

Immateriellt arbete

Maurizio Lazzarato

Innehåll

Den omstrukturerade arbetaren	4
”Immateriellt arbete” i dess klassiska definition	7
Autonomin hos det immateriella arbetets synergier	9
Den immateriella produktionscykeln	11
Storskalig industri- och tjänsteproduktion	13
Storskalig industri	15
Tjänster	17
Immateriellt arbete	19
Den estetiska modellen	21
Den immateriella arbetscykelns specifika skillnader	23
Skapande och immateriellt arbete	25
Noter:	27

En anseelig mängd empirisk forskning har ägnats de nya formerna för arbetets organisering. Detta har tillsammans med en motsvarande mängd teoretisk reflektion gjort det möjligt att identifiera en ny föreställning om vad arbete är nuförtiden och vilka nya maktrelationer det implicerar.

En inledande syntes av dessa resultat, inom ramen för ett försök att definiera den tekniska och subjektiv-politiska sammansättningen av arbetarklassen, kan uttryckas i begreppet immateriellt arbete. Det definieras som det arbete som producerar varans kulturella innehåll och informationsinnehåll. Begreppet immateriellt arbete refererar till två olika aspekter av arbetet. Å ena sidan, vad gäller varans informationsinnehåll, refererar det direkt till de förändringar som äger rum i arbetarnas arbetsprocesser i stora företag i industri- och tjänstesektorerna. Där är de förmågor som involveras i det direkta arbetet i allt högre grad förmågor som innefattar cybernetik och datakontroll (och horisontell och vertikal kommunikation). Å andra sidan, vad gäller den verksamhet som producerar varans "kulturella innehåll" så innefattar det immateriella arbetet ett antal verksamheter som inte brukar räknas som arbete – alltså sådana verksamheter som ingår i att definiera och befästa kulturella och konstnärliga normer, moden, smakriktningar, konsumtionsnormer, och mer strategiskt den allmänna opinionen. En gång var sådana verksamheter ett privilegium för borgarklassen och dess barn, men sedan slutet på 70-talet har de alltmer övergått i den domän som vi numera kallar "massintellektualitet". De djupa skillnaderna i dessa strategiska sektorer har radikalt omformat inte bara sammansättningen, styrandet och regleringen av arbetskraften – organiseringen av produktionen – utan också, ännu djupare, de intellektuella roll, funktion och verksamheter i samhället.

Den "stora förändringen" som började i slutet på 70-talet har ändrat själva termerna som frågan ställs i. Manuellt arbete inbegriper i allt högre grad moment som skulle kunna kallas "intellektuella", och de nya kommunikationsteknologierna kräver i allt högre grad subjektiviteter som är rika på kunskap. Det är inte så enkelt som att det intellektuella arbetet har underkastats de kapitalistiska produktionsnormerna. Det som hänt är att en ny "massintellektualitet" har uppstått. Den har skapats ur en kombination av kraven från den kapitalistiska produktionen och de former av "självvalorisering" som kampen mot arbetet har producerat. Den gamla tudelningen mellan "mentalt och manuellt arbete", eller mellan "materiellt och immateriellt arbete" riskerar att missa den produktiva verksamhetens nya natur, som anammar denna separation och transformerar den. Splittringen mellan föreställning och utförande, mellan arbete och kreativitet, mellan författare och publik, transcenderas i arbetsprocessen och påförs åter som politiskt imperativ inom "valoriseringsprocessen".

Den omstrukturerade arbetaren

Tjugo år av omstruktureringar i de stora fabrikerna har lett till en underlig paradox. De olika postfordistiska modellerna har byggt både på den fordistiska arbetarens nederlag och på erkännandet av det (alltmer intellektualiserade) levande arbetets centrala roll inom produktionen. I allt högre grad inbegriper i dagens stora omstrukturerade företag en arbetares arbete på olika nivåer förmågan att välja mellan olika alternativ och således ett mått av ansvar för beslutsfattandet. Begreppet "gränssnitt" (interface) som används av kommunikationssociologer ger en hygglig definition av en sådan arbetares verksamhet – som gränssnitt mellan olika funktioner, mellan olika arbetslag, mellan olika nivåer i hierarkin, etc. Det som de nya management-teknikerna är ute efter är att "göra arbetarens själ till en del av fabriken". Arbetarens personlighet och subjektivitet måste göras känsliga för organisering och ordergivning. Det är runt det immateriella som arbetets kvalitet och kvantitet organiseras. Detta transformerande av arbetarklassens arbete till ett kontrollarbete, till informationshantering, till beslutsfattande som inbegriper investering av subjektivitet, påverkar arbetarna på olika sätt utifrån deras positioner inom fabrikshierarkin, men är icke desto mindre närvarande som en irreversibel process. Arbete kan då definieras som kapaciteten att aktivera och hantera produktivt samarbete. I denna fas förväntas arbetarna bli "aktiva subjekt" i koordineringen av de olika funktionerna i produktionen, istället för att underkastas dem som order. Vi kommer till en punkt där den kollektiva läroprocessen blir produktivitetens hjärta, eftersom det inte längre är frågan om att organisera redan existerande arbetsfunktioner utan om att hitta nya.

