

Plattformer, kapitalister og informasjonsprofitører

BOKESSAY: I *Platform Capitalism* forteller filosofen Nick Srnicek historien om plattformens suksess, både som forretningsmodell og teknologisk arkitektur. Samtidig finner han en rekke grunner for hvorfor den verken kan eller bør fortsette.

Av Mats Andreas Nielsen

I løpet av fjoråret kunne man lese en rekke urovekkende historier om verdens største plattformsselskaper. Spesielt hardt gikk det utover Facebook. Problemene startet i mars da *The Guardian* og *The New York Times* avslørte hvordan konsulentfirmaet Cambridge Analytica hadde benyttet brukerdataene til 87 millioner amerikanske Facebook-brukere for å skreddersy sine politiske påvirkningskampanjer. Mark Zuckerberg måtte derfor i mai stille foran den amerikanske kongressen for å forklare rollen selskapet spilte i forbindelse med de falske nyhetssakene som florerte på plattformen under presidentvalget i 2016. I en FN-rapport publisert to måneder tidligere hadde spredningen av falske nyheter, hatefulle memes, og misvisende videoklipp på Facebook allerede blitt nevnt som en sentral årsak til folkemordet på rohingya-muslimere i Myanmar samme år.¹ Fallende børsverdier og et svekket renomme var resultatet for Facebook, etter at selskapet i fjor var involvert i mer enn tjue skandaler.²

Men selv om det var Facebook som preget forsidene, slet også en rekke andre plattformsselskaper i 2018. Blant annet kunne utslitte Amazon-ansatte fortelle at de var redde for å ta spisepauser og for å gå på toalettet i frykt for å ikke nå selskapets strenge effektivitetsmål. På grunn av konstant overvåkning følte disse arbeiderne en vedvarende redsel for å miste jobben i løpet av året som gikk.³ Taxiplattformen Uber fikk også søkelyset rettet mot seg i 2018 da en av selskapets nye selvkjørende biler i mars kjørte på og drepte en kvinne i Tempe, Arizona.⁴ Den tidligere norskeide strømmetjenesten Tidal, nå eid av Jay-Z, hadde også et vanskelig år etter å ha blitt anklaget av *Dagens Næringsliv* i mai for å ha manipulert lyttertall til fordel for eierens kone, Beyoncé.⁵ Google på sin side ble tilkjent en bot på fem milliarder dollar av EU i juni for å ha utnyttet Androids dominerende markedsposisjon, mens *The Intercept* i august kunne avsløre at selskapet over lengre tid hadde samarbeidet med det kinesiske kommunistpartiet om en sensurert utgave av deres søkemotor for bruk i landet.⁶

I lys av slike skandaler var 2018 året da de store IT-selskapene endelig tapte noe av sitt positive og selvforherliggende image. I øynene til sine brukere og ansatte, fremstår i dag selskaper som Google, Facebook og Amazon mer som grådige monopolherrer enn geniale innovatører.⁷ Plattformene som muliggjør dagens informasjonssamfunn blir således oppfattet som problematiske av stadig flere. Spørsmålet er om disse plattformene har blitt tilstrekkelig problematiserte, både politisk og teoretisk, av dagens økonomer, samfunnsvitere og filosofer?

Med *Platform Capitalism* fra 2017 tar den kanadiske filosofen Nick Srnicek, universitetslektor i

digital økonomi ved King's College London, for seg de økonomiske realitetene og materielle strukturene som har muliggjort plattformenes tilblivelse og nåværende maktposisjon. Boken er i så måte et viktig bidrag til de siste årenes akademiske og kritiske arbeid omkring dagens dataøkonomi og tilhørende plattformsamfunn. På samme tid fungerer boken som en kort og lettfattelig innføring i problemfeltet for den uinnvidde.

Akselerasjonisme og plattformkapitalisme

Srnicek er nok mest kjent for hans to venstreradikale manifeste “#ACCELERATE: Manifesto for an accelerationist politics” (2013) og *Inventing the future: Postcapitalism and a world without work* (2015) skrevet i samarbeid med sosiologen Alex Williams. Disse manifestene legger for dagen en ambisiøs, akselerasjonistisk visjon for det tjuetførste århundre. Krontanken er at økt teknologisk automatisering, og andre former for teknologisk utvikling, bærer i seg potensialet til å destabilisere den [kapitalistiske](#) orden og frigjøre verdens arbeidere fra arbeid og lønns-slaveri. Visjonen er eksplisitt utopisk, men likefremt forankret i en historisk-materialistisk analyse av strukturene som underligger dagens økonomiske og teknologiske omstendigheter. For Srnicek og Williams er målet å gjenvinne ideen om historisk fremgang og en mulig utopisk fremtid for en defensiv venstreside som siden den nyliberale revolusjonen påbegynt på sytti- og åttitallet, i alt for stor grad har levd i fortiden.⁸

I forhold til den aktivistiske stemmen som kommer til uttrykk i disse manifestene representerer *Platform Capitalism* en vending i Srniceks forfatterskap. Sober stillingtagen til økonomiske utviklingslinjer har erstattet skisseringen av utopiske fremtider. Likevel er det politiske prosjektet fra “#ACCELERATE” og *Inventing the Future* nyttig å ha i mente i møte med redegjørelsen Srnicek gir av plattformkapitalismen i hans nyeste bok. For slik opplysning bereder grunnen for politisk strid, tjener analysen av sistnevnte prosjektet til førstnevnte.

Hva er så, i henhold til denne analysen, karakteristisk for plattformen? Srnicek fremhever blant annet plattformens rolle som infrastrukturell mellommann mellom brukere, kunder og utviklere (s. 43). Det betyr at plattformer muliggjør utveksling, kommunikasjon og interaksjon mellom ulike deler av et nettverk. Som infrastruktur har denne nye teknologiske arkitekturen en opprivende virkning på tradisjonelt avgrensede felt av økonomien. Når sektorer som industri og jordbruk, næringer som transport og sikkerhet, og bransjer som bemanning og hotell nå gjennomgår omfattende omstillingsprosesser i lys av plattformenes tiltagende kontroll over verdens informasjonsinfrastruktur, kan det hevdes at plattformen i dag er i ferd med å kolonisere hele markedsøkonomien og innstifte en ny form for kapitalisme.

