

YANGI IQTISODIYOTDA RAQAMLI MEHNAT

Sodiqova Nigora To'rayevna

Osiyo xalqaro universiteti "Iqtisodiyot" kafedrası o'qituvchisi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8424944>

Annotatsiya. So'nggi yillarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi mamlakatlar iqtisodiyoti va iqtisodiy munosabatlarining rivojlanishi va o'zgarishiga sabab bo'lmoqda. Bu o'zgarishga befarq qarab bo'lmaydi. Raqamli transformatsiya avvalo iqtisodiyotga, keyin esa mehnat munosabatlariga va jamiyatga ta'sir qiladi va o'zgartiradi. Afsuski, bu o'zgarish har doim ham ijobiy emas va yangi tartibning yangi qoidalari ekspluatatsiyani olib keladi. Raqamli iqtisodiyotning tarqalishi bilan eski biznes modellari o'z jozibasini yo'qotdi. Ushbu tadqiqotda raqamli iqtisodiyot doirasidagi raqamli mehnat bozori va ushbu yangi tartibdagi raqamli mehnat holati muhokama qilinadi. Ushbu munozaralarning boshlanish nuqtasi bo'lgan moddiy va nomoddiy mehnat tushunchalari ham shu nuqtai nazardan baholandi.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, Raqamli mehnat, Raqamli mehnat ekspluatatsiyasi.

DIGITAL LABOR IN THE NEW ECONOMY

Abstract. In recent years, the rapid development of information and Communication Technologies has been the reason for the development and transformation of the economy and economic relations of countries. It is impossible to look indifferent to this change. Digital transformation affects and changes the economy first, and then Labor Relations and society. Unfortunately, this change is not always positive, and the new rules of the New Order lead to exploitation. With the spread of the Digital Economy, old business models have lost their appeal. This study discusses the digital labor market within the digital economy and the state of digital labor in this new order. The concepts of material and intangible Labor, the starting point of these discussions, were also evaluated from this point of view.

Key words: digital economy, digital labor, digital labor exploitation.

ЦИФРОВОЙ ТРУД В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Бурное развитие информационно-коммуникационных технологий в последние годы обуславливает развитие и изменение экономики и экономических отношений стран. На это изменение нельзя смотреть равнодушно. Цифровая трансформация влияет и трансформирует сначала экономику, а затем трудовые отношения и общество. К сожалению, это изменение не всегда положительно, и новые правила нового порядка приводят к эксплуатации. С распространением цифровой экономики старые бизнес-модели потеряли свою привлекательность. В этом исследовании обсуждается цифровой рынок труда в рамках цифровой экономики и состояние цифрового труда в этом новом порядке. В этом контексте также оценивались концепции материального и нематериального труда, которые стали отправной точкой для этих дискуссий.

Ключевые слова: Цифровая экономика, цифровой труд, Цифровая эксплуатация труда.

Kirish

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining tez o'zgarishi va globallasuvi ham rivojlangan, ham rivojlanayotgan mamlakatlarga ta'sir ko'rsatdi. Bu jarayonda 1990-yillardan boshlab iqtisodiy va ijtimoiy hayotda o'zgarishlar yuz berdi. Yangi texnologiyalar tufayli iqtisodiy samaradorlik oshdi, yangi ish o'rinlari yaratildi, turli mamlakatlar va mintaqalarda yashovchi odamlar va muassasalar o'rtasida axborot almashinuvi oshdi. Boshqacha aytganda, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi mamlakatlar iqtisodiyotining rivojlanishini yo'naltirdi. Yangi aloqa va axborot texnologiyalarining keng qo'llanilishi iqtisodiy adabiyotlarda Internet asri, Axborot texnologiyalari inqilobi, va raqamli iqtisodiyot. Dunyoda; Axborot iqtisodiyoti, bilim iqtisodiyoti, raqamli iqtisodiyot va yangi iqtisodiyot kabi ko'plab turli atamalar bir-birining o'rnida ishlatiladi. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, raqamli iqtisodiyot aloqa, telekommunikatsiya va informatika sohalaridagi barcha jadal o'zgarishlarni qamrab oluvchi yig'ma tushunchadir. Raqamli iqtisodiyotning tarqalishi bilan eski biznes modellari o'z jozibasini yo'qotdi.

