
Joustavan kapitalismin uusvanhat vaatteet

Andrijasevic, Rutvica, Chen, Julie Yujie, Gregg, Melissa & Steinberg, Marc: *Media and Management*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2021, 103 sivua.

Suoratoistopalvelut ja ruokalähetit ovat koronapandemiasta toipuvassa maailmassa suositumpia kuin koskaan. Rajoitetun liikkuvuuden ja kutistuneen sosiaalisen elämän aikana Netflix ja Wolt ovat tulleet monille tutuiksi ja tehneet elämästä yhteiskunnan sulkujen keskellä siedettävämpää. Karanteeniarjessa korvaamattomaksi nousutta alustataloutta ja sen juuria pohditaan teoksessa *Media and Management*, joka on University of Minnesota Pressin ja saksalaisen meson pressin yhteisjulkaisusarjan *In Search of Media* uusin osa. Kirja luo kriittisen mediateorian keinoin katsauksen lohdusta ja arjen helpotuksesta kulutuksen prosesseihin ja historioihin sekä nostaa lopulta kaiken keskiöön alustatalouden työntekijäsubjektin.

Aluksi on paikallaan selittää, mitä kirjassa tarkoitetaan *medialla* ja sekä johtamistutkimukseen että hallintaan viittaavalla *managementilla*. Yleisessä keskustelussa media ymmärretään useimmiten lähinnä sanomalehden tai television kaltaisiksi perinteisiksi massamedioiksi. Viime vuosikymmeninä sosiaalinen media ja muut digitaalisen median muodot ovat nousseet osaksi mediakäsitystä, joka perustuu erilaisiin julkaisemisen ja jakamisen välineisiin. Kirjassa esitelty median määritelmä on vielä laajempi ja sallivampi: mediatutkimuksessa erilaiset kulttuuritekniset käytännöt, eleet, prosessit ja esineet käyvät medioista, sillä median voi myös määrittellä minä tahansa, mikä kuljettaa, säilöö ja välittää merkityksiä. Alustataloutta lähestyessään kirjoittajat eivät rajoita analyysiaan internetin rooliin tai viimeaikai-

siin tietotekniikan edistysaskeleisiin, koska mediaa ei kirjassa ymmärretä massamedioina. Huomio kiinnittyy sen sijaan erilaisiin hienovaraisiin johtamisen välineisiin: hallinnan media voikin olla kellokortti, *kanban*-kortti, johtamisopas tai kotiinkuljetussovellus.

Hallinnasta puhuessaan kirja ei käsittele varsinaista johtamistutkimusta vaan pyrkii analysoimaan tapoja, joilla erilaiset mediaoliot järjestävät ja luovat niin hallinnan ideaaleja kuin toteutuksiakin. Päätökseen ottaa median ohella johtaminen otsikkoon sekä käsitteelliseksi lähtökohdaksi lienee vaikuttanut nimenomaan kirjan esittelemä, toyotismiin pohjautuva alustatalouden syntytarina. Kirjoittajien media-genealogiat jäljittävät alustatalouden lähettifirminoineen suoraan reaaliaikaiseen ja tarvepohjaiseen tuotantoon, jossa yrityksen vastuu ulkoistuu osin työntekijälle.

Kirjan aloitusluvussa *Management's Mediations: The Case of Toyotism* Marc Steinberg esittelee erilaisia Toyotan tuotantojärjestelmästä lähtöisin olevia hallinnon medioita jakamalla ne yhtäältä mediavälitteisiin tekniikoihin ja toisaalta mediotuneisiin ideoihin. Tarkasteltava Just-in-Time-filosofia (JIT, suomeksi ”juuri oikeaan tarpeeseen”) on Steinbergille kellokortin jälkeen merkittävin mediavälitteinen teollinen hallinnan keino ja ideologinen perusta niin nykyaikaisille *on demand* -palveluille kuin alustataloudelle yleisemminkin.

Steinberg kuvaa, miten juuri oikeaan tarpeeseen vastaava tehdas ulkoistaa riskinsä alihankkijoille, jakaa työvoiman vakituiseen ja määräaikaiseen sekä luo uusia kurin ja kontrollin muotoja. Tehdastyöntekijää *kanban*-kortteineen paitsi valvotaan alituisesti myös vastuutetaan. Tuotannon mittaaminen, seuranta ja loppumaton parantelu nousee toiseksi työksi varsinaisen tuotantotyön ohelle.

