

Nº044

Andrew

ROSS

100 Notes – 100 Thoughts / 100 Notizen – 100 Gedanken | N°044

Andrew Ross

*The Exorcist and the Machines /
Der Exorzist und die Maschinen*

DOCUMENTA (13)

HATJE
CANTZ

Foxconn employees work along a production line in the Longhua Science and Technology Park, also known as Foxconn City, in Shenzhen, China, on Saturday, September 4, 2010.

Angestellte von Foxconn arbeiten in der Fertigungsanlage im Longhua Science and Technology Park, auch bekannt als Foxconn City, in Shenzhen, China, am Samstag, dem 4. September 2010.

Andrew Ross
*The Exorcist and
the Machines /
Der Exorzist und
die Maschinen*



Andrew Ross

The Exorcist and the Machines

In its seventeenth-century origins, the coffee-house was quickly identified as an alternative to the court (and the tavern). It hosted polite speech, disputation, and the brokering of commerce, and its patrons belonged to the rising fractions of civil society: political dissenters, mercantile traders, and assorted writers; publishers, illustrators, and wits. Jürgen Habermas famously judged these establishments to be the cradle of what he called the “public sphere” (*Öffentlichkeit*), pushing its overcaffeinated snout into the affairs of state. Several incarnations later, the coffee shop has become the default workplace for a new generation of urban strivers, piloting their careers through the turbulence of the freelancing economy. Multi-gigging and task-juggling, this spirited DIY layer of the precariat piece together lumps of income from motley sources, at a far remove from the legal entitlements of the waged earner. With no ready access to an office, they forsake the privacy of their homes (Alvin Toffler’s “electronic

cottage”) to work in public view, braving, or feeding off, the gregarious hum of society. In the daytime, they overlap, at the coffee-stained tables, with the flexible telecommuter, and during the after-hours shifts, with office employees on an unforgiving 24/7 leash.

Sundry mobile technologies, but especially the ultraportable laptops that the IT industry sells as “notebooks,” are the ubiquitous tools of this trade. The dull glare from the computer screens throws the operators’ faces into relief. Immobile, slack-jawed, and haunted by unfinished tasks, their faces are the physiognomy of modern work. For those few users who are drafting novels, poems, essays, letters, and the like, their machines are not all that different in function from the notebooks used by the café-frequenting writers and artists of the high bohemian era, on the Rive Gauche or in North Beach. But the bulk of the keyboard activity in today’s coffee shop is aimed more directly at the busy portals of commerce; either at the delivery of gainful labor or at the exchange of consumer services and goods. The milieu of Les Deux Magots, once a world on the very margins of the productive economy, has now been repurposed as a semi-industrial environment, much closer to the center. Nor are the denizens any longer outsiders by choice. Jean-Paul Sartre, the quintessential café dweller, would have been nonplussed to see “creatives” being lionized as

the new model workers, their work tempo held up as an exemplar of post-Fordism's flexible industrial rhythms.¹ Even more surprising to him would be the contemporary spectacle of corporations looking to adapt the self-directed labor of these creatives as the key to managing profit.

Business strategists who advocate on behalf of the mobile office, or distributed workplace, will stress the benefits to employee morale of allowing corporate talent to work anytime, anywhere, and on any device. But it is the boost to efficiency and productivity that commands the most attention in their reports. Untold revenue can be extracted from the steady erosion of the boundary between work and leisure time—a long-held dream of employers. In this regard, the notebook computers and their progeny are purely and simply “business machines,” as invoked by IBM's name, and so their design is heavily influenced by the needs of employers. For social critics, however, the greedy enlargement of work time is just one more aspect of the growth of the “social factory” first envisaged by Mario Tronti, in which the entire content of our daily lives, and not just our workplace travails, becomes raw material for capital accumulation. Correspondingly, we tend not to associate our mobile technologies with the command functions of factory machinery, confronting us as taskmasters of our toil. They feel more like artisanal tools, firmly under human control, and crafted to abet our personal

1 | Pierre-Michel Menger, *Portrait de l'Artiste en travailleur* (Paris: Seuil, 2002); Angela McRobbie, “‘Everyone Is Creative’: Artists as Pioneers of the New Economy?,” in *Contemporary Culture and Everyday Life*, ed. Tony Bennett and Elizabeth Bortolonia Silva (Durham, N. Car.: The Sociology Press, 2004), pp. 186–201.

conquest of time and space. No doubt, it is this magic aspect of their capacity to deliver us from earthbound ties that tempts us to refer to them as “toys,” for the feats that they expedite can evoke a child's sense of wonder.

No less magic is the capacity to obscure the labor that went into the making of these machines. Who is performing that labor, and under what conditions? The answer to that question takes us to workplaces a universe away from the ad hoc office of the urban coffee shop. Where the creative use of a notebook computer involves a highly customized work experience, further personalized by the algorithmic filters deployed by Google and the other Internet giants, the conditions of its manufacture could not be more different.² Factories employing hundreds of thousands of workers are more and more common in the electronics production chain, and the most recent tendency in the industry is to integrate all the component operations under one roof, as opposed to contracting out to suppliers in different parts of the world. The result looks something like Fordism on steroids.

Really Dead Labor

In 2001, the Taiwanese government lifted a ban on producers moving their manufacturing

2 | On Google's personal customization, see Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* (New York: Penguin, 2011).

operations to the Chinese mainland. Within a few years, the island's electronics giants, who had cornered the laptop-outsourcing needs of the big U.S. brands, migrated virtually all their notebook manufacturing. The top four Taiwanese notebook makers—Quanta, Compal, Wistron, and Inventec—grew rapidly to monopolize global production by building a component supply chain that snaked all over East Asia and by utilizing cheap Chinese labor to integrate and assemble the finished products. Yet this contracting model, so exemplary of flexible, global manufacturing, is currently undergoing a sea change as a result of the 2009 entry into the notebook sector of another Taiwanese heavyweight called Hon Hai Precision Industry Co., better known to the world as Foxconn.