Bu jarayonda barcha kompaniyalarning, ayniqsa transmilliy kompaniyalarning ishlab chiqarish va marketing yondashuvlari o'zgardi. Bu jarayonda kompaniya va jismoniy shaxslarning raqamli iqtisodiyot orqali daromadlari ortib, yangi sarmoyaviy imkoniyatlar birinchi o'ringa chiqdi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari natijasida paydo bo'lgan yangi iqtisodiyotda tarix davomida ko'plab ekspluatatsiyalar mavzusi bo'lgan mehnatning yangi shakli bo'lgan raqamli mehnatning mavjudligi ko'p turli jihatlarida bahsli.

Raqamli iqtisodiyot tushunchasi

Bugungi kunda axborot texnologiyalari sohasida katta o'zgarishlar kuzatilmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) dunyoda katta o'zgarishlarni boshlab berdi. Bu o'zgarishlarning samaralari barcha sohalarida namoyon bo'la boshladi, iqtisodiyotga ham, jamiyatga ham ta'sir ko'rsatib, o'zgartirdi. Raqamli iqtisodiyot bizning ish uslubimizni, yashayotgan hayotimizni va global jamiyatni tubdan kengaytirishi va o'zgartirishi kutilmoqda. Hozir biz qilayotgan ish bu o'zgarishni tezlashtirmoqda, ammo turli platformalarda sodir bo'layotgan o'zgarishlarning aniq ta'rifini berish juda qiyin. Biz bu o'zgaruvchan iqtisodiyotni "yangi iqtisodiyot" deb atashimiz mumkin. Hozirda elektron iqtisodiyot, axborot iqtisodiyoti, postindustrial jamiyat yoki 4-sanoat inqilobi deb ataladigan bu yangi tartib, yangi iqtisodiy inqilob nafaqat qurilmalar va AKT haqida, balki odamlar va jamiyatlarga bevosita ta'sir ko'rsatadigan tartibdir.

Darhaqiqat, biz qaraydigan bo'lsak, internetning hayotimizga kirib kelishi va AKT olib kelgan o'zgarishlar asta-sekin butun iqtisodiyotni shakllantira boshlaydi va uning bandlikka juda kuchli ta'siri borligi taxmin qilinadi. Ko'rinib turibdiki, bu yangi iqtisodiyotni turli ijtimoiy siyosat vositalari bilan tartibga solish kerak. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bilan o'zgarishlar juda tez sodir bo'lmoqda va kelajakda bu o'zgarishlarga rioya qilish yanada qiyinlashishi taxmin qilinmoqda.

So'nggi yillarda raqamli iqtisodiyot kontseptsiyasi iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotning tetikchisi sifatida ajralib turdi; Bu axborot, axborot tizimlari va aloqadagi o'zgarishlar sifatida aniqlanadi. Raqamli iqtisodiyot; U virtual pul (bitkoin), elektron tijorat, onlayn ilovalar do'konlari, internet reklama, bulutli hisoblash va uch o'lchamli chop etishdan foydalanish kabi barcha faoliyatni o'z ichiga oladi.

Raqamli iqtisodiyot aslida ushbu barcha tushunchalarni qamrab olganligi sababli, bu tushunchalarning barchasini yaxshi tushunish kerak. Raqamli iqtisodiyot atamasi o'rniga elektron tijorat atamasi qo'llaniladi, ammo raqamli iqtisodiyot elektron tijoratni o'z ichiga olgan kengroq tushunchadir. Adabiyotda elektron tijorat "internet orqali tijorat operatsiyalarini amalga oshirish, veb-saytlardan mijozlarga tovarlar va xizmatlarni taklif qilish, Internet orqali oldi-sotdi operatsiyalarini amalga oshirish va bularning barchasini amalga oshirish jarayoni" deb ta'riflanadi. kompyuterlar va boshqa aloqa vositalaridan foydalangan holda tarmoqlar orqali tranzaksiyalar.

