

DEEP FRONTSTAGE:

Om dannelse, Facebook og kapitallogik version 2.0

Bo Kampmann Walther

Det følgende handler om noget så gammeldags som dannelse og kapitalisme. Er der dannelse på Facebook, og hvordan ser den ud? Nutidens kapitallogik er projektorienteret: kontrol bliver til selvkontrol, og ydre styring bliver til et indre krav om selvmobilisering. Betyder det, at værdierne smuldrer, og at den konstante opdatering – i dag ét ”jeg”, i morgen et andet ”jeg” – rykker os længere og længere væk fra egentligheden?

Dannelse

Den klassiske dannelse spekulerede i solsystemer. Bøger har en ”sandhed”, en ”morale” eller et dybere ”budskab”. Det ved enhver skoleelev, også uden at kunne stave til hverken ”n-y-k-r-i-t-i-k”, ”n-a-r-r-a-t-o-l-o-g-i” eller ”p-s-y-k-o-a-n-a-l-y-s-e”. Idealet er at nå langt nok ind. Den moderne dannelse tænker i komplekse netværk. Her handler det om at række tilstrækkeligt langt ud. Dengang var *Jørgen Stein* og siden *Løgneren* svaret på livets mysterier. Stein blev et bedre menneske, fordi han kom ud at rejse og vendte trygt hjem igen, mens Johannes Vig rodede rundt i eksistentialistiske tåger og seksualforskrækkelse og ikke kunne komme væk fra den fucking ø. I dag kan man finde det hele på Facebook og Google. Og selv om ordene er metaforer, er de solidt forankret i den måde, hvorpå vi håndterer og ikke mindst værdisætter fagkyndighed: Bredde fører til, at vigtig viden eroderer – noget værre rod – mens dybde leder til sandhed. Det er godt at grave. Det er dårligt at surfe.

Dannelse er meget nemmere i Tyskland og Frankrig. Dernede tror de på autoriteter og videnskabelige sandheder. Vis dem en doktor med guldindfattede briller og myndigt docerende panderynker, og de svømmer væk i doktrinær benovelse. Tænk på en tysk tandpastareklame. Eller måske en fransk filosof med blødt hår og medietække. Teknokratisk kulturdominans er ikke noget, man frygter. Det er bare sådan, det er. C'est la vie.

Billedet er mere mudret herhjemme. Vi tror på livstilsguruer med licens til Feng Shui og nullermænd, og vi tror på eksperten i Nyhederne, som bryster sig af akademisk titel og uendelig perspektivforskydning. Vi tror på Troels Kløvedal, den gamle hippie, og røverhistorier fra de syv have, og vi tror på Lene Espersen-typer, der jager en skræk i livet på tossegode pladderhumanister. Vi tror på dem, der er kendt, fordi de kan noget. Michael Laudrup, for eksempel. Og vi tror endnu mere på dem, der kan noget, fordi de er kendt. B.S. Christiansen, for eksempel. Vi tror på lidt af hvert. Og sådan er det også med dannelsen.

Hvordan ser den danske dannelse ud? Handler den om at berede sig på en moderne medieglobalisering med krav om dynamik og omstillingsparathed? Har den kreative klasse og dens glade zigzag mellem kulturradikal humanisme og markedskapitalistisk management patent på, hvad man skal vide for at være klog og lækker? Sludder, siger andre. Dannelse er et spørgsmål om at kunne sin litteraturkanon og sætte nutiden i relation til historiens dybder. Historisk bevidsthed er ansvarlig menneskevidenskab. Vi skal vide, hvem vi er, og hvor vi kommer fra. På den måde kan vi

præge nutiden og måske endda diagnosticere fremtiden.

Men uenigheden handler ikke bare om politiske fløjkrige og skænderier om civilisationens ve og vel. Uenigheden er heller ikke et resultat af systemskiftet i 2001, som gjorde op med meningstyranni og satte en folkelig værdidebat i stedet. Nej, uenigheden bunder i, at dannelseskonstruktionen er splittet i selve udgangspunktet. Miseren startede, da dannelsen kom til landet for et par hundrede år siden. Kære læser, rul dit indre danmarkskort ud.