Den sentrale posisjonen relativt unge plattformselskap som Amazon, Facebook og Google har i dagens økonomi bør ifølge Srnicek knyttes til det enorme vinningspotensialet plattformen innehar som forretningsmodell. For som John Herrman skriver i *The New York Times*: “If successful, a platform creates its own marketplace; if extremely successful, it ends up controlling something

closer to an entire economy.”⁹ Srnicek har i lys av slike forhold valgt å se bort fra sosiale, politiske og kulturelle faktorer i hans beskrivelse av plattformkapitalismen. Ved å analysere selskap som Google og Amazon utelukkende som økonomiske aktører innenfor en kapitalistisk markedsøkonomi, ønsker Srnicek å gi leserne et alternativt perspektiv på dataøkonomien. Ut ifra et slikt perspektiv handler plattformselskap verken på bakgrunn av kulturelle idealer (slik som teknoutopisme, nyliberalisme og motkulturell hippie-libertarianisme),¹⁰ eller ut ifra et ønske om å vinne politisk makt og innflytelse. “By contrast, these actors are compelled to seek out profits in order to fend off competition” som Srnicek skriver i introduksjonen (s. 3).

I en kortfattet bok som denne, har Srnicek få sider til å kritisk undersøke det som måtte forene Google og Facebook, Amazon og Microsoft, Siemens og General Electric, Uber og Airbnb. Å kun lese plattformselskaper som økonomiske aktører er i denne sammenheng en styrke, og gir boken et klart fokus og god fremdrift. Med et slikt utgangspunkt er Srniceks oppgave å forklare hvordan denne nye forretningsformen og teknologiske arkitekturen er knyttet til historiske fenomener som Vestens økonomiske nedgangstid siden 1970-tallet, 1990-tallets dot-com boble, og finanskrisen i 2008.

I tråd med disse tre historiske utviklingslinjene er bokens kronologiske struktur også tredelt. Mens det første kapitlet, “The Long Downturn,” diskuterer plattformens historiske og økonomiske tilblivelse, fokuserer bokens andre kapittel, “Platform Capitalism,” på plattformens mangfoldighet som forretningsform og samtidige dominans innen svært så ulike områder av økonomien. I det tredje og siste kapitlet, “Great Platform Wars,” skisserer Srnicek avslutningsvis ulike tendenser ved plattformkapitalismens utvikling, og tillater seg å spekulere omkring plattformkapitalismens mulige fremtid og postkapitalistiske etterfølger.

LES OGSÅ: ["Maskinisme" og destratifisering](#) • [Digitale solformørkelser](#)

Plattformens tilblivelse: En ny virtuell økonomi

Fenomen som ved første øyekast fremstår som radikale nyvinninger, kan ifølge Srnicek “in historical light, reveal themselves to be simple continuities” (s. 9). Det kapitalistiske økonomiske system, og imperativene og begrensningene dette systemet pålegger både arbeidstakere og arbeidsgivere, utgjør utvilsomt en kontinuitetslinje i nyere historie. På tross av at kapitalismen er et utrolig fleksibelt system som flittig tilpasser seg nye historiske og teknologiske omstendigheter, innehar det ifølge Srnicek enkelte “invariant features, which function as broad parameters for any given historical period” (s. 10).

Kapitalistiske foretak er blant annet grunnleggende avhengige av etterspørsel fra markedet for å eksistere og vokse. De må med andre ord være konkurransedyktige, og er underlagt et systemisk kapitalistisk imperativ om å redusere produksjonskostnader i forhold til pris. Dette kan gjøres på mange ulike måter, men de viktigste metodene som har blitt anvendt er, ifølge Srnicek, “the adoption of efficient technologies and techniques in the labour process, specialization, and the sabotage of competitors” (s. 11). Jaget etter å redusere produksjonskostnader leder altså til et krav

om konstant teknologisk endring og effektivitetsøkning innen kapitalismen som slår ut i et eskalerende konkurransekappløp.

Perioden fra etterkrigstiden til jappetiden anses ofte som et unikt, positivt unntak i kapitalismens historie, hvor høy lønnsomhet og produktivitetsvekst i industri- og produksjonssektoren, høy lønn og organiseringsgrad i arbeidslivet, og et sosialdemokratisk og [keynesiansk](#) hegemoni i politiske og økonomiske spørsmål, opprettholdt et tilnærmet harmonisk kompromiss mellom arbeid og kapital i flere vestlige land. Srnicek leser plattformens inntog i kapitalismens historie i lys av den vedvarende økonomiske nedgangstiden vestlige stater har opplevd siden den gang. For i løpet av 1970-tallet ledet overproduksjon og overkapasitet i produksjonssektoren til prispress på varer. I en global konkurranse om markedets gunst og en tilhørende nedadgående prisspiral ble den amerikanske Ford-modellen for produksjon – kjent for samlebåndet og Frederick W. Taylors vitenskapelige arbeidsdeling – med tiden avløst av den mer effektive japanske Toyota-modellen. Seirende japanske og tyske foretak ble over tid igjen utfordret av nye konkurrenter fra land som Korea, Taiwan, Singapore og til slutt Kina i et tiltakende kappløp mot bunnen. I tråd med denne globale konkurransen og dette nye postfordistiske produksjonsparadigmet ble arbeiderklassen og fagforeningene utsatt for en rekke politiske angrep, i Vesten representert ved Ronald Reagans USA og Margaret Thatchers Storbritannia på 1980-tallet.