Men problemet med subjektiviteten och dess kollektiva form, dess uppkomst och utveckling, har omedelbart tagit sig uttryck i en konflikt mellan samhällsklasser inom organiseringen av arbetet. Jag måste understryka att det jag beskriver ingalunda är någon utopisk vision om omstrukturering utan den högst reella terrängen och förutsättningarna för konflikten mellan klasserna. Kapitalisten behöver hitta ett oförmedlat sätt att ta befälet över själva subjektiviteten; att föreskriva och definiera sysslor förvandlas till föreskrivandet av subjektiviteter. De västerländska samhällenas nya paroll är att vi alla ska "bli subjekt". "Participative management" är en makt-teknologi, en teknologi för att skapa och kontrollera de "subjektiva processerna". Eftersom det inte längre är möjligt att begränsa subjektiviteten till själva utförandet av sysslor, så blir det nödvändigt för subjektets kompetens inom ansvar, kommunikation och kreativitet att göras kompatibla med de krav som "produktionen för produktionens skull" ställer. Alltså kommer parollen "bli subjekt" inte alls att eliminera antagonismen mellan hierarki och samarbete, mellan autonomi och order, utan istället återställer den problemet på en högre nivå, eftersom den både mobiliserar och kommer i konflikt med arbetarens personlighet. Först och främst har vi här en diskurs som är auktoritär: man måste uttrycka sig, man måste tala, kommunicera, samarbeta o s v. "Tonen" är samma som den som de som hade det exekutiva befälet under taylorismen hade, allt som ändrats är innehållet. För det andra, om det inte längre är möjligt att konkretisera arbetsuppgifter och ansvarsområden strikt (på det sätt som en gång gjordes med de "vetenskapliga" arbetsstudierna) utan arbeten istället numera kräver samarbete och kollektiv samordning, så måste subjekten i produktionen vara kapabla att kommunicera – de måste vara deltagare i ett arbetslag. Den kommunikativa relationen (både horisontellt och vertikalt) är således helt förutbestämd både till formen och innehållet; den är underordnad "cirkulationen av information" och förväntas inte vara något annat. Subjektet blir ett simpelt relä för kodning och avkodning, och de budskap som det förmedlar skall vara "klara och fria från tvetydighet" inom en kommunikationskontext som helt och hållet normaliserats av ledningen. Nödvändigheten av att påföra tvång och det våld som hänger ihop med det antas en normativ kommunikativ form.

Ledningens uppmaning att "bli kommunikationssubjekt" hotar att bli än mer totalitär än den tidigare rigida uppdelningen mellan mentalt och manuellt arbete (idé och utförande), eftersom kapitalismen försöker involvera även arbetarens personlighet och subjektivitet i produktionen av värde. Kapitalet vill ha en situation där ordergivningen ligger inom subjektet själv, och inom den kommunikativa processen. Arbetaren ska vara ansvarig för sin egen övervakning och motivation inom arbetslaget utan att någon förman behöver lägga sig i. Förmannens roll reduceras till underlättare. De som anställer folk är faktiskt extremt oroad av det problem som härmed skapas: å ena sidan är de tvungna att erkänna arbetets autonomi och frihet som den enda möjliga formen för samarbete i produktionen, men samtidigt är de tvungna (en livsnödvändighet för kapitalisten) att låta bli att "redistribuera" den makt som denna nya egenskap hos arbetet och dess organisation innebär. Dagens management-tänkande tar arbetarens subjektivitet i beaktande bara för att kodifiera den i enlighet med pro-

duktionens krav. Och återigen lyckas alltså denna förändringsfas dölja det faktum att arbetarnas individuella och kollektiva intressen inte är identiska med företagets.

Jag har definierat arbetarklassens arbete som en abstrakt verksamhet som nuförtiden rymmer subjektivitetens tillämpning. För att undvika missförstånd ska jag dock tillägga att denna form av produktivt arbete inte alls är inskränkt till de utbildade arbetarna; den refererar till ett bruksvärde hos arbetskraften idag, och mer generellt till alla produktiva subjekts verksamhet inom det postindustriella samhället. Man kan säga att hos den utbildade, kvalificerade arbetaren är den "kommunikativa modellen" redan given, redan konstituerad, och dess möjligheter är redan definierade. Hos den unga arbetaren, den bekymmersamma arbetaren, den arbetslösa ungdomen, handlar det om en ren virtualitet, en kapacitet som ännu är helt obestämd men redan kan visa upp alla särdrag hos den postindustriella produktiva subjektiviteten. Det virtuella i den förmågan är varken tomt eller ahistoriskt, det är snarare en öppning och en möjlighet som har sina historiska rötter i den fordistiska arbetarens "kamp mot arbetet", och på senare tid processer som socialisering, utbildning och kulturell självvalorisering.