Der er dannelse på jysk, og der er dannelse på sjællandsk. Den første handler om folkelighed og socialliberal oplysning. Lad os kalde den ”skal vi nu ikke lige”-dannelsen. Den spænder vidt, fra et historisk modigt udsyn, som var nødvendigt for at etablere en vidensplatform for alle, til en nationalistisk papkassemoral, hvor man helst holder sig inden døre. Den anden dannelse handler om selverkendelse og servicekrav. Lad os kalde den ”se mig!”-dannelsen.

Vi er i slutningen af 1700-tallet. Ansporet af progressive kræfter sydfra – Preussen, Frankrig og Holland – lignede dannelsen en sikker succes. Men så gik det galt. En del af dannelsen kørte fast et sted i den jyske muld, mens en anden fik travlt med at komme til ”Kongens Stad”, København. Den jyske model blev med årene til folkelighedens projekt. Der blev bygget folkeskoler, og degnen og landmandens sønner og døtre fik indsigt i en verden udenfor. Den sjællandske version var forelsket i tysk romantik og så det som en livsnødvendighed at tage på dannelsesrejse og udforske sjælens potentialer. Her handlede det om individuering. I Jylland gjaldt det om at få alle med. Langt senere valfartede jyderne til Las Palmas for at få sol og sul på maven, mens sjællænderne tog til Berlin for at skrive digte.

Lad os spole frem til nutiden og se på ekstremerne: Jysk dannelse ender ofte i regulær vidensangst. ”De skal fandeme ikk’ tro, de er no’e, déovre i Køwenhavn!”. Vi ved bedre. Underforstået, vi ved nok. Eller også slår sådan en dannelse over i socialkammeratlig nivellering, som var konsekvensen af ”Den blå betænkning” fra 1960. Alle skulle være med. Ingen var bedre end andre, og ingen havde mere ret end andre til at lade sig individuere.

Men sjællænderne og deres dannelse er heller ikke for køn. Den favoriserer tudeprinserne, der forkælet kræver service – viden, uddannelses tilbud, kulturel udfordring – og konstant spejler sig i deres egne fremskridt. Idealet er stadig en romantik, som er så forvitret i samfundet, at man tager den for givet: Jeg vil dannes i mit eget billede, og jeg kræver, at kulturen omkring mig flytter sig, når jeg selv flytter mig.

Facebook

I Danmark er dannelse noget værre rod. For hvad betyder det, når dannelsen er i frit fald? Er det fordi, der er slået skår i den jyske folkelighed? Eller er det snarere den sjællandske blærerøv – ”se mig!” – som har udviklet sig til uansvarlig narcissisme? Er den dominerende *facebooker* jyde eller sjællænder? Er Facebook et globalt og åbent meningsfællesskab, som får Jürgen Habermas’ idé om ”herredømmefri dialog” til at blegne, eller en uendelig promiskuitet, hvor pinligheden er norm og overmennesket ideal? Er det Jesus med tandbeskytter eller Nietzsche på speed?

Sjælland er rigt repræsenteret på Facebook. Især på den famøse ”Væg”. Sociologen Erving Goffman talte i bogen *The Presentation of Everyday Life* om ”impression management”, dvs. indtryksstyring. For at vores tilstedeværelse skal have betydning, i mødet mellem dit og mit ”face”, må den mening, vi ønsker at viderebringe, bygges ind i vores fremtræden. Derved opstår det paradoks, at vi tyr til dramatisering for netop at skabe en troværdig og autentisk relation mellem den rolle, vi spiller (eller den maske, vi bærer), og den situation, vi står i. Fremtoningen siger noget om vores sociale status, hvorimod vores manerer er et vidnesbyrd om selve interaktionens rolle i situationen. Nogle gange har jeg en pæn blazer på for at illustrere, at jeg agerer i embeds medfør. Men jeg kan godt finde på at bande kraftigt, hvis den konkrete kommunikation – stadig iført blazer

– tillader det.