Det er med utgangspunkt i denne historiske dynamikken, båret frem av kapitalismens overordnede systematikk, at plattformene så dagens lys på 1990-tallet. Som Srnicek skriver:

“with a long decline in manufacturing profitability, capitalism has turned to data as one way to maintain economic growth and vitality in the face of a sluggish production sector... The platform has emerged as a new business model, capable of extracting and controlling immense amounts of data” (s. 6).

Alle landene i G7 har hatt en negativ trend innen produktivitetsvekst, og økonomisk vekst mer generelt, siden 1970-tallet av. Det ene unntaket er 1990-tallets dot-com boom, hvor mye av dagens fasinasjon for, og drømmerier omkring, delingsøkonomien, tingenes internett og andre teknologirelaterte næringsområder tok form. Plattformene og den digitale økonomien kan i så måte anees for å være en respons på økonomiske utfordringer knyttet til avtagende lønnsomhet og vekst i realøkonomien. Samtidig tjente disse nye IT-selskapene en omfattende omstillingsprosess, hvor idealet, i kontrast til eldre konglomerater som Ford og Shell, var å oppnå en mager, veltrimmet struktur bestående av færre, mer fleksible arbeidere og en rask, etterspørselsdrevet produksjon med lite svinn. I radikal forstand skulle bedrifter i Vesten nå omorganiseres etter modellen til Nike, hvor varemerke og design utgjorde kjernen, mens industriell produksjon ble outsourcet til bedrifter i lavkostnadsland. For å gjennomføre en slik omstilling ble pålitelige data om brukere og ansatte – med tanke på å akselerere produksjon og forbruk – livsviktig siden slik dataanalyse kunne gi foretak klare konkurransefortrinn.

Med nyliberale statsledere som Bill Clinton og Tony Blair ser man derfor i løpet av 1990-tallet etableringen av mer enn 50.000 oppstartsbedrifter, årlige investeringer på flere hundretalls milliarder dollar i teknologisektoren, og oppbygningen av den infrastrukturelle basen til dagens dataøkonomi. Denne uovertrufne investeringsiveren ble blant annet fremprovosert av en “ultra-accommodative monetary policy” bestående av en rekke skarpe rentekutt og finanspolitiske dereguleringer, hvis intensjon var å øke både forbruket og investeringsviljen (s. 20). For snarere enn at stater direkte investerte i deres nasjonale økonomier etter den tradisjonelle keynesianske modellen, skulle nå et globalt marked, i henhold til nyliberalistisk tankegods, heller stimuleres til å spekulere med penger lånt til lav rente og med sikkerhet i eiendeler med oppblåst verdi. Målet var med andre ord å skape vekst i en ellers stagnert økonomi uten å måtte ty til etterkrigstidens metoder. Middelet ble å flomme markedet med store mengder risikokapital. En betydelig andel av denne kapitalen strømmet til unge gründere i Silicon Valley, hvor investeringene resulterte i de massive konjunktursvingningene som kjennetegnet dot-com boblens “boom and bust”, hvis endelige kollaps i år 2000 bar bud om den globale finanskrisen som ville lamme verdensmarkedet åtte år senere. Nyliberalismens gullalder på nittitallet gikk i så måte hånd i hånd med en virtualisering av økonomien, hvor igjennom risikofylte spekulasjonsobjekter ble ettertraktede.

Blikket var rettet mot fremtiden, og investorer satset penger på grunnlag av fremtidshåp fremfor dokumentasjon på samtidig lønnsomhet. Plattformen, som forretningsform, hadde i denne sammenheng et enormt potensial for økonomisk vekst idet et tomt virtuelt terreng skulle fylles med varehus, betalingsmidler, nettlesere og sosiale nettverk. Modellen som gjorde seg gjeldende i denne nye kommersielle sektoren satte i så måte vekst i omsetning foran lønnsomhet og profitt. I konkurransekappløpet som fulgte, strevde disse nye investeringsobjektene etter monopolistisk dominans, med mål om å bli plattformene hvor fremtidens handel, så vel som sosial samhandling og kommunikasjon, ville finne sted. I kjølvannet av at dot-com boblen sprakk i år 2000, ble i så måte et hav av mindre fisk raskt oppspist av et fåtalls levedyktige leviatane, fremst blant dem Ebay (1995), Amazon (1996), Google (1998), og Alibaba (1999). Det var omkring nettopp denne gruppen av selskaper, i tillegg til de eldre maskinvare- og operativsystemprodusentene Apple (1976) og Microsoft (1975), samt senere sosiale nettverk som Facebook (2004) og Twitter (2006), at IT-sektoren, dataøkonomien og internett som sådan skulle bli konsolidert i løpet av det påfølgende tiåret.

Plattformens dominans: 4 karaktertrekk bak suksessen

Plattformen har ifølge Srniceks analyse fire overordnede karaktertrekk. For det første er de, som nevnt, “intermediary digital infrastructures that enable different user groups – ‘customers, advertisers, service providers, producers, suppliers, and even physical objects’ – to interact” (s. 43). De gjør med andre ord utveksling, kommunikasjon og interaksjon mulig. Apple er i så måte ikke et typisk plattformsselskap i henhold til Srniceks definisjon, i og med at brorparten av selskapets virksomhet er knyttet til produksjon av hardware utført av andre selskaper lokalisert i lavkostnadsland som India og Kina. Apple er derfor mer lik Nike enn plattformsselskap som Google

og Amazon. Selskapet er altså først og fremst en luksusmerkevare, og – med unntak av iOS, App Store og iTunes – ingen plattform.¹¹

For det andre er plattformer avhengige av ulike nettverkseffekter. Jo flere brukere på en plattform, jo bedre blir dens algoritmer, jo mer nødvendig blir dens allmenne utbredelse og jo større blir potensialet for å melke brukerne av plattformen for data. Økt tilfang av data medfører i neste omgang økt verdiskaping. Slike positive nettverkseffekter gir plattformer en systemisk tendens mot monopolisering og selskapene som eier dem mer makt og kontroll.