Foxconn's rise to industrial prominence threatens to revolutionize manufacture in the way that Walmart changed the retail industry. According to what passes for sick humor among its executives: "In twenty years, there will be only two companies: everything will be made by Foxconn and sold by Walmart." Until recently, the company was itself a supplier of the Taiwanese notebook kingpins. Because its profit margin from making components was much larger than the margins they enjoyed from computer assembly, Foxconn was able to take them on by integrating all the parts manufacture and lowering its own margin on the final assembly work.

Now that it is the largest private employer in China, with more than one million workers, Foxconn has the market power to force these former customers to adopt its vertical production methods by merging with their other component suppliers. Moreover, as part of the mega-firm's bid to become an original design manufacturer (ODM), it is developing its own design capacity, aimed ultimately at taking on the top brands that it currently supplies: Dell, HP, Apple, Acer, and Sony.

To achieve that goal, it may have to change its name, since Foxconn has earned a toxic reputation for the militaristic labor discipline in its gargantuan factories. In 2010, a string of worker suicides focused international scrutiny on its Longhua factory campus in Shenzhen, which houses and employs an army of four hundred thousand mostly migrant youth from China's hinterlands. The deaths—eighteen in all, and dozens of others narrowly averted—were widely interpreted as an existential response to the brutality of factory labor conditions, heightened by an oppressive speed-up brought on by the sharp market demand for Apple's iPad. After the twelfth jump from the dormitory windows, a worker blog carried this poignant post: "Perhaps for the Foxconn employees and employees like us . . . the use of death is simply to testify that we were ever alive at all, and that while we lived, we had only despair."

In response, Foxconn's CEO, Terry Gou, took several steps: yellow mesh netting was installed around the dormitory buildings to catch jumpers, a counseling center was set up, workers' wages were increased by 30 percent, new hires were asked to sign a no-suicide pledge, and Burson-Marsteller, the global PR giant, infamous for smoothing out dirt for its corporate clients, was recruited to devise a crisis-management strategy for the firm. In May 2011, *DigiTimes*, a news site for the Asian IT industry, reported that Gou had even retained an "exorcist" to put a stop to the suicide wave. The international press had a field day with this tidbit, conjuring up all sorts of grisly scenarios through the filter of Hollywood and populist Hong Kong film fare. The response from Foxconn's press office was more prosaic: three Buddhist monks from Wutai Mountain had been brought in to host some religious ceremonies because "the victims' families asked us to bless the dead and release their souls from suffering." Even so, the announcement left some room for lurid speculation, and, it was widely noted, no public ceremony was held to honor the dead.

In fact, Gou's turn to the monks was not all that untypical of employers whose workforce is composed of rural peasantry, newly exposed to an industrial regimen. The migrants resort to their own religious beliefs to interpret their dislocation and discomfort in the entirely

alien factory environment. Spirit possession can be a way of explaining extreme maladies of the sort that a ninety-hour factory work-week might bring on, and banishing the demon requires the intervention of experts. Aihwa Ong's classic 1987 study of spirit possession among female migrants employed in Malaysia's free-trade-zone factories showed how managers responded to their outbreaks of "demonic screaming and rage on the shop floor." Faced with what psychologists classed as "epidemic hysteria," managers found it more effective to bring in a shaman to stage an exorcism than to administer Valium en masse. By treating symptoms in this way, they absolved themselves of any moral debt to their workers, whose rebellion against capitalist discipline had taken the cultural form of this afflicted behavior.³

Victims of spirit possession often end up taking their own lives. Factory managers would prefer this interpretation of worker suicides than to confront their own role as overseers of harsh exploitation. But the most telling of Foxconn's responses to the suicides has been to move production inland to the western provinces: to Chongqing, one thousand miles up the Yangtze River, to the Sichuanese capital of Chengdu, and to Zhengzhou, the capital of a province, Henan, that is home to a fifth of its workforce. The firm has lots of company. In the biggest restructuring since the migration across the Taiwan Straits a

3 | Aihwa Ong, *Spirits of Resistance and Capitalist Discipline: Factory Women in Malaysia* (Albany: State University of New York Press, 1987).

decade ago, the entire PC industry looks to be moving lock, stock, and barrel to Chongqing and Chengdu to take advantage of the much cheaper labor, generous government subsidies (the result of fierce bidding among inland provinces), and locations that are farther removed from the scrutiny of labor and human rights groups. But this time, Foxconn is at the head of the pack, and its methods of labor discipline and vertical production models are setting the pace. Since further threats may be needed to keep workers in line, Gou announced, in July 2011, that the firm had plans to employ up to one million robots in factories, ironically echoing his employees' complaint that they were treated like machines all along. The one labor rights group with access to the new factories, Hong Kong-based Students & Scholars Against Corporate Misbehavior, reported that a year after Foxconn's initial response to the suicides, most of the company's promises regarding increased wages, reduced overtime, improved worker-management communication, and internship regulation remained unfulfilled.⁴

Foxconn's move to integrate production may seem like a throwback to the IBM model of the 1960s, when the original computer giant made everything in-house. So, too, Foxconn's vast, ruthlessly marshaled workforces are redolent of the Taylorism of the early-twentieth-century assembly lines. Both of these industrial models are supposed to be gathering dust, irredeemably

4 | Students & Scholars Against Corporate Misbehavior, "Foxconn and Apple Fail to Fulfill Promises: Predicaments of Workers after the Suicides" (May 6, 2011), http://sacomm.hk/wp-content/uploads/2011/05/2011-05-06_foxconn-and-apple-fail-to-fulfill-promises1.pdf (accessed July 25, 2011).

associated with the bygone era of mass society. Yet here they are, thriving at the profitable heart of one of the world's most advanced manufacturing sectors.