Världens förvandling framstår ännu tydligare när man studerar produktionscykeln: den "diffusa fabriken" och decentraliseringen av proletariatet å ena sidan och de olika formerna av "tertiarisering" å andra sidan. Här kan vi mäta i vilken grad det immateriella arbetets cykel kommit att anta en strategisk roll inom den globala organiseringen av produktionen. Forskning, conceptualisering, förvaltning av mänskliga resurser etc, liksom alla olika verksamheter i tjänstesektorn organiseras inom datoriserade och multimediala nätverk. Detta är de termer vi måste förstå produktionscykeln och arbetsorganiseringen i. Integreringen av vetenskapligt arbete i industri- och tjänsteproduktion har blivit en av de avgörande produktivetskällorna, och håller på att bli en växande faktor i de produktionscykler som organiserar den.

”Immateriellt arbete” i dess klassiska definition

Alla den postindustriella ekonomins särdrag (både inom industrin och i samhället i stort) är höggradigt närvarande i de klassiska formerna av "immateriell" produktion: audiovisuell produktion, reklam, mode, produktion av mjukvara, fotografi, kulturella verksamheter, osv. Den här sortens immateriellt arbete tvingar oss att ifrågasätta de klassiska begreppen om arbete och arbetskraft, eftersom de kombinerar resultaten från många olika typer av arbetsförmågor: intellektuella färdigheter, vad gäller det kulturellt-informativa innehållet; manuella färdigheter för förmågan att kombinera kreativitet, fantasi och tekniskt och manuellt arbete; och entreprenörs-mässiga färdigheter i hanteringen av sociala relationer och struktureringen av det sociala samarbete som de är en del av. Detta immateriella arbete konstituerar sig i former som är omedelbart kollektiva, och man kan säga att det bara existerar i form av nätverk och flöden. Organiseringen av det immateriella arbetets produktionscykel (för det är exakt vad det är, bara vi överger våra fabriksromantiska fördomar – en produktionscykel) är inte uppenbar för betraktaren, eftersom den inte innesluts inom fabriakens fyra väggar. Platsen som den fungerar på är ute i samhället i stort, på en territoriell nivå som vi kan kalla "det immateriella arbetets bäcken". Små och ibland mycket små "produktionsenheter" (som ofta består av en person) organiseras för specifika ad hoc-projekt, och kanske existerar enbart så länge de specifika arbetstillfällena varar. Produktionscykeln sätts igång endast när kapitalisten önskar: så fort jobbet är gjort försvinner cykeln tillbaka in i de nätverk och flöden som möjliggör reproduktionen och berikandet av dess produktiva förmåga. Bekymmer, hyperexploatering, mobilitet och hierarki är de mest uppenbara egenskaperna hos immateriellt arbete i storstäder. Bakom den oberoende "självägde" arbetarens etikett hittar vi egentligen en intellektuell proletär, som erkänns som det enbart av dem som anställer honom eller henne. Det är värt att lägga märke till att med denna typ av arbete blir det allt svårare att skilja fritid från arbetstid. På ett sätt blir livet omöjligt att skilja från arbetet.

Den här arbetsformen kännetecknas också av verkliga kontrollfunktioner som består i (1) en speciell förmåga att hantera sina sociala relationer, och (2) framtvängandet av socialt samarbete inom det immateriella arbetets strukturer. Kvaliteten hos sådant arbete definieras alltså inte bara av dess yrkesmässiga förmågor (som möjliggör skapandet av varans kulturellt-informativa innehåll), utan också av förmågan att ansvara för sin egen verksamhet och agera som samordnare av andras immateriella arbete (produktion och kontroll av cykeln). Detta immateriella arbete framträder som en reell mutation av det "levande arbetet". På den punkten är vi ganska långt från de tayloristiska organisationsmodellerna.

Det immateriella arbetet befinner sig vid en korsväg (eller snarare, utgör gränssnittet) vid en ny relation mellan produktion och konsumtion. Aktiverandet av det produktiva samarbetet och av den sociala relationen till konsumenten materialiseras inom och av kommunikationsprocessen. Det immateriella arbetets roll är att främja kontinuerliga förbättringar inom kommunikationens former och förutsättningar (och därmed inom arbetets och konsumtionens). Det ger form åt och materialiserar behov, det imaginära, konsumenternas smak etc, och dessa produkter producerar i sin tur behov, bilder och smakriktningar. Varans egenart som produceras av immateriellt arbete (dess väsentliga bruksvärde ges av dess värde som informativt och kulturellt innehåll) består i det faktum att det inte förstörs av att konsumeras, utan snarare förstöras, förvandlar och skapar det konsumentens hela "ideologiska" och kulturella miljö. Varan skapar då inte arbetskraftens fysiska kapacitet, istället förvandlar den personen som brukar den. Immateriellt arbete skapar först och främst en "social relation" (en relation av uppfinning, produktion och konsumtion). Bara om den lyckas i en sådan produktion har dess verksamhet ett ekonomiskt värde. Verksamheten tydliggör något som det materiella arbetet hade dolt, nämligen att arbete inte bara skapar varor utan först och främst skapar kapitalrelationen.