Plattformenes tredje karaktertrekk er at de benytter seg av kryssubsidiering. Ved å tilby produkter og tjenester gratis, kan en plattform få flere brukere og generere mer trafikk. Data generert av denne trafikken kan siden innkasseres som inntekt og profitt når en plattform ber annonsører, innholdsleverandører, sikkerhetsselskaper og offentlige aktører om stadig mer penger for adgang til innsiktene deres datasett og analyseverktøy kan røpe om arbeidere, borgere, forbrukere og produsenter. Det er data, ikke kildekode, som i så måte er plattformens viktigste aktiva. Ifølge Srnicek kunne derfor mange plattformsselskaper gjort all deres “software open-source and still maintain their dominant position due to their data” (s. 99).

For det fjerde benytter plattformer seg av ulike strategier for å stimulere kontinuerlig brukerengasjement. Dette kan oppnås ved hjelp av, blant annet, forlokkende presentasjoner av plattformens tilbud, ved å gi brukere svært hyppige notifikasjoner, og/eller ved å gi dem adgang – slik som Academia.edu og Tinder – til omfattende informasjon om trafikken de genererer i form av å røpe hvem som måtte fatte interesse for deres profil. Målet er uansett å gjøre ens plattform uimotståelige slik at mer data kan utvinnes fra brukermassen og høyere inntekter kan innhentes fra kundegruppen for adgang til plattformens datatjenester.

LES OGSÅ: [Å samtale med maskiner](#) • [Det teknologiske mennesket](#)

Plattformens mangfold: Fra sosiale medier til tungindustri

I tråd med disse fire karaktertrekkene identifiserer Srnicek også fem ulike typer plattformer: Annonsørplattformen, skyplattformen, industriplattformen, produktplattformen og leanplattformen (s. 49). Skillelinjene Srnicek trekker opp mellom disse fem ulike typene av plattformer er først og fremst analytiske. I praksis vil plattformsselskap som Amazon og Google ofte eie, drive og utvikle en rekke ulike plattformtyper, mens omfattende grad av samhandling og integrasjon, som del av slike foretaks overordnede tjenesteøkonomier, kan medføre at skillelinjer mellom annonsør, sky og produkt i enkelte tilfeller blir heller uklare.

Av disse typene er det utvilsomt annonsørplattformene som folk flest er mest kjente med, og som påvirker våre liv på mest fundamentalt vis, ikke minst i form av dagens to desidert største annonsørplattformer, Facebook og Google. Disse plattformene utvinner informasjon fra brukerne sine, raffinerer den i form av dataanalyse, for dernest å selge annonseplasser basert på produktet av denne prosessen (s. 49). Inntekter fra reklame har derfor blitt meget viktig for Facebook og

Google, og i første kvartal av 2016 stod annonsesalg for henholdsvis 96,6% og 89,0% av disse firmaenes totale omsetning (s. 53).

Men plattformer er mer enn bare søkemotorer og sosiale medier. Skyplattformer, slik som amerikanske Salesforce og Amazon Web Services, eier for eksempel maskinvare og programvare som mange foretak innen ulike næringer, med behov for kostbare IT-tjenester, leier mot en kjelekkelig månedlig sum. Industriplattformer, på sin side, bryter enda tydeligere med hva man normalt assosierer med IT-plattformer, da disse er knyttet til mer tradisjonelle former for produksjon som dataøkonomien ofte presenteres som en teknologisk erstatter av. Men i realiteten blir industriell produksjon og dataanalyse stadig nærmere knyttet til hverandre i form av plattformer drevet av amerikanske General Electric (GE) og tyske Siemens som forsøker å transformere industrisektoren i en *smartere*, plattformdrevet retning.

Visjonen omtales ofte som det industrielle internett og involverer, på sitt mest elementære nivå, å koble sensorer til produksjonsprosessen og knytte ulike sporingsverktøy til logistikkprosessen, via internett (s. 65). Industrielle plattformer fungerer på denne måten som et grunnleggende rammeverk som åpner for utveksling av informasjon fra maskineri til serviceansatt, fabrikk til leverandør, og produsent til forbruker. Både GE og Siemens ønsker i så måte å bli "an app store for factories" i form av henholdsvis plattformene Predix og MindSphere (s. 67), begge markedsført som effektive, kostnadsreducerende tjenester for å håndtere massive mengder data. Innsikter om hva global industriell produksjon trenger og hvordan den utvikles gir et fåtall velplasserte selskaper, slik som GE og Siemens, klare fortrinn stilt overfor en næringssektor i omstilling, teknologisk så vel som organisatorisk.

Produktplattformer besitter mange av de samme fortrinnene som industriplattformer som omveltende fornyere av tradisjonelle næringer. Til forskjell fra industriplattformer er dog produktplattformer meget ulike, og drives av foretak fra industrikonglomeratet Rolls Royce til musikkforetakene Spotify og Tidal. Disse plattformene genererer inntekter for deres eiere ved å transformere, ofte ved hjelp av andre plattformer, en tradisjonell vare til en tjeneste som det dernest innkreves leieutgifter for. I Spotify sitt tilfelle skjer dette gjennom å transformere musikkalg til en abonnementstjeneste, hvor man kan få adgang til å strøme et musikkarkiv mot en månedlig sum, eller til og med gratis mot å bli eksponert for hyppige reklameavbrudd.

