

Rasmus Johnsen og Sverre Raffnsøe

Om viden, socialitet og immaterialitet

I. Vidensarbejderen

I en vis forstand kulminerer i de seneste års debat om videnssamfundet en udvikling, der allerede ved det modernes fødsel for 250 år siden blev tematiseret af den svenske naturforsker Carl von Linné. Han tildelte *homo europaeus*, den højeste udmærkelse af *homo sapiens*, karaktertrækkene »levis, argutus, inventor«, og sidestillede ham dermed med videnskabsmanden, med den intellektuelle (Lepénies 1969). Det let bevægelige, det skarpsindige og opfindsomme menneske, eller med mere tidssvarende begreber: Det fleksible, det kreative og det innovative menneske, er i dag midtpunktet i en debat om samfundsudviklingen i de kapitalistiske vestlige samfund, der sætter viden i centrum som noget, der kan og skal omsættes til forretning og samfundsnytte. Ifølge de seneste års politiske vidensstrategier i Danmark (Regeringen 2003a, Regeringen 2003b) vinder *vidensarbejderen*, som den amerikanske managementguru Peter Drucker døbte denne allerede i slutningen af 60'erne, i stigende grad terræn og får en hovedrolle i udviklingen af den danske velfærdsstat i retning af et mere vidensintensivt, internationalt og kompliceret samfund.

Med tanke på det billede af det arbejdende subjekt, som vi har videreført fra industrialiseringen i begyndelsen af det 20. århundrede, så synes det begreb om viden, som impliceres når vidensarbejderen sættes i spil, dog at være markant anderledes fra det, som er impliceret hos Linné. Mens 'den klassiske tidsalder', som det kaldes hos Michel Foucault (se Foucault 2006), eksemplificerede en epistemologisk struktur, hvor viden tjente som evnen til at klassificere det levende i en særlig taksonomi ved hjælp af umiddelbart observerbare karakteristika, så synes den viden, som impliceres hos vidensarbejderen, mere at ligne en ressource, der kan udvindes, opsamles, høstes og forarbejdes og samtidig ejes, forhandles og kommodificeres. Hvis den samfundsnyttige viden

[SLAGMARK 52/2008 · p. 79-88]

tidligere var et mål i sig selv, der retfærdiggjordes af en gradvis tilnærmelse til det sande, er den ikke længere blot et mål i sig selv, men er blevet et middel, der kan og skal omsættes og tjene et formål uden for sig selv. Sådan en indstilling til viden er ganske godt eksemplificeret i den tidligere topleder hos Hewlett-Packard, Lew Platts, nu berømte *statement* om, at hvis man hos HP bare vidste, *hvad* man ved, så ville firmaet give tre gange så stort et afkast (se Crainer & Dearlove 2004). Vidensressourcen hos vidensarbejderen opfattes i modsætning til den knaphed, der definerede ressourcen på det tidlige 20. århundredes fabrikker, som en principielt ubegrænset størrelse, der kan hentes frem ved hjælp af forandringen og udviklingen af medarbejderens potentiale. Vidensarbejderens ressource er ikke en endelig størrelse, men en potentiel og smidig kilde, der kan ledes og organiseres. I håndteringen af vidensarbejderen og hans viden skelner man ikke mellem det, som er ikke-menneskeligt og følgelig kan udvindes, ejes og forhandles, og det menneskelige, der ikke kan. Det menneskelige og etableringen af viden om det menneskelige betragtes som afgørende for værdiskabelsen.

