

在情怀之外：互联网中小企业 “自愿加班” 的工厂政体研究

李 强 刘 杰

提 要：本文立足于工厂政体理论，探讨互联网中小企业“自愿加班”的问题。在互联网行业，存在着“审批加班”“自愿加班”和“准制度加班”三种类型，其中最常见的是“自愿加班”。本文认为，“自愿加班”是一种工厂政体的结 果，是劳动过程、产品市场、生产制度、劳动者议价能力等一系列因素的产物。在议价能力上，劳动者并没有因知识和技术重获力量，相反，一系列新现象削弱了知识赋予他们的议价能力。同时，企业还有意识地进行意识形态的运作，用“大牛神话”等故事，不断塑造着劳动者在劳动过程中的主观体验，在意识上和制度上都巩固了加班中的“自愿”。这些因素使得劳动者的“自愿加班”中包含了无奈甚至强迫。因此，本文认为，新经济行业的劳动者同样需要劳动法的保护。

关键词：知识型劳动者 自愿加班 劳动过程 生产政治

一、问题的提出

工作时间是劳动者与用人单位博弈的重要标的，在互联网行业^①，这个问题尤其受到关注。2018年下半年，互联网行业的整体不景气，导致许多企业因资金链断裂、经营不善等问题陷入破产、裁员等，行业劳动争议迅速增加，加班工资更成为争议中的重要诉求之一。2019年初，互联网“996”（指每天工作时间从早9点到晚9点，每周工作6天）的加班问题更引发了全民讨论。2018年7月至8月，笔者在北京市四家互联网软件行业中小企业开展了关于行业整体生态和加班问题的调查，

^① 本文中的互联网行业指的是《国民经济行业分类标准》（GB/T 4754—2017）中I门类即“信息传播、软件和信息技术服务业”中的I-64“互联网和相关服务”与I-65“软件和信息技术服务业”中的两个大类。下文根据大众习惯统称“互联网行业”。

发现片面文本与全面文本的交织构成了互联网行业加班问题的一幅错综复杂的画面：一方面，员工长时间加班已经成为互联网行业的“生存状态”；另一方面，管理者在承认加班的同时又总试图说明加班“并没有那么残酷”。一方面，员工总会抱怨自己过长的工作时间；另一方面，又大多在默默埋头工作。

可以确认的是，如“996”等互联网行业的员工工时超过法定限度的现象是一种普遍情形。但问题在于，这种现象是怎么形成的？在理论上，有一系列现成的工具能提供解释，例如经济学提出的受工资影响的劳动供给理论。但在我们的印象中，互联网企业员工具有较高的工资水平，他们加班却依然严重，这似乎违背了经济学中供求的逻辑。因此，国内不少关于工作场所的研究将视角从劳动力供求转向到了马克思传统中的虚假意识或者霸权问题，例如“被管理的心”（庄家炽，2018），意识形态的体验使得劳动者接受了不利的劳动条件（贾文娟、钟恺鸥，2018）。现实中，网络舆论和管理者也提出了另一种逻辑。这种声音认为，互联网行业的知识型劳动者有着较高的人力资本，他们因此获得了较强的议价能力，劳动者从弱势走向平等。因此，即使有加班，也不是劳动者弱势而被迫形成的，而是他们追求自我实现、成就感等造成的。上述两个方向的观点殊途同归，容易形成一种误会：是劳动者的主观意愿造就了加班，甚至说他们乐于加班。但事实上，互联网企业的劳动过程是复杂的，“制造同意”的机制也是复杂的，对互联网企业加班问题的讨论，需要我们进入工作场所之中探究。

本文将首先比较几个加班问题的理论视角，对在互联网行业加班问题中使用工厂政体这一分析框架做出讨论；而后结合A区互联网企业的具体实践，概括互联网企业加班的三种类型；进一步以工厂政体的框架，对“自愿加班”这一类型做出分析。笔者认为，“自愿加班”实际上是工厂政体运行的结果：劳动过程、市场压力、企业制度、劳动者议价能力等一系列因素塑造了这一结果。在政策意义上我们认为，互联网行业劳动者同样需要劳动法律的保护。

二、文献回顾与研究方法

（一）为何自愿：从理性人到制造同意

许多理论传统都能提供解释加班问题的有益视角。例如，经济学中受工资水平

决定的劳动供给机制。这一视角认为，工资是影响加班的基本因素，当工资水平较低时，劳动力供给增加，随着工资的增加，劳动力供给递增而后达到一定水平后开始下降。因此，工资成为解释产业工人加班的重要原因（孔庆洋等，2014；陈蔼婧、廉思，2015；郭正模，2015）。但这一视角有着两个重要的假设，首先是劳资间力量平衡的假设，劳动者工作时间和收入都是与雇主在市场机制下讨价还价的结果；其次是理性人假设，劳动者了解自身的效用所在，在收入和闲暇之间追求效用最大化，效用曲线是给定的。但实际上，基于市场的平等交易仅仅是一种虚拟，而劳动者的弱势才是常态；劳动者的效用曲线，也可以被批判为“虚假意识”（马克思、恩格斯，1995：52）或者权力“第三维度”，即权力塑造了主观偏好从而形成支配（Lukes，1974：23）的结果。同时，在现实中，这一视角意味着雇主需要根据加班时数给予加班费，而实际上，加班却没有加班费的现象比比皆是。

这就需要我们进一步引入力量的视角。在这一视角下，超长工时可以视为劳动者博弈中处于弱势的必然。在西尔弗（2012：16－17）框架下，劳工的力量被区分为组织性力量和因稀缺技术等要素形成的结构性力量。布雷弗曼（1979：397－401）对劳动过程的讨论中认为，垄断资本主义的发展使得劳动者去技能化，自然失去了权力的基础（Knights，1990）。由此带来的疑问是，随着工作场所对各类信息手段的应用，特别是在互联网行业，知识型劳动者似乎实现了再技能化，这是否意味着他们重新获得了力量呢（卡斯特，2001：291－296）？若果真如此，为什么他们还要忍受超长工时呢？这使我们将目光投向工作场所之中。

在市场的假设下，我们以讨价还价为框架，到了工作场所之中，支配的视角就成为必要了（李强，2018）。其中典型的研究是爱德华兹（Edwards，1979：3－10）提出的，以简单控制、层级控制到技术控制、官僚控制的发展模式来概括资本主义劳动控制的变化。他还提到，在官僚控制阶段，企业开始对价值观提出要求，好的工人要“认可企业、忠诚于企业、能够自律”，将企业的目标和价值观内化（Edwards，1979：150－151）。