Gokbunar va Utkuseven ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat; "jismoniy shaxslar va muassasalar; U qiymat yaratishga qaratilgan va raqamli ma'lumotlarni matn, tovush va tasvir ko'rinishidagi ochiq tarmoq muhitida (Internet) yoki yopiq tarmoq muhitida (Intranet) qayta ishlash, uzatish va saqlashga asoslangan barcha tijorat operatsiyalarini qamrab oladi. cheklangan foydalanuvchilar soni. Shu nuqtai nazardan, tijorat natijalarini ishlab chiqaradigan yoki tijorat faoliyatini qo'llab-quvvatlaydigan ta'lim, ommaviy axborot, reklama-reklama va boshqalar. Ushbu maqsadlar uchun elektron shaklda amalga oshirilgan operatsiyalar ham elektron tijorat doirasida ko'rib chiqiladi.

Jahon savdo tashkilotining elektron tijorati; U telekommunikatsiya tarmoqlari orqali tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, reklama qilish, sotish va tarqatish sifatida belgilanadi. OECD ta'rifiga ko'ra, bu raqamlashtirilgan yozma matn, ovoz va tasvirni qayta ishlash va uzatishga asoslangan jismoniy shaxslar va muassasalar ishtirokidagi barcha tijorat operatsiyalari.

Yana bir platforma bulutli hisoblashdir. Bu Internet orqali, mos sharoitlarda, istalgan joydan va istalgan vaqtda taqdim etiladigan resurslar va xizmatlarning umumiy hovuziga kirishni ta'minlaydigan dastur. Bulutli hisoblash 3 xil xizmat modelini taklif etadi: dasturiy ta'minot, platforma va dastur. Foydalanuvchilar tomonidan afzal ko'riladi, chunki u o'z foydalanuvchilariga cheksiz saqlashni taklif qiladi va dasturiy ta'minot va apparat xarajatlari past. Shu tariqa boshqa mamlakatlar iqtisodiyotida korxona ochmasdan yoki kadrlar ishlamasdan faoliyat yuritish mumkin. Internetga asoslangan reklama birinchi marta 1994 yilda qo'llanila boshlandi va Internetning keng qo'llanilishi bilan tez rivojlandi. Internet-reklama iste'molchilarga qo'shimcha ma'lumot beradi va mahsulotni xohlagan vaqtda sotib olishi mumkin. Xususan, bu reklamalar yoshlarning iste'mol qilish odatlarining o'zgarishiga sabab bo'ldi. Hozirgi kunda internetda reklamadan tushgan daromadlar ancha katta darajaga yetdi. Shu bilan birga, u turli maqsadlarda foydalaniladigan vositaga aylandi, masalan, Internet-reklama yordamida iste'molchilarning afzalliklariga ta'sir qilish va manipulyatsiya qilish. Raqamli iqtisodiyotning yana bir vositasi Bitcoin bo'lib, raqamli pul yoki virtual pul sifatida ham tanilgan.

Bitcoin birinchi marta 1993 yilda Evropa Ittifoqida paydo bo'lgan. Bitkoin bo'yicha hisobot a'zo mamlakatlarning markaziy banklari tomonidan e'lon qilindi va Bitcoin texnik qurilmada saqlanadigan pul qiymati sifatida belgilandi. Sonmez vositachi raqamli pulni odamlar faqat internet orqali ishlatishi mumkin bo'lgan pul deb ta'rifladi. Biroq, Bitcoinning eng katta salbiy ta'siri, shubhasiz, soliqqa tortish sohasida. Bitkoin bilan tranzaksiya qiluvchi odamlarning shaxsi asosan maxfiydir va tranzaksiyalardan olingan daromadlarni aniqlash qiyin. Shu sababli, Bitcoin pul yuvish faoliyati va norasmiy iqtisodiyotga yo'l ochadigan tizimdir. Bu tizimda olingan daromad real pulga aylantirilgan va bank hisob raqamiga o'tkazilgandagina soliqqa tortiladi.

