

INSTRUMENTALISERINGEN AV LIVSVERDENEN

En kritikk av Habermas' koloniseringstese

Av Andreas Brekke Carlsson

”There is money in emotion. This is not an obscure flaky agenda. It may represent the antithesis to the previous commercial rationale but it is not anti-commercialism. It is the new commercialism.” Nordström og Ridderstråle i *Funky Business*

Med uttrykket ”rasjonalitetens jernbur” formulerte Max Weber en karakteristisk modernitetserfaring. I et samfunn som i økende grad organiseres formålsrasjonelt, tvinges individene inn i strukturer som innebærer en omfattende begrensning av deres livsutfoldelse. Den kapitalistiske økonomien ignorerer og fortrenger alle andre menneskelige egenskaper enn dem som bidrar til å øke produktiviteten. Subjektivitet og produktivitet utgjør dermed et motsetningsforhold. Dette bildet, forenklet og fortegnet som det er, kan tjene som kontrast til dagens arbeidsliv. Dette preges i økende grad av subjektivisering. Egenskaper, personlighetstrekk og sosiale omgangsformer som tidligere ble skjøvet vekk fra arbeidslivet, blir nå ressurser i den nye økonomien. Denne utviklingen er imidlertid ikke uproblematisk. Jeg vil i dette essayet argumentere for at disse tendensene truer med å instrumentalisere elementer ved individet og dets sosiale liv som før var relativt uberørt av markedslogikken. For å undersøke denne tesen, vil jeg benytte meg av Habermas' teori om systemets kolonisering av livsverdenen.

Med begrepet ”livsverden” forsøker Habermas å beskrive de ikke-formaliserte sidene ved det sosiale livet. Språklig forståelse og enighetsdannelse skjer alltid innenfor en horisont av uproblematiskerte og intersubjektivt delte antagelser. Livsverdenen utgjør et „kulturelt

overlevert og språklig organisert forråd av fortolkningsmønstre“¹ og preges av en grunnleggende fortrolighet. Enkelte elementer blir kun problematisert viten når disse blir relevante for en situasjon. Livsverdenen kan dermed ikke totalrevideres. Selv om nye situasjoner, som krever nye tolkninger, alltid vil dukke opp, vil disse tolkningene igjen måtte basere seg på livsverdenens delte bakgrunnskunnskap. Bakgrunnskunnskapen overføres fra generasjon til generasjon. Denne bearbeidelsen av kunnskap, tradisjoner og normer, forstår Habermas som livsverdenens symbolske reproduksjon. Den symbolske reproduksjonen skjer innen livsverdenens tre strukturelle komponenter, det vil si innen kulturell overlevering, sosial integrasjon og individuell sosialisering.

Livsverdenen, slik Habermas beskriver den, er imidlertid ikke statisk. Den gjennomgår en sosiokulturell utviklingsprosess, som Habermas kaller rasjonaliseringen av livsverdenen. Dette betyr at den symbolske reproduksjonen blir *refleksiv*; istedet for å basere seg på overleverte normer og tradisjoner, blir den i økende grad avhengig av individenes kommunikative samhandling.

Men livsverdenen er ikke uttømmende for Habermas' samfunnsforståelse. I løpet av moderniteten oppstår det egne subsystemer, som marked og statlig-politisk forvaltning, som preges av en formålsrasjonell samhandling. De utgjør formalt organiserte handlingsområder, ”som ikke lenger integreres ved hjelp av samforståelse (*Verständigung*), som løsriver seg fra livsverdenskonteksten og størkner til en form for normfri sosialitet.“² Opprettelsen av subsystemer betyr for Habermas et grunnleggende skille mellom to forskjellige mekanismer for handlingskoordinering. Mens den *symbolske reproduksjonen* i livsverdenen koordineres ved hjelp av språklig frembrakt enighet, koordineres

den *materielle reproduksjonen* innen subsystemene ved hjelp av avspråkliggjorte (*entsprachlichte*) kommunikasjonsmedier. Habermas peker ut to slike kommunikasjonsmedier: penger innen markedet og makt innen forvaltningen. Denne forestillingen kan virke merkelig. Også innen byråkrati og marked gjør man seg selvsagt forstått ved hjelp av språket. Habermas' poeng er imidlertid at denne kommunikasjonen foregår på en annen måte enn i livsverdenen. Der kommunikasjonen i livsverdenen er *avhengig* av enighetsdannelse, kan kommunikasjonen i subsystemene alltid falle tilbake på formelle reguleringer. Mens kommunikasjonen i livsverdenen støtter seg på kulturelle overleveringer og retter seg mot en språklig samforståelse, er penger og makt effektivitetsorienterte kommunikasjonsmedier.