但到20世纪80年代，企业组织开始了减少层级、下放权力、增加员工自主性，强调“愿景”价值观的“后官僚制化”或者“扁平化”运动。第四种控制“协同控制”（concertive control）出现了：权威的中心从规章转向基层劳动者，价值观的形成从企业的管理宣传变为了劳动者结合企业愿景在相互监视中说教与自发认可，这反而使官僚制的铁笼更加坚固了（Barker，1993；Sewell，1998）。到这里，我们

又可以将当前互联网企业的超长工时视为协同控制之下，劳动者出于同伴压力等做出的无奈而又理性的选择。

但是这一视角仍然遗留了一些问题：同伴的压力是如何产生的，最开始的认同是怎么产生的？马克思传统的研究者对此抱有同情和批判的态度，认为这种认同是虚假意识或者霸权的结果。对“同意”的产生，布若威解释是，同意是生产中的关系（relations in production）或者劳动过程制造的（布若威，2008；Burawoy, 1985）。布若威的这一结论影响深远，但是明晰这一结论需要结合他的整体理论架构来理解。在方法论上，布若威反思了马克思传统中的经济还原论，认为生产不仅生产着产品，还生产着劳动者的意识形态。这里，他对意识形态的定义是，劳动者对于生产中的关系或者劳动过程的主观体验（Burawoy, 1985: 7–8）。他认为，生产中的“赶工游戏”、内部劳动力市场、内部国家的集体谈判与抱怨处理机制等，都制造了“同意”这一意识形态结果（布若威，2008）。在此基础上，“制造同意”还包含了历史的、动态的视角。即布若威在20世纪70年代观察到，资本主义工厂实现了从马克思时代的“专制”到当时“霸权”的演变。在“霸权”中，同意而非强迫成为了维系再生产的主要因素。这里的“霸权”，无疑是对葛兰西理论的继承。到这里，我们可以得出，“同意”是霸权式生产政体的一个表现。研究者讨论“同意”的形成，实际上是要回答工作场所中的生产政体的状态，以及更重要的，通过布若威的分析框架，解答哪些因素造就了现有的生产政体。

在一系列强大思潮的影响下，如葛兰西和福柯流行，权力第三维度的发现（Haugaard, 2009；Fleming & Spicer. 2014），“制造同意”的理路迅速流行开来。而互联网行业与知识劳动者的涌现，对“制造同意”各类机制本就颇感兴趣的劳动过程研究（游正林，2009；郑广怀等，2015），就更加重视意识形态层面的“同意”了。其中最典型的，如昆达（Kunda, 2006: 11）在高科技公司中观察到的规范控制，他认为，规范控制是通过控制潜在的经验、思想、情绪，进而引导行动，使员工努力工作的控制形式。在这种控制下，公司员工为企业利益行事并不在于物理的强迫或经济奖惩的工具理性等，而是通过内在承诺和强烈的认同感、满意度。在对互联网企业的研究中，佟新与梁萌（2015）提出自我规训的工作伦理造成了超时工作。在对比知识型劳动者和体力劳动者的定量研究中，庄家炽（2018）发现，相对于体力劳动者通过金钱激励的加班，复杂性劳动者“自我实现”需求带来了加班，这种自我实现，主要是资本意识形态管理的结果。贾文娟与钟恺鸥（2018）在分析

了劳动者体验在娱乐性劳动制造同意中的作用，并提出了劳动过程中拉康—齐泽克式的意识形态运作新逻辑。

但这些讨论在对理论的追求中有时会忽略现实的复杂。他们重点讨论企业与劳动者在思想、文化等主观层面的互动，但却较少讨论劳动者面临的工资、纪律、生活等状况。因此，往往给读者造成一种误会，认为工厂政体正沿着从“强迫”到“同意”的线性道路发展，主观意识、成就感等发挥着越来越重要的作用。廓清这种误会，不仅具有理论意义，更能够在劳动政策上正本清源，加强对弱势者的保护。

同时，“同意”也非“制造同意”的终点。意识形态的运作也是复杂的，即使工人的意识被整合进资本主义的生产关系中，他们也可以根据这一意识形态的逻辑，进行相应的抗争，甚至产生洞察、有所解构。类似地，斯科特（2011）在讨论东南亚农民的反抗中，早已明确过，葛兰西式的霸权之下存在着更复杂的图景：作为弱者的农民对于意识形态总是存在着不同程度的认同；主导的意识形态本身也提供了弱者抗争的正当性来源。因为无论在何种意义上，霸权总要以一种交换的话语，赋予弱势者一定程度的权利。

因此，本文认为“自愿”是当前互联网行业加班现象的一个重要特征。但是，依循生产政治的理论逻辑，“自愿”作为主体对于生产中关系的体验，是工厂政体的一个结果。对于意识形态后果的分析，应该考虑到工厂政体中的种种要素。同时，对于意识形态的分析也不能止步于同意，还要进一步探索在意识形态提供的逻辑中双方的博弈。

（二）分析框架

布若威（Burawoy, 1985）的工厂政体最初呈现为一套二维的分类学框架，即通过国家对工厂政体的干预与工厂制度和国家制度的关系两个维度，将他所研究的那个时期的工厂政体分为霸权、官僚专制、市场专制和集体自我管理四类，从而涵盖了资本主义、社会主义和殖民地经济等不同的经济形态。但很快的，随着时代的变迁，他又打破了这个分类学，提出了“专制霸权”等新模式。

更重要的是，工厂政体理论为劳动关系的研究提供了的分析框架。这个框架包括四个因素，即①劳动过程，或者说生产中的关系；②企业和市场或者国家关系，例如劳动力市场的形态、完全竞争或者垄断的产品市场、计划经济中企业和计划者

的谈判关系等；③生产制度（political apparatus of production），如劳动规章制度、集体谈判制度等，它们规制着劳资双方的博弈，也受到了双方博弈的塑造；④劳动力再生产的模式，主要指劳动者生活资料的获取方式，它影响着劳动者的议价能力。