For the best part of two decades, anti-sweatshop activists have tried to force consumers in the global North to confront the human costs that lie behind their clothing purchases. Whether the same moral crusade can be applied to IT products remains to be seen. Apparel never had the air of "magic production" that sustains the aura of high-tech. For their part, Foxconn's Longhua workers used the most extreme means at their disposal to generate public attention—"To die is the only way to testify that we ever lived." Through their suicides, they spelled out the literal implications of the "dead labor" precept used by Marx to explain the process of capitalist production. Nor are they likely to be the last to publicize their alienation in this way.

Vampire Economics

In Marx's well-known analysis, "living labor" is needed to reanimate the "dead labor" embodied in factory machinery. As a result of the surplus generated (Marx described this as a vampiric act), capital is able to roam, zombie-like, wher-

ever it pleases, until its profiteers are forced, under communism, to “dig their own graves” in an act of self-administered exorcism.

In the case of the new generation of mobile technologies, the living labor is also allowed to range freely, choosing when and where to clock in. In return for this rare permission, though not exactly out of gratitude, we offer more and more of our work for free, or at a tidy discount. Gratification has something to do with it, however, since the more creative a task is, the more likely we are freely to volunteer some of our time and mental resources toward its completion. Crowd-sourcers take full advantage of this tendency. By comparison, the duller, more routine tasks almost always command a price.

This formula lies at the heart of the current debate about “free labor” on the Internet. Web 1.0 was built on its back, and many of the Web 2.0 social media are designed to mine the uncompensated input of users for profit.⁵ Since the onset of the Great Recession, entrepreneurs have sought to extract free labor from a large slice of the workforce reduced to straitened circumstances. Indeed, business pundits have wondered how far firms could go in taking advantage of all the free time enjoyed by the newly unemployed. The latter will be spending a lot of time online, so how can we exploit their willingness to explore any avenue in search of possible employment? Can we tap their inclination to take

5 | Tiziana Terranova’s article “Free Labor,” *Social Text* 18, no. 2 (2000), pp. 33–58, sparked the debate. Participants in a New School conference, “The Internet as Playground and Factory,” organized by Trebor Scholz, explored these phenomena at length in November 2010. Much of the material can be found at <http://digitallabor.org/> (accessed July 25, 2011) and in the forthcoming Routledge book, edited by Scholz, *Unthinking Digital Labor*. See also Andrew Ross, *Nice Work if You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times* (New York: NYU Press, 2009); Andrew Keen, *The Cult of the Amateur: How Blogs, MySpace, YouTube, and the Rest of Today’s User-Generated Media Are Destroying Our Economy, Our Culture, and Our Values* (New York: Crown, 2007); and Chris Anderson, *Free: The Future of a Radical Price* (New York: Hyperion, 2009).

on tasks that feel like fun, or, more ominously, can we profit from their habitual need to participate in something that feels like work, in the absence of paid labor itself?

Of course, personal computers do not cause people to work for nothing, they only facilitate the conditions for doing so. New media are not determining agents any more than other technologies. Amateurism (viz. the spread of reality TV and talent-show culture) has also become the commercial mainstay of old media, and its correlate, the unpaid internship, is now an indispensable aspect of formal employment, in both corporate and nonprofit workplaces. But the mobile user is particularly vulnerable. Ease of circumstance and connectivity (anytime, anywhere, and with anyone) combined with the idyllic feel of self-direction (spontaneous application on the operator’s part) results in the kind of limbo where work and play coalesce, and where the pressure and surveillance we associate with conventional employment are kept at bay. This is why some commentators prefer to describe the outcome as “self-exploitation.” In *No-Collar*, my own study of dot-com-era workplaces, one of my interviewees evoked this quality when she spoke vividly about “work that I just couldn’t help doing.”⁶

Artists and writers perfected this kind of sacrificial labor model over centuries, developing coping mechanisms to survive the feast-

6 | Andrew Ross, *No-Collar: The Humane Workplace and Its Hidden Costs* (New York: Basic Books, 2002).

and-famine cycles that underpinned their craft economy. In the jackpot culture of neoliberalism, this mentality has become normative for a much larger slice of the workforce, favoring only the lucky few, while the others are voted off the island. Freelancing, outside the fast-eroding norms of standard employment, is the favored profile for performing the daring *parcours* feats that ensure survival in the neoliberal marketplace. The shiny, happy individualism of the freelancer, banging away in the coffee shop, gets promoted as an act of self-creation, fully loosed from the sweaty precincts of the industrial age. But this is a grand illusion. The highly customized mobile technologies we deploy to unleash our “inner entrepreneurs” depend on the uniform regimentation of mass workforces, some of them, in the case of Foxconn, larger in scale and more strictly controlled than anything dreamed of by Henry Ford. As fast as we can dream of ever more personal tools and applications, those individual desires get mined and harvested into industrial demands that are serviced by the most impersonal forms of manpower that modernity has seen.

Andrew Ross (b. 1956) is Professor of Social and Cultural Analysis at New York University.

