩难——从马克思〈资本论〉看奈格里和哈特的非物质劳动理论》,《中国高校社会科学》2022年第1期。

生产”作为资本主义生产的根本目的，体现了资本主义商品生产的“个性”，从而构成了资本主义生产性劳动的本质特征。此外，“物质生产”需要通过商品生产和物质载体加以呈现，而“剩余价值生产”则需要通过社会必要劳动时间予以衡量。对于情感劳动而言，无论是霍克希尔德所提出的诸如服务业中的情绪表演等情感劳动，还是奈格里与哈特所提出的诸如生产“安宁、快乐、愉悦、幸福”等情感体验的情感劳动，两者都既不与“物质商品”构成本质性联系，也无法通过“必要”的“劳动时间”加以界定。就此而言，情感劳动绝不是一种生产性劳动。

然而，问题的关键在于，情感劳动尽管不生产“物质商品”和剩余价值，但这并不意味着情感劳动不能使“情感”获得“商品形式”。事实上，马克思在《资本论》中早已指出，“有些东西本身并不是商品，例如良心、名誉等等，但是也可以被它们的占有者出卖以换取金钱，并通过它们的价格，取得商品形式”^①。情感获得商品形式的过程恰恰体现了资本逻辑将一切社会关系转化为可交换的商品关系的过程。尤其是从资本主义生产过程的整体来看，情感劳动的商品化本质上是服务于资本整体积累的中间环节，例如零售业的“情感服务”能够通过提高顾客忠诚度间接促进商品销售，从而在流通领域实现剩余价值。马克思对此指出：“商人资本既不创造价值，也不创造剩余价值……但既然它有助于流通时间的缩短，它就能间接地有助于产业资本家所生产的剩余价值的增加。”^②此外，情感劳动虽然不直接生产剩余价值，但资本家却可以通过延长劳动时间、提高劳动强度（如要求服务人员长时间保持“积极情绪”），或通过压低工资与情感劳动成本的差额（如支付固定工资却要求超额情感付出）等方式使其参与剩余价值的实现。换言之，在资本主义条件下，情感劳动及其成果的商品化表明情感劳动已然被卷入资本增殖体系的范畴，成为参与价值和剩余价值实现的重要环节。由此可见，情感劳动异化是资本主义物化逻辑和商品拜物教逻辑的必然结果，它不仅使本应属于人的主观体验的私人情感变成了资本家攫取高额利润的交易买卖，同时也使情感劳动者被贬低为一种旨在促进资本增殖的功能性和职能性的存在，从而深刻体现出资本主义生产关系对非物质领域的殖民化扩张，以及商品关系和资本关系对劳动者的深层异化。

迈入数字资本主义时代，“数字化”加速了资本主义对劳资关系的系统性重构，同时也进一步引发了资本主义社会更深层次、更加全面的情感劳动新异化。2000年，意大利学者蒂齐亚纳·泰拉诺瓦（Tiziana Terranova）首次提出了“数字劳工”概念，认为数字时代的情感劳动既是一种“数字劳动”，也是一种“免费劳动”，由此拓展了情感劳动的概念范围。数字资本主义情感劳动既具有工业资本主义时期情感劳动的普遍特征，也因为数字信息和人工智能等技术的变革性发展而呈现出全新样态，具体包括但不限于：一是以情感主播为代表的“网红”群体为获得在线打赏和流量等收益所进行的充满情感的数字化表演活动；二是基于“明星—粉丝”情感

① 《马克思恩格斯文集》第5卷，北京：人民出版社，2009年，第123页。

② 《马克思恩格斯文集》第7卷，北京：人民出版社，2009年，第312页。

交互中的粉丝群体在商业化运作模式下所开展的诸如发帖、点赞、转发、评论等在内的数字化劳动；三是以在线心理咨询、付费陪聊、虚拟恋人等为代表的虚拟情感陪伴服务通过数字平台实现的直接交易和标准化管理；四是在更宽泛的意义上，社交媒介平台上大众网民以获得关注度或经济利益为目的所进行的“情感内容”的表达、分享和传播等行为。总的来看，数字资本主义情感劳动是一种在资本主义生产关系支配下，以满足劳动对象的情感需要为内在驱动、以数字劳动为外在表现、以促进数字资本的“流量变现”为根本目的的非生产性劳动。相较于传统的情感劳动，数字资本主义情感劳动通过劳动者的数字化情感演绎，得以在数字空间构建虚拟情感关系来促进资本增殖，其所生产的“情感商品”能够以数据形态得以存储、流通、交换与消费，从而更具有“可流通性”“可获利性”和“可剥削性”。此外，为了能够在消费领域榨取更多超额利润，数字资本主义在将劳动者的私人情感进行剥夺的同时对其进行数字化改造，并借助数字技术彻底颠覆了传统的生产方式、组织形式和劳动样态，从而使资产者对情感劳动者的剥削变得愈加普遍、愈加隐晦、愈加深入。