Moderne samfunn kjennetegnes, i følge Habermas, av en frakobling av system og livsverden. Dette betyr at subsystemene marked og forvaltning i tiltagende grad blir autonome i forhold til livsverdenen. "Organisasjoner oppnår autonomi gjennom en *nøytraliserende avgrensning fra livsverdenens symbolske strukturer*, på denne måten forholder de seg eiendommelig *indifferent* i forhold til kultur, samfunn og personlighet"⁷³. Moderne organisasjoners nøytralitet i forhold til *personlighet*, blir tydelig ved at det kun er spesialiserte og tekniske ferdigheter som nyttiggjøres. De ansattes biografi, sosiale bakgrunn og moralske overbevisninger blir irrelevante i forhold til den jobben de skal gjøre. Habermas bruker den kapitalistiske produksjonen som eksempel. Mens diverse former for produksjon i modernitetens tidlige faser skjedde i private hjem, hvor familier gjerne jobbet sammen, blir produksjonen utover 1800-tallet i økende grad formalisert. Arbeidet skjer i fabrikker og arbeidsoppgavene rasjonaliseres og effektiviseres etter vitenskapelige metoder. Arbeidslivet utkrystalliserer seg dermed som en sakliggjort og anonymisert sfære. Dette fører i en viss forstand til en oppsplitting av subjektet. En rekke av individenes ferdigheter og egenskaper har ingen plass i arbeidslivet og henvises til privatsfæren eller offentligheten. Den samme formen for nøytralisering gjelder i forhold til *kultur og samfunn*. Kulturelt særpreg og tradisjoner blir tendensielt luket ut av subsystemene og henvist til livsverdenen.

Denne adspjøttelsen er ikke negativ i seg selv. Det er først når systemet *trenger inn* i livsverdenen, at vi, i følge Habermas, kan forvente sosiale forstyrrelser. Denne prosessen kaller Habermas for systemets kolonisering av livsverdenen. Den materielle reproduksjonen, det vil si arbeid og statsforvaltning (byråkrati), kan, i følge Habermas, organiseres formålsrasjonelt. Handlingene innen denne sfæren lar seg koordinere ved hjelp av penger og makt. For livsverdenen er imidlertid situasjonen an-

nerledes. Livsverdenens *symbolske reproduksjon* kan ikke omstilles fra språklig, enighetsorientert kommunikasjon til avspråkliggjorte styringsmedier som penger og makt uten at det får patologiske konsekvenser. Men det er nettopp denne tendensen som, ifølge Habermas, truer dagens samfunn. Den formålsrasjonelle fornuften, rendyrket og institusjonalisert i markedet og byråkratiet, dominerer i økende grad også livsverdenen. Koloniseringen av livsverdenen kan dermed forstås som en form for tingliggjøring av den sosiale sfæren. Stadig flere områder som før var kjennetegnet av språklig samhandling, blir nå formalisert og underkastet systemets sakliggjorte og normfrie strukturer. Koloniseringen av livsverdenen har patologiske konsekvenser fordi den forstyrrer den symbolske reproduksjonen. Denne er avhengig av den språklig formidlede enighetsdannelsen i livsverdenen. Når denne fortreges til fordel for avspråkliggjorte koordineringsmedier som penger og makt, fører det til forstyrrelser i alle livsverdenens tre områder: meningstap innen den kulturelle overleveringen, anomier i den sosiale integrasjonen og diverse former for psykopatologier på området for individets sosialisering. Markedet og forvaltningens selvstendigjøring og økte grad av egenlogikk fører til at systemimperativene fremstår, fra livsverdenens perspektiv, som utenfrakommende omstillingskrav: "De selvstendigjorte subsystemenes imperativer trenger seg (...) *utenfra* og inn i livsverdenen- som koloniherrer i et stammesamfunn – og fremtvinger assimilasjon."⁷⁴

Som vi har sett hos Habermas kjennetegnes moderniteten av at systemet frisettes fra livsverdenen og utvikler en egenlogikk hvor livsverdenens normer og språklige kommunikasjonsform får stadig mindre plass. Men når det gjelder arbeidslivet virker ikke lenger denne beskrivelsen særlig treffende. Hvis en blar i nyere managementbøker får man et ganske annet inntrykk. Det snakkes om nettverk og prosjekt, kommunikativ kompetanse, human resources og teambuilding.

