

# *Digital Labour in Social Media: Expropriation of Leisure Time, Commercialization of Creative Activity and the Problem of Alienation\**

Yeşim Akmeraner\*\*

## **Abstract**

The relation between digital labour and exploitation has been widely discussed. A significant branch of analyses focuses on Internet companies, advertising (companies) and user-generated content. Italian autonomist thought is just attached to the body of this argument via the concepts of “social factory”, “immaterial labour” and “general intellect”. However, the focus of autonomist thought which is capital’s diffusion into subjectivities of labour is frequently overlooked. The aim of this paper is to articulate audience commodity and digital labour debate with Italian autonomist thought on the basis of exploitation of social, communicative and creative capabilities of labour. Within this context, expropriation of leisure time and commercialization of creative activity is handled in an attempt to underline exploitation of subjectivities of digital labour with an autonomist emphasis. Besides, alienation in social media has been predominantly argued around users’ lack of/limited control over the means, processes, and results of their production. However, with reference to Franco Berardi, this paper discusses the matter of alienation in social media via the concept of estrangement to indicate an “intentional” estrangement from digital work in parallel with the autonomist offer of “refusal of work”. Thus, estrangement from digital work through which subjectivities of labour are subsumed under capital is emphasized so as to attract attention to refusal of digital work against sublation of alienation via enhancing users’ control over their content and digital platforms.

**Keywords:** Social media, digital labour, immaterial labour, social factory, alienation.

---

\* Received: 20/05/2018 • Accepted: 25/07/2018

\*\* Istanbul University, Faculty of Communication, Department of Journalism  
akmeraneryesim@gmail.com

# *Sosyal Medyada Dijital Emek: Serbest Zamanın Gaspı, Yaratıcı Etkinliğin Ticarileştirilmesi ve Yabancılaşma Sorunu\**

Yeşim Akmeraner\*\*

## **Öz**

Dijital emek ve sömürü arasındaki ilişki çokça tartışılmıştır. Yapılan çalışmaların önemli bir kısmı internet şirketleri, reklam (şirketleri) ve kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğe odaklanmaktadır. İtalyan otonomist düşünce de “toplumsal fabrika”, “maddi olmayan emek” ve “genel zekâ” gibi kavramlar aracılığıyla bu tartışma gövdesine iliştilmektedir. Ancak otonomist düşüncenin önemli bir odak noktası olan sermayenin emeğin öznelliklerine nüfuz etmesi sıklıkla göz ardı edilmektedir. Bu çalışmanın amacı izleyici metası ve dijital emek tartışmalarını İtalyan otonomist düşünce ile emeğin sosyal, iletişimsel ve yaratıcı özelliklerinin sömürülmesi bağlamında eklemektir. Bu doğrultuda sermaye tarafından serbest zamana el konulması ve yaratıcı etkinliğin ticarileştirilmesi, dijital emeğin öznelliklerinin sömürülmesi bağlamında otonomist bir vurguyla tartışılmaktadır. Konunun önemli bir uzantısı olan sosyal medyada yabancılaşma ise çoğunlukla kullanıcıların üretim araçları, süreçleri ve üretimlerinin sonuçlarını kontrol edememeleri veya bunlar üzerinde sınırlı bir kontrole sahip olmaları temelinde tartışılmaktadır. Bu makale sosyal medyada yabancılaşma meselesini, otonomistlerin “işin reddi” vurgusuna paralel olarak kullanıcıların dijital işi “maksatlı yadırgamasına” işaret etmek amacıyla Franco Berardi ve onun “yadırgama” kavramına referansla tartışmaktadır. Böylece dijital emeğin ürettiği içerik ve dijital platformlar üzerindeki kontrolünün artması yoluyla yabancılaşmanın aşılması değil, sermayenin emeğin öznelliklerini kendine tabi kılmasına neden olan ve değer üretimine hasredilen dijital işin yadırganması vurgulanmıştır. Yabancılaşmaya içkin olan tartışma, yadırgama kavramı vasıtasıyla dijital işin reddine vurgu yapan bir eksene çekilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Sosyal medya, dijital emek, maddi olmayan emek, toplumsal fabrika, yabancılaşma.

---

\* Geliş tarihi: 20/05/2018 • Kabul Tarihi: 25/07/2018

\*\* İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü  
akmeraneryesim@gmail.com