På den måde er identitet ikke et spørgsmål om at finde ind til et ubesmittet ”jeg”, men snarere et spørgsmål om at finde en vis tryghed i den idealisering, som det lille drama om ”mig hér” og ”mig dér” afstedkommer. For virkelig at vise, hvem jeg er, må jeg performe idéen om mig, snarere end realiteten om mig. Og med den massive adgang til sociale medieteknologier er kravet om performance blevet stadigt hidsigere. Når grænsen mellem *deep backstage* (dér, hvor jeg virkelig er privat og kan sidde og skide i fred) og *frontstage* konstant sløres og bliver til *middle region* – info på Væggen, billeder, som kan ses af vennerne, og slibrige detaljer, som min chef potentielt kan bruge som argument for ikke at gi’ mig julegratiale – træder den sjællandske dannelse i karakter: Individueringen stigmatiseres som socialt ritual. Det er det kors, sjællændere bærer rundt på, ikke mindst på Facebook. På den ene side lever man med illusionen om, at man kan vise sit sande jeg ved netop kun at fremvise den *photoshoppede* udgave af job, strand og bogudsalg. Det er *Aus-Bildung* anno 2009. På den anden side bor der også en lille subversiv rebel i sjællænderen. Problemet er bare, at med det massive ritualfællesskab, som Facebook er, får den ensomme udbryder næppe lov til at stå alene ret længe. Der er altid nogle, som også synes, det er cool at bære dét kors og straks kreerer en ”Gruppe”, hvor man sammen kan hænge ud i ekstrem – og samtidig socialt valideret – individuation.

Det minder om barndommens hemmelige klubber. Man går mere op i at synliggøre reglerne for, hvordan klubben holdes hemmelig, end i at flytte foretagendet ned i kælderen, hvor ingen vitterlig opdager det. Og derfor går det sjællændere på Facebook, som det går med subkulturer i almindelighed. Kampen om at komme ud til individueringens kant mister dampen, når den bliver en del af den nye rituelle adfærd, hvorved den jo, ganske harmløst, undskylder den ideologi om massen, man startede med at fornægte. Omvendt er det ikke særlig sjovt at være ”hemmelig”, hvis man ikke må være det sammen med andre.

Beskederne på Væggen er en intimideret offentlighed, det hurtige fix, hvor den promiskuøse rastløshed kommunikerer. Det er sjællændernes foretrukne drama. På Væggen er selviscenesættelsen og selvforførelsen allermest nærværende. Her er spændvidden mellem privat og offentligt rum konstant til forhandling (ellers kunne man jo bare sende en privat besked eller tie stille). Og her nærmer Facebooks verden sig også – med Jean Baudrillards ord fra *The Ecstasy of Communication* – en ”af-scenificering”. Det handler ikke længere om modsætningen mellem virkeligt og uvirkeligt, reelt og iscenesat. I den ”obskøne æra”, som Baudrillard taler om, har vi mistet grebet om forførelsen, for den antager præcis, at der kan lokkes med en sandhed bag fænomenerne. Eller at der er et yderligere ansigt bag ansigtet. Det obskøne er det, der ”ikke længere gemmer en hemmelighed, og er fuldstændig absorberet i information og kommunikation”.

At kommunikere på jysk risikerer at stagnere i konformitet. Det svarer til at lukke af for forførelsen, inden den overhovedet går i gang. Men sjællandsk kommunikation ender også nemt i affortryllet porno: Det synlige åbner blot for endnu mere synlighed og ikke en magisk – måske endda jomfruelig – nøgenhed omme bagved.

Jyderne har profilbillederne. Ikke en hurtig rus som sjællændernes Væg, men en langtidsvirkende pille. Nu er farten sat en anelse ned, ikke mod et nulpunkt, hvor dramaet om fremtoning iser til, men netop i den folkelige tryghed, som tillader os at placere os selv kommunikativt i afgrænsede livs- og hverdagssituationer. Vi stiliserer os selv som fædre, mødre, kunstnere, vilde teenagere, neutrale lønslaver, fodboldfans, wildlife-entusiaster, filmfreaks, alene eller sammen med andre, up-close, sløret, kontrastfuldt, knivskarpt eller med webcam’ens naturlige begrænsninger, som i sig selv bliver en medieæstetisk præmis.