I *Der neue Geist der Kapitalismus*, viser sosiologene Luc Boltanski og Eve Chiapello hvordan managementlitteraturen har endret seg i løpet av de siste 30 årene. Særlig to begreper er viktig i den moderne managementlitteraturen: nettverk og prosjekt. Nettverksbegrepet begrenser seg ikke til næringslivet, men betegner en ikke-formalisert sammenslutning av mennesker. Nettverksbegrepet blir viktig for arbeidslivet fordi prosjektet i økende grad er den foretrukne arbeidsformen. Å jobbe med et prosjekt betyr at forskjellige mennesker innenfor et begrenset tidsperspektiv samarbeider for å nå en gitt målsetning. Prosjektet innebærer dermed at man knytter nye kontakter eller aktiverer gamle. Å gå fra prosjekt til prosjekt

virker dermed nettverksutvidende. Dette betyr et økt fokus på kreativitet, sosial kompetanse, engasjement og tilpasningsdyktighet. Bedrifter har gjerne en ”visjon” som de ansatte skal identifisere seg med. Betegnende i denne sammenheng er at ledelsen omtales som ”teamledere”, eller ”impulsgivere”. Bedriftene har også gjerne en ”coach” som er ansvarlig for at de ansattes potensial blir utnyttet til fulle. Disse utviklingstendensene kan omtales som en subjektivisering av arbeidslivet.

Denne oppmykningen av tradisjonell kapitalisme kan synes å innebære en livsverdenens kolonisering av systemet og ikke en systemets kolonisering av livsverdenen: Den nye kapitalismen åpner opp for det den tradisjonelle kapitalismen fortrenget. Individene kan dermed virkeliggjøre seg selv som helstøpte kreative og sosiale vesener. Jeg mener at en slik tolkning er feilslått. Livsverdenen bringes inn i arbeidslivet, ikke på egne vilkår, men innenfor et rammeverk av formålsrasjonalitet. For å vise dette vil jeg drøfte to aspekter ved ”nettverksøkonomien”: instrumentaliseringsen av selvforholdet og instrumentaliseringen av de andre.

Essayet ”Organisierte Selbstverwirklichung” argumenterer Axel Honneth for at individualiseringsprosessen og utbredelsen av det romantiske idealet om selvrealisering er blitt et systemimperativ. På grunn av utviklingstendenser innen reklamen, men først og fremst innen arbeidslivet, har selvrealisering blitt til en produksjonsfaktor, et krav som i stadig større grad påtvinger seg individene utenfra. Individualitet og selvrealisering er ikke noe som fortrennes av arbeidslivet, men snarere noe som i økende grad forventes av arbeidstakeren. Tendensen peker i retning av at arbeidet ikke lenger betraktes som utføringen av rent faglig bestemte arbeidsoppgaver, men heller som en aktivitet som legger beslag på hele personligheten. Sterkere sagt: evnen til å realisere sitt unike menneskelige potensial er i seg selv en avgjørende faktor for å lykkes i arbeidslivet. Faglig kompetanse er ikke lenger nok; personligheten som sådan *blir* den nye formen for faglig kompetanse. Følgelig går selvrealisering fra å være et biprodukt i en vellykket arbeidssituasjon, i form av selvsikkerhet og stolthet over å gjøre noe man kan, til å bli et krav som møter arbeidstakerne. I kapitlet ”Be Unique”, formulerer forfatterne av managementboken *Funky Business* det slik: ”The slogan of our times is UBU - you be you. The masquerade is over. Denial equals death. Successful people are successful because they are what they do and do what they are.”⁵ Dette sitatet innebærer en radikal avstandtagen fra både byråkratisering og taylorisme. *Masquerade* og *denial* betyr i denne sammenheng å gjemme seg bak tillærte ferdigheter og rutinisert arbeid, men fremfor alt å gjemme seg

bak en kollektiv identitet. Det er *ikke* slik at arbeidslivet kun skal legge til rette for individets utfoldelse. En unik individualitet forstås heller som et nødvendig kriterium, et være eller ikke være, for enhver arbeidstager: ”Historically, people who were different had a hard time. Now, deviance from the norm is the recipe for survival.”⁶