Bevidstheden om det nære forhold mellem viden og værdi har også præget den danske politiske dagsorden på det seneste. Den ligger til grund for centrale handlingsplaner og baggrundsrapporter fra regeringshold de seneste par år, der er udarbejdet af både Økonomi- og Erhvervsministeriet og Videnskabsministeriet. Hensigten er ikke kun at forbedre udnyttelsen af den værdi, der er indeholdt i den eksisterende viden, men også produktionen af værdifuld viden ved at understøtte udvekslingen mellem uddannelse, forskning og erhvervsliv. At viden og uddannelse opleves som afgørende for økonomisk succes synes også at være den primære motivation for Universitetsloven af 2003, og er tidligere blevet markeret med underskrivelsen af Barcelona-aftalen i 2002. Disse politiske initiativer involverer nye økonomiske felter, der forbinder viden og vækst, og formidler imellem dem på en måde, hvis omfang ikke er set tidligere. Fokus er ikke bare på informationsopsamling, men på en indsats for at omsætte information til viden, der kan isoleres, afgrænses, opbevares, mobiliseres og forhandles med økonomisk afkast. Kort sagt betragtes viden som nøglen til økonomisk og socialt fremskridt.

Men selv om målsætningen om at gøre Danmark konkurrencedygtig på viden og videnshåndtering er forholdsvis klar, så dækker den politiske forestilling om både *videnssamfundet* og om tilblivelsen af en global *vidensøkonomi* over en række ufærdige forestillinger, der involverer, udfordrer og redefinerer forskellige aktører og deres roller i samfundet. Strækkende sig fra udviklingen og markedsføringen af fx ny medicin hos globale erhvervsøkonomiske spillere til ganske lokale tiltag, der involverer foreningsliv og byplanlægning på kommunalt niveau, er vi vidner til en gradvis forandring af, hvad viden er, hvordan

den skal betragtes, og ikke mindst hvordan den kan omsættes til værdi. Viden og værdi nærmer sig i stigende grad hinanden, omsættes til hinanden og bliver vanskeligere at skelne fra hinanden. Man synes enige om, at fremkomsten af en vidensøkonomi og integrationen af viden og værdi er et vendepunkt af dimensioner. Hvorvidt man formår at tackle de udfordringer, som de nye vilkår rummer, forekommer at være en afgørende prøvesten for samfundet, også det danske, som helhed. Her skilles fårene fra bukkene. Der åbner sig muligheder for vækst og velstand, men også nye farer og risici for forarmelse.

II. Videnssamfundet

Den stigende integration af videns- og kulturprodukter i skabelsen af økonomisk værdi, som både de nuværende politiske tiltag og udviklingen af nye markeder er udtryk for, rækker ved det hidtidige grundlag for vores forståelse af, hvad viden overhovedet er. Hvis vi skal forstå den ufærdige forestilling, vi kalder for videnssamfundet som andet end et forbigående fænomen, så kan vi tænke det som en særlig måde at tænke, tale og handle på, der ikke bare er et begreb, som etablerer en særlig forklaring, men som også omhandler, hvad der overhovedet er at forklare. 'Videnssamfundet' er ikke blot et på forhånd etableret og historisk fænomen, det er samtidig en etablering af et særegent system af problemer, omdrejningspunkter og fænomener, der skal forklares. Dette betyder, at når viden og værdi nærmer sig hinanden, så ændrer begge begreber karakter og rækker ved selve grundlaget for den samfundsmæssige rolle de traditionelt har spillet. I traditionel forstand har viden og kultur bredt forstået fremstået som autonome størrelser. De har været præget af en egen indre lovgivning, der adskilte dem fra og som gav dem en selvstændighed i forhold til deres omgivelser, herunder økonomi og politik. Det har været et grundlæggende træk ved videns- og kulturprodukter, at de har haft en intrinsisk, en egen iboende og absolut værdi, og at det at skabe sådanne produkter udgjorde et formål i sig selv.

Den brede forståelse af videns samfundsmæssige betydning, som blev til i begyndelsen af det 19. århundredes tyske idealisme omkring Wilhelm von Humboldt, og som spidsformuleres i Schleiermachers hermeneutiske opfattelse af viden som noget, der udelukkende eksisterer og kan forstås i forbindelse med en emanerende væren, er en opfattelse af viden som 'dybde'. Den tyske idealisme grundfæster både erkendelsens og samfundets udvikling i den hermeneutiske fuldendelse af livet som dybde. Det er viden, først og fremmest, som kan fortælle os, hvad staten, mennesket og samfundet er, med universitetet, som navnet angiver, som en privilegeret institution, hvor man undersøger og opdager de underliggende love for at samle dem til en helhed

(se Lyotard 1982). Denne opfattelse af viden, som en afdækning og afsløring af værens grundlæggende hemmelighed, kulminerer i Heideggers berømte og berygtede tale ved hans indsættelse som rektor ved universitetet i Freiburg. Her er den spekulative videnskab blevet til 'skæbnen' for det tyske folk, forbundet med race og nationalitet, som man skylder de tre tjenester: At arbejde, at forsvare sig og at vide (se Lyotard 1982).