Toyotismin medialisaatiosta puhuessaan Steinberg esittelee amerikkalaisen (etenkin 1980-luvun) johtamiskirjallisuuden geopolitiittisen pelon ilmentymänä. Kansainvälinen kilpailuasetelma, jossa periamerikkalainen fordismi hiipui Japanin teollisuuden noustessa, purkautui kansalliseksi ahdistukseksi. Steinberg näkee ahdistuksen johtaneen toyotismin nopeaan omaksumiseen amerikkalaisessa kansainvälisessä tuotannossa ja etenkin ohjelmistoteollisuudessa, jossa *lean*-ajattelun varhainen jalansija oleellisesti muodosti ja muovasi internetteollisuuden kulttuuria Steinbergin mukaan. Näin Steinberg esittää toyotismista tulleen joustavan kapitalismin ja alustatalouden tuotantoparadigma.

Rutvica Andrijasevicin luku *“Just-in-Time Labor”*: *Time-Based Management in the Age of On-Demand Manufacturing* puolestaan tarjoaa katsauksen itäisen Keski-

Euroopan eli CEE-alueen teknologiatehtaissa etnografian keinoin tehtyyn tutkimukseen lähetetyistä työntekijöistä lyhytaikaisissa vuokratyösuhteissa. Andrijasevic jatkaa Steinbergin pohjustamasta JIT-tuotannosta ja argumentoi tarvepohjaisen ajattelun siirtyneen työstä työvoimaan tavalla, joka hyväksikäyttää paitsi työntekijöitä myös maiden välisiä työvoiman liikkuvuuden sopimuksia. Monimutkaiset työllistämishimmelit, joissa työnantaja, lähettävä vuokravälitysfirma ja varsinainen tehdas ovat maantieteellisesti eriytettyjä, jättävät epäselväksi, millä näistä instansseista on riitatilanteissa ja mahdollisten väärinkäytösten yhteydessä kulloinkin työoikeudellinen vastuu. Työvoima muuttuu palveluksi, jota voidaan siirtää maasta toiseen, säilöä asuntoloissa tehtaiden satelliittikylissä ja sitouttaa palkattomaan joutilaisuuteen tehtaan tuotantocykliin hiipussa ja noustessa.

Kirjan päätösluvussa *Spaces of Labor Mediation: Policy, Platform, and Media* Julie Yujie Chen käsittelee kiinalaisen talousjärjestelmän sopeutumista *uudeksi työksi* brändättyyn alustatalouteen tarkastelemalla ruokalähetettä. Chenin vaikuttava analyysi työhön ja työntekijöihin liittyvistä mielikuvista sekä niiden pohjalla olevasta jaetusta sosiaalisesta mielikuvituksesta ulottuu aina Kiinan valtiollisen sääntelyn logiikasta paikallisissa sanomalehtidiskursseissa esiintyvien lähettihahmojen perkaamiseen. Alun perin liikennesäännöistä piittaamattomana mopo- tai pyörähurjastelijana esitetty lähettihahmo on maailmanlaajuisen koronapandemian myötä muuttunut eristäytymisen mahdollistavaksi, lähimmäisapua toimittavaksi sankarilähetiksi. Samalla julkinen huomio on siirtynyt alustatalouden huonoista työoloista yhteiskunnallisiin poikkeusoloihin painottaen työn välttämättömyyttä ja henkilökohtaista uhrausta tavalla, joka muistuttaa keskustelua kutsumusammateista. Vanhuksille ruokalähetyksiä toimittava lähetti on yhteiskunnan toimintaa siivittävä, vapaaehtoinen tai jopa viranomaisen kaltainen välttämätön työntekijä. Välttämättömyyden diskurssi hautaa alleen keskustelun työehdoista ja siirtää vastuun yhteiskunnan toimimisesta prekaareissa työsuhteissa toimivien lähettien harteille.