这个框架是描述性的，为不同国家、产业的产业关系提供了一个比较框架。这个框架也是解释性的，这些因素决定了劳动者在生产中关系的体验，即意识形态，因此决定了“同意”更多或者“强迫”更多。工厂政体为“自愿加班”提供了一个解释框架，也为本文提供一个基本的分析框架。换句话说，如果我们认为“自愿加班”是劳动者在劳动过程中制造同意的结果，我们则必须对工厂政体的四个要素做出交代，分析这些因素造成的影响。一个典型的例子是，布若威（2008）在《制造同意》中通过劳动过程方面的“赶工游戏”、市场方面的内部劳动力市场、生产制度方面的由集体谈判形成的“内部国家”三个机制来解释同意的制造。

（三）研究对象

本文的研究对象是A区四家互联网行业的中小企业，它们都是互联网服务或者软件的开发提供商。A区位于北京市，是我国的科技文化教育重地，也是我国新技术产业和现代服务业重镇，在创新创业的潮流中，一大批互联网企业迅速崛起。互联网行业的高度发展也为劳资双方提供了新的竞争场域，行业劳动争议持续高发。2017年，行业劳动仲裁高达11456件，相关诉讼占到A区全部劳动诉讼的三分之一以上，到2018年下半年，行业形势“急转直下”，行业劳动争议再度增长，工作时间则越来越多地成为双方博弈的焦点。

在研究对象的选择上，笔者遵循了以下标准：第一，企业中的加班现象较为普遍。不过因为“加班是行业生存状态”，绝大多数企业都符合这个要求。第二，组织和经营上要具有同质性。这四家企业代表了互联网行业中小企业的基本状况：商业模式上，他们基本上属于“B2B”企业，即客户主要为机构用户而非普通消费者；产业链位置上，他们处于中下游，高度依赖投资者和市场；资产结构上，他们属于“轻资产”，劳动成本占到企业总成本的60%—80%；组织结构简单或者扁平化；劳动者学历水平较高；管理团队强调价值观和“人文关怀”等。第三，劳动关系状况有代表性：其中两家企业发生过较多劳动争议，另外两家则是“劳动关系和谐”企业。在A区的区、街道两级人社部门的帮助下，笔者确定了具体企业并在其协助下

进入了田野。

在 2018 年 7—8 月的调查中，我们对四家企业的管理者和他们选派的职工代表做了正式访谈，也对非正式场合的聊天、观察做了笔记，并收集了相应文字材料。2019 年 3 月进行补充访谈，主要对象包括三家公司的劳动者（其中一名已离职），街道、区两级的人社部门官员，以及互联网行业另外两家著名大企业的人力资源管理人员。

表 1 访谈对象基本情况

	访谈对象	访谈人数（人）	企业规模（人）	工时制度	优势产品
主要访谈	BS 公司	4	78	标准	图像监控
	KB 公司	3	50 余	标准	管理平台
	SY 公司	5	80	不定时	网络安全
	EK 公司	4	17	标准	面部识别
补充访谈	A 区人社局	1	劳动关系科 ZH 科长，劳动关系科即负有工时制度审批职责		
	A 区下属街道	2	HD 街道劳动与社会保障科 Z 科长，SD 街道劳动与社会保障科 W 科长		
	大企业 XM	1	人力资源管理人员		
	大企业 JG	2	人力资源管理人员 1 名，工会负责人 1 名（兼职）		

三、“自愿加班”的工厂政体

（一）加班的概念

由于加班的法定概念、加班的实践操作和社会公众认识的加班概念并不完全一致，这里有必须要首先对加班的法定概念加以介绍。加班，确切的说，加班加点，在我国劳动法体系下，指的是超过法定工作时间或者在休息日，节假日工作的“工作时间延长”。法律上，加班必须结合工时制度来判断。在我国，工时制度包括三种：即标准工时制，即每周五天、每天八小时工作制；综合计算工时制，即以一定周期综合计算工作时间，但其平均日、周工作时间应与法定标准工作时间基本相同的工时制度。法律对这两种工时制度下的加班做出了严格的程序的、上限的、经济的限制。另外，我国还设立了不定时工时制度，即不受上述延长工作时间限制的工时制度。

由于社会大众普遍认可的是标准工时制度，因此大众所说的加班是标准工时制概念上的加班。所以，加班的“社会标准”不同于加班的“法律标准”。即使企业实行不定时工作制，很多劳动者也认为自己超过八小时就是加班了。劳动者大多不了解法定的工时制度，有的劳动者将法定的不定时工作制和管理中的弹性工作制相混淆，认为不定时是更加自由的工时制度。本文所讨论的“加班”，是劳动者和社会认知标准上的加班，是互联网行业普遍的超长工作时间的问题。

在调查中，我们看到，许多程序员的工作时间往往高达十个到十二个小时，此外，长距离通勤也成为他们额外的时间负担。管理者并不愿意透露自己企业的工作时间，他们往往表示，主要根据生产进度，项目经理安排和劳动者自己决定，但更愿意透露其他企业实行了“996”。实际上，所谓的“996”已经是互联网行业的普遍现象。2019年3月，程序员们在github网站上发起了一个“996.icu”的项目，项目披露了许多互联网企业，包括几大知名的领军企业，都有“996”的做法。这意味着尽管严重程度不一，超长工时已经是这一行业的“生存状态”，劳动者普遍反映自己加班是家常便饭。企业管理者对此有更深的体会“我也不想加班，但要是公司加班少了，说明你这个企业就不行了”。在介入了大量互联网企业的劳动争议后，A区劳动保障科ZH科长也总结说：“对于互联网企业来讲，加班是生存状态。企业拿到项目后，会让员工几天不睡觉去赶项目，而且移动互联网的服务形式是24小时。”

（二）加班的类型

尽管同为“加班”，但事实上不同企业中加班的实施有着较大差异。根据企业加班实践和国家法律的关系，加班可以分为三种类型。

第一种是“审批加班”，即在标准或者综合计算工时制企业中，需要延长工作时间时，通过制度性工会和管理者审批，才能进行的加班，劳动者加班后能获得加班费或调休。它意味着企业要严格遵守加班的相关法律规定，建立一整套审批、管理制度，并给予加班费。管理较为规范的企业会建立这类制度，在互联网中小企业，这种操作较为少见，也多限于临时性工作安排。

第二种是“准制度化加班”，主要指企业以制度化或者准制度化手段，违反法律关于加班的相关规定，明确要求劳动者超过法定工时工作。最典型的是一些企业实行的“996工作制”。实践中，由于正式的制度往往容易留下书面证据，带来“法