Andrew Ross

Der Exorzist und die Maschinen

Im 17. Jahrhundert, aus dem es stammt, erkannte man im Kaffeehaus rasch eine Alternative zum Hof (und zum Wirtshaus). Man führte dort höfliche Reden, disputierte, handelte Geschäfte aus, und die Kunden gehörten zu den aufstrebenden Teilen des Bürgertums: politische Abweichler, Kaufleute und allerlei Autoren, Verleger, Illustratoren und geistreiche Zeitgenossen. Bekanntlich bezeichnete Jürgen Habermas diese Einrichtungen als die Wiege der »Öffentlichkeit«, die ihre häufig überkoffeinierte Schnauze in die Angelegenheiten des Staates steckte. Mehrere Inkarnationen später ist der Coffeeshop heute zum Standardarbeitsplatz für eine neue Generation von Stadtstreibern geworden, die ihre Karrieren durch die Turbulenzen der Freiberufler-Wirtschaft steuern. Multigigging und mit unzähligen Aufgaben zugleich jonglierend, stückt diese beherzte Do-It-Yourself-Schicht des Prekariats, weit entfernt von den Rechtsansprüchen der Lohnempfänger, Einkommensbrocken aus ei-

ner bunten Vielfalt von Quellen zusammen. In Ermangelung eines leicht zugänglichen Büros verzichten sie auf die Privatheit ihres Zuhauses (Alvin Tofflers »elektronisches Heim«), um unter den Augen der Öffentlichkeit zu arbeiten und dem geselligen Brummen der Gesellschaft zu trotzen oder aber gerade daraus ihren Kick zu ziehen. Tagsüber überlappt sich ihre Präsenz an den kaffeefleckigen Tischen mit der flexibler Telearbeiter und in den Feierabendschichten mit der von Büroangestellten, in einer unerbittlichen Schleife, rund um die Uhr, sieben Tage die Woche.

Diverse Mobiltechnologien, doch vor allem die ultra-portablen Laptops, die die IT-Industrie als »Notebooks« verkauft, sind die allgegenwärtigen Werkzeuge dieses Gewerbes. Der fade Abglanz der Computerbildschirme lässt die Gesichter der Benutzer hervortreten. Unbeweglich, mit offenem Mund und verfolgt von unerledigten Aufgaben, sind ihre Gesichter die Physiognomie der modernen Arbeit. Für jene wenigen User, die Romane, Gedichte, Essays, Briefe und dergleichen schreiben, unterscheiden sich ihre Computer in funktioneller Hinsicht nicht allzu sehr von den Cafés besuchenden Autoren und Künstlern der Blütezeit der Boheme am Rive Gauche oder in North Beach. Doch das Gros des Tastenspiels im Coffeeshop von heute wendet sich unmittelbarer an die geschäftigen Portale des Kommerzes: entweder

an die Auslieferung gewinnträchtiger Arbeit oder an den Handel mit Verbraucherdienstleistungen und -waren. Das Milieu von Les Deux Magots, einst eine Welt am äußersten Rand der produktiven Ökonomie, ist mittlerweile in ein halb industrielles Environment umfunktioniert worden – wesentlich näher dran am Zentrum. Und die Stammkunden sind auch keine selbst gewählten Außenseiter mehr. Jean-Paul Sartre, der Café-Bewohner schlechthin, wäre perplex gewesen zu sehen, wie man »Kreative« als die neuen Modellarbeiter umschwärmt und ihr Arbeitstempo als beispielhaft für die flexiblen industriellen Rhythmen des Post-Fordismus preist.¹ Noch überraschender wäre für ihn das aktuelle Spektakel von Unternehmen, die versuchen, die selbst gesteuerte Arbeit dieser Kreativen als Schlüssel für das Profitmanagement zu adaptieren.

Business-Strategen, die sich für das mobile Büro oder den dezentralisierten Arbeitsplatz einsetzen, werden die Vorzüge für die Arbeitsmoral der Beschäftigten betonen, die es den firmeneigenen Talenten ermöglicht, jederzeit, überall und auf jedem Gerät zu arbeiten. Doch die größte Aufmerksamkeit erfährt in ihren Berichten die Steigerung der Effizienz und Produktivität. Unermessliche Einkünfte lassen sich aus der stetigen Erosion der Grenze zwischen Arbeitszeit und Freizeit extrahieren – ein seit Langem gehegter Traum der Arbeitgeber. In

1 | Pierre-Michel Menger, *Portrait de Partiste en travailleur*, Paris: Seuil 2002; Angela McRobbie, »Everyone is Creative: Artists as Pioneers of the New Economy?«, in: *Contemporary Culture and Everyday Life*, hrsg. v. Tony Bennett und Elizabeth Bortolaiä Silva, Durham: The Sociology Press 2004, S. 186–201.

dieser Hinsicht sind die Notebook-Computer und ihre Abkömmlinge schlicht und einfach *business machines*, wie sie der Name IBM heraufbeschwört, so dass ihr Design massiv von den Bedürfnissen der Arbeitgeber beeinflusst ist. Doch für Sozialkritiker ist die gierige Ausweitung der Arbeitszeit lediglich ein weiterer Aspekt des Wachstums der erstmals von Mario Tronti ins Auge gefassten »gesellschaftlichen Fabrik«, in der der gesamte Inhalt unseres Alltagsleben, nicht nur unsere Tätigkeit am Arbeitsplatz, Rohmaterial für die Akkumulation von Kapital wird. Dementsprechend neigen wir nicht dazu, unsere mobilen Technologien mit den Kommandofunktionen des Maschinenparks der Fabrik in Verbindung zu bringen, die uns als Zuchtmeister unserer Mühen gegenüberstehen. Wir empfinden sie eher als die Instrumente eines Handwerkers, die sich eindeutig in der Kontrolle des Menschen befinden und so gestaltet sind, dass sie unserer persönlichen Unterwerfung von Zeit und Raum Vorschub leisten. Zweifellos ist es dieser magische Aspekt ihrer Fähigkeit, uns von den erdgebundenen Fesseln zu befreien, der uns verleitet, sie als »Spielzeuge« zu bezeichnen, denn die Taten, zu deren Ausführung sie imstande sind, vermögen ein kindliches Staunen hervorzurufen.