Ushbu komponentlarning barchasi bilan raqamli iqtisodiyot odamlarga dunyoning qayerida bo'lishidan qat'i nazar, tovarlarni sotib olish va sotishda katta qulayliklarni ta'minlaydigan

platformadir. Raqamli iqtisodiyotda hamma uchun teng foydalanish muhim, shuning uchun barcha moddiy va ma'naviy operatsiyalarni osonlik bilan amalga oshirish mumkin. Axborot jamiyati nutqiga ko'ra, moddiy ishlab chiqarish o'z ahamiyatini yo'qotdi va hokimiyatni egallashni istaganlar endi axborot ishlab chiqarishga ahamiyat berishlari kerak. Texnologik innovatsiyalar va kompyuter texnologiyalarining jadal rivojlanishi yangi iste'mol maydonlarini yaratdi. Shuning uchun bu yangi sohalarida mehnat va ekspluatatsiyaning qaysi shakllari ob'ektivlashtirilganligini tahlil qilish muhim vazifadir.

Nomoddiy mehnat

Nomoddiy mehnat sifatida ham tavsiflangan raqamli mehnat mehnat sharoitlarining miqdoriy va sifat o'zgarishlari bilan bir qatorda ishlab chiqarilgan mahsulotning tabiatini, ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan qiymatni va ishchi kuchini belgilovchi tushuncha sifatida qo'llaniladi. Xardtning fikricha, kapitalistik ishlab chiqarish usulining o'zgarishi ommaviy ishlab chiqarishdagi fordizmdan iste'molchiga yo'naltirilgan va cheklangan va ko'p tarmoqli ishlab chiqarishga asoslangan post-Fordist modelga o'tishdir. Bu o'zgarish axborot va aloqani ishlab chiqarishda ilgari imkoni bo'lmagan tarzda qo'llash va shu tariqa ishlab chiqarish markazida joylashish uchun yo'l ochdi. Ishchi sinfining nisbiy farovonligi, ayniqsa ilg'or kapitalistik mamlakatlarda. 50-yillar, 60-yillarning oxiri va 70-yillaridan boshlab kasbiy kasblarning rivojlanishi, nomoddiy sohaning rivojlanishi mehnat tushunchasi haqida munozaralar uchun asos yaratdi.

Samarali mehnat

Asosiy iqtisodiy nazariyalarda mehnat unumdorligi - bu shaxslarning ratsional imtiyozlar nazariyasi bilan bog'liq vaziyat va bu yo'nalishda harakat qilish tabiiydir. Biroq, Karahano'gullari marksistik iqtisodiy nazariya va asosiy iqtisodiy nazariya o'rtasidagi ba'zi farqlarni ko'rsatdi. Marksdan farqli o'laroq, u qiymat yondashuvini kiritdi. Uning aytishicha, haqiqatda muhim narsa faqat mehnat unumdormi yoki yo'qligi, balki mehnat tomonidan yaratilgan qo'shimcha qiymat hamdir.

Marks unumli va unumsiz mehnatni ajratdi: "Unumdor mehnat faqat kapital ishlab chiqaradigan narsadir. "Mehnat uning teskarisini ishlab chiqarish orqaligina unumdor bo'ladi", dedi u. "Faqat samarali mehnat kapitalist uchun qo'shimcha qiymat ishlab chiqaradi, yoki boshqacha qilib aytganda, kapitalning o'zini o'zi baholashiga hissa qo'shadi."

Xulosa qilib samarali mehnat:

- To'g'ridan-to'g'ri kapital bilan aloqa qilish,
- Qiymat, qo'shimcha qiymat va shuning uchun kapital ishlab chiqarish,
- Tovar ishlab chiqarishga hissa qo'shadigan mehnat sifatida aniqlanadi.

Marks kapital uchun ishlab chiqaradigan va ishlab chiqarish vositalariga egalik qilmasdan kapital jamg'arishga hissa qo'shadigan mehnatni unumli mehnat deb ta'riflagan bo'lsa, u bundan tashqari boshqa mehnat toifalarini ham samarali mehnat deb belgilaydi. Hozirgi munozaralarga nazar tashlaydigan bo'lsak, nomoddiy mehnat doirasida ko'rib chiqiladigan ba'zi faoliyatlar klassik marksizmga muvofiq, ma'lum shartlarga javob bersa, unumli mehnat deb hisoblanadi, degan fikr hukmronlik qiladi.