Autonomin hos det immateriella arbetets synergier

Min arbetshypotes är då att det immateriella arbetets cykel utgår från en social arbetskraft som är oberoende och kapabel att organisera både sitt eget arbete och sina relationer till affärsentiteter. Industrin formar eller skapar inte denna nya arbetskraft, utan anammar den bara och anpassar den. Industrins kontroll över detta nya arbete förutsätter arbetskraftens oberoende organisation och "fria entreprenörsverksamhet". Om man fortsätter här kommer man över i debatten om arbetets natur i den postfordistiska fasen av arbetets organisering. Den gängse uppfattningen om den här problematiken bland ekonomer kan sammanfattas i ett enda uttalande: det immateriella arbetet verkar inom de organisationsformer som industrins centralisering tillåter. Om man går vidare från denna gemensamma bas finns det två olika skolor: den ena utvidgar den neoklassiska analysen, den andra är systemteorin.

I den förstnämnda kommer försöken att lösa problemen genom en omdefiniering av marknadens problematik. Man föreslår att man för att förklara de nya formerna av organisering och kommunikation inte bara måste ta in samarbete och arbetsintensitet i analysen, utan också andra analytiska variabler (antropologiska variabler? immateriella variabler?) och att man på den grunden kan få in andra optimeringsmål osv. Den neoklassiska modellen har uppenbart svårt att frigöra sig från de krav på koherens som teorin om generell jämvikt uppställer. Arbetets nya fenomenologier, de nya dimensionerna i organiseringen, kommunikationen, de spontana synergiernas potentialiteter, autonomin hos subjekten som ingår, och nätverkens oberoende, kunde inte förutses av en allmän teori som fann materiellt arbete och industriell ekonomi oundvikliga. Idag med den nya situationen framför oss ser vi mikroekonomin revoltera mot makroekonomin, och den klassiska modellen vittra sönder av en ny och icke-reducerbar antropologisk verklighet.

Systemteorin är mer öppen för arbetets nya fenomenologi och framförallt det immateriella arbetets uppgång, genom att avskaffa de begränsningar som marknaden innebar och istället sätta organiseringen i första rummet. I mer utvecklade varianter av systemteorin föreställer man sig organiseringen som en uppsättning faktorer, både materiella och immateriella, både individuella och kollektiva, som kan låta en given grupp uppnå sina mål. För att en sådan organisationsprocess ska lyckas krävs regleringsmedel, antingen frivilliga eller automatiska. Det blir möjligt att se saker från de sociala synergiernas synpunkt, och immateriellt arbete kan anammas tack vare dess globala effektivitet. Sådana synpunkter är likväl fortfarande knutna till en föreställning om arbetets organisering och dess sociala territorium i vilken verksamhet som är ekonomiskt effektiv (alltså verksamhet som anpassas till målet) alltid måste ses som ett överskott i relation till de kollektiva kognitionsmekanismerna. Sociologi och arbetsekonomi är båda systemiska discipliner, och därför oförmögna att frigöra sig från en sådan ståndpunkt.

Jag tror att en analys av det immateriella arbetet och en beskrivning av dess organisering kan leda oss bortom företagsteorins antaganden – vare sig det är den neoklassiska teorin eller systemteorin. Den kan få oss att på territoriell nivå definiera ett utrymme för radikal autonomi för det immateriella arbetets produktiva synergier. Vi kan alltså avgränsa oss mot de gamla tankeskolorna för att etablera en grundläggande "antroposociologi".

När denna synpunkt kommer att dominera inom den samhälleliga produktionen kommer vi att upptäcka att vi har en brytning i produktionsmodellernas kontinuitet. Med det menar jag alltså att jag till skillnad från många av postfordismens teoretiker inte tror att denna nya arbetskraft bara är funktionell för en ny historisk fas i kapitalismen och dess ackumulations- och reproduktionsprocesser. Den här arbetskraften är produkten av en "tyst revolution" som äger rum inom arbetets antropologiska realiteter och inom betydelseernas omkonfigurering. Lönearbete och direkt underkastelse utgör inte längre den huvudsakliga formen för kontraktet mellan kapitalisten och arbetaren. Ett polymorft självägt autonomt arbete har seglat upp som den dominerande formen, en sorts "intellektuell arbetare" som själv är entreprenör och tar plats på en marknad som ständigt skiftar och i nätverk som är föränderliga i tid och rum.