Allerede med Frederick W. Taylors scientific management indledtes i begyndelsen af det 20. århundrede imidlertid en ny opfattelse af viden og samfundsnyttighed. Taylors 'videnskab', der ifølge ham selv bestod af 75 procent videnskab og 25 procent common sense, var lagt an på den minutøse undersøgelse og kortlægning af den enkelte arbejders udførelse af opgaver med højnelsen af effektiviteten for øje. Det afgørende var at etablere en viden om et forløb og en proces med henblik på en umiddelbar forbedring af denne proces. Taylors begreb om viden spejler sig i regeringens udspil om vidensstrategi, når man definerer videnssamfundet som "et videnintensivt, internationalt og mere kompliceret samfund, hvor de lande, der bedst kan omsætte viden til forretning og samfundsnytte, står stærkt" (Regeringen 2003b). Den epistemologiske (og måske endda ontologiske) forandring i opfattelsen af vidensbegrebets samfundsnytte fra at indikere en gradvis afsløring af livets dybde til at beskrive en investering i fremtiden baseret på spredningen af interventioner på en flade er konsekvensen af en anderledes måde at visualisere livet på.

Mens den 'dybde', som det 19. århundredes videnskab i udstrakt grad abonnerede på, var knyttet til den gradvist stigende synlighed, der evnede at trænge ind i den levende krops system, så er samtidens videnskabelige og økonomiske viden suppleret af evnen til at kortlægge det usynlige og immaterielle. Et godt eksempel på dette supplement er molekylærbiologiens simulering af dynamiske, komplekse, åbne systemer, der kombinerer heterogene elementer for at kunne forudsige fremtidige vitale tilstande, som Nikolas Rose skriver om (se Rose 2007). Livet selv har på molekylært niveau åbnet sig for viden, der ikke bare beskriver og opsamler, men også søger at omkalfatre og forhandle, både i politisk og finansiel forstand, på en måde, der muliggør omskabelsen af fremtidige tilstande. Denne molekylarisering sender stamceller, gener og andre molekylære størrelser ind i helt nye kredsløb, der frigør dem fra deres organiske systemer og tillader dem at forbindes med andre systemer, hvis de lever op til specifikke krav (se Rose 2007). Dermed har vidensbegrebets problematiserende karakter ændret perspektiv fra at omhandle det filosofisk-hermeneutiske spørgsmål om meningen med livet, til at beskæftige sig med det økonomiske spørgsmål om livets værdi.

Viden for vidensarbejderen, der arbejder med den som ressource, eler med viden i form af produkter på de nye markeder, italesættes for

så vidt den kan vise sig at have værdi for noget andet. Viden finder i stigende grad tilslutning og støtte afhængigt af, i hvilket omfang den gør en forskel og sætter os i stand til at gøre en forskel. Den bliver i stigende grad forstået som information, der i kraft af enten en organisationsmæssig eller operationaliseringsmæssig omkalfatring skal tillade os at producere nyt.

Mens denne forandring sætter vidensinstitutioner og uddannelsesinstitutioner under et stigende pres for at honorere de politiske ambitioner om integration og samspil mellem dem og erhvervsliv gennem produktionen, tiltrækningen, spredningen og anvendelsen af forskningsbaseret viden, så dækker denne problematik også over en mindre synlig og samtidig mere grundlæggende problematik. De nye betingelser gør det sværere at angive, hvad vi overhovedet skal forstå ved viden. På et fundamentalt niveau stiller spørgsmålet sig, om hvilken *status* viden har, og hvordan vi overhovedet skal koncipere den.