Nicht weniger magisch ist die Fähigkeit, die Arbeit zu verschleiern, die in die Herstellung dieser Maschinen eingeflossen ist. Wer

vollbringt diese Arbeit und unter welchen Bedingungen? Die Antwort auf diese Frage führt uns zu Arbeitsplätzen, die ein Universum weit entfernt sind vom Ad-hoc-Büro des städtischen Coffeeshops. Dort, wo der kreative Gebrauch eines Notebooks mit einer extrem kundenspezifischen Arbeitserfahrung einhergeht, die durch die von Google und den anderen Internetriesen eingesetzten Algorithmenfilter noch weiter personalisiert wird, könnten die Bedingungen seiner Fertigung nicht unterschiedlicher sein.² Fabriken, die Hunderttausende von Arbeitern beschäftigen, sind in der elektronischen Produktionskette immer üblicher, und die neueste Tendenz in der Industrie besteht darin, die Arbeitsvorgänge für sämtliche Komponenten unter einem Dach zusammenzufassen statt Lieferanten in verschiedenen Teilen der Welt damit zu beauftragen. Das Ergebnis wirkt ein wenig wie gedopter Fordismus.

Wirklich tote Arbeit

2001 hob die Regierung von Taiwan ein Verbot auf, das es Produzenten untersagte, ihre Fertigungsaktivitäten auf das chinesische Festland zu verlagern. Innerhalb weniger Jahre verlegten die Elektronikriesen der Insel, die die großen US-amerikanischen Marken mit ihrem Outsourcing-

2 | Zu Googles persönlicher Kundenspezifizierung siehe Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, New York: Penguin 2011.

Bedarf in die Ecke getrieben hatten, praktisch ihre gesamte Notebookproduktion in die Volksrepublik. Die vier führenden taiwanesischen Notebookhersteller – Quanta, Compal, Wistron und Inventec – wuchsen rasch und monopolisierten die globale Produktion, indem sie eine Zulieferkette für die einzelnen Komponenten aufbauten, die sich durch ganz Ostasien zog, und indem sie billige chinesische Arbeitskräfte einsetzten, um die fertigen Produkte einzufügen und zusammenzubauen. Doch dieses Vergabesystem, das so exemplarisch für die flexible, globale Produktion ist, erlebt derzeit eine Zeitenwende, die sich der Tatsache verdankt, dass 2009 im Notebookbereich ein weiteres taiwanesisches Schwergewicht namens Hon Hai Precision Industry Co., der Welt eher als Foxconn bekannt, auf den Plan getreten ist.

Foxconns Aufstieg zu einer industriellen Vorrangstellung droht die Produktion auf dieselbe Weise zu revolutionieren, in der Walmart den Einzelhandel verändert hat. Die Manager des Unternehmens kommentieren dies mit einer Art Galgenhumor: »In 20 Jahren wird es nur noch zwei Unternehmen geben: Alles wird von Foxconn hergestellt und von Walmart verkauft werden.« Bis vor Kurzem war das Unternehmen selbst noch ein Zulieferer für die taiwanesischen Marktführer. Da ihre Profitmarge bei der Herstellung der Komponenten wesentlich höher war als die aus dem Zusammenbau der

Computer, war Foxconn imstande, sie zu übernehmen, indem sie die gesamte Teilefertigung integrierten und ihre eigene Marge bei der Schlussmontage senkten. Jetzt, da Foxconn mit mehr als einer Million Beschäftigten der größte private Arbeitgeber in China ist, verfügt das Unternehmen über die Marktmacht, diese früheren Kunden zu zwingen, ihre vertikalen Produktionsmethoden zu übernehmen, indem sie mit den anderen Zulieferern ihrer Komponenten fusionieren. Darüber hinaus entwickelt die Megafirma als Teil ihres Bestrebens, ein »Original Design Manufacturer« (ODM) zu werden, eine eigene Designsparte, die letztlich darauf abzielt, die Topmarken zu übernehmen, die sie momentan noch beliefert: Dell, HP, Apple, Acer und Sony.

Um dieses Ziel zu erreichen, muss der Konzern möglicherweise seinen Namen ändern, denn Foxconn hat sich wegen der militärischen Arbeitsdisziplin in seinen gigantischen Fabriken einen äußerst schlechten Ruf erworben. 2010 lenkte eine Reihe von Arbeiterselbstmorden die internationale Aufmerksamkeit auf das Longhua-Werksgelände in Shenzhen, wo eine Armee von 400.000 jugendlichen Beschäftigten, die meisten von ihnen Migranten aus dem chinesischen Hinterland, leben und arbeiten. Die Todesfälle, achtzehn insgesamt und Dutzende weitere, die nur um Haaresbreite verhindert werden konnten, wurden weithin als eine existenz-

tenzielle Reaktion auf die Brutalität der Arbeitsbedingungen in der Fabrik gedeutet, die durch eine gewaltsame, von der starken Nachfrage nach dem iPad von Apple ausgelöste Beschleunigung zusätzlich verschlimmert wurden. Nachdem ein zwölfter Arbeiter aus einem Schlafsaalfenster gesprungen war, fand sich in einem Arbeiterblog der ergreifende Eintrag: »Vielleicht versuchen die Foxconn-Angestellten und Angestellte wie wir [...] mit dem Einsatz des Todes einfach Zeugnis abzulegen, dass wir überhaupt einmal gelebt haben, und dass wir, während wir lebten, nichts als Verzweiflung kannten.«

Als Reaktion hierauf unternahm Terry Gou, der Vorstandsvorsitzende von Foxconn, mehrere Schritte: Rund um die Gebäude mit den Schlafsälen wurden gelbe Maschennetze installiert, welche Personen, die aus dem Fenster springen, auffangen sollen, ein Beratungszentrum wurde eingerichtet, die Löhne der Arbeiter wurden um 30 Prozent erhöht, neu angestellte Mitarbeiter müssen eine Erklärung unterschreiben, in der sie sich verpflichten, sich nicht das Leben zu nehmen, und Burson-Marsteller, der weltweit tätige PR-Riese, der berühmt-berüchtigt dafür ist, die schmutzigen Aktivitäten seiner Firmenkunden medial auszubügeln, wurde angeheuert, um eine Krisenmanagement-Strategie für das Unternehmen zu entwickeln. Im Mai 2011 berichtete *Digitimes*, eine Nachrichten-Website für die asiatische IT-Industrie, Gou habe sogar einen »Exor-

