

CEVEA, CEPOS, De kommercielle medier, Den herskende orden og alternativerne

Det er klart nok ikke for tænkningens skyld, eller af hensyn til mulighederne for at træffe bedre beslutninger, at venstrefløjen har fået sin egen tænketank, CEVEA. Man kender alt for godt Cepos' betydning. Det er mere i relation til problemstillingen, der går på at genvinde den politiske magt, at man har forsøgt på at lave sin egen kopi af et alternativ til Cepos.

Muligheden for at vinde politisk magt, som det er nu, afhænger af kommerciel styrke og magt, adkomsten til de kommercielle medier, hvor den kommercielle italesættelse af den politiske dagsorden og dermed den herskende orden finder sted; Magtens fordeling bestemmes ikke af de rigtige tanker, men bestemmes af italesættelsen af den politiske dagsorden.

Det kræver kommerciel styrke at hamle op med den performance, som man finder hos Cepos, i medierne, i markedsfundamentalismens udgave af socialdarwinismen, hvor succeskriterierne udledes som den perfekte syntesen mellem kommercielle målsætning og ideologi. Cepos falder uden at gøre vold på sin ideologi i et med de vilkår, som de kommercielle medier identificerer sig med. Det gælder ikke for Cevea.

Cepos' ideologiske budskab er velkendt: "man lever for at overleve på markedets betingelser", og har forvekslet/identificeret kampen for overlevelse og kampens markedsbetingelser/vilkår med selve "meningen i tilværelsen", garantien for rigtigheden af udviklingens retning.

Vil man noget andet end den gældende elendighed, (det marked som Cepos identificerer med meningen osv.) af med den herskende orden, må man tilsyneladende bøje sig for elendigheden, orientere sig kognitivt ud fra elendigheden som vilkår, og bekræfte den for at modsige den!

Det har da også været venstrefløjens undskyldning for at reducere sig selv til en del af elendigheden; lige som man må være ond for at realisere det gode i ny og næ, har de, der påstår at se grænserne for gyldigheden af de kommercielle succeskriterier, undskyldt sig med, at de var tvunget til at orientere sig mod metoderne og mulighederne for at brænde igennem mediehavet, hvis de skulle bryde de kommercielle succeskriteriers patent på meningsfuldhed.

De andre guder

Det eneste, der reelt truer de kommercielle medier, er internettet med dets kaos og søgemaskiner, der som [skabte skabere](#) forsøger på at finde en ny form for kosmos i det kosmiske kaos.

Her mangler man kun de portaler og trafikken på dem, som kan hamle op med de kommercielle mediers italesættelse af det dagsaktuelle og åbne op for den intellektuelt kvalificerede underskov af kommercielt ukompromitterede kommentarer til verdens sande tilstand.

Teknikken findes. Men endnu er der ikke sket så meget, selv om de kommercielle medier taber markedsandele hele tiden.

De etablerede fløje i det politiske system falder i med elendigheden, som de er blevet det inkarnerede udtryk for i sin kamp for overlevelse.

Man har bøjet sig for [realitetsprincippet, markedets ideologi](#), og gået ud fra, at så længe man ikke falder i et med sangen om, at den enes succes på markedets betingelser er alle andres, så vil man få det svært på markedet. Med andre ord; man har taget det for givet, at for at sætte trenden, dvs. beholde bukserne på økonomisk, må man forklare sin egen individuelle succes som det ultimative udtryk for selve formålmæssigheden.

Således bekræftes den samme orden i det individuelle forsøg på at vinde en platform, som man påstår skal bruges til at modsige samme orden fra.

Elendighedens realitetsprincip handler om:

- at for at bryde pengenes og markedets patent på mening, så må man have penge og magt,
- at for at bekæmpe det onde, så må man bruge det onde,
- at sandheden og intellektet må underkaste sig noget, der ikke kan andet end bekræfte sig selv kognitivt uanset ethvert videnskabeligt kriterium for sandhed og intellektuel integritet,
- det, der dikterer "verdens sande tilstand".

Selv alternativerne til denne tilstand bliver overtaget af de kommercielle medier, sat ind i de ucensurerede fora, hvor ethvert alternativt bidrag dømmes til at falde som en depraveret kommentar til avisens forlæg, artiklen, og dermed underordnet den kommercielt italesatte dagsorden. Redaktionerne kender betydningen af at bestemme indholdet i det, som alt andet må se sig reduceret til at være en kommentar til.

Muligheden for at sætte dagsordenen er alfa og omega. Nettet har endnu ikke forstået vigtigheden heraf.

Men den kommercielle konsensus om at de mange nye fællesskaber på nettet er farlige, og påstanden om det farlige i at man lukker sig i interessefællesskaber og anskuelsesformer om sig selv inden for de kaskader af forskellige fora, som trods alt lever deres liv på nettet, ja det beviser performativt hvor autistisk og indavlet et perspektiv, man orienterer sig ud fra inden for den herskende orden i de kommercielle medier. Man husker omhyggeligt at glemme at fortælle, hvor homogen de gamle mediers egen italesættelse er. Dvs. man hverken kan vil eller tør se sig selv som det store autistiske fænomen, den [performativt selvbekræftende](#) orden.

Indavlen afslører sig ufrivilligt i forsøget på at stigmatisere sine egne alternativer.