Men hvad enten jyden ender i flokdyrenes inertie (”sådan ser et ordentligt portræt altså ud, dér hvor jeg kommer fra ...!”), eller den sjællandske individuering bliver slugt op af alle de andres uundgåelige stigmatisering (”vi vil også profilere os, vil vi ...!”), så ligger begge på godt og ondt

under for Facebooks diskrete ideologi. Man kan ikke se den stiplede linje på gulvet, men vi er dannede nok til at vide, at den er der. Det er, som om sjællænderne har sat sig for at tale linjen væk, hvorimod jyderne vil tie den ihjel. Og på en måde er det dannelse i en nøddeskal: larmende uselvfølgeliggørelse og tavs værdsættelse.

Og det er kapitallogik version 2.0 på web'en. Det egentlige tyranni, den "systemiske vold", som filosofen og psykoanalytikeren Slavoj Žižek kredser om i *On Violence*, er ikke forvisningen fra utopien på den anden side af livet – med sine *instant fixes*, seriøse positurer og løsslupne feriefotos – men den stædige og ureflekterede fastholdelse af romantisk illusion: Der findes en anden verden. Dér er de lykkelige, dér tjener de flere penge, dér har de gennemskuet alting. Men skulle den romantiske drøm blive realiseret, ville den ikke være erstatning for en falsk eksistens – snarere støttetrykke for den materialiseringsiver, der stadig dyrkes som tavs præmis, også i de allermest kritiske kredse.

Oneliners

Måske har jeg fortegnet det mental-geografiske danmarkskort og reduceret jyder til træge trailere med ører og tilsvarende gjort sjællænderne til koleriske jubelhumanister, der synes alt er evigt spændende. Misforstå mig ikke. Dannelse er ikke bare noget med at være på evig jagt efter det nye og det overskridende. Dannelse er ikke ekstrem sport i humanismens gymnastiksal. Dannelse handler om overskridelse. Hvis man ikke uselvfølgeliggør sig selv af og til, stivner man. Man bliver en slags jøde. Men hvis man ikke tør holde fast i værdierne, som også er det filter, vi møder det nye og overskridende med, så ender man med at blive en lalleglad relativist. Altså en sjællænder.

Men sandheden er, at Herning og København i landet "Facebook" udtrykker en light-udgave af den forvirrede dannelse, som der pt. skrives gymnasiereform og Fælles Mål i skolen på, og dermed med sine *pros and cons* er et mikrokosmos over det samfund, vi lever i. Engang havde man filologi og realkommentarer. I dag bør man undersøge danskernes primære søgeord på Google. Gæt selv hvilke. På Søren Kierkegaards tid kunne jagten på selvidentitet aflæses i flanørens promenade på Kgs. Nytorv. I dag findes jeg'et kun, for så vidt det opdateres på Facebook.

Facebook er en vigtigst "tekst" at blive klog på i dagens Danmark. Farvefotos, *oneliners* på Væggen og lumre chokbilleder fra svendegildet siger det hele: Det er ikke det private rum, der er ved at forsvinde. Individueringen har sejret sig selv ihjel. Nej, det er den offentlige sfære, der forsvinder. Alle er jo for helvede så private.

Det er ikke privatlivet, der invaderes, men offentligheden, der eroderer. Eller som Jokeren synger: "Vi har en udvidet familie, en feudal økonomisk form for velvilje".

Kapital

En del af forklaringen på dette tomrum skyldes, som Luc Boltanski og Eve Chiapello beskriver i deres monumentale værk *Kapitalismens nye ånd* (1999), at kapitalismen som system ikke giver mening. Den er alene et krav om ubegrænset akkumulation med formelt set fredelige midler.

