

Individuelt forbrug og fælles betingelser

Principielle overvejelser

(Et diskussionsoplæg/foredrag af Steen Ole Rasmussen, tlf. 36 93 23 63)

De kommercielle medier, der lever af at sælge budskabet, og de folkevalgte, der lever af at sælge stemmer, har det til fælles, at deres succes, kommercielt/politisk, afhænger af, om de er i stand til at slå igennem på markedets betingelser.

Ud over det at markedet er et konkret vilkår så er det en ideologisk konstruktion

Forbrugeren møder udbuddet af kommercielle og politiske budskaber. Markedet for kommercielle og politiske budskaber bestemmer, hvad det er for meninger og budskaber, der vinder. Markedet er et vilkår for producenter af politiske budskaber og forbrugere af samme.

Herunder bestemmes det, hvilke beskrivelser af markedet der vinder over andre. Kritikken af markedet overlades til og afgøres også på markedets vilkår. Ideologikritikken, kritikken af markedsideologien overlades til ideologien og markedet i forening.

Forenelighed – uforenelighed

Budskabet – om hvor uforenelige forbrugers individuelle interesser er med hensynet til de sande almeninteresser og fællesskabets betingelser – overlades til forbrugeren og formuleres af de politikere og medier, der lever af at give forbrugeren, hvad forbrugeren vil have.

Hvis individet ikke køber budskabet om, at det individuelle forbrug er uforeneligt med hensynet til de fælles almeninteresser/forudsætninger, så taber budskabet, selv om det er sandt i videnskabelig forstand. Succes på markedets betingelser kræver nemlig at individet køber budskabet. Budskabet – om at individet ikke har ret – er uforeneligt med markedet som succeskriterium. **Men spørgsmålet om markedets forenelighed med sine forudsætninger bliver til et spørgsmål om markedets forenelighed med sig selv i markedet, der hvor det overlades til markedet at afgøre spørgsmålets skæbne! (Spørgsmålet om habilitet overlades til den inhabile)**

For at overleve på markedets betingelser er medierne og politikerne tvunget til at bekræfte forbrugeren i, at dennes efterspørgsel og interesser er forenelige med det alment bedste, og i overensstemmelse med hensynet til samfundets forudsætninger, ellers mister medierne markedsandele og politikerne bliver fravalgt.

Liberalisterne har ideologisk ophøjet markedet til realitetsprincip, og dermed principielt lukket af for kritikken af markedsmekanismerne, hvor andre ideologier kun er dømt til at fremføre kritikken af markedet på markedets vilkår af rent praktiske grunde. Liberalismen går i al sin enkelhed på den dogmatiske antagelse, at hvad der kan sælges på markedsvilkår, hvad den købedygtige forbruger køber, af

varer, ydelser og beskrivelser af sig selv, det er til alles fordel. Det er ideologiens indhold, det glade absolut salgbare budskab.

De andre, ikke liberalister, som også er dømt til at begå sig politisk og overleve på massekommunikationsmediernes vilkår, er nødt til at bekræfte forbrugeren i dennes foretrukne selvbeskrivelse, som pr. definition går på, at dennes forbrug og efterspørgsel er forenelig med eller lige frem udtryk for det nærmeste, som man kommer det fælles bedste.

Forgudelsen af forbrugeren er let at forstå. Ingen har råd til at bide den hånd, der fodrer en.

Videnskab og public service

Argumentationen for at staten opretholder en bred vifte af public service tilbud inden for massekommunikationen, som ikke er underlagt de kommercielle succeskriterier eller det politiske systems indflydelse, er funderet i indsigten i det forhold, at markedsmekanismerne har sine begrænsninger, at de pr. definition lukker af for kritikken af markedsmekanismerne; Det forhold, at man videnskabeligt kan beskrive, at forbruget på markedets betingelser ikke er foreneligt med hensynet til samfundets eksistensbetingelser, det vil aldrig slå igennem på markedets vilkår. Flertallet af forbrugere køber nemlig aldrig budskabet om, at deres forbrug er uforeneligt med eller i uoverensstemmelse med hensynet til samfundets naturlige eksistensbetingelser. Det kan iagttages i det forhold, at budskabet stort set ikke forefindes, selv om det er sandt. Derfor er der brug for public service og en videnskab, som ikke er underlagt de kommercielle succeskriterier og den liberale ideologi¹.