二、数字资本主义情感劳动新异化的具体表征

数字资本主义情感劳动新异化是数字技术的资本主义应用向传统情感劳动领域异化延伸的结果。数字资本主义情感劳动新异化同样存在马克思异化劳动理论中的四重异化规定。具体而言，数字资本主义通过算法个性推荐、流量竞争垄断、情感全景监控和平台隐秘规训分别催生出“成瘾性情感商品”“人设化情感表演”“无意识精神殖民”和“多层级情感剥削”，由此造成情感劳动者出现与劳动产品、劳动过程、人的类本质以及劳动者自身相异化的新特征。

（一）算法个性推荐诱生“成瘾性情感商品”

算法个性推荐是以算法技术为核心，并通过与人工智能、大数据等新兴技术深度融合发展而出现的数字技术手段。算法个性推荐的作用原理主要包括四方面，先是通过数据算法技术对海量信息进行高效筛选与精准识别以形成“信息标签”，接着通过智能算法技术挖掘用户的情绪偏好与情感动向以形成“用户画像”，之后通过算法适配技术对信息标签与用户画像进行适用度匹配，最终根据用户的个性化情感需求精准推送用户感兴趣的信息和内容。在数字资本主义时代，算法个性推荐是情感劳动者开展数字劳动的“加速器”与“指向针”。例如在以“油管”（YouTube）为代表的短视频/网络直播情感劳动中，直播平台中彼此进行情感互动的情感主播和观看用户在算法个性推荐的“催化”与“引导”下进行着双向情感劳动。一方面，情感主播以“情感表演”的形式将自身的身体打造成可供大众消费的虚拟化“情感商品”，通过算法个性推荐这一技术支持，能够快速精准地将“情感商品”售卖给目标意向群体，以此谋求用户打赏和平台工资；另一方面，观看用户通过算法个性推荐能够精准找到自己心仪的情感主播，在通过礼物打赏等方式消费情感主播所提供的“情感商品”的同

时,在与情感主播进行情感互动中又自愿通过发帖、转发、评论、点赞等方式为情感主播的“情感商品”创造流量和吸引人气。算法个性推荐作为黏合情感主播与观看用户的技术中介,通过激发两者间的情感共振与情感交流来为“情感商品”提质赋能,从而大幅提高了网络直播情感劳动的价值变现。

数字资本主义情感劳动新异化的生成,一定程度上由于“情感商品”的生产与消费已经不再是纯粹用来满足情感劳动者和情感消费者的现实需求,而是成为一种被算法个性推荐诱导起来的内在冲动和虚假欲望,并以此支配着情感主播与观看用户的双向情感劳动,其背后暗含着使情感劳动者和情感消费者从沉迷走向成瘾的致瘾机制。在数字资本主义生产关系支配下,算法个性推荐与商业盈利目的相结合产生了明确的功利化导向,算法个性推荐深度嵌入情感消费者的日常信息获取、休闲娱乐生活、社会交往消费等各种场景之中,通过精准提供个性化情感体验来最大程度地激发情感消费者的情感需求,以此不断诱导情感主播和观看用户沉溺于“情感商品”的生产与消费之中不能自拔。一方面,算法个性推荐根据流量逻辑为情感主播的情感劳动进行“引流”或“限流”,情感主播在巨大流量变现诱惑下乐此不疲地生产“情感商品”以供观看用户玩乐,这种为了获得金钱而“把人的尊严变成了交换价值”^①的行为无疑体现了数字资本主义对人类主体最大程度的异化;另一方面,算法个性推荐根据消费逻辑向观看用户进行精准化营销,利用内容打造、视觉包装和营销宣传等手段诱使观看用户对“情感商品”产生消费迷恋,使其逐渐从“主动性消费”变成“精准被消费”。在算法个性推荐的诱导下,观看用户不仅无意识地主动参与到“情感商品”的二次创作之中,更进一步加深了自身畸形化、物欲化和符号化的消费心理与消费行为。更严重的是,情感主播与观看用户沉迷于情感劳动期间所生产的“情感商品”及其利润几乎全部被数字平台无偿占有,情感主播只是获得少部分利润提成,而观看用户更是主动沦为数字平台的免费劳工。数字资本主义在算法个性推荐的加持下,不仅“创造了生产商品与消费服务相结合的新型‘消费性免费劳动’”^②,也创造了情感物化与商品拜物教相结合的“致瘾性情感商品”,最终致使情感劳动者沉迷于“情感商品”的生产与消费的循环往复之中,甘愿接受数字资本的剥削与压榨。