Men hvordan har den overlevet så længe? Nogle siger, at det er fordi, den har været ferm til at balancere velfærd og effektive verdensbilleder, som har tjent som fortrængningsmekanismer og stabilisatorer for omstyrning. Andre hævder, at kapitalismen ikke er statisk. Den har gennemløbet forskellige faser, hvor ikke blot organisering og produktion, men også ånd og rationalitet er blevet del af dannelsessystemet. Kapitalismen i sig selv har ingen overbygning, ingen ideologi, men den har altid formået at knytte tidsåndens attributter til sig.

Fra det 16. til det 19. århundrede havde kapitalismen sin første fase. Brændstoffet hentes i det religiøse, dels fordi mennesket i stigende grad begrundede en tiltagende gerrighed med en

prædestineret lære om frelse i det dennesides – og ikke i det hinsides – og dels fordi den nådige Gud omkalfatres fra en fjern alfader til et nært utilitaritetsprincip, hvor optimering af goder, ejendom og social anerkendelse knyttes til omsorg for familien og næsten. Det gode forskrives fra en åndelig fromhed, der tålmodigt må afvente det guddommeliges indgriben, til retfærdig og samtidig liberal fordelingspolitik, som direkte kan veksles til ejerskab og drømme om samme. Bevæger vi os frem til det 19. århundrede skaber industrialiseringen ikke bare de moderne produktionsbetingelser og arbejderressourcer, men også en ny universaltype. Industriens ridder er ingeniøren, iværksætteren, termodynamikkens profet, som både er en futuristisk forkæmper – en innovatør, for at bruge et nutidigt udtryk – og en gentænkning af renæssancens entreprenante universalgeni.

Anden fase, som løber fra 1930 og op i 60'erne er taylorismens epoke. Alt kan tilsyneladende forklares og forbedres ved rationalitet, systematik og forudseende kalkulation. Håndfaste metaforer er samlebåndet og regnearket. Der er ikke medarbejderloyalitet, som vi kender den i dag i form af den kærlige management, men firma- og produktloyalitet. Den nye helligdom har forskanset sig i mikroskopien som undskyldning for fremmedfrygt og som realiseringen af en milimeterpræcis forstadskultur: endeløse rækker af ens produktionsbånd, ens parcelhuse, ens køkkenudstyr, *little boxes*. Tilsvarende bedyrer det ridderlige ideal, at arbejdet er moralsk udviklende, og det er netop i denne fase – snarere end i industrialiseringens start hundrede år tidligere – at ideologien virker tungest og mest bastant. Kapitalismen hylder sit fortsatte virke gennem et massivt projekt om selvlegitimering, som samtidig er en beherskelsesstrategi. Man tager sig sammen og arbejder til fælles bedste. Lederen bliver en ny Gud, og funktionæren sikrer sig pension og penge til ferien. Af samme grund vokser modsætninger frem, som spændes ud, side om side, i det 20. århundredes kulturindustri: socialt naboskab og protokapitalistisk ligusterfacisme. Man passer sin have, hader sin nabo og begærer dennes datter.

Revoluten imod kapitalismen har altid grebet ud efter metafysikken, som om kapitalismen indebar en dæmonisk accept af universelle værdier – ondskab og udnyttelse – og som om kapitalismen abonnerede på en slagkraftig, men amoralsk frihed. Men kapitalismen er ikke en metafysik. Frihed, sandhed, fornuft og fællesmenneskelighed stikker dybere end dens maskinelle logik, og i det store historiske perspektiv synes det at være tilfældigt, at finansakkumulation og asymmetrisk ejerskabsfordeling går godt i spænd med frihedstanken. Af samme grund har revolutionsretorikken ofte klinget af enten en naiv tilbagevenden til en slags præ-feudal urkommunisme, hvor friheden så at sige materialiserede sig selv utvunget, eller et abstrakt begær efter et Utopia, hvor enhver forskelstænkning var endegyldigt suspenderet.