Den immateriella produktionscykeln

Hittills har jag analyserat begreppet om immateriellt arbete från en synvinkel som kan betraktas som "mikro-ekonomisk". Om vi nu ser det immateriella arbetet inom produktionscykelns globalitet, som den är ett strategiskt stadium av, så kommer vi att se en rad särdrag hos den postfordistiska produktionen som ännu inte tagits upp.

Jag vill särskilt visa hur valoriseringsprocessen tenderar att identifieras med produktionen av samhällelig kommunikation och hur de två stadierna (valorisering och kommunikation) omedelbart har en samhällelig och territoriell dimension. Begreppet om immateriellt arbete förutsätter och resulterar i ett utvidgande av det produktiva samarbetet till att omfatta även produktionen och reproduktionen av kommunikationen och därmed dess allra viktigaste innehåll: subjektiviteten. Om fordismen integrerade konsumtionen i kapitalets reproduktionscykel så integrerar postfordismen kommunikationen. Ur en strikt ekonomisk synvinkel förskjuter det immateriella arbetets reproduktionscykel den relation mellan produktion och konsumtion som definieras lika mycket av den "dygdiga keynesianska cirkeln" som av marxismens reproduktionsscheman i Kapitalet. Nu ska vi snarare än "utbud och efterfrågan" tala om omdefinieringen av relationen mellan produktion och konsumtion. Som vi såg tidigare är konsumenten inskriven i varans färdigställande redan från början. Konsumenten är inte längre begränsad till att konsumera varor (och förstöra dem i konsumtionsakten). Istället kan konsumentens konsumtion vara produktiv i enlighet med de nödvändiga förutsättningarna och de nya produkterna. Konsumtionen är framförallt en konsumtion av information. Konsumtionen är inte längre "fullbordandet" av en produkt, utan en verklig samhällelig process som för tillfället definieras med termen kommunikation.

Storskalig industri- och tjänsteproduktion

För att upptäcka den immateriella produktionscykelns nya kännetecken, bör vi jämföra den med storskalig industri- och tjänsteproduktion. Om den immateriella produktionscykeln omedelbart demonstrerar posttaylorismens hemlighet (att den sociala kommunikationen och det sociala förhållande som konstituerar den blir produktiva), skulle det vara intressant att undersöka hur dessa nya sociala relationer animerar t.o.m. industri och tjänster. I så fall blir vi tvungna att omformulera och omorganisera t.o.m. de klassiska formerna av produktion.

Storskalig industri

Den postindustriella ekonomin är baserad på manipulation av information. Snarare än att säkerställa övervakningen av produktionens inre funktioner och bevakningen av råmaterialsmarknaderna (inklusive arbete), fokuserar näringslivet på terrängen utanför produktionsprocessen: Försäljning och relationen med kunden. Det lutar alltid mer mot kommersialisering och finansoperationer än mot produktion. En produkt måste säljas innan den tillverkas, t.o.m. i tung industri som biltillverkning; en bil sätts inte i produktion förrän försäljningsnätverket beställt den. Denna strategi bygger på produktion och konsumtion av information. Den mobiliserar viktiga kommunikations- och marknadsföringsstrategier för att samla information (känna av marknadens tendenser) och cirkulera den (konstruera en marknad). I och med fordismens och taylorismens masskonsumtion av standardiserade varor, kunde Ford säga att konsumenten hade valet mellan en svart modell T5 eller en annan svart modell T5. "I dag är standardvarorna inte längre framgångsreceptet och självaste bilindustrin, de stora lågprisseriernas gamla förkämpe, skulle vilja skryta med att ha blivit en neoindustri av singularisering" och kvalitet.⁽¹⁾ För majoriteten av företagen innebär överlevnad den permanenta jakten på nya kommersiella öppningar, vilka leder identifikationen av alltmer omfattande och differentierade produktlinjer. Innovation är inte längre underordnat endast rationaliseringen av arbetet, utan även kommersiella imperativ. Det verkar alltså som om den postindustriella varan är resultatet av en kreativ process som involverar både producenten och konsumenten.