(二) 流量竞争垄断激发“人设化情感表演”

在数字资本主义统摄的数据化空间里,流量的走向不仅意味着注意力和能见度的分配,也意味着市场占有能力和利润变现能力。作为数据产生、流动和聚合的呈现形式,“流量”直观体现了用户给予某种事物的关注度和认同度。流量越大,代表数字平台获取的用户注意力就越多,市场交易机会也就越多。因而,竞争性和垄断性构成流量的基本特质和重要优势。在数字资本主义时代,流量竞争垄断是数字资本进行超额利润追逐和实现剩余价值最大化的必要手段。流量竞争

① 《马克思恩格斯文集》第2卷,北京:人民出版社,2009年,第34页。

② 肖峰:《数字技术资本化与劳动新异化》,《马克思主义研究》2022年第5期。

垄断本质上是处于信息优势地位的数字平台利用数字技术带来的信息不对称,获得对数字市场内交易机会的竞争垄断,进而实现对数字消费市场控制的行为。在数字资本主义情感劳动过程中,数字平台利用流量的竞争性和垄断性不仅为情感劳动者制定了计量绩效报酬的标准,同时也利用其所创造的垄断性收益优势驯化和激励了一群想要成为“网红”的普通情感劳动者。为了能够拉近情感消费者与“情感商品”之间的距离,情感劳动者往往需要通过“人设化情感表演”进行引流运作,利用精心炮制和蓄意包装的情感展演激发用户的观看欲望、心理迷恋和消费冲动。所谓“人设”指的是人物设定,是一种与“真实自我”相对应的虚拟化了的自我人格及其行为表现。“人设化情感表演”是情感劳动者从“浅层表演”向“深层表演”所展开的一种风格化尝试,也是情感劳动者与情感劳动对象之间进行情感交流的符号想象载体。例如在短视频/网络情感直播场景中,情感主播惯常利用塑造朋友、恋人或亲人等“人设”来创制与观看用户的亲密关系,以此形成稳定的情感共同体。“人设化情感表演”要求情感劳动者必须能够按照资本设定的“人设脚本”进行表演,通过精心装扮外貌形象、反复斟酌话语话术、充分展示个性特征等方式鼓动观看用户为其情感展演进行在线打赏,进而获得流量以及流量带来的物质回报。

然而,在流量竞争垄断的加速机制下,“人设化情感表演”容易使情感劳动者受到肉体能力与精神能力的双重损伤,造成情感劳动者与自身的劳动过程相异化。一方面,为了能够在数字平台中长期维持高人气度和高曝光度,情感劳动者必须不间断地进行“人设化情感表演”并尽力达到实时更新的效果,才可能确保持续“吸睛圈粉”。为了维持算法流量,部分情感劳动者甚至被迫接受“7×24小时在线”“日播10小时”的超额劳动,这种对劳动周期和劳动强度的极限要求极易造成情感劳动者的生理情感等肉体能力损伤的“情感衰竭”;另一方面,“人设化情感表演”往往是以舒适型表层互动为典型特征,形塑的是一种以泛娱乐化内容为主导的情感沉浸体验。这种表层情感互动背离了情感劳动者的自然表演和真实自我情感的本义,其实质是一种情感层面的虚假修饰和虚假表演。“人设化情感表演”不仅会削弱情感劳动者的真实情感表达,也容易导致情感劳动者的短视以及对时效性、新颖性的偏好胜于准确性、深刻性的价值,进而造成对情感劳动者的认知审美、自由意志等精神能力摧残的“人格解体”。更严重的是,深层次、持续性的“人设化情感表演”极易演变成“表演的生活化”和“生活的表演化”。这将意味着,这种异化了的劳动不仅会全面渗透于情感劳动者的日常生活之中,而且也会成为一种“不依赖于他、不属于他、转过来反对他自身的活动”^①。

(三) 情感全景监控强化“无意识精神殖民”