Konsekvensene av kravet om å utfolde en unik personlighet kan tenkes på to måter. Enten internaliserer individene dette kravet slik at den utenfrakommende fordringen blir et press individene legger på seg selv. Dette er, som jeg straks skal komme tilbake til, Axel Honneths perspektiv. Det andre perspektivet er at kravet forblir utvendig. Individene må likevel forholdet seg til det. I *Funky Business* argumenterer Nordström og Ridderstråle for at faglig kompetanse ikke lenger er nok. Det er ikke bare at tillært kunnskap stadig fortere blir irrelevant. For å tiltrekke seg oppmerksomhet, må man også ta sin egen personlighet og eget følelsesregister i bruk. Men ettersom en gitt personlighetstype eller en bestemt følelsesreaksjon i økende grad forventes, vil konsekvensene bli et instrumentelt og utvendig forhold til egne følelser og personlighet.⁷ Begrepet om ”å selge seg selv” peker i denne retningen. Individualitet står dermed i fare for å reduseres til en strategisk selvframstilling. Nordström og Ridderstråle sier det på denne måten: “We must brand, package and market ourselves so that we are desirable. Under what slogan will you be sold?”⁸

Honneths fokus er derimot på de psykiske omkostningene en *internalisering* av autensitetskravet fører til. Kravet om en autentisk selvrealisering kan lede til en form for introspeksjon som til slutt går på tomgang. De patologiske konsekvensene av denne utviklingen kan vi, i følge Honneth, spore i et stigende antall depresjoner og et økt forbruk av antidepressiva. Her baserer Honneth seg på Alain Ehrenbergs studie *Das Erschöpfte Selbst*. Ehrenberg peker på at formene for psykiske forstyrrelser har endret seg fra begynnelsen av 1900-tallet. Freud fokuserte på nevroser, som oppstår i det et sterkt samfunnsmessig press og moralske forbud leder til konflikter og fortrenninger. Nevrosen oppstår i det subjektet er i en indre konflikt med samfunnet. I dagens samfunn har depresjonen overtatt nevrosens rolle som den viktigste psykiske forstyrrelsen. *Depresjon* brukes innen psykiatrien som et vagt samlebegrep, bestående av lidelser som indre tomhet, skam og følelsen av tilkortkommenhet. Når de ytre autoriteter bortfaller og idealet om en unik individualitet blir norm, preges ikke lenger de psykiske patologiene av undertrykning, men derimot av overfordring på individet. Depresjonen, skriver Ehrenberg, ”er en *ansvarlighetens* sykdom, hvor følelsen av mindreverdigdom dominerer. Den depressive er ikke på høyden, han er utslitt av anstrengning-

gen ved å måtte være seg selv“.⁹

Spørsmålet er nå om det kan være fruktbart å se selvrealiseringskravet som preger dagens subjektiviserte arbeidsliv i lys av tesen om koloniseringen av livsverdenen. Dette er ikke åpenbart. De patologiske konsekvensene Honneth og Ehrenberg beskriver, synes å være kulturelt betingede. Forestillingen om å realisere seg selv, er en idé med utspring i livsverdenen og ikke i den økonomiske sfæren. Alt subjektivering av arbeidslivet bidrar til, er tilsynelatende kun å forsterke en negativ tendens som allerede forefinnes i livsverdenen. Likevel gjør Honneth et viktig poeng når han argumenterer for at selvrealiseringen, som før levde som et ideal innen livsverdenen, blir et *systemimperativ*. Markedet trenger dermed inn livsverdenen og forandrer premissene for idealet. Som Habermas har vist, preges livsverdenen av at tradisjoner og forestillinger i økende grad blir refleksive: de underlegges en rasjonell kritikk, basert på ”det bedre argumentets tvangsløse tvang”. Innen livsverdenen er selvrealisering, som ideal, diskuterbart og åpent for drøfting. Når idealet derimot blir en integrert del av arbeidslivets fordringer overfor individet, mister det denne statusen. Idealet forflyttes fra livsverdenen til systemet og vender tilbake til individet som et utenfrakommende og instusjonalisert *kran*, berøvet sin kommunikative status. Nettopp fordi idealet har sitt opphav i livsverdenen, snylter markedet på idealets legitimitet. Det som tilsynelatende kan betraktes som en frigjøring, fremtrer dermed heller som en økt mulighet for manipulasjon.