Til slutt har man leanplattformer som Uber og Airbnb. Plattformer som dette forsøker å redusere et selskaps eiendeler til et absolutt minimum og dernest optimalisere profitt ved å redusere kostnader mest mulig. Uber eier som kjent ingen taxier og Airbnb ingen eiendom. Men det begge faktisk eier, og som gjør dem verdifulle, er plattformene gjennom hvilke stadig flere av oss velger å skaffe en taxi eller leie et rom. Samtidig er leanplattformen på mange måter et tilbakeblikk til 1990-tallets prioritering av vekst foran profitt, siden firmaer som Uber lenge har vært ute av stand til å drive lønnsomt og for øyeblikket taper store summer hvert år.¹² Likevel har mange leanplattformer svært høye markedsverdier. Dette er fordi aksjonærer ser det opprivende potensialet til populære

plattformer, hvor alt, foruten plattformen selv, er blitt outsourcet, inkludert arbeidsstokken og produksjonsmidlene. Det som gjenstår er “control over the platform that enables a monopoly rent to be gained.” (s. 76). Det er denne kontrollen som verdsettes så høyt av dagens kapitalister, og som fyrer opp under deres drøm om å bli regjerende data-rentenister i et nytt neo-føydalt plattformssamfunn.¹³

Investorene har i så måte satset på at vi vil la oss underkaste som digitale leilendinger som lever under plattformsselskapenes grep.¹⁴ Under disse makthaverne er man ikke lengre disiplinert i inngjerdede rom, men kontrollert gjennom en flytende gjeld. [Gilles Deleuze](#) omtalte denne tilstanden som et kontrollsamfunn, hvor mennesker i Vesten ikke lengre blir satt til å arbeide i fabrikker eller solgt fiks ferdige produkter, men snarere må betale leie for adgang til grunnleggende tjenester eid av monopolister.¹⁵ Hvor enn vi går og hva enn vi gjør, er det i dag plattformtjenestene som rår. Dette er tjenester som vi til enhver tid kan nektes adgang til, som vi verken eier eller har innsyn i, men som like fullt kjenner oss og våre data.

Data, det tjueførste århundrets olje

Sett under ett tegner Srniceks analyse av plattformens fem ulike former og fire overordnede karaktertrekk, et bilde av en forretningsmodell med et grunnleggende imperativ: Å utvinne så mye data fra så mange felt som mulig for analyse av et arsenal av veltrente algoritmer, som i neste omgang kan generere innsikter og inntekter for selskapet som eier dem. Som parasittisk på andre verdiskapende næringer vil derfor plattformsselskap i økende grad diversifisere sin drift for å opprettholde og utvide sin markedsposisjon i tilknytning til et konkurransefelt som overskrider tradisjonelle barrierer og skillelinjer mellom ulike sektorer av økonomien (s. 56).

Sett fra perspektivet til ledende plattformsselskap fremstår enhver næring eller menneskelig aktivitet som et nytt territorium for datautvinning. “Whoever gets there first and holds them gets their resources – in this case, their data riches.”¹⁶ Dette datakappløpet beskriver Srnicek som en ressurskrig hvor seierherrene vinner monopolistisk herredømme over stadig flere felt av verdens totale informasjonsrikdom og teknologiske infrastruktur. Alt skal kunne skje og registreres innenfor rammene til ens egen plattform. I dette kolonialistiske kappløpet inntar vi, og vår aktivitet, rollen som råstoff som kan bli “extracted, refined, and used in a variety of ways” (s. 40). Data er i så måte det tjueførste århundrets olje, og selskapene som utvinner og raffinerer denne oljen blant verdens høyst verdsatte på børsen.¹⁷

En rekke tendenser leder plattformkapitalismen til en slik maktposisjon. Foruten ekspansjonen av datautvinning identifiserer Srnicek følgende tendenser: “[the] position as a gatekeeper, convergence of markets, and the enclosure of ecosystems” (s. 98). Dette kommer blant annet til uttrykk i plattformsselskapenes mange oppkjøp av mindre startups og fusjon med større teknologiforetak over det siste tiåret. Slike markedsbevegelser følger ikke den fordistiske formelen av vertikal integrasjon eller utelukkende idealene om veltrimmet, lean drift innen det postfordistiske

paradigmet. Forbindelsene er snarere rhizomatiske (Deleuze) og drevet av en permanent streben etter plasseringer i så mange posisjoner som mulig av enhets- og dataøkologien til folk og næringer flest (s. 103-104). Plattformen søker derfor fotfeste innen svært ulike og tilsynelatende urelaterte felt. Alt fra betalingsmidler til kartsystemer, chatboter til virtuell virkelighet, og brukergrensnitt til operativsystem blir ettertraktede områder for ekspansjon når nye plasseringer skal vinnes og mer data utvinnes. Målet er at vi brukere aldri skal forlate plattformens økosystem og dataanalysens kartografiske virksomhet – hvor enn vi er og hva enn vi gjør skal vi kartlegges av Google, Facebook og Amazon. Av den grunn vil kommersielle plattformer bli stadig større, likere og mer utnyttende i tiden fremover.

Mer av Nielsen: [For å forbli humanister må vi bli kybernetikere](#)

Kommersiell salgsverdi og sosial bruksverdi

Tendensene Srnicek identifiserer i *Platform Capitalism* er en mulig nøkkel til å forstå hvorfor så mange skandaler hjemsøkte plattformene i løpet av året som gikk. For som nevnt innledningsvis, bød fjoråret på en rekke utfordringer for verdens ledende plattformselskaper, især med tanke på deres renommé blant brukere og kunder, så vel som politikere og arbeidstakere. Disse utfordringene, kan Srnicek opplyse, er kun ulike uttrykk for en uniform forretningsmodell som – i dets søken etter vekst, kontroll og profitt – uunngåelig vil presse grensene for hva vi til enhver tid oppfatter som sosialt akseptabelt og lovlig. Skandalene vitner dessuten om den enorme makten som kontroll over infrastrukturen til vårt informasjonssamfunn faktisk gir disse plattformene når det gjelder arbeidere (Amazon), brukere (Facebook), fordeling (Tidal), implementering av teknologi (Uber), spredning av informasjon (Google), og generelt utviklingen av de tekniske rammene for vårt hverdagsliv.