Raqamli mehnat

Raqamli so'z odatda "raqamlar bilan bog'liq yoki ulardan iborat" degan ma'noni anglatadi va "raqamli" ekvivalenti beriladi. Ko'rib chiqilayotgan raqamlilik Axborot texnologiyalari

adabiyotida 1 va 0 raqamlaridan iborat ikkilik tizimga mos keladi va shuning uchun ma'lumotlarga (ma'lumotlarga) asoslangan barcha texnologiyalarning asosini tashkil etuvchi bu ikkilik tizim va ular bilan bog'liq bo'lgan barcha narsalar quyidagicha tavsiflanadi. raqamli. New Medianing asosiy xususiyati sifatida raqamli soʻz har qanday shaxs, guruh, muassasa, tashkilot yoki narsaning raqamlashtirilgan, rasmiy ravishda multiplekslangan va manipulyatsiya qilingan, ularning jismoniy yoki analog shaklidan farqli yoki oʻxshash barcha ob'ektlari yoki ob'ektlarini bildiradi.

Bular haqiqiy, soxta yoki anonim foydalanuvchi profillari, shuningdek, Internet ob'ektlari, tobora aqlli robotlar yoki New Media-da raqamlashtirilgan musiqa, filmlar, o'yinlar va pullar, elektron pochtdan foydalanish yoki egalik qilish huquqiga ega bo'lishi mumkin. bank, ijtimoiy media va o'yin hisoblari, bulutli tizimlar. Shuningdek, ijaraga olingan saqlash joylari orqali xabarlar, tasvirlar, videolar va ilovalar va shu hududlarda qilingan ulushlar kabi kontent ham bo'lishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, raqamli xususiyat New Media ob'ekt hajmini ifodalaydi.

Raqamli mehnat nazariyasi marksistik mafkura tomonidan yaratilgan nazariyadir. Bu ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilarini samarali mehnat deb hisoblash kerakmi degan savol bilan paydo bo'lgan tushunchadir. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari ijtimoiy media kompaniyalarining kapital jamg'arish jarayonlariga qay darajada hissa qo'shmoqda? Axborot texnologiyalari asrida samaradorlik o'lchovi va raqamli iqtisodiyotdagi ushbu yangi mehnat o'rni so'roq qilina boshladi.

Raqamli mehnatning eng muhim nazariyotchilaridan biri bo'lgan Fuchs raqamli mehnatni raqamli media (ijtimoiy media) yaratish, foydalanish, tarqatish va ko'paytirish uchun haq to'lanadigan yoki to'lanmaydigan faoliyat sifatida kontseptsiyalashgan. Qisqacha ta'rif berish uchun biz ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilarining to'lanmagan mehnatini raqamli mehnat deb atashimiz mumkin. Biroq, raqamli mehnat aslida juda kengroq o'lchovda ko'rib chiqilishi kerak. Ijtimoiy media platformalari va infratuzilmalarini yaratishga hissa qo'shadigan va shu kontekstda ishlaydigan odamlar ham raqamli mehnat sifatida tavsiflanadi. Shu nuqtai nazardan, Fuchs aslida raqamli mehnatni belgilaydi; Uning aytishicha, u Afrikadagi qullik sharoitida mobil telefonlar va kompyuterlarda ishlatiladigan minerallarni qazib olish, Uzoq Sharqdagi montaj sanoati ishchilari, qo'ng'iroq markazi xodimlari, Silikon vodiysidagi sharoitlar, dasturiy ta'minotni ishlab chiqish kabi ko'plab turli soha va xodimlarni qamrab oladi. Hindistonda va ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchi mehnati. Fuchs tomonidan tasvirlangan raqamli mehnat turlarining umumiy xususiyatlari shundaki, ular hissa qo'shadigan sanoat va ekspluatatsiya kapitali umumiydir. Ularning barchasi turli kasblarga ega bo'lishiga qaramay, ular raqamli ommaviy axborot vositalaridan foydalanish va qo'llash uchun zarur bo'lgan mehnatni yaratadi va jamoaviy ta'sirni yaratadi.