Tjänster

Om vi går från industri i egentlig mening till "tjänstesektorn" (stora banktjänster, försäkringsbranschen, o.s.v.), framträder processens kännetecken som jag beskrivit ännu tydligare. Idag bevittnar vi inte riktigt en tillväxt av tjänster, utan snarare en utveckling av "tjänsterelationerna". Steget bortom den tayloristiska organiseringen av tjänstesektorn karakteriseras av integrationen av förhållandet mellan produktion och konsumtion, där kunden aktivt ingriper i produktens komposition. Produkten "tjänst" blir en social konstruktion och en social process av "skapelse" och innovation. I tjänstenäringar har "back office"-uppgifter (klassiskt tjänstearbete) avtagit till förmån för "front office" (relationen med kunder). Sålunda har det skett en förflyttning av mänskliga resurser mot affärsverksamhetens yttre del. Färska sociologiska undersökningar visar att ju mer en tjänsteprodukt klassas som en immateriell produkt, desto mer distanseras den från den industriella organisationsmodellen för relationen mellan produktion och konsumtion. Förändringen i denna relation har direkta konsekvenser för organiseringen av det tayloristiska tjänstearbetet, eftersom det ställer både arbetets innehåll och arbetsdelningen på huvudet (och sålunda förlorar förhållandet mellan tanke och utförande sin unilaterala karaktär). Om produkten definieras genom kundens intervention och därför är i permanent evolution blir det alltmer knepigt att definiera tjänsteproduktionens normer och att fastställa ett "objektivt" mått på produktivitet.

Immateriellt arbete

Alla dessa kännetecken för den postindustriella ekonomin (både i den storskaliga industrin och den tertiära sektorn) betonas i den egentliga "immateriella" produktionens skepnad. Audiovisuell produktion, reklam, mode, mjukvara, o.s.v. definieras alla av det särskilda förhållandet mellan produktionen och dess marknad eller konsumenter. Detta är taylorismens motpol. Immateriellt arbete skapar och modifierar fortlöpande kommunikationens former och villkor, vilken i sin tur är den kontaktyta som omförhandlar förhållandet mellan produktion och konsumtion. Som jag noterade tidigare producerar immateriellt arbete först och främst en social relation det producerar inte bara varor, utan även kapitalrelationen.

Om dagens produktion är den direkta produktionen av en social relation, är det immateriella arbetets "råvara" subjektivitet och den ideologiska miljö, där denna subjektivitet lever och reproducerar. Subjektivitetsproduktionen upphör att vara blott ett instrument för social kontroll och blir direkt produktiv, eftersom det postindustriella samhällets mål är att konstruera kunden/kommunikatören och att konstruera den som "aktiv". Immateriella arbetare (de som jobbar med reklam, mode, marknadsföring, TV, cybernetik, o.s.v.) tillfredställer en efterfrågan åt kunden, samtidigt som de etablerar denna efterfrågan. Det faktum att immateriellt arbete producerar subjektivitet och ekonomiskt värde samtidigt åskådliggör hur kapitalistisk produktion har invaderat våra liv och brutit ned alla motsättningar mellan ekonomi, makt och kunskap. Den sociala kommunikationsprocessen (och dess huvudsakliga innehåll, produktionen av subjektivitet) blir här direkt produktiv, eftersom den på ett visst sätt "producerar" produktion. Processen, genom vilken det "sociala" (och vad som är än mer socialt, d.v.s. språk, kommunikation, o.s.v.) blir "ekonomiskt" har inte blivit tillräckligt studerad ännu. I själva verket är vi å ena sidan förtrogna med en analys av subjektivitetsproduktion definierad som en konstituerande "process", utmärkande för en "relation till självet" beträffande produktionsformerna för kunskap och makt (som i en viss ådra av den franska poststrukturalistiska filosofin). Men denna analys genomskär aldrig tillräckligt de olika formerna av kapitalistisk valorisering. Å andra sidan utvecklade ett nätverk av ekonomer och sociologer (och innan dem, den italienska postoperaisttraditionen) på 80-talet en omfattande analys av den "sociala produktionsformen". Men den analysen integrerar inte tillräckligt subjektivitetsproduktionen som valoriseringens innehåll. Här definieras den posttayloristiska produktionen just som att sätta subjektivitet i arbete både för att aktivera produktivt samarbete och för produktionen av varornas "kulturella" innehåll.

Den estetiska modellen

Men hur är den sociala kommunikationens produktionsprocess utformad? Hur produceras subjektivitet inom denna process? Hur blir produktionen av subjektivitet produktion av kunden/kommunikatören och dess potential att konsumera och kommunicera? Vilken roll har immateriellt arbete i denna process? Som jag redan har sagt är min hypotes denna: produktionsprocessen för kommunikation tenderar att omedelbart bli valoriseringsprocessen. I det förflutna organiserades kommunikationen huvudsakligen genom språk och institutionerna för ideologisk och litterär/konstnärlig produktion. Idag, då kommunikationen är förlänad industriell produktion, reproduceras den genom särskilda teknologiska system (kunskaps-, tanke- bild-, ljud- och språkreproduktions-teknologier) och genom organisationsformer och management som är bärare av ett nytt produktionssätt.

För att förstå formeringsprocessen av social kommunikation och dess subsumtion i det "ekonomiska", är det mer fruktbart att använda den "estetiska" modellen som inbegriper författare, reproduktion och mottagning, snarare än den "materiella" modellen. Den estetiska modellen avslöjar, till skillnad från traditionella ekonomiska kategorier, aspekter som konstituerar de posttayloristiska produktionsmedlens "specifika skillnader".