De betydelige investeringene i tingenes internett (IoT) til enkelte plattformselskaper de siste årene, slik som Googles oppkjøp av Nest og Amazons satsning på enhetene Echo og Alexa,¹⁸ blir også langt mer forståelige i lys av de ulike tendensene Srnicek identifiserer.

“With consumer IoT, our everyday behaviours start to be recorded: how we drive, how many steps we take, how active we are, what we say, where we go, and so on. This is simply an expression of an innate tendency within platforms... Importantly, ‘once we understand this [tendency], it becomes clear that demanding privacy from surveillance capitalists or lobbying for an end to commercial surveillance on the Internet is like asking Henry Ford to make each Model T by hand’.” (s. 100-101).¹⁹

Det forkjempere for slike kampanjer ikke har innsett er at undertrykkelse av vårt personvern ikke er en systemfeil selskaper som Amazon og Google, Fitbit og Uber eller Facebook og Tinder kan rette. Deres forretningsmodell krever snarere at slike krav oversees og fortrenses.

På bakgrunn av en intensivert ytre konkurranse og et tiltagende internt press om økt avkastning fra utålmodige aksjonærer vil plattformselskap, ifølge Srnicek, også bli tvunget til å enten utvikle “novel means of extracting a surplus from the general economic pie or to fold their expansive cross-subsidising monopolies into much more traditional business forms” (s. 125). Kommersielle plattformselskap vil, i første scenario, bli tvunget til å benytte stadig mer utnyttende strategier overfor sine brukere for å øke konkurransedyktighet og omsetning. Kort sagt, når plattformselskap tvinges til å maksimere avkastning vil dette nødvendigvis skje på bekostning av brukernes interesser og personvern. Et eksempel på sistnevnte, mer tradisjonelle scenario, vil på den annen side være Googles nye initiativ Youtube Premium, som ved å implementere en ny abonnements-tjeneste, bryter med en vanlig forventning om at plattformtjenester som Youtube vil forbli gratis for alle dets brukere også i fremtiden.²⁰

For det er ikke nødvendigvis enkelt å få gratistjenester til å kaste av seg, og det er godt mulig at enkelte plattformer aldri vil bli lønnsomme, i det minste i deres nåværende drakt. På tross av enorm omsetning, er med andre ord plattformene ikke nødvendigvis lønnsomme over tid, ikke minst i møte med motstand fra brukere, politikere og selv egne ansatte. En underliggende, fundamental konflikt kommer til overflaten i denne sammenheng, hvor de private eiernes kommersielle interesser kolliderer med plattformenes sosiale bruksverdi.

Mot informasjonsprofitørene

Begrepet velferdsprofitør, popularisert av historikeren Linn Herning, viser til kommersielle foretak som tar ut privat profitt fra skattefinansierte tjenester, slik som helse, omsorg og utdanning.²¹ Kommersielle foretak som Facebook, Google og Amazon kan på lignende måte sies å profitere på dataene deres brukere genererer, samt de offentlige midlene som har finansiert den åpne kildekoden og grunnleggende kommunikasjonsinfrastrukturen som disse plattformene er avhengige av for deres tilblivelse, eksistens og videre utvikling.²² Slike plattformselskap kan i så måte kalles informasjonsprofitører. De tar ut privat profitt fra det som i funksjon, om ikke i eierskap, er den kollektive infrastrukturen til informasjons- og plattformsamfunnet som vi i dag lever i. I dette samfunnet behøves ikke bare profittfri velferd. Informasjonsinfrastruktur i offentlig, kollektivt eie vil med tiden melde seg som et stadig mer akutt behov for borgere som kommuniserer med sine venner, leier leiligheter og bestiller taxi, selger og kjøper varer, ser filmer og lytter til musikk, ja selv finner kjærligheten og former sin sosiale identitet ved hjelp av plattformer eid av verdens største skattesnytere.²³ Dominerende plattformselskap som Google og Facebook er parasittiske på en felles menneskelig intelligens og tjener sine penger på å fange opp informasjonen menneskelig kultur, sosialitet og politisk meningsutveksling genererer. Profittmotive til disse selskapene står i direkte konflikt med plattformenes bruksverdi, og det vil være dumdristig å fortsette å overlate driften av kulturell, sosial og politisk infrastruktur til algoritmer skrevet ut ifra interessene til private investorer.

For kollektive løsninger og universelle plattformtjenester for alle

En mulig løsning, foreslår Srnicek, vil være å transformere disse annonsørplattformene til offentlige tjenester, eid og kontrollert av folket (s. 128). For så lenge plattformer forblir i privat kommersielt eierskap vil årsakene til fjorårets skandaler ikke kunne løses i henhold til Srniceks analyse. Overskridelser av juridiske forbud og etiske smertegrenser vil bli normen, snarere enn unntaket. Med tanke på veien videre, vil vi derfor trolig være nødt til å kollektivisere plattformene, hevder Srnicek (s. 128). Kollektivt eierskap er rett og slett en forutsetning for at plattformenes sosiale bruksverdi skal kunne utvikles på en demokratisk og forsvarlig måte. Et slikt politisk prosjekt krever forståelse av hvordan plattformer fungerer og hvorfor de har blitt til, for ikke å nevne hvem som eier dem. Her er Srniceks bidrag viktig.

Platform Capitalism kan blant annet fortelle oss at Facebook og Google er sårbare, blant annet fordi de er avhengige av reklameinntekter. En applikasjon som AdBlock, som hindrer annonser fra å vises, er potensielt nok til å kunne redusere disse selskapenes omsetning betraktelig. utfordringer knyttet til renomme, samt tvil sådd omkring annonsenes treffsikkerhet og presentasjon, kan også kraftig redusere annonsørers villighet til å kjøpe disse selskapenes tjenester, særlig om press blir utøvd av forbrukerne disse annonsørene ønsker å nå. Med plattformkapitalismen kan man faktisk skimte konturene av en postkapitalistisk økonomisk orden, som for Srnicek og andre britiske akselerasjonister som Aaron Bastani, vil karakteriseres av universelle grunnleggende tjenester (*universal basic services* (UBS)) fritt tilgjengelige for alle, og eid og drevet av fellesskapet. Slike tjenester vil være frie for de utnyttende strategiene til informasjonsprofitørene, og om mulig åpne for nye former for demokratisk økonomisk planlegging i en postkapitalistisk økonomi. Om slike utopiske utsikter forblir Srnicek taus i *Platform Capitalism*, i skarp kontrast til hans *Inventing the Future* fra året før. Bokens meget korte avsluttende forslag til politiske alternativer kan derfor fremstå som lite gjennomtenkte ettertanker – som åpne spørsmål uten konkrete svar.