Shubhasiz, Internet tez ishlab chiqarish vositasi va uni hatto "juda tez o'sib borayotgan" deb ta'riflash mumkin. Bu vaqtda ushbu tezkor ishlab chiqarish vositasining ham iste'molchi, ham ishlab chiqaruvchi sub'ektlarini aniqlash uchun turkchaga "prosumer" deb tarjima qilinishi mumkin bo'lgan "prosumer" tushunchasi kiritildi. Internet ishlab chiqarish va aloqa vositasi sifatida ham iste'molchi, ham ishlab chiqaruvchi bo'lgan shunday profilni yaratdi. Fuchs bu holatni quyidagicha izohlaydi: Internet foydalanuvchilari o'zlarining foydalanuvchilar faoliyatida Internetga asoslangan mahsulot bozorining kengayishini kuzatadilar va ular bir vaqtning o'zida foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentning mavjudligi, doimiy ijodiy faoliyat, aloqa, jamiyat qurish va boshqalar bilan shug'ullanayotganliklarini anglay boshlaydilar. kontent ishlab chiqarish.

Ushbu kontseptsiyaga qo'shimcha ravishda Henning va Hebblewhite tomonidan ilgari surilgan ishlab chiqarish kontseptsiyasi (mahsulotli aloqa) ushbu bo'limda eslatib o'tilishi kerak

bo'lgan mavzular qatoriga kiradi. Kontent ishlab chiqaruvchilarning mehnati ekspluatatsiya qilinadi deb o'ylaydiganlar "tomoshabinlar mehnati" ni oladi. " 70-yillarda Dallas Smit tomonidan o'zlarining asosiy boshlang'ich nuqtasi sifatida ilgari surilgan muhokama. An'anaviy ommaviy axborot vositalaridagi auditoriya tovaridan Internetdagi auditoriya tovaridan farqi shundaki, ikkinchisida foydalanuvchilar ham kontent ishlab chiqaruvchisi bo'lib, foydalanuvchilar doimiy ravishda ijodiy faoliyat, muloqot, jamiyat qurish va kontent ishlab chiqarish bilan shug'ullanadilar.

Tomoshabin va foydalanuvchi o'rtasidagi munosabatlarga uchta asosiy omil ta'sir qiladi.

- Kontent ishlab chiqarish,
- Vaqt cheklovi,
- Joyga bog'liqlik.

Bunday o'xshashlikdan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar ijtimoiy fabrikalardir va bu fabrikalarda raqamli mehnat ishlab chiqariladi. Post-Fordist sharoitda ishlab chiqarilgan bu mehnat profilning izdoshlarini potentsial mijozlarga va profil egasini sotuvchiga aylantiradi. Masalan, yuqori izdoshlari bo'lgan ijtimoiy media akkauntlari, kosmetika mahsulotlari, kitob tavsiyalari, texnologik vositalar va boshqalar. Buning eng mashhur misoli, o'z sohasiga ixtisoslashgan ba'zi bloggerlar vaqt o'tishi bilan ijtimoiy tarmoqdagi akkauntlarida reklamalar olishadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi do'stlarimiz va izdoshlarimiz bir-birining kapitaliga aylanadi, shuning uchun ularga sarmoya kiritish odatiy holga aylandi. Ko'proq muvaffaqiyatga erishmoqchi bo'lgan tadbirkor vaqt o'tishi bilan o'zini ham, atrofini ham imkon qadar moslashuvchan qiladi.

Ijtimoiy tarmoqlarda qilingan baholashlar va yaratilgan profillar, bir muncha vaqt o'tgach, ijtimoiy va iqtisodiy xatti-harakatlar odatlarini o'zgartirishga va qayta qurishga yordam beradi. Ijtimoiy tarmoq platformalarida foydalanuvchilar tomonidan amalga oshirilgan ishlab chiqarish, bu muhitda ko'rish paytida qiladigan hamma narsadir. Tasvirlar, videolar yuklash, albomlar yaratish, fikr bildirish va h.k. Foydalanuvchilar Facebook kabi muhitda o'zlari ishlab chiqaradigan va saqlaydigan kontentning kapitali nuqtai nazaridan o'zlarining his-tuyg'ulari va hissiyotlari bilan ta'sirga asoslangan raqamli foyda arxivini yaratishlari mumkin bo'ladi.