III. Vidensøkonomi som en del af den immaterielle økonomi

En lignende problematik gør sig gældende for den anden side af korrelationen mellem viden og værdi. For med vidensøkonomien kommer en ny slags immaterielle produkter på markedet, der har et højt informationelt og kulturelt indhold og i en række henseender adskiller sig fra de velkendte industrielle produkter. Produkter med sandhedsværdi produceres på en anden måde end de traditionelle industrielle goder: Af en anden form for arbejdskraft og i mindre grad gennem arbejdsdeling end gennem individuel produktion. Denne arbejdskraft er i modsætning til den, som kendetegnede størstedelen af det 20. århundrede, ikke primært defineret ved at blive målt i produktionen af objekter eller i tid. I stedet bliver det afgørende at organisere på medarbejderens egen generelle produktivkraft, vundet af sociale kompetencer som empati, drømme, begær og evnen til kommunikation. Individualitet bliver ikke længere blot tolereret, men aktivt fordret som en ressource. Dette er baseret på forestillingen om, at medarbejderens frihed til at være og kende sig selv gør hende mere produktiv og får hende til at give sig selv fuldt ud (se Baines 2007, 241). I udviklingen af websteder som fx Facebook og MySpace skabes det enorme afkast af de besøgendes og deltagendes lyst og evner til at opbygge netværk, finde venner, vise sig frem og gøre opmærksom på sig selv. Samtidig problematiseres besiddelsen af disse produkter i og med, at de i mindre grad er individuelle end de traditionelle industrielle produkter. Et produkt med sandhedsværdi er i vid udstrækning et kollektivt produkt, idet det bliver brugt, og der bliver bygget videre på det.

Den beskrevne forandring af økonomiens produkter og produktivitet synliggør, at der inden for økonomien finder forskydninger sted, der har samme

grundlæggende karakter som forandringen af vores vidensforestillinger. Disse forskydninger rejser spørgsmålet om, hvorledes økonomien forandrer sig, og hvordan vi skal forstå dens lovmæssigheder i denne sammenhæng. Inden for økonomien opstår nye grene, som overskrider den klassiske monetære form. I disse værdisættes i stedet generiske kvaliteter og livet selv. Dette bliver tydeligt gennem en række ligheder imellem de nye brancher, der under betegnelser som oplevelsesøkonomi, kulturel økonomi, og creative industries, men også informatiseret og digitaliseret økonomi, medie- og kommunikationsbaseret økonomi og sundheds- og bioøkonomi, ændrer vores opfattelse af, hvad et produkt er.

Ligesom forestillingen om vidensarbejderen flytter os hinsides disciplineringen af arbejderens krop, sådan som den præsenteredes i det 19. århundredes værditeorier, mod en i både politisk og økonomisk forstand mere præker modulering og social forprogrammering af individuelt kreativt potentiale, kan vi i de nye brancher pege på en problematisering af den klassiske forestilling om et produkt, der har viden som omdrejningspunkt for omsættelighed i forhold til forestillinger om sundhed, selvrealisering og selvdannelse samt etiske og æstetiske kompetencer. Disse produkters karakter har grundlæggende indflydelse på den sociale kontekst, som de operationaliseres i. Viden, fx i form af erfaring, præferencer eller knowhow, konciperes i stigende grad og vinder accept som omsættelig i andre sammenhænge (i medier, som information, i oplevelses- og dannelsesprojekter). Dermed bliver det også vanskeligere at skelne de brancher, der producerer de nye produkter, skarpt fra hinanden. Det bliver sværere at hævde, at der er tale om selvstændige og velafgrænsede domæner. Når man inden for bioøkonomien fx ikke længere blot begrænser sig til det klassiske medicinske perspektiv, der skulle kurere fysisk skade eller sygdom, men i stedet arbejder med optimering, så bringer man en potentiel fremtid i spil for individet.