律风险”，因此大部分企业是通过准制度化的方式要求加班的，如“口头传达”“老总要求”等，并将加班与考勤、奖金分配挂钩，产生实际的约束力。在法律意义上，如果一个企业实行的是不定时工作制，这种操作甚至可以辩解为企业通过劳动规章对工时制度的具体规定。

第三种是“自愿加班”，即加班既不遵循“审批加班”的相应制度，给予加班费补偿；也不会以准制度化形式，强制要求。相反，劳资双方似乎都认为，这类加班是自然而然形成的，加班是企业文化的反映，是企业活力和劳动者贡献精神的体现。劳动者对此尽管有所抱怨，但还是表现了一定的“同意”。

如果在加班问题上，存在一个从企业严格遵守法律到明确违反法律的连续统的话，“审批加班”和“准制度化加班”就处于这个连续统的左右端，“自愿加班”则处于中间的灰色地带。

本文重点讨论的是“自愿加班”，主要基于三个原因：首先是它在互联网中小企业的十分普遍。大量企业难以承担执行加班审批制度的管理成本和经济成本，同时又出于员工利益、法律风险等考虑，无力推行“996”等准制度化的加班。但他们又在普遍性加班，因此我们必须对中间的“灰色地带”有所回应。其次，“自愿”成为舆论中企业为加班辩护的最重要理由，受到了管理者的追捧，他们的观点是，知识劳动者因人力资本获得了很强的议价能力，可能平等对话，劳动者为“自我实现”与成就感选择了“自愿加班”。这一论调甚至影响到了互联网行业中劳动政策的方向。因此，我们需要深入工作场所之中，提供更加全面的信息，为政策制定者提供参考。最后，也是最重要的，我们需要在理论上探究劳动者对于加班的“自愿”是由什么塑造的。在审批加班中，加班费鼓励了劳动者；在准制度化加班中，组织的压力和强迫促使了劳动者；那么对于“自愿加班”，我们则需要回答“自愿”的状态如何，它又是如何生成的？这就需要回到工厂政体中寻找答案了。

(三) “自愿加班”的工厂政体分析

在工厂政体为我们提供的分析框架中，产品市场、劳动过程、生产制度与劳动力再生产模式等因素塑造了工厂政体的形态，工厂政体的形态决定了“同意”更多还是“强迫”更多的问题。以下我们将逐一分析这些因素的作用机制。

1. 产品市场的压力

在工厂政体的框架中，产品市场的竞争程度直接影响了工厂政体的形态。在垄

断市场中，超额利润能保证劳动者获得的分配更多，有助于塑造同意；但是工业化早期的激励竞争的市场则造就了“撒旦式”的工厂（Burawoy, 1985: 88–91）。

和互联网巨型企业不同，互联网中小企业面临着一个较多竞争的市场。当然后文会提及，社会关系的嵌入一定程度上抑制了竞争。近年来，“互联网+”“智慧+”频频成为政府、企业改革的关键词，这些改革产生了大量互联网、软件产品与服务的需求，为整个互联网行业提供了巨大市场。因此大量创业者纷纷投身于互联网产品的开发中，这四家调查企业的主要客户群体都是政府部门和大企业。

价格是中小企业在招投标中的重要筹码，因此他们往往严格控制成本。例如，KB公司曾为某国企工会开发一个App，覆盖用户约9万人，报价约150万元。他们透露，当时招标中某大企业的报价是500万元，相比而言，他们的价格优势突出。另外，中小企业还有一部分项目来自大企业的外包，外包项目对成本的控制更加严格。而在中小企业中，劳动力成本是“大头”，成本压力和盈利的考虑，直接意味着劳动成本的压力。这是造成加班的最直接原因。

在项目执行中，中小企业也常常处于弱势地位，甲方在合约中相当强势。他们对项目周期、产品设计等的干预，给中小企业研发带来了很多不确定性。同时，合同也为项目节点设置了高额的违约金。例如，调查中规模最小的公司EK公司，他们的某个合同中项目逾期的违约金最终高达合同金额的20%。尽管他们可以通过社会关系缓解违约压力，但压力仍然是巨大的，加班成了应对压力的主要方式。一个合伙人表示“项目在屁股后面赶，你就得干啊！”市场的压力直接带来了加班的压力。

2. 劳动过程中的“自愿”体验

市场压力是加班的压力源，劳动过程则塑造了加班中的主观体验。互联网企业的劳动过程是典型的项目团队式。项目组十分灵活，规模两到五人不等，大的项目可能更多，劳动者并不固定地属于一个项目组。项目组中的角色包括负有管理职责的项目经理、负责技术搭建的架构师以及负责执行的程序员。架构师是技术上最重要的角色，他负责项目整体的搭建，掌握关键技术，负责项目管理。在他建立好基本架构和数据库后，工作任务就被分解到程序员个人。项目组在工作中具有相当的自主权，也是重要的再分配单位。在这些企业内，每个项目组获得相应工资总额，而后由项目负责人在内部进行分配，劳动者的绩效直接影响了分配系数。在具体工作中，程序员相对独立、具有一定自主性。SY公司总监称，“只要他愿意，他可以

以任何方式在任何时间工作”。在此基础上，企业往往施行“以完成生产任务为中心的管理模式”，一个程序员在一定周期内负责完成某些任务。但关键在于，周期的确定并不是传统行业中按照“劳动定额”或泰勒制的“工作分析”研究设定的，大部分是根据合同中载明的项目周期和节点所作的倒推。

上文提到，甲方的强势地位使他们能够对项目周期、产品方案做出干预，给中小企业研发带来了很多不确定性以及额外的工作，因此形成了逐层的压力传导机制，最终给劳动者的自主性施加了极大的约束。劳动者在规定周期内不加班而完成工作实际上很困难——何况工作本身也会因甲方的要求发生变动，但自主性又使得劳动者需为自己不能完成工作承担责任。“自愿加班”自然而然地就发生了。在施行标准工时的企业中，未完成的工作任务是不可能当作“审批加班”的情形对待的。

合约期限的“外生性”和劳动的自主性是基本理由：并不是企业规定了项目周期，而是规定周期内劳动者完不成既定任务造成了加班；又因为对自主性的强调，加班被归因于劳动者个人的能力和态度，并非企业不善待员工。因此，这种加班属于劳动者的分内之事，是对“工作不够努力”的补偿。在这个意义上，劳动过程中的体验制造了加班的“自愿”。