Butun dunyo bo'ylab yangi media texnologiyalarining tobora ortib borayotgan kirib borishi va yangi media tabiatiga mos ravishda iste'molchilar mehnati yoki foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentning ko'tarilishi foydalanuvchi mehnati va raqamli mehnat haqida jiddiy muhokama qilish zaruratini kun tartibiga olib keldi. Albatta, nafaqat foydalanuvchining xohish-istaklari, balki mehnat shakli va iqtisodiyotning ishlash usuli ham o'zgaradi. Chunki raqamli mehnatni shakllantirish jarayoni tubdan kapital oqimining bugungi modelining o'zgarishiga bog'liq. Ushbu model atrofida foydalanuvchilarning to'lanmagan harakatlari mikrobloglar, wikilar, ijtimoiy tarmoqlar, kontent almashish saytlari va boshqalarda baham ko'riladi. Ushbu sohalarida yaratilgan tarkiblar bugungi kunda internet iqtisodiyotining daromad keltiruvchi manbalariga aylandi. Shu o'rinda Fuchs va Sevignani pleybour (o'yin va mehnat tushunchalarining qo'shilishidan hosil bo'lgan so'z) tushunchasiga murojaat qiladilar va bu mehnat qanday qayta ishlab chiqariladi va ko'paytirilishi hamda odamlarning ixtiyoriy ravishda mehnat ishlab chiqarishiga misollar keltiradilar. Shu nuqtada, raqamli mehnat munozarasini haq to'lanadigan mehnat va haq to'lanmagan mehnat deb tasniflash mumkin.

Raqamli mehnatdan foydalanish dunyodagi eng yirik raqamli tovarlar ishlab chiqaruvchi xalqaro kompaniyalarda farq qilmaydi. Silikon vodiysidagi xodimlar o'rtasidagi ikki qutblilik, mehnatning, ayniqsa, nostandart ishlarda ko'payishi, kadrlar almashinuvining yuqori sur'ati

e'tiborni tortadi. Mutaxassislar, menejerlar va boshqa tomondan, ishlab chiqarish ishchilari o'rtasida ish haqi tengsizligi juda yuqori. Raqamli mehnat haqida eng ko'p himoyalangan da'vo shundaki, ijtimoiy media foydalanuvchilari ekspluatatsiya qilinmaydi, chunki hech kim ularni ushbu platformadan foydalanishga majburlamaydi, aksincha ular buni ixtiyoriy ravishda qilishadi. Biroq, yashash uchun odamlar nafaqat ovqatlanishlari, balki ijtimoiy munosabatlarga kirishishlari, muloqot qilishlari va do'stlar orttirishlari kerak. Ushbu platformalarga kirmaslik odamlarni ijtimoiy tarmoqlardan ajratishni anglatadi.

Ijtimoiy platformalardagi mehnat vositalari bu platformaning o'zi va undan foydalanuvchi foydalanuvchilarning miyasi. Qul mehnati va raqamli mehnatning umumiy tomoni shundaki, ish haq to'lanmaydi va yuqori darajada ekspluatatsiya qilinadi. Raqamli ishchining ham, klassik qulning ham mehnati tovar emas. Ikkalasi ham mehnat bozorida ishchi kuchini tovar sifatida sotmaydi. Qul xususiy mulkdir, lekin raqamli ishchi emas. Uy bekasi kabi raqamli ish ishlab chiqarish munosabatlaridan mustaqil sharoitlarda qiymat yaratadi. O'yin va mehnat ham qul, ham raqamli ishchi mehnatida birlashadi. Ikkalasi uchun o'yin vaqti ish vaqtidir. Farqi shundaki; Qul mehnati mashaqqatli, jismoniy mashaqqatli va o'yinga o'xshamaydigan qo'l mehnati bo'lsa-da, raqamli mehnat deyarli sof yoki o'ta o'ynoqi his qiladigan axborot ishidir. Qullar zulm va zo'ravonlik bilan ishlashga majbur. Raqamli ish bo'lsa, zulmning tabiati asosan ijtimoiydir. Bu milliardlab foydalanuvchilarga ega ijtimoiy tarmoqlarga yumshoq va deyarli ko'rinmas bosim shaklini qo'llash imkonini beradi. Foydalanuvchilar ushbu platformalarga bog'langan, chunki ular platformani osongina tark eta olmaydi, chunki ularning barcha do'stlari u erda.