Det markedsbaserede demokrati er selvnegerende

Demokratiet virker performativt selvnegerende, dvs. praktisk såvel som kommunikativt; Kommunikativt modsiger det sig selv med sine udsagn og i praksis underminerer det sit livsgrundlag.

Det er bevist i praksis, at den frie verdens økonomisk og socialt mest privilegerede borgere bidrager suverænt mest til den globale opvarmning, forbruget af begrænsede ressourcer, ødelæggelsen af verdenshavene med forurening og overfiskning, destruktion af biodiversiteten på land og i vand, osv. Den højt besungne økonomiske vækst er objektivt set først og fremmest udtryk for den hastighed, hvormed den rigeste sjettedel af verdens befolkning tenderer mod at ødelægge livsgrundlaget for sig selv og de andre fem sjettedele af jordens snart 7 milliarder beboere.

Kommunikativt modsiger man sig selv, når det hedder sig, at alle har ret til at blive hørt. For i den kommunikative praksis tillader flertallet ikke det videnskabeligt kvalificerede budskab – om, at flertallets interesser som forbrugere er uforenelige med hensynet til de fælles forudsætninger, de sande fællesinteresser – i at komme til sin ret: ***”Retten til at tale bruges til at fortie det, der er at sige om flertallets kommunikative og generelle socialt selvnegerende adfærd”!***

¹ Den siddende regering har i et utal af handlinger demonstreret, at den identificerer videnskabens eksistensberettigelse med dens bidrag til erhvervslivets behov, uddannelse af medarbejdere, udvikling af produkter.

Demokratiet hverken moralsk eller rationelt forpligtende

Den principielle diskussion om markedsmekanismernes og demokratiets utilstrækkelighed i forhold til den udfordring, som samfundet har sat sig selv i, er i dag overladt til markedet. Det moderne samfund er af samme grund ude af stand til at forholde sig rationelt til det, at det er ved at ødelægge sig selv med sin egen politisk kommercielle succes. Det handler om, at demokratiet på markedets betingelser har mistet sin forpligtende karakter i moralsk og rationel forstand.

De videnskabelige beskrivelser af demokratiet

De videnskabelige beskrivelser af, at de demokratiske og kommercielt højtflyvende forbrugeres succes tenderer mod at underminere samfundets forudsætninger, og dermed egen succes, kan ikke sælges, uanset hvor videnskabeligt sande de er. Den videnskabelige beskrivelse af, at de sejrende på markedets vilkår ødelægger sine egne eksistensbetingelser, den henslæber en tilværelse i periferien af den kommercielt politisk ideologisk italesatte dagsorden, hvor den er det moderne samfunds store tabu, dvs. den henslæber tilværelsen som de "succesfuldes" kollektive fortrængning.

Ingen af de kommercielle medier eller de politiske grupperinger kan sælge budskabet om, at den enkeltes forbrug og interesser er i strid med hensynet til det fælles bedste og samfundets betingelser, selv om forbruget og den moderne succes for længst er beskrevet som det moderne samfunds største trussel.

Politikerne lever af at sælge ideologien, der ophøjer de stemmeberettigedes interesser til udtrykket for de sande almeninteresser, også selv om der er tale om en ideologisk betinget og praktisk form for selvbedrag og løgn.

Dem, der ikke af ideologiske grunde ophøjer de stemmeberettigedes interesser til udtrykket for de sande almeninteresser, de er alligevel nødt til at fremstille vælgerens interesser, som om de var forenelige med hensynet til det fælles bedste, ellers mister de politisk opbakning, og dermed indflydelse til dem, der overtager rollen som udbyder af det glade løgnagtige budskab. I henvisningen til markedsmekanismen kan enhver politiker finde undskyldningen for at lyve. På den måde kan alle undskylde sig i demokratiets og ytringsfrihedens navn!

Alle har mulighed for at bidrage til den kollektive selvdestruktion med den undskyldning, at de alligevel ikke kan gå imod flertallets lov, summen af særviljer og under henvisning til den selvbeskrivelse, som medier og politikere tilbyder individet med dets præferencer inden for individuelt forbrug.