Var monotonien det dystre sindbillede på kapitalismens anden fase, er omstillingsparatheden og dens tvilling stressen grundsten i den tredje fase. I 1990'erne vokser projektsamfundet frem, og det afgørende for ledelsen og dens *hangarounds* er at kunne signalere risikovillighed for at sikre sig pant på det næste projekt. Der er ikke længere tale om en nedfrysning i et stabilt netværk af arbejdskalkuler og ressourceoptimering, men derimod om en bestandig genopfindelse af tiltrækningskraft og projektfornyelse. Her skal man konstant bevise, at man kan indgå i foranderlige teams, og at man har den individuelle gejst til at tage teten i næste projekt.

Som filosofen Anders Fogh Jensen skriver i et essay, som man kan downloade på hans hjemmeside, så bliver det en del af livet i den projektstrukturerede kapitalisme, "at man hele tiden arbejder i projektet med øje for det næste". Og han fortsætter: "Den sikkerhed kapitalismen tilbyder i projekter og midlertidige ansættelser består i at øge sandsynligheden for at den hyrede får et projekt bagefter. Ikke nødvendigvis her, men så et andet sted. Med andre ord kan sikkerhed ikke længere være, at det samme består. Sikkerhed består i at kunne finde noget andet."

"Employabilitet" er det nye buzzword, som prøver at indfange det kapriciøse vakuum mellem medarbejderomsorg og organisationsloyalitet: Som medarbejder er man konstant loyal over for kravet om at tiltrække nye projekter. Man kan sige, at monotonien stadig eksisterer, nu blot forklædt

som en evig drift efter fornyelse. Og selvlegitimeringen, hvormed jeg som lønmodtager evindeligt bør åbne mig for det nye – i fællesskaber og som ensomt individ – bliver en eksistentiel maske, der pænt må vente på oplysende forklaring, fordi næste projekt og det næste igen skal realiseres. For den moderne leder er stressen som et uhyre med to ansigter. Der er ikke tid til at overveje balancen mellem utilitaristisk fordelingspolitik og selvfornyende projektmageri. I kapitalismens tredje fase er kulturkritikken umærkeligt imploderet i den liberale tidsånd. Her stikker uhyret sin anden side frem. Den moderne leder har ikke ordene til at italesætte den eksistentielle basis for sin ”kærlige” firmaånd og medarbejderfilosofi, og han kan ikke vende sig mod forfatterne og filosofferne, som jo ellers har ord nok, for de er i mellemtiden blevet stigmatiseret som flæbende pladderhumanister. Konsekvensen er, at den moderne ledelsesstress er lige så meget en diskursiv sprogkrise som en materiel følelse af fremmedgjorthed.

Dårlig smag

Når kontrol bliver til selvkontrol, og ydre styring bliver til et indre krav om selvmobilisering, er der ikke langt til en konspiratorisk tanke om hverdagens manipulationer. Der har været navne i hobetal: Opium for folket, kulturindustriel tomhed, ideologisk udbytte, fastfood for den laveste fællesnævner – eller, som i det postmodernistiske mantra, en post-orgiastisk, selvtilfreds grynten, hvor ”dyret”, masserne, fed og træt efter seksuel, økonomisk og kulturel revolution, dovent lapper kapitalismens føde i sig, samtidig med at det med et irritabelt svirp med poten fejer enhver kritik og ethvert forsøg på oplysning af vejen. Og når den eksistentielle grund, som kulturradikalismen leverede, men ingen gider huske på længere, ikke giver nogen resonans længere, popper budskabet i *Klovn* op som nutidens spejl, trods alt: Det er ok at have dårlig smag, så længe man har god stil.

På en måde foregriber den folkelige freudianisme, hvor vi pludselig opdager, hvor meget, vi kan gøre galt, og hvor utilfredse, vi egentlig er, det senmoderne risikosamfund, hvor vi ligeledes står alene med vores selvbestaltede rotteræs og må klare os videre til næste projekt og den næste selvforførende stimulans. Først frygtede vi naturen, så fik vi ondt i underbevidstheden, hvorefter vi begyndte at frygte samfundet. Og vel at mærke et samfund, vi helt og aldeles selv har ansvaret for. Her er ingen Gud-Ingeniør, der kan vise vej, ingen paternalisk teknokrat, der kan rationalisere sagerne for os, og ingen nådig bureaukrat, som kan anvise en ny skranke.