Bestræbelsen på at optimere genererer, som Rose gør opmærksom på, individer, der fra at være eksistentielt sunde, bliver betragtet som asymptotisk eller ligefrem pre-symptomatisk syge. Dette har været særligt synligt i de seneste års debat om depressionsfænomenet, der i kraft af den viden, der er udviklet i sammenhæng med fremstillingen af hjernens signalstoffer i den såkaldte 'serotonin-tese', har inkluderet en række fænomener fra alkoholisme over pædofili til spiseforstyrrelser under depression. Viden om hjernens processer bliver 'varslede' og antager en pastoral karakter, hvor den enkelte skal lede sig selv på baggrund af ekspertudsagn (se Johnsen 2007).

Viden af omsorgskarakter eller varslede karakter, der forhandles og forbruges med affektiv merværdi for øje, er også et centralt element i de oplevelsesøkonomiske brancher, hvor man i stigende grad genererer værdi ved hjælp

af invitationen til at være et 'selv'. I takt med at 80'ernes og 90'ernes forsøg på at skabe virksomheder og brands som monokulturer har vist sig utilstrækkelige, mobiliserer man i højere og højere grad neo-normative teknologier (se Fleming & Sturdy 2007), der opfordrer til, at man udtrykker sig autentisk inden for en udstukket ramme. Sony Ericssons kampagne, der udskifter hjertet i Milton Glasers I ♥ NY med firmaets logo og varierer sloganet, er et godt eksempel, fordi den fordrer, at generiske og personlige kvaliteter organiseres og formidles gennem markedsføring.

Et generelt fællestræk i disse branchers skabelse, markedsføring og forbrug af en ny type produkter, er således deres immaterialitet. For en væsentlig del af den traditionelle økonomis produkter spillede materialiteten en overvejende rolle. De var kendetegnet af stof, tyngde, uigennemtrængelighed (partikulære produkter situeret et specifikt sted i tid og rum); de rettede sig mod kroppen og dens fysiske krav (hovedsagelig mod det, der i traditionen ofte er blevet karakteriseret som menneskets 'lavere' natur). De nye produkter udmærker sig i forhold hertil netop ved deres immaterialitet. Den ustoflige side eller det ustoflige element bliver afgørende i de nye produkter. De er særegne eller singulære produkter, der er situeret i det partikulære sted i tid og rum, hvor man umiddelbart møder dem, men samtidig overskrider de det og gør sig gældende på tværs af det. De taler i høj grad til intellekt og forestillingsevne eller til begær, lyst og længsler (altså sider af mennesket hvori det overskrider den umiddelbare 'fysiske' natur). Et godt eksempel er den såkaldte 'skrabeand', som Brugsen lancerede op til jul 2005. Et sådant produkt adskiller sig ikke i fysisk henseende fra andre ænder; det er tilmed i fysisk henseende en umulighed, da ænder ikke skraber. Men markedsføringens forbindelse med kampagner for dyrevelfærd gør en fysisk absurditet salgbar, fordi den provokerer vores fantasi og vækker vores længsler.

Samtidig synes disse produkter at overskride den klassiske dikotomi mellem en højere og en lavere natur, når operationaliseringen, kommodificeringen og konsumeringen af dem populariseres. Det exceptionelle populariseres, og det problematiserer vores forestilling, ikke bare om dannelse, men også om selvet som sådan.

I denne popularisering gør sig nye logikker gældende. Produktionen og konsumtionen af de nye produkter bliver vanskeligere at skelne fra hinanden. Immaterielle produkter såsom kulturprodukter, viden og information bruges ikke op i konsumtionen, men kommer først for alvor til udfoldelse og realiseres i denne. De viser deres værdi og tilføjes en værdi i brugen af dem. Både produktionen og konsumtionen antager eksistentiel karakter. De involverer både den producerendes og den forbrugendes hele eksistens som en medproducerende størrelse. Konsumtion og reception som sådan bliver 'produk-

tive' processer, hvori både den producerende og den modtagende følger noget af sin egen væren til produktet.