I nyere managementlitteratur fremheves evnen til å ”knytte kontakter” som en viktig egenskap hos arbeidstakeren. Å knytte kontakter skal ikke forstås som å opprette standardiserte avstandsforhold. Kun gjennom nære forbindelser kan man skape visshet om gjensidige forventninger. Opprettelsen av varme bånd i forhold til kunder og forretningsforbindelser fører til en rikere strøm av informasjon og skaper mer stabile forbindelser. Samtidig blir venner og bekjente man allerede har, betraktet som potensielle kilder til informasjon eller som redskap for å komme i kontakt med andre potensielle informasjonskilder. Ved hjelp av venner utvides ens eget

nettverk. Et stort nettverk av venner og bekjente forstås i seg selv som en ressurs i det nettverket øker individets konkurransedyktighet: ”For den profesjonelle fremstår begrepet ”kontakt” som en gullgrube, som det gjelder, på gullgravermaner, å utbytte.”¹⁰ At viktigheten av et stort kontaktnett er økonomisk begrunnet blir enda tydeligere når formidlingstjenester økonomiseres. Det betales honorar til mennesker som bringer andre mennesker i kontakt med hverandre.

Kontakter betyr informasjon. Med begrenset tid til rådighet, gjelder det derfor å unngå kontakter med lignende kompetanse som en selv. Et kontaktnett gir maksimalt utbytte når kontaktene besitter mest mulig forskjelligartet informasjon. *Måten* kontakten skal utnyttes, er imidlertid til forveksling lik opprettelse av vennskapsforhold. Sympati og felles interesser skal sørge for en ”spontan” tillit.¹¹ I

motsetning til byråkratiet og taylorismens formaliserte omgangsformer, blir personlige forbindelser satt i fokus. Det er selvsagt hverken noe nytt eller negativt ved det å knytte vennskapsforbindelser på arbeidsplassen. Det nye består i at tette, affektive forbindelser innlemmes i ledelsesstrategien og brukes som et ledd i en effektiviseringsprosess. Tette relasjoner blir dermed til en økonomisk ressurs i seg selv.

Skillet mellom instrumentell og uegennyttig handling er av avgjørende betydning for det sosiale livet. Mens

arbeidslivet er en legitim sfære for interesseorientert handling, opplever vi at nære forbindelser korrumpes hvis de har en instrumentell motivasjon. Vennskap kan tjene som eksempel. I følge Aristoteles er vennskap et essensielt ikke-instrumentelt forhold. I et vennskap forstås ikke den andre som et middel for å oppnå noe annet, men som et mål i seg selv. Å være en venn vil si å ønske det gode for vennen, for vennens egen skyld. Når en oppdager at noen en trodde var en venn, viser seg å ha søkt vennskapet kun for sin egen vinnings skyld, føler en seg misbrukt. Sosiale bånd, i motsetning til forretningsforbindelser, konstitueres av deres grunnleggende ikke-instrumentelle karakter.

Dette forholdet endrer seg, som vi har sett, i nettverksøkonomien. Her glir affektive og interesseorienterte atferdsmønstre inn i hverandre. I nettverksøkonomien stilles Aristoteles forståelse av vennskap på hodet. Nære



forbindelser skal søkes, ikke for deres egen skyld, men for å oppnå økonomiske fordeler. I det skillet mellom arbeid og fritid, instrumentell og uegennyttig handling tendensielt oppløses, blir det sosiale livet som sådant underlagt formålsrasjonaliteten. Enhver forbindelse er potensiell utnyttbar. Å knytte bånd til andre mennesker degraderes dermed fra å være et mål i seg selv til å bli et middel for økonomisk vinning. Nettverksøkonomien kan dermed anses som et institusjonalisert brudd på Kants tredje formulering av det kategoriske imperativ: "Handle slik at du alltid bruker menneskeheten både i din egen person og i en enhver annens person samtidig som et formål og aldri bare som et middel"¹²