Dér bliver reklamen et råb om identitet og en ny form for sokratiske selvhjælp. Den er et husliggjort facit på den manglende metafysik, nu bare med uforbeholden materialitetsbegær. I brandet hviler ultimativt en sekulariseret metafysik, som både handler om ånd og materie. Således Rita Clifton og Esther Maughan i *The Future of Brands*: ”A Brand is a mixture of attributes, tangible and intangible, symbolized in a trademark, name or symbol, which, if managed properly, creates value and influence”. Køber du en ny Mac, får du både friheden til absolut ikke at være en ”pc’er”, lækkert design og hardware på glasskrivebordet. Drikker du cola, nyder du en ”himmelighed” (Formula X) og stiller tørsten. Husarerne med Nike på fødderne er del af ”Swoosh”-emblemet globale sang om fart, kropspleje og identitetsskabelse, og Carolyn Davidsons oprindelige logo fra 1971 bliver samtidig en måde for dem at sprinte sig vej ud af dagplejemødrenes stramme greb. I nutidens kvindeliggjorte omgivelser dyrker mange mænd ikke blot fitness for velvære og livsforlængelse, men også som en belejlig – og netop transcendent – undskyldning for ikke at gå i IKEA med konen. Derved gør reklamen, hvad kunsten har tumlet med igennem hele det 20. århundrede: den hungrer efter metafysik og en fuldstændig materialebeherskelse.

Greed is Good

Til trods for al den materialitet, som klæber til den, er kapitalismen abstrakt og stedløs. Den knytter sig ikke til et enkelt land og er ikke direkte indskrevet i en styreform, som der kan laves love og regulativer efter. Måske er den blot den bedste og ærligste måde at subsumere grøden af demokratiske kræfter. At forklare globalisering med kapitalisme svarer til at gubbe to porøse papirlapper mod hinanden: de fnuldrer og falder på gulvet. Men som Fareed Zakaria anfører i en *Newsweek*-artikel fra 2009, "Greed is Good (To a Point)", er den simple sandhed, at kapitalismen uagtet sine sprækker og mangler er den suverænt mest produktive, økonomiske motor, vi endnu har skabt. Winston Churchill sagde i midten af det forrige århundrede om det kapitalistiske demokrati, at det er det værste system – hvis man vel at mærke ser bort fra alle de andre.

Hvad er værst? "De andres" trang til at ideologisere kapitalismen og dermed menneskeliggøre den som u-natur? Eller er der derimod noget iboende i kapitalismen, som ansporer netop den brogede gerrighed, som i middelalderen blev stemplet som én af Skærsildens syv dødssynder? Med den globale finanskriser er det blevet legalt enten at pege på kapitalismen som en kuldsejlet virkelighedsmodel eller at påstå kapitalismens abstrakte uskyld og i stedet udpege finansmagerne og investorernes uansvarlige forbrugerisme som de sande *bad guys*.

Hvis "ideologi" findes, tjener den af-ontologiseringen. Den forhindrer os i at se verden, som den er i sig selv. Traditionelt siger man, at ideologien er et slør, der lægges oven på den egentlige realitet. Men hvad nu, hvis ideologi i virkeligheden er vrangforestillingen om, at der findes noget mere egentligt, mere oprindeligt og mere sandt på den anden side? Det er dannelsens romantik: dramaet på Facebook om at være et godt menneske og finde et billede, der matcher.

Aviserne fortæller os, at Stein Bagger er synderen – og ikke den moderne kapitalisme, han agerer i. Antropomorficeringen er ikke alene naturlig (det er nemmere at blive vred på læreren end det abstrakte dannelsessystem). Den er også del af en undskyldende fortolkning, hvor de risici, vi ikke kan styre, men selv må tage ansvaret for, får ansigt og stemme. I sig selv har kapitalismen ingen konger og fyrster, ingen institutionelt givne chefer eller naturalistiske arvinger, og netop derfor giver de konspiratoriske fortællinger sprog til det abstrakte. De legitimerer forsøgene på at erstatte én ond metafysik med en anden. De skaber plads for en ny race af kreativt-liberale kommunister, der høster frugter på finansmarkedet og bagefter donerer de mange dollars til de fattige. Og de fortæller os, at vi bliver manipuleret med, at vi trælbindes af magten, som heldigvis fra tid til anden åbenbarer sig som rigtige mennesker med virkelige rockervenner, dyre koner og labre Strandvejsvillaer.