Kirjan ansioita on etenkin se, että tarkan mediateoreettisen artikuloinnin sekä selkeiden ja perinpohjaisten genealogioiden avulla se hälventää savuverhoa, jonka taakse suuri osa internetaikakauden kehityksistä piiloutuu. Kun sellaisia sanoja kuin digitalisaatio, algoritmi ja alusta käytetään kaiken selittävinä ja kuitenkin epämääräisinä termeinä, jää työn inhimillinen puoli kasvottomaksi. Yksilöllisyydestään riisuttu työn subjekti on haavoittuva, ja hämärässä tapahtuva vallankäyttö on suojassa kritiikiltä.

Itä-Aasian teollisuuden tarkastelu, Steinbergin kuvaus Japanin talousihmeestä ja Chenin ansiokas katsaus nyky-Kiinan teollisuusideaaleihin ovat teoksen vahvuuksia. Kirjaa voi kuitenkin kritisoida sen epäsymmetrisestä suhteesta Kiinaan. Amerikkalaisen teollisuuden imperialistisia ideaaleja kritisoidaan, mutta Kiinan moderni teollinen imperialismi taas jää tarkastelua vaille. *Media and Management* jää siis kipeästi kaipaamaan vastapainoksi analyysia Kiinan teknologisesta ja taloudellisesta laajentumisesta muun muassa Uusi Silkkitie -hankkeen myötä, jonka kohdealuetta kirjassa käsitelty CEE-aluekin on. Esimerkiksi Andrijasevicin käsitellessä Kiinassa elektroniikkaa laajalti tuottavan Foxconnin monimutkaisia alihankintaketjuja ja työvoiman hallintaa CEE-alueella jää kiinalainen konteksti kuitenkin käsittelemättä, vaikka maan Itä-Eurooppaan suuntautuva strateginen rahoitus on ollut Euroopassa lehdistön puheenaihe ja syy huoleen.

Vaikka teos esittelee työelämä tutkimusta pääsääntöisesti mediatutkijoista koostuvalle yleisölle, se samanaikaisesti avaa mediateorian nykydiskursseja muulle yleisölle melko yleistajuisesti. Näin myös esimerkiksi internetin ja työn yhteyksistä kiinnostunut lukija saa nopean katsauksen keskusteluihin, joita alustataloudesta käydään mediatutkimuksen parissa. Lukija saa myös vakuuttavan selityksen niille kehityskuluille, joiden voidaan nähdä johtaneen murrokseen digitalisoituneessa työelämässä. Poiketen kuitenkin esimerkiksi *HS Visiosta* tutusta puhetavasta, jossa startup-kulttuuri tai mikä hyvänsä teknologinen kehitys nähdään paitsi välttämättömänä myös jännittävänä ja uutena edistyksenä, kirjoittajat argumentoivat joustavan kapitalismin ja alustatalouden toimivan juuri päinvastaisesti. Toyotan tehdastyöläisen sijaan uuden työn subjekti voikin olla ruokalähetti, mutta ajatus juuri oikeaan tarpeeseen ja reaaliaikaisuuteen perustuvasta kulutuksesta ja tuotannosta on sama. Kaiken takana ei olekaan kaikkivoipainen algoritmi tai muu kasvoton teknodeterministinen kuva, vaan vanhat ja tutut työn hallinnan mallit.

Suoratoistopalveluiden pohjalla oleva *on demand* -logiikka polveutuu siis JIT-tuotannosta, nälkäinen ruokatilaus matkii *kanban*-korteilla tehtyjä reaaliaikaisia tilauksia, ja *lean*-ajattelu jatkaa elämäänsä tietokone- ja ohjelmistoteollisuudessa. Toyotan tehtaan tuotantologiikka ei ole vain periytynyt digitalouteen, vaan se on myös sisäänrakennettu siihen ja on siten sen täysin looginen lopputulema. Ikuinen paluu ja jatkuvat kierron syklit toistuvat Andrijasevicin, Chenin ja Steinbergin teksteissä. Jää lukijan tehtäväksi katsoa näiden uudelleenbrändättyjen bisneslogiikoiden ja tuotantomallien läpi.

Kirjoittaja

Silja Komulainen

BA Digital Media, Leuphana Universität Lüneburg, mediatutkimuksen maisteriopiskelija,

Bauhaus-Universität Weimar

sähköposti: silja.tellervo.komulainen@uni-weimar.de