Kampen for ytringsfrihed og demokrati falder i praksis sammen med kampen for den enkeltes ret til at bidrage til ødelæggelsen af fællesskabets forudsætninger, og det sker under højtidelige erklæringer om at ville det modsatte.

Sande almeninteresser, fælles betingelser

I individualismens navn er det blevet påstået, at der ikke findes sande almeninteresser. Det er strengt taget rigtigt (Æstetikken, sanseligheden er et psykisk fænomen, der kun manifesterer sig på det individuelt autonome plan).

Det er blevet brugt som argument for, at der heller ikke findes fælles forudsætninger, dvs. forudsætninger, som ikke er strengt individuelle. Til det kan der svares, at alle f.eks. har brug for luft, vand, føde, medmennesker, komplimenterende referencerammer af social karakter, herunder kommunikation og sex. Den dag individet i sandhed er betinget i et og alt af sig selv i et vakuum, først den dag kan man i liberalismens navn f.eks. tale om, at der ikke findes fælles livsbetingelser. Og det individ, der ikke kan identificere sig med det fælles, er, sagt på godt dansk, det samme som en vaske ægte idiot! Dem er der mange af.

Grisebasserne

Læg mærke til den pågående² valgkamp. Ingen nævner her, at danskerne er nogle af de størst forbrugende svin i hele verden. Vi er altså ikke kun verdens største producenter af svin, men vi tilhører selv kategorien. Verdensnaturfonden har for få måneder siden offentliggjort en undersøgelse, der på videnskabeligt grundlag viser, at danskerne gennemsnitligt er de tredje mest svinende af alle nationaliteter. Samtlige politiske grupperinger, fagforeninger, arbejdsgivere og kommercielle medier taler om at forbruge sig ud af den pseudokrise, som landet befinder sig i økonomisk; Efterløn skal væk eller den daglige arbejdstid skal op, for at alle kan arbejde mere og længere, dvs. producere og forbruge sig ud af svineriet.

Medierne lever af at opfordre til forbrug, reklamer, og af at sælge de mest salgbare former for social individuel selvbeskrivelse.

Forskning og marked

Forskningen bliver mere og mere kommercialiseret. De videnskabelige kriterier for at skelne mellem hvad der er sande og falske beskrivelser, de fortrænges af dogmet om at afstanden mellem forskningsresultater og faktura skal fjernes. Sagt på en anden måde: Selv sandheden om markedsmekanismernes uforenelighed med hensynet til markedets mulighedsbetingelser kan fortrænges fra forskningen med argumentet om, at den ikke kan sælges. Sandheden om markedet overlades til markedsmekanismernes under højtidelige erklæringer om at ville fjerne forskellen mellem fakturaen og resultatet. Markedet trækker veksler på alt samtidigt med at det performer, som om dets succes var funderet i et vakuum. Det kan beskrives videnskabeligt, at det er det ikke. Det faktum at markedet er ved at smadre sine egne forudsætninger ændres ikke af om det kan betale sig eller ej.

Retsvæsen

Retsvæsenet sigter primært på at sikre den private ejendomsret, dvs. det lovsikrede grundlag for at kunne akkumulere uanet og forbruge uanet i økonomisk forstand. Juraen virker konserverende i forhold til den økonomisk sociale praksis, som netop er selvnegerende.

² Lars Løkke indledte valgkampen med sin nytårstale i begyndelsen af 2011, men har af taktiske årsager ikke trykket på knappen endnu. Han venter på at opinionsundersøgelserne med de rigtige tal.

Forpligtende kritik

Den forpligtende kritik af det moderne samfunds selvnegerende adfærd er af indre social nødvendighed bortcensureret fra det sociale selvbeskrivelse. Derfor må den formuleres uden for de rammer, der tilhører den selvnegerende adfærd. Og budskabet kan ikke forvente megen hjælp fra samfundets primære funktionssystemer; retsvæsenet, det politiske, den kommercialiserede forskning, det økonomiske...

Dette lille oplæg er et forsøg på at formulere det upopulære budskab og den kritik, som der netop ikke er rum for i den kontekst, som er genstand for kritikken. Det ligger i budskabet, at budskabet – om at den enkeltes individuelle interesser i at få så stor andel i den økonomiske omsætning som muligt er uforenelig med hensynet til samfundets eksistensbetingelser – ikke sælger. Men det forhold, at budskabet ikke sælger, gør det ikke mindre sandt eller mindre forpligtende, set ud fra en anden overordnet og tvingende social rationalitet, end den der ligger i markedets indre tvang.