(2) Den "estetisk-ideologiska" produktionsmodellen kommer att bli en småskalig sociologisk modell, med alla de begränsningar och svårigheter en sådan sociologisk omvandling för med sig. Modellen med författare, reproduktion och mottagning kräver en dubbel omvandling: För det första måste de tre stegen i denna skapande-process omedelbart kännetecknas av sin sociala form. För det andra måste de tre stegen förstås som uttryck för en produktiv cykel.

(3) "Författaren" måste bli av med sin individuella prägel och förvandlas till en industriellt organiserad produktionsprocess (med arbetsdelning, investeringar, beställningar, o.s.v.). "Reproduktion" blir till en massreproduktion enligt lönsamhetens krav. Publiken ("mottagarna") tenderar att bli kunden/kommunikatören. I denna process av socialisering och subsumtion inom den intellektuella aktivitetens ekonomi, tenderar den "ideologiska" produkten att ta varuformens skepnad. Jag bör dock understryka att subsumtionen av denna process under kapitalistisk logik och omvandlingen av dess produkter till varor inte avskaffar den estetiska produktionens egenart, d.v.s. den kreativa relationen mellan författare och publik.

Den immateriella arbetscykelns specifika skillnader

Tillåt mig att snabbt understryka de tre ”stegens” specifika skillnader i relation till de klassiska formerna för kapitalets reproduktion.

Vad gäller att immateriellt arbete är en ”författare”, är det nödvändigt att poängtera dess produktiva synergi-ers radikala autonomi. Som vi har sett tvingar immateriellt arbete oss att ifrågasätta de klassiska definitionerna av arbete och arbetskraft, eftersom det är resultatet av olika sorters know-how: intellektuella färdigheter, manuella färdigheter och entreprenörsskicklighet. Immateriellt arbete konstituerar sig självt i direkt kollektiva former som finns som nätverk och flöden. Underkuvandet av dessa samarbetsformer och färdigheternas bruks-värden under kapitallogiken fråntar inte det immateriella arbetets sammansättning och mening dess autonomi. Tvärtom öppnar det upp konflikter och motsättningar, vilka, för att använda en gammal Marxformel, åtminstone kräver en ”ny form av exposition”.

Den ”ideologiska produkten” blir på alla sätt och vis en vara. Termen ideologisk karakteriserar inte produkten som en ”avspegling” av verkligheten, som sant eller falskt medvetande. Tvärtom, producerar ideologiska produkter nya stratifieringar av verkligheten; de är korsningen där mänsklig makt, kunskap och handling möts. Nya sätt att se och veta kräver nya teknologier och nya teknologier kräver nya sätt att se och veta. De ideologiska produkterna är inneboende i den sociala kommunikationens formeringsprocesser, de är d.v.s. samtidigt resultaten och förutsättningarna för dessa processer. Helheten av de ideologiska produkterna konstituerar människors ideologiska miljö. Ideologiska produkter omvandlas till varor utan att någonsin förlora sin särskildhet. De är alltid adresserade till någon, de ”betecknar ideal”, och därför uppstår problemet med ”mening”.

Allmänheten tenderar att bli modell för konsumenten (publiken/klienten). Allmänheten (i betydelsen användaren – läsaren, musiklyssnaren, TV-publiken) som författaren adresserar har som sådan en dubbel produktiv funktion. För det första, som den ideologiska produktens adressat, är allmänheten ett konstituerande element av produktionsprocessen. För det andra är allmänheten produktiv genom mottagandet som ger produkten en ”plats i livet” (m.a.o. integrerar den i den sociala kommunikationen) och tillåter den att leva och utvecklas. Mottagande är sålunda från detta perspektiv en kreativ handling och en del av produkten. Omvandlingen av produkten till vara kan inte avskaffa denna dubbla kreativitetsprocess; den måste snarare ikläda sig den som den är och försöka att kontrollera den och underordna den sina egna värden.

Vad omvandlingen från produkt till vara inte kan bli av med är alltså situationens egenart – Den öppna skapandeprocess som etableras mellan immateriellt arbete och allmänheten och organiseras av kommunikation. Om innovationen i den immateriella produktionen skapas av denna öppna process, begränsas entreprenören till att suga ut värderingarna som allmänheten/konsumenten producerar, för att befördra konsumtionen. Dessa värderingar förutsätter de sätt att vara och leva som stöder dem. Ur dessa överväganden dyker det upp två huvudsakliga konsekvenser. För det första blir värderingar ”satta i arbete”. Omvandlingen från produkt till vara förvrider eller avleder den sociala fantasin som produceras i olika former av livet. Men samtidigt måste varuproduktionen inse att den är maktlös vad gäller sin egen produktion. Den andra konsekvensen är att det nu är människors levnadssätt (i sina kollektiva och kooperativa former) som är källan till innovation.