zisten« angeheuert, um der Selbstmordwelle ein Ende zu bereiten. Für die internationale Presse war diese Nachricht natürlich ein gefundenes Fressen, und sie beschwor durch den Filter Hollywoods und populärer Hongkong-Filme alle möglichen grausigen Szenarien herauf. Die Reaktion von Foxconn's Presseabteilung fiel prosaischer aus: Drei buddhistische Mönche aus dem Wutai-Shan-Gebirge waren auf das Werks Gelände gekommen, um dort einige religiöse Zeremonien abzuhalten, da »die Familien der Opfer uns gebeten hatten, die Toten zu segnen und ihre Seelen vom Leiden zu erlösen«. Doch dessen ungeachtet ließ die Erklärung genug Spielraum für einige reißerische Spekulationen, und es wurde weithin zur Kenntnis genommen, dass es keine öffentliche Gedenkveranstaltung für die Toten gab.

Tatsächlich war der Umstand, dass Gou sich an die Mönche wandte, nicht ganz untypisch für Arbeitgeber, bei deren Belegschaft es sich um Bauern vom Land handelt, die erstmals mit industriellen Arbeitsbedingungen konfrontiert sind. Die Migranten orientieren sich an ihren eigenen religiösen Überzeugungen, um ihre Entortung und ihr Unbehagen in der ihnen völlig fremden Umgebung der Fabrik zu deuten. Besessenheit von Geistern kann eine Erklärung für die extremen Erkrankungen sein, die eine neunzigstündige Arbeitswoche in der Fabrik mit sich bringen mag, und um den Dämon zu

bannen, bedarf es einer Intervention von Experten. Aihwa Ong's klassische Untersuchung der Besessenheit von Geistern unter Migrantinnen, die in Fabriken in der Freihandelszone von Malaysia beschäftigt waren, aus dem Jahr 1987 hat gezeigt, wie Manager auf ihre »dämonischen Schreikrämpfe und Anfälle auf dem Fabrikboden« reagierten. Konfrontiert mit dieser, wie die Psychologen es nannten, »epidemischen Hysterie«, stellten die Manager fest, dass es effektiver war, einen Schamanen anzuheuern, um eine Exorzismus-Behandlung durchzuführen, als den Betroffenen massenweise Valium zu verabreichen. Indem sie Symptome auf diese Weise behandelten, entledigten sie sich jeglicher moralischen Schuld gegenüber ihren Arbeiterinnen, deren Auflehnung gegen die kapitalistische Disziplin die kulturelle Form dieses leidgeprägten Verhaltens angenommen hatte.³

Menschen, die von Geistern besessen sind, nehmen sich häufig das Leben. Die Fabrikmanager bevorzugten eine solche Interpretation der Selbstmorde ihrer Angestellten, um sich nicht mit ihrer eigenen Rolle als Aufseher über eine brutale Ausbeutung auseinandersetzen zu müssen. Doch die aufschlussreichste Reaktion von Foxconn auf die Selbstmorde war die Verlagerung der Produktion ins Landesinnere, in die westlichen Provinzen: nach Chongqing, 1.000 Meilen den Jangtsekiang aufwärts, in die Hauptstadt von Sichuan, Chengdu, sowie nach

3 | Aihwa Ong, *Spirits of Resistance and Capitalist Discipline: Factory Women in Malaysia*, Albany: State University of New York Press 1987.

Zhengzhou, der Hauptstadt der Provinz Henan, der Heimat eines Fünftels der Arbeitskräfte des Unternehmens. Die Firma hat viel Gesellschaft. Im Kontext der größten Umstrukturierung seit Abwanderung der Unternehmen über die Straße von Taiwan vor einem Jahrzehnt, ist die gesamte PC-Industrie auf dem Sprung, mit allem Drum und Dran nach Chongqing und Chengdu zu ziehen, um sich die wesentlich billigeren Arbeitskräfte, großzügige Regierungssubventionen (das Ergebnis heftiger Konkurrenz zwischen den Inlandsprovinzen) und Standorte zunutze zu machen, die von den kritischen Blicken der Arbeits- und Menschenrechtsgruppen weiter entfernt sind. Doch diesmal ist Foxconn der Leitwolf, und seine Methoden der Arbeitsdisziplin und vertikalen Produktionsmodelle geben das Tempo vor. Da weitere Drohungen erforderlich sein könnten, um die Arbeiter auf Spur zu halten, gab Gou im Juli 2011 bekannt, dass das Unternehmen plane, bis zu einer Million Roboter in den Fabriken einzusetzen – eine ironische Antwort auf die Beschwerden seiner Angestellten, dass sie wie Maschinen behandelt würden. Die einzige Gruppe, die sich um Arbeitsrechte kümmert und Zugang zu den neuen Fabriken hat, ist die in Hongkong beheimatete Organisation Students & Scholars Against Corporate Misbehavior; sie berichtet, dass ein Jahr nach Foxconns anfänglicher Reaktion auf die Selbstmorde die meisten Versprechen des

Unternehmens in puncto Lohnerhöhungen, Begrenzung der Zahl der Überstunden, bessere Kommunikation zwischen Arbeitern und Management und der Regulierung von Praktika unerfüllt geblieben seien.⁴

Foxconns Schritt hin zu einer integrierten Produktion mag wie ein Atavismus wirken, wie ein Schritt zurück zu dem IBM-Modell der 1960er Jahre, als der ursprüngliche Computeriese noch alles im eigenen Haus fertigte. So erinnern auch Foxconns gigantische, skrupellos geführte Belegschaften stark an die Fließbänder des Taylorismus zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Von beiden Industriemodellen heißt es, sie würden Staub ansetzen und seien hoffnungslos mit dem vergangenen Zeitalter der Massengesellschaft verknüpft. Doch hier sind sie und gedeihen am gewinnträchtigen Herzen einer der fortschrittlichsten Produktionssparten.