Xulosa

Xulosa qilib shuni ko'ramizki, kapitalistik tizimning ishlab chiqarish munosabatlari so'nggi 20 yil ichida kapitalga mehnat hisobidan foyda keltiradigan ijtimoiy-iqtisodiy tengsizlikning kuchayishini shakllantirgan. Neoliberalizm - bu iqtisodiy kuchni qayta tiklashni maqsad qilgan siyosiy tizim. elita va bu maqsadga erishish uchun zarur bo'lgan hamma narsani qilish. Bu sinfiy kurash loyihasi edi. Ishlab chiqarish munosabatlari kapital va mehnat manfaatlari o'rtasidagi chuqur sinfiy ziddiyat natijasida shakllanadi.

Hardt va Negri avtonomistik harakatining ta'siri, shuningdek, global bozorlar va ishlab chiqarish tarmoqlari atrofidagi texnologik o'zgarishlar natijasida yuzaga kelgan ijtimoiy o'zgarishlarni ochib beradi. Raqamli mehnat munozaralari aslida yangi mehnat munosabatlari tartibining holatini ochib beradi. Raqamli mehnat ekspluatatsiyasi bilan biz mehnat bozorida oddiy va oddiy ekspluatatsiya qanday bo'lganini ko'ramiz. Raqamlashtirish bilan an'anaviy biznes va ishchi ko'rsatkichlari tark etilib, qutblanish va moslashuvchanlik ortib borayotgan bozorga aylandi. Ishlab chiqarish markazlashtirilmagan va ish va hayot farqi xiralashgan. Raqamli mehnatga asoslangan kapitalning ushbu yangi shakllari raqamli madaniyatni ham shakllantiradi. Bu ekspluatatsiya aslida proletariat uchun emas, balki xodimlar uchun umumiy holatdir. Ijtimoiy tarmoqlarda qilingan baholashlar yoki yaratilgan profillar, bir muncha vaqt o'tgach, ijtimoiy va iqtisodiy xatti-harakatlar odatlarini o'zgartirish va qayta qurishga yordam beradi va natijada paydo bo'lgan yangi iqtisodiyot yangi ijtimoiy va madaniy tartibni yaratadi.

REFERENCES

1. Brynjolfsson, E. vd. (2002), *Intangible Assets: Computers and Organizational Capital*.

2. Dowling,E.,(2007), “Producing the Dining Experience:Measure, subjectivity and the affective worker”, Ephemera,vol 7.
3. Fuchs, C. (2015), The Digital Labour Theory of Value and Karl Marx in the Age of Facebook, Youtube, Twitter, Edt: Weibo. E. Fisher ve C. Fuchs, Reconsidering Value and Labour in the Digital Age. Hampshire: Palgrave Macmillan.
4. Gill,R.,(2002), Cool, Creative and Egalitrian? Exploring gender in Project-based new media work in Euro. Information, communication& society 5 (1).
5. Harvie,D.(2005), All labour produces value for capital and we all struggle against value, The commoner,no 10
6. Lazzarato, M. (1996). Immaterial Labour. In Radical Thought in Italy, ed. Paolo Virno and Michael Hardt, M. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, pp. 133-146.
7. Negri, A. (2008) Reflections on Empire, çev. Edt: Emery, Polity Press, Cambridge
8. Trott,B.,(2007), Immertarial Labour and World Order: An Eveluation of A Thesis
9. OECD, (2017), Digital Economy Outlook.