Også økonomiseringen av nære forbindelser ligner på det Habermas beskriver som systemets kolonisering av livsverdenen. Forandringene innen kapitalismen betyr en økonomisering av den sosiale sfæren. Markedsimperativer trenger inn i livsverdenen og forandrer sosialt forankrede praksiser. Formålsrasjonaliteten, som ifølge Habermas er livsverdenen essensielt fremmed, preger stadig flere sosiale forbindelser. Slik forstått betyr nettverksøkonomien en kolonisering. Samtidig er det flere momenter ved Habermas' samtdiagnose som ikke treffer de utviklingstrekkene jeg har beskrevet. Marked og forvaltning forholder seg i følge Habermas indifferent i forhold til livsverdenens komponenter. Personlighet og kultur *noytraliseres* i møte med en formalisert arbeidsverden. Det er derfor Habermas beskriver systemet som en normfri sosialitet. Denne forståelsen av systemets autonomi i forhold til livsverdenen, preger også måten Habermas forstår systemets kolonisering av livsverdenen. Livsverdenens egenart fortreges av en sakliggjort og formalisert handlingskoordinering. Det er nettopp systemets radikale annerledeshet og indifferens i forhold til livsverdenen som gjør at Habermas kan bruke en kolonihernes inntreden i et stammesamfunn som metafor. Koloniseringen av livsverdenen skjer ikke skjult og fordekt, men åpenlyst. Som eksempel på hvordan en empirisk analyse av koloniseringstendenser kan se ut, tar Habermas for seg rettsliggjøringen av det sosiale livet. Når stadig nye områder underlegges juridiske regler og forordninger, blir sosiale strukturer som tidligere hadde en ikke-formal struktur formalisert. Dette fører til en tvangsmessig abstraksjon, en tingliggjøring av hverdagssituasjoner og dessuten en avhengighet av byråkratiske eksperter. Dette eksempelet, (som er det eneste Habermas utvikler i hele verket), er karakteristisk for hvordan Habermas forstår koloniseringen. Livsverdenen underkastes strukturer som er den fremmede.

De eksemplene jeg har beskrevet er av en annen art. I

nettverksøkonomien preges ikke markedet av indifferens i forhold til personlighet og kultur. Tvert i mot. Både kultur og personlighet blir oppfattet som avgjørende faktorer for en bedrifts vellykkethet. Begrepet "humankapital" er betegnende. Det er nettopp den unike personligheten, de nære bekjentskapene og den særpregede kulturen – alt det Habermas mente ble fortrent av systemet – som markedet nå nyttiggjør seg. For Habermas oppstår det patologiske konsekvenser i det systemet trenger inn livsverdenen og penger eller makt erstatter språket som samhandlingsmedium. Det er dermed systemimperativenes *krav om assimilering* som er det avgjørende punktet. Tilsynelatende ser det ikke ut som om denne karakteristikken treffer det subjektiviserte arbeidet. Her virker det ikke som om språket tilsidesettes. I det de formaliserte handlingsmønstrene mister sin betydning, må kommunikasjonen i økt grad bli språklig, det vil si enighetsbasert. Her er det imidlertid viktig å forstå hva Habermas legger i språklig samhandling. For ham betyr det en rasjonell stillingtagen. Men det er nettopp denne muligheten for stillingtagen som forsvinner når selvsrealiseringsidealet eller fokuset på affektive bånd mellom forretningsforbindelser blir en institusjonalisert fordring. Markedet fremstår heller ikke som en "normfri sosialitet", men derimot som verdiladet. Men dette forblir ideologi så lenge selvsrealiseringsidealet eller vektleggingen av følelser på samme tid begrunnes, skjult eller åpenlyst, som en måte å effektivisere bedriften. Dermed fanges idealet om autensitet, selvsrealisering og vennskapsbånd opp av den normfrie formålsrasjonaliteten som preger markedet. Der Habermas fokuserte på en fortregning av livsverdenens struktur, ser vi nå heller det man kan kalle en *instrumentalisering* av livsverdenen.

Dette fører til at Habermas' påstand om at systemimperativene vil fremstå som *fremmede*, kan problematiseres.¹³ Systemimperativenes status som fremmede baserer seg på systemets radikale annerledeshet i forhold til livsverdenen. Dette gjelder for eksempel rettsliggjøringen. Men i det livsverdenens egne særtrekk blir utnyttet for økonomiske formål, får systemimperativene en langt mer fordekt karakter. Dette gjelder ikke minst måten de legitimeres på. Mens andre former for systemimperativer må begrunnes rent formålsrasjonelt, for eksempel på økonomisk vis, som et krav om effektivisering, byr instrumentaliseringen av livsverdenen på nye begrunnelsesstrategier. Det som faktisk er en markedets inngripen i livsverdenen, begrunnes som en humanisering av kapitalismen. Manipulasjon av de ansattes følelsesliv kan rettferdiggjøres som bygging av en "varmere bedrift." Det at livsverdenen hentes inn i systemet gjør at arbeidslivet kan fremstå som mer menneskelig. At individene samtidig tvinges til å bruke stadig mer av seg selv og sine sosiale omgivelser formålsrasjonelt