Problematikken melder sig med en på mange måder udemokratisk nødvendighed, og den supplerer markedsmekanismen og demokratiet med en højere form for forpligtende rationalitet, end den, som den pladderideologiske tilbedelse af den individuelle frihed til at smadre livsbetingelserne står for.

Der opfordres hermed til at forholde sig til følgende spørgsmål:

Hvordan kan du ændre din livsform, så den ikke længere er i konflikt med vore fælles livsbetingelser?

Sælg bilen, brug din cykel. Hvis dit arbejde er langt væk, så flyt dertil, eller find dig et nyt. Gå ned i indtægt. Drop udlandsrejserne med fly. Hvis du skal rejse, så rejs ud mindst et år ad gangen. Charterturismen er både ekstremt destruktiv i økologisk forstand og fordummende i kulturel forstand!

Hvordan skaber du dig et godt liv på lavere forbrug? Selvforsyning, tusk, vennetjenester, ændret fokusering på værdier, fokus på det nære, fjernelse af fokus på symboler for kommercielle succes, osv.

Hvordan bekræfter du dig selv og dine medmennesker i, at hverken du eller andre kan vækste sig ud af den mangel og den form for destruktion af fælles forudsætninger, der følger af den økonomisk vækst?

Hvordan kan du bedst muligt forhindre dine medmennesker i at forbruge mere end det aller mest nødvendige af vore fælles naturlige ressourcer?

Hvor langt skal vi gå i vor kamp mod samfundets illegitime adfærd?

Hvor destruktivt kan vi tillade os at agere i forhold til den sociale selvdestruktion?

Hvilke konflikter skal vi vælge og hvilke konflikter er ikke værd at tage?

Vi vil aldrig få adgang til de kommercielle massemedier, men vi kan måske begrænse deres udbredelse; dels ved at underminere deres økonomi, dels ved at påpege det patetiske i deres indre nødvendighed, dels ved at påpege deres, og retsvæsenets mangel på legitimitet, dvs. de love som understøtter de superakkumulerendes forbrug af fælles betingelser.

Arbejdet, især det lønnede, anses i dag for at være kilden til det gode liv eller den begrænsede faktor for det gode liv. I virkeligheden er arbejdet primært kilden til den pengeøkonomiske omsætning, som på ingen måde har patent på det at være kilde til værditilvækst og godt liv. Det meste lønarbejde er dræbende trivielt, overflødigt eller direkte skadeligt, ikke kun for lønmodtageren og arbejdsgiveren, der er forblindet i lønarbejdsinstitutionens væren, men især er det destruktivt for alle andre, de mange der kun mærker de uhensigtsmæssige virkninger af den galoperende pengeøkonomiske omsætning.

Samfundets love er ikke legitime, dvs. de er hverken moralsk eller rationelt forpligtende. Men det er ikke sikkert, at det gør det legitimt at bryde dem?

Hvordan skal vi ændre det net af love, som den selvdestruktive adfærd er funderet i?

Hvordan når vi nogen sinde frem til den nødvendige politiske indflydelse?

Hvornår er det i orden at være civilt ulydig og hvornår er det f.eks. nødvendigt at holde op med at betale til overforbruget i de institutioner, som holder hånden under og over de selvdestruktive mekanismer?

Kan man leve for et beløb, der ligger under den skattefri bundgrænse? Er man ikke forpligtet til det alligevel? Bør man ikke lade være med at betale skat, selv om det ikke er muligt at ernære sig for mindre end 40.000 kr. om året?

Hvordan kan man støtte hinanden og den livsførelse, som ikke er funderet i skattepligtig pengeøkonomi?

Hvor mange former for lovlig naturalieøkonomisk underhold findes der? Hvad skal vi kalde den legitime form for sort økonomi? Er det ikke livets økonomi?

Hvordan kan vi trænge den store selvdestruktive hvide økonomi tilbage?

Hvordan standser vi den økonomiske væksts destruktion af livet på jorden?