Epilog

Spændingerne slipper vi aldrig for. Der vil altid være jubelscener i soveværelset og tiggere på gadehjørnet, eksplosioner i Nyhederne og hvid røg fra Det Sixtinske Kapels skorsten, når en ny pave bliver valgt af konklavet. Kapitalisme uden bankerot og krise svarer til kristendom uden Helvede. Enhver konspiratorisk radikalitetstænkning, som ihærdigt forsøger at gribe ud efter utopien som et bastant korrektiv til en virkelighed, lige nu, der ikke er god nok, indser sjældent, at de spændinger er nødvendige for begæret. Hvis de ikke var der, var der intet at tænke ud over, intet at skræve henover, ingen at være uenige med og ingen sjældne øjeblikke, hvor en halv smøg, et funky fugleriff og en blå himmel katalyserer ren lykke.

Måske er reklamens fremtid at være bundet til den glade kapitalisme, en *Avatar*-logik, hvor de vilde navi'er udryddes *en lille smule*, men til gengæld vinder både moderne krigsgear og fornyet spiritualitet via injektionen af "handicappet" kulturimperialisme. Men det betyder ikke, at reklamen har undsagt skrøbeligheden og per definition er "god", fordi den er glad, eller "ond", fordi den bevidst forsøger Helvede ved blot at være en ny dæmonisering. Spørgsmålet er nemlig, om reklamen er en indsnævring til et nulpunkt eller en lystfuld ekspansion af muligheder, en bolemisk

fortrængning af materialiteten eller en psykopatisk radikaliserings af realiteten. Altså jysk eller sjællandsk.

Den franske forfatter Maurice Blanchot skriver i *L'entretien infini*, at det mest utopiske, der findes, er hverdagen. Den er uimodståelig og ubegribelig, på randen af fornuft, og alligevel er det hverdagens luft, vi indånder og forbrænder, time efter time. I den kan vi ikke huske mere end otte cifre ad gangen, men straks spotte den elskede i folkemængden. Sådant en hverdag er skinger og lige til at blive forelsket i.

Litteratur

- Baudrillard, Jean: *The Ecstasy of Communication*, Cambridge, Mass. 1988
- Blanchot, Maurice: *L'entretien infini*, Paris 1969
- Boltanski, Luc og Eve Chiapello: *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris 1999
- Clifton, Rita og Esther Maughan: *The Future of Brands: Twenty-Five Visions*, MacMillan 2000
- Goffman, Erving: *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York 1959
- Jensen, Anders Fogh: "Kapitalisme og ånd: Om Luc Boltanski & Eve Chiapellos *Le nouvel esprit du capitalisme* (1999)", hentet på <http://www.filosoffen.net>
- Lykkeberg, Rune: *Kampen om sandheden*, København 2008
- Walther, Bo Kampmann: *Konvergens og nye medier*, Kbh. 2005
- Walther, Bo Kampmann: "Dannelse på fynsk", in *Højskolebladet*, november 2008
- Walther, Bo Kampmann: "... har været 10 timer på arbejde, løbet en halv maraton, leget med ungerne, fikset garagen, muret en væg, skrevet 3 essays, og glæder sig til at se 8 afsnit af Lost ...", *Dansklærerforeningens Fællesskrift 2008*, København 2009
- Walther, Bo Kampmann og Rasmus Gents Sørensen: *We Love People – En bog om kærlighed*, WLP 2009
- Zakaria, Fareed: "Greed is Good (To a Point)", *Newsweek*, juni 2009
- Zizek, Slavoj: *Violence: Six Sideways Reflections*, Picador 2008