Dermed ændrer ejerforholdet sig samtidig fra 'at have' til 'at være'. Produktet bliver ikke noget, den producerende eller den forbrugende forholdsvis ukompliceret kan sætte sig i besiddelse af. Det bliver noget, han eller hun aktivt må tilegne sig og forme i sin gøren og laden. Særligt i forhold til det sidste bliver det også klart, at brugeren må indgå i og medtænkes i produktet. Der bliver i stigende grad tale om brugerdrevet produktion og innovation, som samtidig udvikler nye teknologier, der forprogrammerer den sociale kontekst, som produktet sendes ind i. Produktionsprocessen bliver 'perceptiv', og samtidig også proaktiv. En masseproduktion, som forbrugeren må tilpasse sig, afløses af, at man allerede i produktionsprocessen tager højde for omverdenen og søger at foregribe denne, således at den inkorporeres i produktet.

Strengt taget producerer man derfor heller ikke et produkt i traditionel forstand. Produktionens egentlige værdi ligger ikke i et færdigt resultat, men i den proces, der udvikler og synliggør produktet. Produktionens værdiskabelse ligger i produktets udbredelse og anvendelse. Dermed får, hvad vi gør, med det vi gør, og hvad andre gør med det vi gør, en afgørende betydning.

Ud over at den værdiproduktionsproces, der trækker på generiske og subjektive kompetencer og potentialer, gør det sværere at skelne mellem de forskellige brancher, der arbejder med og producerer de immaterielle produkter, så bliver det som en konsekvens heraf også vanskeligere at skelne mellem virksomhed og omverden. Disse bliver på en og samme tid mere umiddelbart, men også mere formidlet, involveret med hinanden. Hvis det for det 19. århundredes kapital og videnskab gjaldt om at styre arbejderens krop som en termodynamisk kontrol af entropisk energi, så gælder det i det 21. århundrede om moduleringen af præindividuelle strømninger af subjektivitet, så medarbejderens intellektuelle initiativ kan tilpasses og tillempes produktionsprocesserne. Dermed træder det humane og dets immanente værdiskabelse i centrum.

IV. Økonomiens og socialitetens 'immaterialisering'

Betragtet som symptomer i en bred samtidsdiagnostik er både vidensarbejderen, det videnssamfund han bebor, og den vidensøkonomi, som han realiserer sit selv, sit forbrug og sit arbejde i, alle tegn på et tendentielt skifte i, hvad vi taler om, når vi taler om viden. Fra at antage en kulturhermeneutisk karakter, hvor den universaliserbare fremstilling af selvets og socialitetens inderside var målet, antager samtidens begreb om viden en ekspansiv og approprierende karakter, der gør det allestedsnærværende og tilnærmer det til økonomien. Fra

at begrænse sig til primært at beskrive et privilegeret felt af viden om noget beskriver de tre områder steder, hvor viden ekstensivt opfattes som vidensgørelse.

Som fænomener i samtiden er både vidensarbejderen, videnssamfundet og vidensøkonomien udtryk for en accentforskydning i retning af en generel immaterialisering af socialiteten gennem viden som performativitet. Det er i særdeleshed dette træk, som nærmer det vidensbegreb, som er på spil på disse tre områder, til økonomien i mere generel forstand, og som i kraft af en række nye produktions- og konsumptionsformer bistår en forskydning af de overordnede former for økonomisk værdiskabelse. Dette betyder ikke, at immaterialitet i økonomien er et helt nyt fænomen; nærmere peger det på udfoldningen af et forhold, som altid har været til stede i den og dens relationer in nuce. Den marxistiske fremstilling af varens fetichkarakter beroede på den humanistiske adskillelse af 'menneske' og 'ting' og på den fetichistiske udskiftning af 'forhold mellem mennesker' med 'forhold mellem ting'. Den sociale karakter, som den immaterielle økonomi antager, problematiserer ikke blot adskillelsen mellem subjekt og objekt – og dermed tingsliggørelsen – ved at stille spørgsmålstegn ved, hvorledes udskiftningen af de inderligste 'forhold mellem mennesker' med 'forhold mellem ting' overhovedet er mulig i ontologisk forstand. Den peger også på en tendens i den kapitalistiske økonomi, som Marx ikke var opmærksom på, men som hele tiden var til stede: At dilemmaet beskrevet omkring varens fetichkarakter ikke kun er fremmedgørende, men også er inderliggørende og intimiserende. I den immaterielle økonomi skifter intimiteten karakter fra at have emanerende dybde til at demonstrere, hvad Michel Houellebecq ville kalde for en vdividelse af kampzonen. 'Det indre', 'mennesket' og humanismen antager økonomisk karakter – ikke som resultatet af en fremmed magts ('kapitalismens') overgreb, men fordi intimiteten (som den indre husholdning) viser sig fra begyndelsen af at have været knyttet til økonomiens krigeriske, ekspanderende og approprierende logik. Både den sociale og den personlige virkelighed fremstår dermed i stigende omfang uafviseligt (også) som økonomisk.