3. 关于加班的劳动制度

加班的制度也影响着它的具体实践，并塑造着劳资双方对加班的体验。首当其冲的是，本意在于维护劳动者权益的加班审批制度，在现实运行中由于程序过于烦琐、执行成本高而难以实施。制度上，审批加班的具体操作直接吸收了1982年国务院发布的《关于严格制止企业滥发加班加点工资的通知》，在这些规定中，劳动者加班需要一系列主管人员的批准。因此，企业在执行中会有很大的成本，劳动者试图申报加班的话，也会觉得较为麻烦、“不值当的”。

同时，大量的加班被企业归类为“未完成任务的加班”，在这种情况下，劳动者应该“自愿加班”追赶进度。在劳动者提起争议后，这一制度同样带来了劳动者维权中举证的难题。加班费诉讼的举证责任由劳动者承担，而由于用人单位掌握加班审批和考勤的相关记录，劳动者很难拿出有力的证据，其诉求较难获得支持。

有趣的是，在对企业生产制度的影响上，不仅国家发挥着作用，产业链也有很强的塑造能力。新制度主义的模仿机制（Meyer & Rowan, 1977）在这里发挥了作用：当成功的大企业施行了“996”，产业链中低端的中小企业则会进行效仿。这种效仿固然有获利的目的，但大企业的优秀业绩使其所有管理实践成为行业神话，

“996”就是其中令人动心的一则。因此，即使不实行制度上的“996”，加班时间本身也成为评价员工“表现”和企业状况的标准。中小企业会用羡慕的口吻和正当性的逻辑解读“996”制度。

虽然因为员工目前还没有形成极强的自我驱动，企业没有形成工作热情高昂的氛围，老板提过996制度，但是现在不需要996制度，只有赶进度才需要加班。（20180719 访BS公司技术总监）

刚创业的时候搞过996，目前人员多、凝聚力不强，新员工没有归属感，对企业尽到8小时义务，不强迫加班。（20180727 访SY公司总监）

到这里，我们看到，产业链从正面激励着企业实行“自愿加班”，而法定的加班审批制度因过于烦琐而带来的管理成本，从反面刺激着劳动者以“自愿”的方式回避法律。可以说，生产制度提供并巩固了企业形成“自愿加班”的制度基础，塑造了“自愿加班”的意识形态。

4. 劳动者的议价能力

回到劳动者，我们需要讨论的一个问题是，知识和技术是否赋予了劳动者力量？通常认为，互联网行业的劳动者重新获得了劳动过程中的概念和知识，行业普遍的高学历水平是这一观念的注脚。在A区的一个著名技术园，2016年有74.96%的从业者学历水平在本科及以上。同时，劳动者完全有途径获得行业内最先进的技术。在互联网行业，行业巨头如Google、Facebook与百度等是核心技术的创造者和公开者，中小企业使用的技术一般是在这些算法上开发。就单个企业来说，它们对劳动者在技术上也“没有什么保留”——即使有所保留，“时间长了，劳动者也会逐渐学习掌握的”，劳动者和管理者似乎可以共同开发学习技术了。“再技能化”、技术的开放性、组织扁平化、劳动者在西尔弗（2012：16）意义上的结构性力量等，无疑构造了一幅工业化早期师傅和帮工共同学习劳动的浪漫画面。

但现实中，我们发现，存在三个机制弱化了假设中知识所能够赋予劳动者的能力。第一，是劳动过程的去技术化或者技术空心化弱化了劳动者的议价能力。从劳动过程来看，架构师是最重要的角色，他负责项目整体的搭建、掌握关键技术、负责项目管理。至于程序员的重要性，管理者在强调“人才是第一资源”“以人为本”的同时，有时也会直言不讳地表示：

（程序员）非常具有可替代性，现在好招（聘）。一个项目组，需要项目经理、架构师两个人，他们把数据库搭好，其他（程序员）就是说的‘码农’嘛、‘搬砖’嘛！（20180727 访 SY 公司人事负责人）

事实上，一些基础程序工作的门槛并不是很高。在 SY 公司的 80 个员工中，有 31 名是大专学历。在学历问题上，劳动者也会讨论自己的同事或亲友的经历。这种描述的叙事模式如：“我表弟，大专毕业也不是学计算机的，培训了一个月就开始干程序员了。一个月现在也八九 K（千）了。”但从叙述者猎奇的口气中，可以知道这里的“表弟”们属于较为少见的例子。尽管我们认为互联网从业者拥有较高的技术，但是行业内部的工作分工也使得大量基础工作的“技术含量”和进入门槛不断降低。在王潇（2019）新近对一家企业电子研发工程师的研究中发现，人工智能已经将核心技术从知识生产的劳动过程中剥离，知识型劳工的生产过程呈现了空心化状态，知其然不知其所以然成为主流。基层劳动者占有的技术是有限的，因此获取的力量也是有限的。

第二，是产品市场的压力使中小企业认为社会资本更加重要，知识的议价能力因此而打折扣。互联网中小企业面临着高度竞争，但社会关系的嵌入能够有效降低企业面临的竞争，使市场更稳定。可以说，他们的产品市场既不同于“专制”阶段的竞争市场，也不同于“霸权”阶段的垄断市场，而是一个社会关系高度嵌入的有限竞争市场。这些企业往往存在一个事实上和认知上的核心团队，它一般形成于创业时候的小圈子，而掌握“客户”才是核心团队之所以成为核心的关键要素。创业多年的 KB 公司总经理和我们聊到自己的经验时，不无自得地说“刚开始创业觉得是靠技术，现在来看，所有的企业都是在做营销”。

因此相对技术来说，核心团队更注重客户关系的维持。劳动者很清楚这一点：

（核心资源）主要还是客户，跟客户去谈项目、跟客户对接，都是他们创始的几个人去做的……尤其是项目招投标的过程，希望能够直接跟客户交流。……但公司并不太想让我们这种基层的员工去参与，担心抢走客户资源，如果你突然离职对公司会造成损失，现在去谈项目的都是（某大公司）出来的他们几个有股份的。（20190325 访员工 L）