Bildet Srnicek tegner i *Platform Capitalism* er i så måte ufullstendig. Hans uttalt ensidige fokus på økonomiske forhold ekskluderer en redegjørelse av mulige sosiale, kulturelle og maktpolitiske forhold ved, og årsaker til, plattformkapitalismen. Hvordan plattformer i dag former vår sosiale identitet, endrer våre kulturelle uttrykk, og manipulerer de kommunikative rommene for meningsutveksling som underbygger ethvert sunt demokrati, diskuteres altså ikke.²⁴ Srniceks historiefortelling og samfunnsdiagnose har en rekke blindsoner som andre aktuelle bøker – slik som *The Platform Society* av nederlenderne José van Dijck, Thomas Poell og Martijn de Waal – vil måtte fylle.²⁵ Likevel representerer Srniceks nyeste bok et viktig korrektiv til dominerende strømninger innen den akademiske diskursen omkring plattformenes utvikling og makt, som i stor grad har neglisjert økonomiske utfordringer knyttet til eierskap og lønnsomhet. Et korrektiv som også gir analytisk tyngde til den venstreradikale akselerasjonistiske visjonen Srnicek forfekter i andre verk, og som Aaron Bastani har døpt *fully automated luxury communism*.²⁶ Men om en slik visjon, hvor arbeid og utbytting er eliminert og materiell overflod og frihet er maksimert, skal kunne fungere som en stimulerende veiviser for en revitalisert venstreside, må altså andre perspektiver enn de rent økonomiske også anlegges på plattformene som dominerer våre liv.

Noter

- ¹ Tom Milnes [“U.N. investigators cite Facebook role in Myanmar”](#) *Reuters* 12.03.2018. For mer om Facebooks rolle i folkemordet i Myanmar, se Timothy McLaughlin [“How Facebook’s rise fueled chaos and confusion in Myanmar”](#) *Wired*, 06.07.18.
- ² For en gjennomgang av disse skandalene, se Issie Lapowsky [“The 21 \(and counting\) biggest Facebook scandals of 2018”](#) *Wired*, 20.12.18. Aksjekursen til Facebook har, siden et bunnivå julaften 2018, økt drastisk i løpet av de første seks månedene av 2019 ([Nasdaq](#)).
- ³ Shona Ghosh [“Peeing in trash cans, constant surveillance, and asthma attacks on the job: Amazon workers tell us their warehouse horror stories”](#) *Business Insider*, 05.03.2018.
- ⁴ Rob Price [“A self-driving Uber car hit and killed a woman in the first known autonomous-vehicle death”](#) *Business Insider*, 19.03.2018.
- ⁵ Markus Tobiassen og Kjetil Sæter [“Beyoncé’s lyttertall på Tidal er manipulert”](#) *Dagens Næringsliv*, 09.05.2018.
- ⁶ Isobel Asher Hamilton [“Here are the 3 reasons Google was slapped with an enormous \\$5 billion fine by the EU”](#) *Business Insider*, 18.07.2018. Ryan Gallagher [“Google plans to launch censored search engine in China, leaked documents reveal”](#) *The Intercept*, 01.08.2018. Tjenester som Google Search, Google Earth og Google Street View er alle utilgjengelige i Kina grunnet landets informasjonsteknologiske brannmur (“The Great Firewall of China”). Google har naturligvis en økonomisk interesse av å få adgang til det enorme kinesiske markedet for flere av selskapets tjenester. Et annet amerikansk IT-selskapet som over lengre tid har gjort det godt i Kina – kun med unntak av det siste årets drastiske nedgang i salgstall – er Apple. Dette selskapet samarbeider aktivt med kinesiske myndigheter om applikasjoner som skal forbys på deres operativsystem, iOS, via App Store. For mer om dette, se [appcensorship.com](#) og Ryan Gallagher [“New Site Exposes How Apple Censors Apps in China”](#) *The Intercept*, 01.02.2019.
- ⁷ Det er ikke bare Amazon-ansatte som har kritisert sin egen ledelse i løpet av det foregående året. De langt bedre betalte ansatte hos Google protesterte høyt når det ble kjent at selskapet over lengre tid hadde samarbeidet med kinesiske myndigheter. I protest brukte Google-ansatte selskapets tidligere motto, “Don’t be evil”, mot selskapets egen ledelse. 1400 ansatte undertegnet også et brev med krav om større åpenhet om prosessen, samt større bevissthet om de etiske aspektene ved selskapets arbeid generelt. I slutten av november 2018 truet til og med enkelte ansatte med streik om Google gikk videre med den sensurerte versjonen av deres søkemotor. Se Kate Conger og Daisuke Wakabayashi [“Google Employees Protest Secret Work on Censored Search Engine for China”](#) *The New York Times*, 16.08.2018. Tim Sandle [“Google employees ready to strike over China censorship deal”](#) *Digital Journal*, 01.12.2018.

Se Nick Srnicek og Alex Williams *Inventing the Future: Postcapitalism and a World Without Work*, revidert og oppdatert utgave (London: Verso, 2016). Nick Srnicek og Alex Williams “#ACCELERATE: Manifesto for an accelerationist politics” i Robin Mackay og Armen Avanessian (red.) *#Accelerate: the accelerationist reader* (Falmouth, UK: Urbanomics 2014), s. 347-362.

