

Vidensbasaren



AF REKTOR LARS-HENRIK SCHMIDT

* Et af argumenterne for, at danske universiteter skal fusionere, er ønsket om verdensklasse. Det betyder, at man forestiller sig, at danske universiteter skal konkurrere på et verdensmarked for uddannelse og forskning. Det skal ske i globaliseringens hellige navn. Samtidig skal universiteterne konkurrere om basisbevillingerne. Og så lyder det minsandten, at nogle universiteter er fredede, fordi de holder til i en bestemt region. Når nogen får disse tanker, må det være med henvisning til tesen om, at der ikke er nogen modsætning mellem globalisering og regionalisering. Det har sin rigtighed, men det er, som om man har glemt det afgørende spørgsmål om, hvor stor en region skal være i en globaliseret økonomi.

I dag omgås man med den største selvfølgelighed kategorien 'konkurrence' – underforstået at man tror, man ved, hvad det er. Det ved man vel fra økonomien? Nej, det gør man ikke. Man ved da, at konkurrence øger kvaliteten? Nej, det er der absolut ingen evidens for. Problemet er, at vidensøkonomien er over os. Man kan holde hus med viden, men man kan ikke leve af viden, lige så lidt som man kan leve af at være blikkenslager. Man kan leve af det, viden giver anledning til, en produktudvikling, et indtjeningsforhold. Men så er vi jo tilbage i en traditionel økonomisk forestilling.

Kan man konkurrere på viden? Ja, i trivial pursuit, kemi-olympiader og internationale test. Viden er noget, man lærer eller har lært, men det siger ikke ret meget om det lærende menneske, den lærende institution og den lærende økonomi. Det handler kort sagt om omsætning af viden. Heriblandt – og det er det nye – at nogen tror på den, at nogen tror på, at den kan omsættes, ganske som med ejendomsværdierne. Vi står konfronteret med en immateriel økonomi, ja med en imaginær økonomi. Det hjælper ikke at have viden, hvis man ikke kan få nogen til at tro på den. I den forbindelse er evidens for kvalitet i forskning og undervisning naturligvis ikke at foragte, men mon ikke de to sidste ben i universiteternes portefølje vil vise sig af lige så stor betydning, nemlig administration og formidling, altså effektivitet og salg: reklame. Det er nok en god ide at have et bugnende reklamebudget, når man skal lancere de danske universiteter. Det er kort sagt en glimrende ide at slå pjalterne sammen, hvis det handler om at sælge de danske universiteter.

"Kan man konkurrere på viden? Ja, i trivial pursuit, kemi-olympiader og internationale test. Viden er noget, man lærer eller har lært, men det siger ikke ret meget om det lærende menneske, den lærende institution og den lærende økonomi."

Adam Smith var i bund og grund moralfilosof. Hans forestilling var den enkle, at konkurrencen kunne erstatte krigen; den siden så fortærskede ide om 'den usynlige hånd' optræder en gang på de 1000 sider, som 'The Wealth of Nations' byder på. Konkurrence handler om, at der findes en ækvivalent. Et verdensmarked kræver en almen ækvivalent. Længe har vi forestillet os, at denne ækvivalent hed kvalitet inden for vidensinstitutioner. Hvis man tror på globaliseringen af viden, tror man på en almen ækvivalent. En gang hed denne ækvivalent såmænd 'sandhed', men vilkåret har ændret sig i videnspolitikken. Kvalitetsopfattelsen er ikke almen og bliver det formodentlig aldrig. Der er grænser for globaliseringen i almindelighed og for globalisering af viden i særdeleshed. Derfor er vidensmarkedet ikke et verdensmarked. 'Markedet' er en markedsplads og derfor en langt mere situationel institution, ja måske en regional sådan. Værdien er imaginær og prisen derefter – underforstået der er ikke faste priser i en ægte basar: Hvad vil du give for min vare: "Morning price for you Sir!", "Special price for you Madam"! Basaren kan avancere til en børs eller en auktion.

Hvor omfattende mon vores basar egentlig er? Hvor stor er vores 'region'? Basaren finder sted nu om dage; den er ikke stedbunden. Én ting er sikkert: Den er ikke global. Spørgsmålet er, hvem de danske universiteter vil 'slås' med, og hvem de laver fredsftaler med. Hvad er det, vi sælger ud af? ■