对于互联网中小企业竞争而言，开拓市场的关键是“人脉”，与新客户的“熟人”介绍、与老客户长期关系维系等，这与行业交易特征息息相关。如上文提到的，以国企和政府为主的客户特征、大额采购等这些因素，决定了互联网中小企业面临的交易多是“小数现象”。按照威廉姆森（Williamson, 1975: 26–30）的说法，小数现象、有限理性和机会主义带来了严重的交易成本，人际关系的信任成为治理的重要方法。当客户企业依赖社会关系筛选可信的互联网企业时，互联网企业就必须靠社会关系维持产品市场、降低自己的竞争。对于企业来说，社会资本成为他们的“核心资源”，技术等知识资本的所能提供的议价能力也就随之下降了。

第三，是生活成本等压力使劳动者依赖于互联网行业。在许多情形下，劳动者的抗争方式是“用脚投票”，他们在辞职之前往往“已经找好了下家”，而且“跳槽一般要比上次收入高”。这确实给企业造成了压力，如员工辞职造成的招聘、培训等成本上升等。但受程序员“供给”逐渐增加，特别是2018年下半年行业整体不景气的影响，辞职能带来威胁并不大。劳动者自身也很清楚这一点：

对工资、加班等不满意，也没有什么办法，只能接受。你要受不了，就走呗，公司也会放你走，走了公司再找人。现在公司核心的东西还是掌握在他们几个创始人手里，只要他们内部没问题，其他人要走，并没有什么影响。
(20190325 访员工 L)

另外，还需要考虑劳动者如何获取生活资料的问题。一个常识性的洞察是，当劳动者失业后有其他生活来源，他们就还能在寻找工作中保持一定的议价能力。我们看到，尽管不同劳动者境遇有所差别，但更多劳动者必须以工资承担婚姻、住房、养育子女等大笔开支，也因此他们在失业面前是不堪一击的。甚至即使进行仲裁、诉讼期间，时间成本对他们来说也是十分昂贵的。

同时，劳动者受一系列经济因素的影响——包括对相关技术的长期投入、行业较高的工资水平、生活成本乃至竞业限制——都给劳动者离开这一行业造成了较高的成本，他们对行业有着较高的经济依附。因此，劳动者辞职后也往往是在行业内部流动。在“加班是行业的生存状态”下，“用脚投票”并不能改变工时状况。

所以说，尽管互联网行业劳动者拥有一定的知识和技能，但因此而获得的结构性力量或者议价能力并不明显。劳动过程的技术空心化、社会资本的重要性以及劳

动者对行业的总体依赖，都将他们因技术而获得的议价能力一再削弱。到这里，超长工时可以视为劳动者缺乏谈判力量的必然结果了。因此，“自愿加班”的工厂政体是建立在劳动者缺乏谈判力量的“经济的无声压力”之上的。在这个基础上，意识形态开始运作了。

四、“自愿加班”中的意识形态运作

上文我们讨论了“自愿”背后的工厂政体；这一部分，我们将在意识形态运作的层面上做出讨论。在布若威的框架中，意识形态被定义为劳动者在生产中的关系的主观体验。但今天不同于布若威的时代，企业文化工作已经成为一种新兴的管理技巧，或者按照布若威的说法，新兴的“生产制度”，直接塑造了劳动者的意识形态体验。

（一）“大牛神话”：企业对意识形态的主动塑造

企业文化要遵循一个基本的交换范式（威利斯，2013），例如，“努力工作用智力资本拥有财富”的“致富神话”（佟新、梁萌，2015）；再如，一位企业家所说的“任何公司不应该，也不能强制员工 996……但是年轻人自己要明白，幸福是奋斗出来的”。^①有技巧的企业文化要紧密贴合劳动过程的客观。在互联网企业的文化中，我们观察到了两套交换范式：一套是努力工作交换财富的范式；另一套是努力工作获取知识能力的范式。在许多从业者看来，技术是独立的价值体系，而不仅仅是换取财富的工具，掌握技术就足以成为个人成功的标志。因此，行业中普遍流行着“技术大牛”的神话。“大牛”首先是智力和技术上的成功，其次才是因智力和技术的成功获得了财富的成功。在这里，故事就发展为努力学习或者工作，掌握知识和技术，成为“大牛”。将企业文化的交换范式与劳动过程有机结合的“大牛神话”诞生了。因此，对知识技术的推崇是行业文化的显著特征。

“大牛神话”诚然是可以实现的，这些公司的创始人中都会有一到两个“行业

^① 《马云最新回应：任何公司不应该也不能强制员工 996》，2019 年 04 月 12 日，(<http://finance.sina.com.cn/stock/usstock/c/2019-04-12/doc-ihvhiewr5332352.shtml>)。

大牛”，他们也成为企业吸引劳动者的重要要素。同时，编程技术以及其所依赖的数学、逻辑基础决定论技术能力就像解决数学题的能力一样具有客观说服力。那么，就像在学校中获得的经验：练习可以提高解题能力，工作中的练习自然也可以提高编程能力。工作中解决问题，如同“做数学题一样”，也同样造成了一种“生产游戏”，确切地说，“生产的智力游戏”。管理者或员工给我们讲述了很多类似的故事：研发遇到了难题，为解决难题项目组或者个人“不知不觉”熬夜到很晚，最终成功作答，大家“打鸡血”，获得成就感和团队凝聚力。

可以说，在“大牛神话”之下，劳动者的每一次加班不仅关于生产，它本身就是仪式，是意识形态的体验。就如同苦行僧一样，这种体验似乎是劳动者成为“大牛”的必经之路，而项目组的加班更跃升为一场“集体欢腾”。可以说，“大牛神话”直接塑造了劳动者对加班的主观体验，加班的同意在生产中被制造出来。

（二）解构“大牛神话”：意识形态的动态发展

当然，意识形态本身也是动态的，劳动者并不是盲目地接受这类故事。他们经常会洞察到“大牛神话”的不可行之处。例如，“996”只能是“工作 996，生病 ICU”^①。同时，他们还无时无刻不感到行业技术的迅速迭代造成的学习压力。许多劳动者都在考虑将来的职业转向，“做开发不是长久的出路，是青春饭”，他们的转向包括做产品、转管理、创业、回老家等。在解释竞业限制问题时，劳动保障科 W 科长也明确提到了这个问题：

三个月就不行了，我调解一年不干就记不清《劳动法》法条了，他们也就三个月不干就赶不上趟了……这个行业，35 岁不转管理就淘汰，精力跟不上。
(20180727 访 W 科长)