在数字资本主义时代,资产者借助数字监控技术对情感劳动者进行全景监控,以期全面掌握“情感商品”的生产与消费全过程,由此导致资本对情感劳动者的控制变得无孔不入。法国哲学家福柯在其著作《规训与惩罚》中曾以“全景敞视监狱”为例揭示了在资本主义社

^① 《马克思恩格斯文集》第1卷,北京:人民出版社,2009年,第160页。

会里，人们在现代技术的全景监控中被逐步异化的作用机理。在福柯看来，全景敞视监狱是一个大型的权力实施布展舞台，它利用各种技术手段和规则机制对身处其中的人进行管理与规训，从而使人们处于一种被“空间隔离、不在场的监视和隐蔽的凝视”的状态。在数字媒介空间，数字平台借助数字监控技术对情感劳动者构建起大数据助推的“数字化情感全景监控体系”，通过带有摄像头、传感器、录音设备、智能穿戴设备等数字化监控设备，能够自动且连续地监测情感劳动者工作时的行为和状态，并利用实时数据看板分析情感劳动者创造的劳动数据，进而实现对情感劳动者的情感劳动效果的即时评估和动态支配。为了能够最大限度地挖掘情感劳动的商业价值，资产者还为不同的情感劳动者量身设计出一整套完整的情感展演操作流程（如语言话术、表情动作、人设扮演等），并利用数字监控技术来强化对情感劳动者的情绪、情感、意志等感性内容的调节和把控。在情感全景监控统摄下，情感劳动者不得不按照“情感交换市场”的原则和情感展演操作流程进行情感表演，这不仅使情感劳动成为资本增殖链条中的重要一环，更使情感劳动者逐渐被规训为一种单向度的、无个性的、丧失思考能力的存在。

情感全景监控以精神权力规训的形式隐匿支配着情感劳动者的精神世界，使情感劳动者处于全方位的、无意识的情感劳动控制模式中，并逐渐陷入精神殖民化的境地，遭遇着精神危机与精神异化之痛，从而形成了“无意识精神殖民”这一类与人的类本质相异化的新型劳动形式。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出，人的类本质表现为人是能区别于动物而“使自己的生命活动本身变成自己意志的和自己意识的对象。他具有有意识的生命活动”^①，而只有在自由自觉的劳动之中，人才能使自身的类本质获得真正实现。然而，数字资本主义将情感劳动者置于全景式的情感监控牢笼之中，它以精神权力监控的方式运作，全方位渗透于情感劳动者的精神生活领域，通过算法监控窥视和钳制情感劳动者的情感思想，不仅将情感劳动者的私人与公共空间等一切可控领域和范围都纳入窥视的界域，更使情感劳动者作为人的本质力量被数字技术压制，成为无思辨抗争意识的“资本增殖傀儡”。情感全景监控祛除了情感劳动主体丰盈的生命情感体验，使情感劳动不再是劳动者自由自觉的劳动形式，而是沦为一种仅仅是为取悦情感消费者所定制化的、流程化和职业化的商业活动，并由此造成情感劳动者在精神异化中变成了片面发展着的、没有自主意识的资本增殖工具。

（四）平台隐匿规训加剧“多层次情感剥削”

如果说物质劳动通过重塑人与自然的关系间接改变了人与人的关系，那么情感劳动则可以通过主体间的情感交流直接塑造人与人的关系。在工业资本主义时代，人与人之间的社会关系异化往往是基于资本家的强制性压迫而形成的，劳动者尽管在资本家的压榨下被动从事“把生命耗尽的过度劳动”^②，但也由此在引发一次次更深层次的劳资矛盾过程中迫使劳动者不得不奋起反

① 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第162页。

② 《马克思恩格斯全集》第43卷，北京：人民出版社，2016年，第241页。

抗以争取劳动解放。到了数字资本主义时代,智能科技介导的生产方式极大优化了劳动者的工作环境和自主性,但与此同时,以算法个性推荐、流量竞争垄断和情感全景监控为核心的数字资本主义规训,却以隐而不显的方式强化了资产者对情感劳动者的支配与征服,致使其成为资本权力摆布下被自动驯服的提线木偶。在数字资本主义情感劳动中,平台隐匿规训主要表现为数字平台遵循资本逻辑的逐利本能,将资产者对劳动者的剥削毫无痕迹地转换为劳动者自觉自愿的自我奴役,而资产者却得以隐匿在数字平台背后充当看似公正的“操盘手”,这不仅导致传统的劳资矛盾无形中转化为“劳动者的内部矛盾”,更进一步加剧了情感劳动者被“情感剥削”的残酷现实。