Fast zwei Jahrzehnte lang haben Aktivisten, die Ausbeuterbetriebe bekämpfen, versucht, Konsumenten im globalen Norden mit den menschlichen Kosten zu konfrontieren, die sich hinter ihrem Kaufverhalten verbergen. Ob sich derselbe moralische Feldzug auch auf IT-Produkte anwenden lässt, bleibt abzuwarten. Kleidung hatte nie die Anmutung der »magischen Produktion«, die die High-Tech-Aura aufrechterhält. Die Foxconn-Arbeiter in Longhua ihrerseits bedienten sich der extremsten Mittel, die ihnen zur Verfügung standen, um die

4 | Students & Scholars Against Corporate Misbehavior, »Foxconn und Apple Fail to Fulfill Promises: Predicaments of Workers after the Suicides« (6. Mai 2011), http://sacom.hk/wp-content/uploads/2011/05/2011-05-06_foxconn-and-apple-fail-to-fulfill-promises1.pdf (abgerufen am 25. Juli 2011).

Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu wecken, nämlich »mit dem Einsatz des Todes einfach Zeugnis abzulegen, dass wir überhaupt einmal gelebt haben«. Durch ihre Selbstmorde verdeutlichten sie die buchstäblichen Implikationen des Prinzips der »toten Arbeit«, mit dem Marx den Prozess der kapitalistischen Produktion erläuterte. Und vermutlich werden sie nicht die Letzten sein, die ihre Entfremdung auf diese Weise öffentlich machen.

Vampirökonomie

Marx' bekannter Analyse zufolge bedarf es der »lebendigen Arbeit«, um die »tote« oder »gegenständliche Arbeit«, die durch die Maschinen der Fabrik verkörpert wird, zu beleben. Als eine Folge des so erzeugten Mehrwerts – Marx beschrieb diesen Vorgang als einen vampirmäßigen Akt –, ist das Kapital imstande, wie ein Zombie umherzustreifen, wo immer es ihm gefällt, bis seine Profiteure im Kommunismus gezwungen werden, in einem Akt an sich selbst praktizierten Exorzismus »ihre eigenen Totengräber« zu werden.

Im Falle der neuen Generation der Mobiltechnologien ist es den lebendigen Arbeitskräften ebenfalls gestattet, sich frei zu bewegen und selbst zu entscheiden, wann und wo sie mit

der Arbeit beginnen wollen. Im Gegenzug für dieses seltene Zugeständnis, wenn auch nicht gerade aus Dankbarkeit, bieten wir mehr und mehr von unserer Arbeit umsonst oder zu einem erheblichen Preisnachlass an. Gleichwohl hat Genugtuung etwas damit zu tun, denn je kreativer die Aufgabe ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass wir einen Teil unserer Zeit und geistigen Ressourcen aus freien Stücken auf ihre Fertigstellung verwenden. Crowdsourcer, sprich Experten für die Auslagerung von Schwarmintelligenz, machen sich diese Tendenz uneingeschränkt zunutze. Im Vergleich hierzu fordern die stumpfsinnigeren, routinemäßigeren Aufgaben fast immer einen Preis.

Dieses Schema steht im Zentrum der aktuellen Debatte über »freie Arbeit« im Internet. Das Web 1.0 wurde auf seinem Rücken errichtet, und viele soziale Medien des Web 2.0 sind so gestaltet, dass sie den unbezahlten Input der Benutzer nach Gewinnen durchforsten.⁵ Seit dem Einsetzen der Großen Rezession versuchen Unternehmer, von einem großen Teil jener Erwerbstätigen, die auf angespannte Lebensverhältnisse reduziert sind, unbezahlte Arbeit abzuziehen. Ja, Businessexperten überlegen, wie weit Firmen wohl gehen könnten, um sich all die freie Zeit zunutze zu machen, die die soeben arbeitslos Gewordenen jetzt genießen. Letztere werden einen Großteil ihrer Zeit online verbringen, wie also kann man ihre

5 | Ausgelöst wurde die Debatte durch Tiziana Terranovas Artikel »Free Labor«, *Social Text*, 18, Nr. 2, 2000, S. 33–58. Die Teilnehmer der von Trebor Scholz organisierten Tagung »The Internet as Playground and Factory« an der New School untersuchten diese Phänomene im November 2010 ausführlich. Ein Großteil des Materials findet sich unter <http://digitallabor.org/> (abgerufen am 25. Juli 2011) und in dem von Scholz herausgegebenen Routledge-Buch, *Unthinking Digital Labor*. Siehe auch Andrew Ross, *Nice Work if You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*, New York: NYU Press 2009; Andrew Keen, *The Cult of the Amateur: How Blogs, MySpace, YouTube, and the Rest of Today's User-Generated Media Are Destroying Our Economy, Our Culture, and Our Values*, New York: Crown 2007; und Chris Anderson, *Free: The Future of a Radical Price*, New York: Hyperion 2009.

Bereitschaft ausbeuten, auf der Suche nach möglicher Beschäftigung alle möglichen Wege zu beschreiten? Kann man ihre Neigung ausnutzen, Aufgaben zu übernehmen, die Spaß zu machen scheinen, oder, noch unheilvoller, kann man von ihrem gewohnheitsmäßigen Bedürfnis profitieren, an etwas teilzuhaben, das sich wie Arbeit anfühlt, ohne dass dieses jedoch tatsächlich bezahlt wird?