⁹ John Herman [“Platform Companies Are Becoming More Powerful – but What Exactly Do They Want?”](#) *The New York Times*, 21.03.2017.

¹⁰ For en banebrytende analyse av den kaliforniske ideologien, se artikkelen som først satt ord på fenomenet: Richard Barbrook og Andy Cameron [“The Californian Ideology”](#) *Mute*, vol. 1, nr. 3, september 1995.

¹¹ Det er nettopp denne realiteten som selskapet nå søker å gjøre opp for, spesifikt i møte med fallende salgstall innen smarttelefonmarkedet. Apple ønsker dermed, som selskapet tydelig kommuniserte i form av dets seneste konferanse, å styrke dets tjenesteportefølje og diversifisere dets inntjeningsgrunnlag. Med andre ord er Apples mål å bli et massivt plattformsselskap på lik linje med Google, Microsoft og Facebook. Om Apple lykkes med dette vil selskapet nyte godt av sin meget sterke tilstedeværelse innen hardwaremarkedet, ikke minst i form av produkter som iPhone, iPad og Macbook. En posisjon som uunngåelig vil styrke selskapets tjenestesatsning ved å låse brukermassen inn i et tjenestetilbud og en applikasjonsøkologi som Apple har total kontroll over.

¹² Len Sherman [“Can Uber Ever be Profitable”](#) *Forbes*, 02.06.2019.

¹³ Colin Crouch, Marina Lalovic og Evgeny Morozov [“Collective responses to digital neofeudalism”](#) oversatt av Marina Lalovic, *Eurozine*, 17.10.2017.

¹⁴ Evgeny Morozov [“Tech titans are busy privatising our data”](#) *The Guardian*, 24.04.2016.

¹⁵ Gilles Deleuze [“Postscript on the Societies of Control”](#) *October*, vol. 59 (vinter, 1992), s. 3-7.

¹⁶ *MIT Technology Review* [“The Rise of Data Capital”](#) (White paper, 2016), s. 6. Sitert i Srnicek 2017: s. 98-99.

¹⁷ Ifølge [Forbes](#) var de seks mest verdifulle selskapene i verden i juni 2018, fra høyest til lavest markedsverdi: Apple, Amazon.com, Alphabet (konglomerat som eier Google), Microsoft, Facebook og kinesiske Alibaba.

¹⁸ For integreringen av Nest i Googles satsning på tingenes internett, se Nick Statt og Dieter Bohn [“Google Nest: Why Google finally embraced Nest as its smart home brand”](#) *The Verge*, 07.05.2019. Om integrering av slike smartobjekter som Amazon Alexa i hjemmet, og ikke minst barns oppvekstmiljø, se Samantha Murphy Kelly [“Growing up with Alexa: A child’s relationship with Amazon’s voice assistant”](#) *CNN Business*, 17.10.2018.

¹⁹ Srnicek siterer i denne passasjen Shoshana Zuboff [“Google as a Fortune Teller: The Secrets of Surveillance Capitalism”](#) *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 05.03.2016. Zuboff har siden publisert en mye omtalt bok om dette temaet, se Shoshana Zuboff *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (New York: Public Affairs, 2019).

²⁰ Med denne premiumtjenesten har Youtube også innstiftet et (klasse)skille mellom de som har råd til å kjøpe seg fri fra utnyttelse og de som forblir gratis-brukere av en tjeneste preget av stadige flere reklameavbrudd.

²¹ Linn Herning *Velferdsprofitørene: Om penger, makt og propaganda i de norske velferdstjenestene* (Oslo: Manifest, 2016).

²² Mariana Mazzucato *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths* (London: Anthem Press, 2013) og [“Taxpayers Helped Apple, but Apple Won’t help Them”](#) *Harvard Business Review*, 08.03.2013. Mohammed Zaineb [“Silicon Valley: Your Tax Dollars at Work”](#) *Mother Jones* (juli/august, 2013). Jerry Hirsch [“Elon Musk’s growing empire is fueled by \\$4.9 billion in government subsidies”](#) *Los Angeles Times*, 30.05.2015.

²³ Angående skatteunndragelse, se Sanjana Varghese [“This is why Silicon Valley giants are paying such low taxes in the UK”](#) *Wired*, 12.10.2018. Dominic Rushe [“Amazon made an \\$11.2bn profit in 2018 but paid no federal tax”](#) *The Guardian*, 16.02.2019. Gene Marks [“How did Netflix get away with not paying income tax in 2018?”](#) *The Guardian*, 10.02.2019. William Greider [“How the Swindlers of Silicon Valley Avoid Paying Taxes”](#) *The Nation*, 17.10.2017. [“Google’s tax avoidance is called ‘capitalism’, says chairman Eric Schmidt”](#) *The Telegraph*, 12.12.12.

²⁴ Enkelte av disse begrensningene ved *Platform Capitalism*, vil muligens bli adressert i Srniceks kommende bok, *After Work*, skrevet sammen med forfatteren av *Xenofeminism* (London: Polity Press, 2018), Helen Hester. Denne boken, som slippes av Verso neste sommer, vil forsøke å utvide Srnicek sin akselerasjonisme via et møte med den teknomaterialistiske feminismen til Hester, blant annet i form av å utforske former for sosial reproduksjon og måter ulønnet og kjønnnet omsorgsarbeid i hjemmet kan reduseres. For et innblikk i Hesters feministiske filosofi, se følgende intervju: Toni Navarro [“Helen Hester: ”Biology is not destiny, it can be technologically transformed”](#) CCCB LAB, 11.03.2019.

²⁵ José van Dijck, Thomas Poell og Martijn de Waal *The Platform Society* (New York: Oxford University Press, 2018).

²⁶ Aaron Bastani *Fully Automated Luxury Communism: A manifesto* (London: Verso, 2019).