在数字资本主义情感劳动中,平台隐匿规训对情感劳动者的情感剥削呈现出“多层级性”。以网络情感直播为例,在“数字平台(资产者)-情感主播-观看用户”构成的“劳资关系”中,资产者对情感劳动者的“多层级情感剥削”具体表现在三方面:一是基于数字平台(资产者)对情感主播和观看用户(双重情感劳动者)通过收取中介费、会员费等方式所形成的“第一层剥削”;二是基于情感主播对观看用户通过售卖“情感商品”所形成的“第二层剥削”;三是基于观看用户在与情感主播进行情感互动的过程中留下的大量痕迹数据被数字平台无偿占有和使用所形成的“第三层剥削”。其中,“第一层剥削”表现为资产者对情感劳动及其成果的剥夺性占有,是传统“劳资矛盾”的数字化呈现。然而,由于资产者向情感劳动者主动提供数字技术媒介作为情感展演平台,而将自身隐匿在数字平台背后不与情感劳动者发生直接接触,这就容易使情感劳动者忽视自身被资产者剥削的事实。“第二层剥削”表现为“情感商品”的生产者对情感消费者的“剥削”。表面上看,情感主播通过售卖“情感商品”构成“第二层剥削”的剥削主体,但由于期间获取的绝大部分利润最终仍被数字平台所占有并构成资本主义再生产的基础,因而“第二层剥削”本质上依然是资产者对劳动者的剥削。“第三层剥削”表现为情感消费者同时作为情感劳动者的自我剥削,是资产者利用数字平台的隐匿条款无偿占有用户数据资源并实现价值变现的重要方式。由此可见,资产者利用平台隐匿规训对情感劳动者所形成的“多层级情感剥削”,不仅没有改变资本主义生产剥削的性质,反而在隐匿传统劳资矛盾的同时进一步强化了对情感劳动者的剥削程度以及情感劳动者之间的内部矛盾冲突,由此引发了更深层次的人际关系异化。

三、数字资本主义情感劳动新异化的生成逻辑

数字资本主义尽管推动了情感劳动的形态变化,却没有改变资本主义生产关系下劳动异化的本质。数字资本主义将资本逻辑内嵌于情感劳动之中,驱使其与数字技术、意识形态和社会制度联姻,形成了以数字平台资本化为核心的“资本-技术逻辑”、以私人情感商品化为核心的“资本-消费逻辑”和以情感商品私有化为核心的“资本-制度逻辑”。资产者正是依据这三个逻辑对情感劳动者施以直接或隐蔽的宰制,致使数字资本主义情感劳动新异化比工业资本主义时代的

劳动异化影响更大、范围更广、程度更深。

（一）数字平台资本化是数字资本主义情感劳动新异化生成的“资本—技术逻辑”

数字平台资本化为数字资本主义实现价值增殖创造了新的利润获取渠道和新的劳动剥削方式，同时也为资产者吮吸情感劳动并对情感劳动者生产生活的剥削延伸至数字生产生活领域提供了最新技术载体。作为一种集各类数字技术复合而成的数智基础设施，数字平台不仅打破了物理时空壁垒而为情感劳动者提供了广阔的虚拟情感展演场域，而且凭借自身所具有的数字零工、线上办公、弹性工作等劳作模式创新和低准入门槛、低技能要求、高收益特性等技术优势，一定程度上帮助情感劳动者实现了在劳动空间的“去场域化”、劳动时间的“自主化”和劳动盈利的“收益无上限”。然而，在资本逻辑支配下，数字平台不是客观公正的连接者，而是积极促成资本增殖目标实现的最大玩家。数字平台的“技术逻辑”内在追求效率最大化倾向和资本增殖求利本性深度契合、二元交叠，把技术至上的工具理性和物化逻辑渗透到整个数字化社会，利用自身强大的数据增殖、资源汲取与智能算法等技术能力挑选和培养能够为其带来更高利润的“数字奴隶”，放弃和排斥那些没有经济价值的“数字穷人”。数字平台资本化将情感劳动者的具身情感进行盈利性量化生产，通过对情感劳动者的私人情感资源的占有及其商品化利用来进行剥削，具体表现为通过礼物打赏、品牌代言、直播带货等方式向情感劳动者收取“广告费”“中介费”和利润提成等。此外，数字平台资本化还通过建构规则和操纵算法等方式不断调整情感劳动者的劳动成果和注意力资源的分配，利用将流量与收益相挂钩的方式迫使情感劳动者自愿将劳动时间、生活时间甚至休闲时间“无规制量化”为超额劳动时间，从而使其彻底沦为“自我剥削者”和“主动受迫者”。