当然，最大的争议还在于加班费。霸权的建构总要考虑到附属者的经济利益，并做出经济合作的妥协。霸权是伦理—政治的，必须也是经济的 (Gramsci: 161)。因此，最关键的问题是，“自愿加班”总是没有加班费的。在这个问题上企业往往是顾左右而言他，但是拿不到加班费却一直是劳动者最失望的问题。

^① 资料来源：GitHub 网站上 996.icu 的项目介绍。

因此，尽管“大牛神话”还算成功，但劳动者同样依照它的逻辑继续着自己的解构。企业需要巩固这一意识形态，由此形成了“好员工—差员工”的叙事。所谓好员工是勤奋工作、努力学习，获得能力和职场上进步的三位一体。

一个员工我觉得他就是典型的工程师，就感觉知识分子那种，他就是下班也不走，就是在那学习、工作、解决问题。这种员工进步就很快。（20180719访 BS 公司人事负责人）

而不好的员工的特质，在不同的公司的描述中也有共性，他们经常缺勤，在上班过程中比较敷衍，加班也是“面子功夫”“敷衍了事”甚至是为了吃夜宵，“价值观”有问题，等等。

上班吧，来了一会儿人不见了，也不说一声，到快下班过来，干一会儿活，走了。这种员工肯定就是价值观问题。（20180802 访 EK 合伙人）

加班也会加，但是他 6 点吃饭、之后健身、8 点吃夜宵，然后下班回家。（20180731 访 SY 公司人事负责人）

实际上，我们对这类故事相当熟悉。例如斯科特（2011：245－249）笔下的塞达卡村庄中的富人就有着类似的观点：“懒惰、愚蠢和目光短浅”带来了村庄中的微小贫富差距，而节俭与勤劳带来了富人的富有。但这种运作在“大牛神话”的交换范式上，维系了故事的完整性，进一步巩固了加班中的“自愿”。

（三）竞次与协同控制：意识形态的意外效果

意识形态还意外地产生了意识形态之外的、在劳动力市场和生产制度上的实际效果。简单地说，它能够筛选出一批顺从者，实现企业在市场意义和支配意义上对于劳动者的优势。在劳动力市场意义上，这种优势是为“竞次”（racing to the bottom），即劳动者靠低价优势相互竞争，最终劳动条件越来越差。在互联网行业的招聘中，“承压能力强”“能接受加班”甚至成为明确的“素质”条件。同时，如果一个劳动者在工作中不愿加班，可能就会在考核中的“价值观问题”“工作态度”得低分，在项目组工资分配中得到较低的工资，甚至会被“劝退”。

在生产制度上，顺从者和项目组的团队工作方式，共同形成了“协同控制”（Barker, 1993）。企业通过意识形态运作给出了愿景与价值观，而项目组则根据价值形成自身规则和自我规训。在这里，顺从者是企业愿景之所以能够成为团队价值观和具体规则的核心要素。因此，“团队的加班”就成为实现企业愿景的体现，成为团队价值观的外在表达和人际压力的重要来源。因此，在管理者看来，能否加班是员工“忠诚度”“对企业认可”的标志。同时，项目组也会对加班较少的员工施加人际压力：即使在一般同事那里，他们也被称为“懈怠”“落后”，更严重的有“拖项目后腿”“价值观不行”。这种批评往往还与员工的工作质量评价同时出现，一般是“态度不行，活也不好”，质量的批评更为态度的批评提供了说服力。在团队的协同控制下，员工直接感受到来自项目经理和同事的人际压力，“自愿加班”是他们的唯一选择了。最简单的表现是，“老板（项目经理）都没走，你想走肯定也不能走，给老板留下印象不好”。但有时候，故意晚下班已经成为管理者一个小“技巧”。正如史威尔（Sewell, 1998）所说，团队造就的协同控制造就了更坚固的铁笼。

不同于布若威时代的分析，在本文田野中，我们看到，“自愿”不仅仅是劳动过程中自然产生的，企业还会利用企业文化等工具主动巩固或塑造劳动者在劳动过程中的“自愿”。同时，意识形态的运作是动态的，劳动者与企业根据意识形态提高的交换范式，一方解构“自愿”，一方维护逻辑。意识形态层面的互动不仅塑造了劳动者的“自愿”，还造就了劳动力市场“竞次”和生产制度上的“协同控制”，强化了企业的优势。这时候，加班中的个人意愿变得不重要了，“自愿”的背后也平添了无奈和沉默。

五、结论与讨论

每一次技术进步所催生的工作场所变革，都会给人带来劳动解放的想象。互联网行业的发达，知识型员工的出现，更是使宣扬一种合作、平等、学习的劳动关系成为流行趋势。马克思主义的传统和权力的批判理论试图以“霸权”的理路和乐观主义者进行对话，并解构着乐观者的意见。

但我们知道，超长工作时间是互联网行业许多劳动者所面临的普遍困局。舆论

对加班“自愿”的宣扬、劳动过程研究中对“制造同意”机制的简单化理解，很容易造就一种误会。这种误会认为，在互联网时代，劳动者的需求已经沿着马斯洛规划好的路线，向着更高层级迈进。这也使得我们在讨论现实问题中，悬置了大量劳动者仍然面临的“无声的经济压力”和工作场所的复杂现实。因此，本文以A区四家互联网中小企业为主要对象，探讨了这些企业加班的状况，做出了“审批加班”“自愿加班”和“准制度加班”的三种类型的划分，进而发现“自愿加班”的背后，是工厂政体中一系列机制，是劳动过程、产品市场、产业链塑造的生产制度等影响的结果。

当然，劳动者议价能力也需要纳入考量。我们发现，和通常所认为知识性员工重新获得了“结构性力量”不同，劳动者在行业劳动力市场上并不具有优势。知识劳动的技术空心化、产品市场压力造就的社会资本在企业经营中的关键作用以及劳动者对行业的依赖都最终造成了劳动者的劣势。超长工时可以说是劳资双方力量差距的自然结果，可以说，“无声的经济压力”超越了同意。