Natürlich veranlassen Computer Menschen nicht dazu, umsonst zu arbeiten, sondern sie erleichtern lediglich die Bedingungen hierfür. Neue Medien sind genauso wenig determinierende Akteure wie andere Technologien. Dilettantismus (das heißt die Ausbreitung der Reality-TV- und Talentshow-Kultur) ist auch die tragende kommerzielle Säule der alten Medien, und ihr Korrelat, das unbezahlte Praktikum, ist heute ein unverzichtbarer Aspekt der Standardbeschäftigung, sowohl in Firmen als auch bei nicht kommerziellen Organisationen. Doch der mobile Nutzer ist besonders verwundbar. Lockerheit der Umstände und Konnektivität (jederzeit, überall und mit jedermann) in Kombination mit dem idyllischen Gefühl der Selbstbestimmtheit (spontane Einsetzbarkeit seitens des Betreibers) führt zu jener Art Limbo, bei dem Arbeit und Spiel miteinander verschmelzen und der Druck und die Überwachung, die wir mit konventioneller Beschäftigung verbinden, in Schach gehalten werden.

Deshalb beschreiben einige Kommentatoren das Ergebnis lieber als »Selbstaussbeutung«. In *No-Collar*, meiner eigenen Untersuchung der Arbeitsplätze des Dotcom-Zeitalters, beschwor eine meiner Gesprächspartnerinnen diese Eigenschaft, als sie lebhaft über »Arbeit« sprach, »die ich einfach machen musste«.⁶

Künstler und Schriftsteller haben dieses Opfermodell der Arbeit über Jahrhunderte perfektioniert und bestimmte Mechanismen entwickelt, die es ihnen erlauben, die Alles-oder-Nichts-Zyklen zu überleben, die ihre Handwerksökonomie untermauern. In der Jackpotkultur des Neoliberalismus ist diese Mentalität für einen wesentlich größeren Teil der erwerbstätigen Bevölkerung zur Norm geworden und begünstigt nur die wenigen Glücklichen, während die anderen von der Insel runtergewählt werden. Das Freiberuflertum, außerhalb der rasch dahinschwindenden Normen der Standardbeschäftigung, ist das bevorzugte Profil für die Ausführung der gewagten *Parcours*-Kraftakte, die das Überleben auf dem neoliberalen Marktplatz sicherstellen. Der glänzende glückliche Individualismus des Freelancers, der im Coffeeshop auf seiner Tastatur herumhämmert, wird als ein Akt der Selbstschöpfung propagiert, völlig losgelöst von den schweißtriefenden Bezirken des Industriezeitalters. Doch das ist eine große Illusion. Die extrem kundenspezifischen Mobiltechnologien, die wir nutzen, um den »Unternehmer in

6 | Andrew Ross, *No-Collar: The Humane Workplace and Its Hidden Costs*, New York: Basic Books 2002.

uns« freizusetzen, hängen von der gleichförmigen Reglementierung riesiger Arbeitermassen ab, von denen einige, wie im Falle Foxconns, noch größer sind und noch strenger kontrolliert werden als alles von Henry Ford Erträumte. So schnell wir von immer persönlicheren Werkzeugen träumen können, so schnell werden diese individuellen Wünsche ermittelt und in Forderungen der Industrie eingebracht, die von den unpersönlichsten Formen menschlicher Arbeitskraft gewartet werden, die die Moderne je gesehen hat.

Andrew Ross (geb. 1956) ist Professor für Social and Cultural Analysis an der New York University.

Nº044: Andrew Ross

The Exorcist and the Machines / Der Exorzist und die Maschinen

documenta (13), 9/6/2012 – 16/9/2012

Artistic Director / Künstlerische Leiterin: Carolyn Christov-Bakargiev

Member of Core Agent Group, Head of Department /

Mitglied der Agenten-Kerngruppe, Leiterin der Abteilung: Chus Martínez

Head of Publications / Leiterin der Publikationsabteilung: Bettina Funcke

Managing Editor / Redaktion und Lektorat: Katrin Sauerländer

Editorial Assistant / Redaktionsassistentin: Cordelia Marten

English Copyediting / Englischs Lektorat: Melissa Larner

English Proofreading / Englischs Korrektorat: Sam Frank

Translation / Übersetzung: Nikolaus G. Schneider

Graphic Design and Typesetting / Grafische Gestaltung und Satz: Leftloft

Typeface / Schrift: Glypha, Plantin

Production / Verlagsherstellung: Christine Emter

Reproductions / Reproduktionen: weyhing digital, Ostfildern

Paper / Papier: Pop'Set, 240 g/m², Munken Print Cream 15, 90 g/m²

Manufacturing / Gesamtherstellung: Dr. Cantz'sche Druckerei, Ostfildern

© 2011 documenta und Museum Fridericianum Veranstaltungs-GmbH, Kassel;

Hatje Cantz Verlag, Ostfildern; Andrew Ross

Illustrations / Abbildungen: p. / S. 1: documenta III, 1964, installation view with /

Installationsansicht mit Wilhelm Loth, *Signal anthropomorph*, 1960/61, and /

und Alicia Penalba, *Grande Ailée*, 1960–63 (detail / Detail), photo /

Foto: © Lederer/documenta Archiv; © Wilhelm-Loth-Stiftung, Karlsruhe;

p. / S. 2: © Thomas Lee

documenta und Museum Fridericianum

Veranstaltungs-GmbH

Friedrichsplatz 18, 34117 Kassel | Germany / Deutschland

Tel. +49 561 70727-0 | Fax +49 561 70727-39 | www.documenta.de

Chief Executive Officer / Geschäftsführer: Bernd Leifeld

Published by / Erschienen im

Hatje Cantz Verlag

Zeppelinstrasse 32, 73760 Ostfildern | Germany / Deutschland

Tel. +49 711 4405-200 | Fax +49 711 4405-220 | www.hatjecantz.com

ISBN 978-3-7757-2893-5 (Print)

ISBN 978-3-7757-3073-0 (E-Book)

Printed in Germany

Gefördert durch die



funded by the German Federal
Cultural Foundation

Andrew Ross
The Exorcist
and the
Machines /
Der Exorzist
und die
Maschinen