（二）私人情感商品化是数字资本主义情感劳动新异化生成的“资本—消费逻辑”

私人情感商品化是指私人情感在资本逻辑支配下，不再呈现为人的本真精神状态，而是沦为资本增殖工具，获得了货币意义上商品交换价值的潜能。私人情感商品化是资本将私人情感纳入自身运动和增殖积累的系统图式之中，通过支配情感劳动将私人情感物化为“情感商品”，进而在消费主义逻辑规训下牟取利润最大化的过程。在马克思看来，增殖是资本的本性和动力，资本增殖过程就是“要从一切方面去探索地球，以便发现新的有用物体和原有物体的使用属性……同样要发现、创造和满足由社会本身产生的新的需要”^①。迈入数字资本主义时代，数字资本联合数字技术不断打开和创造人的新的情感需求域，通过对人体进行精神解剖、欲望刺激以及情感生产等，不断将消费主义意识形态深嵌于大众的意识结构之中，从而启示人们以疯狂消费和自我剥削的方式不断挖掘生命中潜在的情感消费欲望。私人情感商品化的深层根源是消费主义逻辑，促进情感消费是数字资本主义情感劳动的终极目标。私人情感在资本逻辑的裹挟下被转移、放大、置于以利益计算为主导的市场化原则中进行加工、包装和兜售，以至形成规模化的“情感商品”产业链。在表现形态上，私人情感商品化表现为情感的商品化与商品的情感化的双向运

^① 《马克思恩格斯文集》第8卷，北京：人民出版社，2009年，第89页。

动逻辑。情感的商品化是指私人情感被资本所赋值,拥有了市场交易属性,成为一种可以被直接消费和购买的虚拟商品;而商品的情感化是指私人情感在资本操纵下附加于一般商品之中,利用消费者的情感需求来增加商品的情感属性,从而通过大幅提升商品的“情感附加值”来获取更多利润。然而,在消费主义意识形态支配下,无论是情感的商品化还是商品的情感化,情感消费主体的行为都不是以满足自身的合理情感需求为最终目的,而是把无限度追求由资本所构建的“伪”情感需求作为自身的终极意义。因此,私人情感商品化充斥着情感伪装和虚假伪善,它使本应蕴含着人性的本真的情感状态被资本占有的虚假消费情感欲望所取代,是引发数字资本主义情感劳动新异化的重要诱因。

(三)“情感商品”私有化是数字资本主义情感劳动新异化生成的“资本—制度逻辑”

“情感商品”私有化是指资产者拥有对情感劳动及其成果的所有权和支配权,它使情感劳动者同情感劳动要素相分离,从而情感劳动者只能处于与资产者的雇佣关系之中。“情感商品”私有化表现为资产者利用制度化手段通过数字平台垄断(如流量分配权、数据所有权)和流通环节控制(如打赏抽成),将本应属于情感劳动者的收入转化为资本利润,是数字资本主义情感劳动新异化生成的制度根源。在马克思看来,“从资本主义生产方式产生的资本主义占有方式,从而资本主义的私有制,是对个人的、以自己劳动为基础的私有制的第一个否定”^①。而私有制主导下的资本主义基本矛盾以及由此导致的周期性生产过剩危机,只有通过资本不断创新和拓宽价值增值的手段与方式才能予以暂时性的调和与修复。正因如此,迈入实体商品逐渐过剩而情感需要与情感消费获得不断拓展的数字时代,资产者洞察到情感要素的资源无限性和商业想象性,试图通过转向情感领地来寻求新的逐利商机,以此挽救自我和实现进一步增殖扩张的目标。也就是说,数字资本主义情感劳动的生成本质上是对资本主义基本矛盾的一种现实回应,其背后隐匿的是资本主义社会日益紧张的劳资对抗矛盾、愈益激烈的阶级冲突以及无法逾越的贫富鸿沟等现实困境。然而,在私有制前提下,情感劳动虽然不直接生产剩余价值,但其创造的流量数据被数字平台加工为“数据商品”(如用户画像、消费偏好等),成为广告商的免费生产资料。这种数据剥削不仅使情感劳动者沦为资本积累的无偿性原材料供应者,同时也导致情感劳动不再是劳动者自由自主的活动,而是“替他人服务的、受他人支配的、处于他人的强迫和压制之下的活动”^②。换言之,“情感商品”私有化的结果就是情感劳动者和资产者分别处在“劳”与“获”的严重不对等境遇,情感劳动者所创造的利润不属于本人,而是属于“一个异己的、敌对的、强有力的、不依赖于他的对象”^③,这就不可避免造成情感劳动者处于被剥削、被奴役和被支配的地位。因此,数字资本主义情感劳动新异化的生成,归根究底根源于资本主义情感劳动剥削的制度化,它体现的是作为一种异化了的社会制度的存在,其产生与资本主义私有制具有根本性关联。