意识形态同样重要。这里的意识形态，不仅是劳动者对于生产中关系的体验所自然发生的，还包括了企业的主动宣传、有意塑造。在“大牛神话”的故事中，企业宣扬了一种努力换取知识与技能、努力换取财富的意识形态故事，直接塑造了加班的自愿。实际上，企业的博弈进一步延伸到意识形态之中。这主要体现在劳动者依据“大牛神话”的交换逻辑，洞察到故事的不可行，进而对意识形态做出解构。他们或考虑职业生涯转型或辞职，乃至发起劳动诉讼等。在企业一方，意识形态的运作深入下去，形成了“好员工—差员工”的分化，它不仅在意识形态上巩固了“大牛神话”，还筛选出一批认同者，造就了“竞次”和“协同控制”的效果，使劳动者“自愿”中更包含了无奈和沉默。

如果劳资关系有一个核心特质，那就是劳动者对于雇主的劣势。这种劣势，既包括劳动力市场的部分，也包含工作场所中支配的部分（李强，2018）。霸权式的同意是工厂体制在意识形态的后果。市场、劳动过程、生产制度乃至意识形态，一样成为劳资双方竞争的场域，交错影响着劳资双方的力量变迁。经济上的压力或者组织中的支配，或许不能像意识形态一样在“自愿加班”的舆论中展示自我，他们是无声的，但或许是最有力的。

但最真实的自愿也不足以作为加班辩解。市场的“竞次”机制与工作场所中的协同控制会进一步发挥作用，降低劳动条件。对于这个问题，实际上，劳动法理和我

国劳动法律早已做出了完备的回应和严格规制。政策部门需要使社会公众认识到，在法律意义上，即使最真实“自愿”的加班也并不必然就是合法的。工时保护具有公法性质，权力和义务的主体分别是国家和企业。因此，即使劳动者的自愿也不能免除用人单位对于公共的义务。更需要看到，互联网行业知识劳动者在新兴的工作场所中仍然面临着一系列劣势，这使得“新经济”条件下“劳动法过时”论显得苍白，新经济行业的劳动者同样应和其他劳动者一样得到保护。

最后，在这场关于加班问题的社会讨论中，互联网行业劳动者是否能够对其利益形成共同的自觉呢？回答这一问题超出了本文的讨论范围，但值得注意的是，正如许多前辈劳工研究者所指出的，在历史上，工时问题往往是在许多行业劳动者形成认同，乃至一致行动的关键议题（汤普森，2013：309－336；Webb & Webb，1920：327－329）。

参考文献：

- 布雷弗曼，1979，《劳动与垄断资本》，方生译，北京：商务印书馆。
- 布若威，2008，《制造同意：垄断资本主义劳动过程的变迁》，李荣荣译，北京：商务印书馆。
- 陈蔼婧、廉思，2015，《法律均衡视野下的青年产业工人超时加班》，《中国青年研究》第10期。
- 郭正模，2015，《中国特色的企业超时用产能算“体面劳动”吗——超时用工及企业内部劳动力市场交易双方的行为分析》，《社会科学研究》第4期。
- 贾文娟、钟恺鸥，2018，《另一种娱乐至死？——体验、幻象与综艺娱乐节目制作过程中的劳动控制》，《社会学研究》第6期。
- 卡斯特，2001，《网络社会的崛起》，夏铸九、王志弘等译，北京：社会科学文献出版社。
- 孔庆洋、赵杰、郭斌、李琼英，2014，《农民工加班意愿、劳动供给与人口红利》，《华东师范大学学报》（哲学社会科学版）第3期。
- 李强，2018，《理想的再构造：经典劳动关系学者对集体谈判的作用机制的构建》，《中国人力资源开发》第6期。
- 马克思、恩格斯，1995，《马克思恩格斯全集第三卷》，中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译，北京：人民出版社。
- 斯科特，詹姆斯·C.，2007，《弱者的武器》，郑广怀、张敏、何江穗译，南京：译林出版社。
- 汤普森，E.P.，2013，《英国工人阶级的形成》，钱乘旦等译，南京：译林出版社。
- 佟新、梁萌，2015，《致富神话与致富神话与技术符号秩序——论我国互联网企业的劳资关系》，《江苏社会学》第1期。
- 王潇，2019，《技术空心化：人工智能对知识型员工劳动过程的重塑》，《社会发展研究》第3期。
- 西尔弗，2012，《劳工的力量》，张璐译，北京：社会科学文献出版社。

- 游正林, 2009, 《制造认同的又一种模式——G 公司协调劳资关系的基本经验》, 《社会》第 1 期。
- 郑广怀、孙慧、万向东, 2015, 《从“赶工游戏”到“老板游戏”——非正式就业中的劳动控制》, 《社会学研究》第 3 期。
- 庄家炽, 2018, 《从被管理的手到被管理的心——劳动过程视野下的加班研究》, 《社会学研究》第 3 期。
- Barker, J. R. 1993, “Tightening the Iron Cage: Concertive Control in Self-managing Teams.” *Administrative Science Quarterly* 38 (3).
- Burawoy, M. 1985, *The Politics of Production: Factory Regimes under Capitalism and Socialism*. London: Verso.
- Edwards, R. 1979, *Contested Terrain: the Transformation of the Workplace in the Twentieth Century*. New York: Basic Books.
- Fleming, P. & André Spicer, 2014, “Power in Management and Organization Science.” *The Academy of Management Annals* 8 (1).
- Haugaard, M. 2009, “Power and Hegemony.” In Clegg, Stewart R. & Mark Haugaard (eds.). *SAGE Handbook of Power*. London: Sage.
- Knights, D. 1990, “Subjectivity, Power and the Labour Process.” In D. Knights & H. Willmott (eds.), *Labour Process Theory*. London: The Macmillan Press.
- Kunda, G. 2006, *Engineering Culture: Control and Commitment in a High-Tech Corporation*. Philadelphia: Temple University Press.
- Lukes, S. 1974, *Power : A Radical View*. London: Macmillan Education.
- Meyer, J. W. & B. Rowan 1977, “Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony.” *American Journal of Sociology* 83 (2).
- Sewell, G. 1998, “The Discipline of Teams: the Control of Team-based Industrial Work through Electronic and Peer Surveillance.” *Administrative Science Quarterly* 43 (2).
- Webb, B. & S. Webb 1920, *Industrial Democracy*. London: Longmans, Green& Co.
- Williamson, O. E. 1975, *Markets and Hierarchies*. London: Macmillan.

作者单位：中国社会科学院研究生院、铁道党校基本理论教研部（李 强）

联通系统集团有限公司（刘 杰）

责任编辑：吴 莹