Analysen med olika ”steg” i det immateriella arbetets cykel tillåter mig att föra fram hypotesen att det är den sociala relationens helhet (här representerad av författare-arbete-publik-relationen) som är produktiv enligt modaliteter som direkt sätter ”meningen” i spel. Den här produktionstypens egenart präglar inte bara produktionsprocessens ”form” genom att skapa ett nytt förhållande mellan produktion och konsumtion. Den innebär även ett problem för den kapitalistiska reappropriationen av denna process. Detta samarbete kan aldrig förutbestämmas av ekonomi, eftersom det handlar om det samhälleliga livet självt. ”Ekonomi” kan endast repropriera detta samarbets former och produkter, genom att normalisera och standardisera dem. De kreativa och innovativa elementen är intimt sammanlänkade med de värderingar som levnadssätten producerar. Kreativitet och produktivitet i postindustriella samhällen bor å ena sidan i dialektiken mellan levnadssätten och värderingarna de producerar, å andra sidan i subjektens aktiviteter som konstituerar dem. Den legitimering som (den schumpeterska) entreprenörens kapacitet till innovation innebar har numera förlorat sin grund. Eftersom den kapitalistiska entreprenören inte producerar det immateriella arbetets form och innehåll, producerar han/hon inte ens innovation. För ekonomin återstår endast möjligheten att styra och reglera det immateriella arbetets aktiviteter och att skapa knep för att kontrollera och skapa allmänheten/konsumenten genom kontroll över kommunikation och IT och deras organisatoriska processer.

Skapande och immateriellt arbete

Dessa snabba överväganden tillåter oss att ifrågasätta den vedertagna modellen för intellektuellt arbete och gå bortom uppfattningen om kreativitet som ett uttryck för "individualitet" eller som de "härskande" klassernas arvegods. Simmels och Bakhtins arbeten, formulerade i en tid då immateriell produktion just hade börjat bli produktiv, ger oss två helt olika metoder att framställa relationen mellan immateriellt arbete och samhället. Den första, Simmels, är helt fixerad vid delningen mellan manuellt och intellektuellt arbete och ger oss en teori om det intellektuella arbetets kreativitet. Den andra av Bakhtin, som vägrar se den kapitalistiska arbetsdelningen som på förhand given, utformar en teori om social kreativitet. Simmel förklarar i allt väsentligt "modets" funktion som ett fenomen av härmning eller distinktion, reglerat och styrt av klassförhållanden. Sålunda är det den övre medelklassen som skapar mode och de undre klasserna försöker apa efter. Här fungerar modet som en barriär som oavbrutet dyker upp, för att den oavbrutet rivs ned. Det intressanta med denna diskussion är att det immateriella arbetet att skapa är begränsat till en särskild social grupp och sprids endast genom härmning. På en djupare nivå accepterar denna modell en arbetsdelning baserad på en motsättning mellan manuellt och intellektuellt arbete, vars mål är regleringen och "mystifieringen" av den sociala skapande- och innovationsprocessen. Denna modell kanske kunde överensstämma med den immateriella arbetsmarknadens dynamik vid gryningen för masskonsumtionen (vars effekter Simmel mycket intelligent förutsåg). Men i det postindustriella samhället är den hopplöst ute om man vill försöka förklara relationen mellan immateriellt arbete och konsument/allmänhet. Bakhtin däremot, definierar immateriellt arbete som undanträngandet av delningen mellan "manuellt arbete och intellektuellt arbete" och demonstrerar hur kreativitet är en social process. Bakhtin och hans kompisar i Le ningradcirkeln har detta sociala fokus i sina arbeten om "estetisk produktion". Det är detta undersökningsspår som verkar hetast för att utveckla en teori om den immateriella produktionens sociala cykel.

Bearbetning Jan Boklöv

Noter:

1. Yves Clot, *"Renouveau de l'industrialisme et activité philosophique"*, Futur antérieur, no 10 (1992): 22.
2. Både de kreativa och sociala elementen i denna produktion uppmuntrar mig att våga mig på den "estetiska modellen". Det är intressant att se hur man kan anlända vid denna nya uppfattning om arbete genom att börja vid antingen konstnärlig aktivitet (i situationisternas fotspår) eller vid traditionell fabriksaktivitet (i italienska operaistteoretikers fotspår). Båda angreppssätten är beroende av det jättemarxistiska konceptet "levande arbete".
3. Walter Benjamin har redan analyserat hur både konstnärlig produktion och reproduktion, liksom deras varseblivning antagit kollektiva former ändå sedan 1800-talets slut. Jag kan inte uppehålla mig här för att beakta hans verk, men det är verkligen fundamentalt för en genealogi av immateriellt arbete och dess reproduktionsformer.

Det Anarkistiska Biblioteket



Maurizio Lazzarato
Immaterieelt arbete

Motkraft

www.anarkistiskabiblioteket.se