① 《马克思恩格斯文集》第5卷,北京:人民出版社,2009年,第874页。

② 《马克思恩格斯文集》第1卷,北京:人民出版社,2009年,第165页。

③ 《马克思恩格斯文集》第1卷,北京:人民出版社,2009年,第165页。

四、消解数字资本主义情感劳动新异化的可能路径

消解数字资本主义情感劳动新异化，不仅要扬弃数字资本，让情感劳动者不再遭受数字平台的规训与盘剥，还应该扬弃“情感劳动”本身，让本来不是商品的、属于私人领域的情感活动回归私人领域，从而使人们无需通过“出卖”自己的情感而获得生活资料。因此，消解数字资本主义情感劳动新异化的根本出路，就是要在废除资本主义私有制的基础上重建个人所有制，即通过变革以生产资料私有制为基础的资本主义生产方式，建立生产资料共同占有的所有制形式，以此“在人人都必须劳动的条件下，人人也都将同等地、愈益丰富地得到生活资料、享受资料、发展和表现一切体力和智力所需的资料”^①，最终实现劳动解放。然而，现阶段数字资本主义借助数字技术仍呈现勃兴态势，我们短时间内还无法将其彻底根除。马克思也强调：“一个社会即使探索到了本身运动的自然规律……它还是既不能跳过也不能用法令取消自然的发展阶段。但是它能缩短和减轻分娩的痛苦。”^② 鉴于此，我们需要在马克思主义政治经济学批判的整体性视域中，结合数字资本主义时代的新特征、新情况和新规律，探索消解情感劳动新异化的对策和可能路径，力求最大限度地恢复情感劳动的自由自觉样态。

（一）重构技术逻辑，破除情感劳动的“平台规训”

破除数字平台对情感劳动的隐匿规训，需要遏制数字平台的资本主义应用，让数字平台回归“技术为人服务”的发展逻辑，使其成为解放情感劳动的新手段和推动社会发展的“第一生产力”，而不是资本逻辑主导下加剧情感劳动异化的新工具。实际上，情感劳动不同于一般劳动，情感劳动内蕴着情感劳动者丰富自由的情感要素和人际关系自然和谐的情感表达。而数字平台在资本逻辑的支配下，却通过对情感劳动的全景式监控和全方位盘剥使情感劳动者无法真实自主地进行情感表达和情感交流，由此造成缘起于情感劳动者内心世界的诸多真实体验、美妙感悟等丰富性生命要素无法得到呈现。正因如此，相较于其他劳动形态，情感劳动更需要数字平台能够展现“技术向善”的价值原则和“以人为本”的发展理念。就现实路径而言，一是要强化对数字平台的理性系统进行人文精神赋权和价值理性赋能。如通过完善相关法律法规增强数字平台算法逻辑的透明性和可解释性，减少算法歧视和技术偏见，保护情感劳动者的知情权和隐私权，以制度化手段防范数字平台对情感劳动进行诸如“流量分配不公、情感绩效评分”等隐性剥削；加强算法伦理设计和完善数字平台伦理审查机制，令算法成为具有道德感的“良芯”等。二是要加强对数字平台中情感信息传播的多元管治。如建立健全适用于数字平台内部的情感劳动规范和信息准入退出机制；着力提升数字平台的多元治理水平和第三方监管力度，畅通针对虚假情感表演和恶意情感炒作进行投诉和监管的技术通道等。三是要积极开发非营利性数字基础设施。如依

① 《马克思恩格斯文集》第1卷，北京：人民出版社，2009年，第710页。

② 《马克思恩格斯文集》第5卷，北京：人民出版社，2009年，第9-10页。

托政府资助开发公共云服务、开源算法库等，降低商业平台的技术垄断优势；开展社会化平台运营，以情感共享和公共讨论替代流量竞争，降低情感劳动者对私有数字平台的依赖度，打破“数字鸿沟”造成的结构性压迫。