Hermed ændrer også økonomien karakter. Økonomien sprænger sin hidtidige ramme og peger ud over sig selv, idet nye aspekter af socialiteten og den enkeltes eksistens i stigende grad fremstår som relevante ikke alene for forbrug, men også for produktion. Den økonomiske værdiskabelse begynder mere åbenlyst i sin egen organisering at indoptage og internt at tage højde for sin afhængighed af forhold, der tidligere fremstod som udvendige i forhold til den. Med den immaterielle økonomi træder den uregerlige og potentielt svigefulde immaterialitet i den økonomiske bundlinjes tilsyneladende materialitet langt mere umisforståeligt frem.

Sideløbende med at økonomien aktuelt sprænger sine aktuelle former og peger ud over sig selv mod forhold, den ikke endegyldigt kan gøre sig til herre over, fordi de er principielt uafsluttelige sociale og intime størrelser, breder økonomien og de økonomiske hensyn ud i en sådan grad, at økonomien gør sig gældende i det sociale legeme i bred forstand, og økonomiske betragtninger anlægges overalt. Sideløbende med at økonomien ændrer karakter, synes den i stigende grad også at fremstå som en allestedsnærværende og uomgængelig, om end ikke enerådende, socialitetsform.

Den beskrevne bredere forskydning, som den aktuelle tale om en vidensbaseret økonomi således må situeres i, peger dermed ikke alene på nye betingelser for økonomien og dens værdiskabelse, hvis karakter det stadig henstår at udforske. Den tegner også omridset af et nyt arbejdsliv, en ny arbejdsmæssig og social eksistens og en ny form for samfundsmæssighed, hvis udfordringer vi kun lige er begyndt at forholde os til.

Litteratur

- Bains, G.: (2007) *Meaning Inc: The Blue Print for Business Success in the 21st Century*, London.
- Craimer, S. & Dearlove, D.: (2004) *Financial Times handbook of management*, 2004, 3rd edn, Harlow.
- Fleming, P. & Sturdy, A.: (2007) *Just Be Yourself - Towards Neo-Normative Control in Organizations?*, Working Paper, Cambridge University.
- Foucault, Michel: ([1966] 2006) *Ordene og tingene - en arkæologi om humanvidenskaberne*, Det lille Forlag.
- Heidegger, Martin: ([1933] 1990) "Die Selbstbehauptung der deutschen Universität", Pfullingen.
- Houellebecq, Michel: (1994) *Extension du domaine de la lutte*, Paris.
- Johnsen, R.: (2007) "Er depression en social patologi?", in: *Kritisk Forum*, vol. 108.
- Lepenes, W.: (1969) *Melancholie und Gesellschaft*, Frankfurt.
- Lyotard, J.-F.: ([1979] 1982) *Viden og det postmoderne samfund*, Århus.
- Regeringen: (2003a) *Nye veje mellem forskning og erhverv - fra tanke til faktura*.
- Regeringen: (2003b) *Viden i vækst*.
- Rose, N.: (2007) *Politics of life itself : biomedicine, power and subjectivity in the twenty-first century*, Oxford.