står dermed i fare for å tilsløres. Subjektiviseringen av arbeidet betyr ikke at koloniseringen ikke finner sted. Tvert imot: markedets formålrasjonelle inngripen i livsverdenen fortsetter med ufortrøden kraft. Men denne koloniseringen skjer ikke slik som Habermas beskriver den, det vil si som fremmed for individene. I forhold til de eksemplene jeg har beskrevet, skjer den snarere skjult, idet den utnytter livsverdenens ressurser. Problemet med koloniseringstesen er at den ikke forholder seg til andre former for systeminngripen enn de åpenbare formene. Til

det mangler teorien en utbygget ideologikritikk.¹⁴

I innledningen til *Minima Moralia* skriver Adorno: ”Men forholdet mellom liv og produksjon, som i realiteten degraderer det første til en avspeiling av det siste, er fullstendig absurd. Mål og middel har byttet plass“¹⁵ I det livsverdenen instrumentaliseres skjer det en forvrengning av forholdet mellom mål og middel: livsverdenen reduseres til en økonomisk resurs. Det som burde være mål degraderes til middel. Det som burde være middel opphøyes til mål i seg selv.

¹ Habermas. 1995, bind 2, s.189. Oversettelsene er mine hvis ikke annet er oppgitt.

² Ibid. s.455

³ Ibid. s 455

⁴ Ibid. s. 522

⁵ Nordstrøm og Ridderstråle. 1999, s. 207.

⁶ Ibid. s. 208.

⁷ Dette kan kanskje synes som et luksusproblem for mennesker med godt betalte jobber. Problematikken er imidlertid høyst nærværende for alle som jobber i serviceindustrien. Selv om selvrealiseringskravet ikke gjør seg like sterkt gjeldende her, er utvendiggjort forhold til egne følelser et problem i det en følelsesmessig ytelse blir en del av servicen. I *The Managed Heart*, beskriver sosiologen Arlie Russel Hochschild, med utgangspunkt i en studie av flyvertinner, kostnadene

ved det hun kaller *emotional labour*. Konsekvensene er utbrenthet for de flyvertinnene som engasjerte seg for mye i de følelsesmessige aspektene ved jobben, og fremmedgjøring fra eget følelsesliv for dem som gikk inn for å ”spille følelser.”

⁸ Nordstrøm og Ridderstråle. 1999, s. 211.

⁹ Ehrenberg. 2004, s. 4.

¹⁰ Bellenger, L. *Eetre pro*. Paris. ESF. 1992. sitert i Boltanski og Chiapello, s. 158.

¹¹ Boltanski og Chiapello, s. 493.

¹² Kant. 1997, s 50. Oversettelse ved Eivind Storheim

¹³ Den følgende argumentasjonen legger seg nært opp til Arne Johan Vetlesens kritikk av Habermas i forhold til reklamen. Se Vetlesen. 2003, s 31-63.

¹⁴ Se Vetlesen. 2003, s 49-52.

¹⁵ Adorno. 1969, s. 7

Adorno, Theodor, W. 1969. *Minima Moralia*. Frankfurt. Suhrkamp

Boltanski, Luc og Chiapello, Eve. 2003. *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz. UVK

Ehrenberg, Alain. 2004. *Das erschöpfte Selbst*. Frankfurt. Campus Verlag

Habermas, Jürgen. 1995. *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt. Suhrkamp

Honneth, Axel. 2002. „Organisierte Selbstverwirklichung“ i *Beifreiung aus der Mündigkeit*. Frankfurt. Campus Verlag

Hochschild, Arlie, R. 2003. *The Managed Heart*. California. University of California Press

Kant, Immanuel. 1997. *Morallov og frihet*. Gyldendal

Nordstrøm, Kjell A og Ridderstråle, Jonas. 1999. *Funky Business*. Stockholm. Bookhouse Publishing

Karaokekapitalismen, 2004. Oslo. Universitetsforlaget

Vetlesen, Arne Johan. 2003. *Menneskeverd og ondskap*. Oslo. Gyldendal