（二）重构消费逻辑，抵御情感资源的“商品化”

数字资本主义情感劳动新异化的生成，一定程度上是由于本属于私人领域的情感资源在“资本—消费逻辑”的支配下被物化为一种利益化计算，成为流通领域可以被货币交易的“商品”。情感资源的“商品化”本质上是资本将原本直接满足于人们真实情感需求的“使用价值”转换为纯粹是满足自身增殖需求的“交换价值”。而数字资本与消费主义的联姻，则加速了人们的情感消费虚荣展现和情感消费冲动扩张，使人们无意识地浸淫在“虚假情感欲望消费”之中不能自拔，从而进一步加剧了情感资源被商品化的现实。对此，必须重构“资本—消费逻辑”，努力将情感消费从资本增殖的工具复归为满足人的真实需求的活动。在马克思看来，消费与生产密不可分，消费作为满足人的需求的主体性活动，是社会生产活动的一个内在要素，构成社会经济体系运转的最终环节。故而，重构消费逻辑的现实进路可以从“生产端”和“需求端”两个层面开展。就“生产端”而言，可以从国家战略层面加强数字平台统一建设，不断提升情感劳动的公共性与公益性。例如在制度建设方面建立公共性情感劳动体系和全民情感保障制度，将心理陪伴、教育共情等情感服务纳入基本公共服务，实行按需分配而非市场定价；在平台建设方面建立以政府为主导的非营利性情感互助平台，实行非商业化运作，避免情感数据被资本无偿占有；在政策导向方面对提供公益性情感服务的商业性数字平台给予税收减免等政策支持，同时立法规定数字平台不得将用户情感数据用于商业牟利等。就“需求端”而言，要坚持以理论批判和观念引导为抓手、以思想教育和舆论宣传为手段，运用马克思主义的世界观和方法论，不断增强人们自觉辨别和抵制消费主义的能力，避免其因沉迷于虚假情感消费而成为资本增殖的牺牲品；要通过倡导自省观念和精品意识，引导人们不断提升自身的情感消费素养和情感消费审美，使其能够主动选择高质量的情感产品和情感服务进行消费，自觉抵制由消费主义所主导的庸俗化、肤浅化的情感消费，从而不断遏制和消灭消费主义的生存空间。

（三）重构制度逻辑，打破情感数据的“私人垄断”

打破情感数据的“私人垄断”以保障情感劳动者获得公平合理的劳动收益，是消解数字资本主义情感劳动新异化的必然要求。情感劳动尽管不直接创造剩余价值，但其所产生的情感数据经过数字平台处理之后不仅作为“情感商品”为资产者带来了高额的“中介费”和利润提成，同时还通过创造高人气和高流量间接提高了数字平台的广告收入和交易转化率。然而，由于“情感数据”在参与剩余价值实现的过程中往往会涉及多元主体（如生成原始“情感数据”的各类情感劳动者、“情感数据”处理过程中的各类技术参与者、数字设备的提供者等），如何对“情感数据”进行确权，以确保情感劳动者根据“实际贡献量”获得收益，成为打破情感数据的“私人垄断”的关键所在。“情感数据”确权至少需要遵循两个向度：一是从“数

据”的属性出发，根据“情感数据”形成主体的多元化特点和不同数据形态来进行分级分类确权授权，如探索“建立数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权‘三权分置’的数据产权制度框架”^①；二是从“情感”的属性出发，将“情感”作为人类精神和智力活动的成果考虑进去，尤其是要将具有独创性、高品质的“情感商品”纳入版权保护范畴，探索“情感商品”的版权确权及归属问题，以此更好地维护情感劳动者的真实劳动权益。需要强调的是，在批判数字资本主义情感劳动新异化的过程中，我们应当客观看待数字平台本身，剥离其制度属性，在充分肯定数字生产力的基础上探讨数字化与新型所有制形式结合的可能性，特别是就“情感数据”确权议题而言，其终极价值在于能够使“情感数据”所创造的劳动收益真正归属于全体情感劳动者，避免资产者和科技精英通过垄断、操控数字平台而控制、剥夺、奴役情感劳动者。

[马超系中国石油大学（华东）马克思主义学院讲师、硕士研究生导师]

[责任编辑：赵丁琪]

著作权使用声明

本刊已许可专业网络学术传播机构（如中国知网、国家哲学社会科学文献中心）以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含网络著作权使用费，所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。

^① 《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，《人民日报》2022年12月20日。