Af Cand. phil. Steen Ole Rasmussen 2011 og 2024

Markedet som realitetsprincip[1]

English: The Market as the Reality Principle

Det ligger i den gældende ordens italesættelse af realiteten, italesættelsens realitet, at markedet er det sande, at markedet er en

[1] Psykoanalysen, en fagtradition, har taget udtrykket “realitetsprincip” til sig, og gør i almindelig traditionel intellektuel forstand krav på retten til at definere det.
Men det er ikke forbeholdt psykoanalysen alene at benytte udtrykket/begrebet “princip”. Psykoanalysen har ikke opdaget princippet, defineret det enerådigt med dertil hørende patent på at bruge det.
Den har heller ikke patent på realiteten, hverken i princippet eller i sig selv.
Udtrykket, “realitetsprincip”, er sammensat af “realitet” og “princip”. Etymologisk må sammensætningens kombinerede betydning gå mod noget i retning af en betegnelse for en slags “realitet i princippet”, eller en slags “principiel realitet”.
Det må være den mere oprindelige, etymologisk givne betydning af ordsammenstillingen.

målestok for udviklingen frem mod, hvad der er godt, sandt og forpligtende virkelighed.

På den måde, er markedet af princip bærende for den moderne fortælling om “udviklingen”!

I italesættelsen af virkeligheden fungerer markedet af princip som kriterium for, hvad der er realitet, udvikling og vilkår for udviklingen.

Den erfaring, der skæres til efter en kun principiel realitet, svarer ikke nødvendigvis til noget, men gør en verden til forskel, for den der orienterer sig efter princippet!

Erfaringen, der udfolder sig i overensstemmelse med “markedet som realitetsprincip” er normativ! Dvs. belærende, fordømmende, urealistisk osv.

Økonomer, politikere og medarbejdere bag medierne og hele den stort anlagte fremstilling af “det moderne projekt” orienterer sig efter dette princip, “som om” at markedet pr. definition er mere end en realitet på gældende betingelser, “som om” at det bør diktere betingelserne for, hvad der er rigtigt og forkert, udvikling og tilbageskridt.

Med henvisningen til konkurrencen på markedet som en realitet, eksistensvilkår, undskylder den enkelte sit bidrag til det, der handler om, at menneskeheden er ved at underminere sit livsgrundlag, som det findes i naturen, omverdenen til det sociale. Markedet bruges som undskyldning for ikke lige frem at bidrage til det fælles bedste, på den måde.

Markedet er et vilkår, siges det. Ingen kan sætte sig ud over det.

Markedet fremstilles også som udtryk for en højere retfærdighed, på den måde, at det sørger for, at ingen kan nyde uden at bidrage i en eller anden grad. Det sidestilles hermed den arbejdsetik, som formanden for Socialdemokratiet står for.

Problemet er, at festen på markedet er en lukket fest, og at festdeltagernes succes ikke er garanti for hverken deres egen fortsatte succes eller alle de andres succes.

Af jordens befolkning er der et stort mindretal, som aldrig vil nå at få del i festen. Tværtimod, så når de stort set kun at få de utilsigtede konsekvenser af de økonomisk højtflyvendes adfærd at føle.

Ressourcerne forsvinder ud af de sociale strukturer, hvor de indtil for kort tid siden blev forvaltet uden om pengeøkonomien, således at

adkomsten nu betinges af evnen til at kunne betale. Det er langt fra entydigt rigtigt, at øget pengeøkonomisk omsætning er identisk med større levefod for alle. Nyere undersøgelser påpeger, at mere end halvdelen af jordens befolkning primært ernærer sig uden om det pengeøkonomiske systems formaliserede lønarbejdsinstitution.

Det faktum, at man i dag især i tredje verdens lande fratager bønder og fiskere deres traditionelle livsgrundlag, og overdrager det til købestærke organisationer og aktører på verdensmarkedet, det registreres i økonomisk forstand kun som øget pengeøkonomisk omsætning, som om den økonomiske velstand stiger generelt og samlet set.

I virkeligheden er det udtryk for, at flere mennesker mister det basale og på mange måder bæredygtige livsgrundlag, for at de økonomisk højtflyvende fx kan dyrke energiafgrøder og foder til den animalske overproduktion i Afrika, i en proces hvor afstandene mellem producent og forbruger i sig selv betyder, at nettoresultatet, nettoudbyttet i økonomisk og økologisk forstand er negativt.

Forudsætningen, for at det kan lade sig gøre at beskrive denne udvikling som hensigtsmæssig, er at man overlader beskrivelsen til de få, der umiddelbart kan se en fordel i den. Beskrivelsen er nemlig forkert, og kun ønsket om at se den, kan forklare dens udformning. Dette ønske tilhører markedets vindere.

Markedslogikken er sit eget imperativ. Hvor markedet hersker enerådende, må den enkelte kæmpe for at overlevelse på de vilkår, der samlet set truer med at ende som det kollektive selvmord. Dets indre logik svarer ikke til en overordnet forpligtende logik.

Socialdarwinismen ideologiserer over markedets lov, iklæder sig markedsfundamentalismens gevandter, tilbeder og beskriver markedet som naturgivent forpligtende magtlogiske princip, realitetsprincip.

Inden for denne snævre logik kan den enkelte kun begrunde sine handlinger med henvisning til, hvad der er nødvendigt at gøre på markedets betingelser.

Individets hensyn til sig selv kan oven i købet begrundes i hensynet til almenheden. De økonomisk højtflyvende, de udvalgte, dvs. de storforbrugende, behersker selv samme ordens selvbeskrivelse. Derfor hedder det sig, at de storforbrugende og storsvinendes forbrug er udtryk for evolutionen, den naturlige selektion, hvor kun de bedst egnede bestemmer udviklingen, og hvor den naturlige selektion sørger for, at verden går mod bedre tilstande.

Man tilbeder og forklarer kampen for overlevelse på markedets betingelser som princippet bag udviklingen, som den almene forsikring mod degenerering og tilbageskridt. Således ser de økonomisk højtflyvende dem selv og deres forbrug som udtryk for de bedst egnedes eksemplariske udtryk for fremskridtet.

Der er tale om ideologisering, idealisering af markedet, på en måde der kan fungere som det politiske systems kontingensformel.

Men af jordens syv milliarder beboere, ligger kun ca. en sjettedel beslag på fire femtedele af verdens absolut begrænsede ressourcer. Disse økonomisk højtflyvendes succes er i aller højeste grad selve truslen mod deres eget eksistensgrundlag, og ikke kun en katastrofe for de ca. tre milliarder mennesker, der aldrig har haft fordel af pengeøkonomien eller nogen særlig andel i den med deres indtægt, der ifølge verdensbanken er mindre end to dollars om dagen. Det forhindrer ikke de højtflyvende i at beskrive deres succes som betingelsen for alle andres succes.

De repræsenterer købekraften og bestemmer dermed hvilken udgave af ”verdens sande tilstand”, der kan sælges.

Bjørn Lomborg har af samme grund modtaget donationer fra skiftende regeringen på 132 millioner kr. for perioden 2002 til 2012. Han er om noget eksemplet på, hvordan de højtflyvende indfører markedsprincippet som erstatningen for de mere videnskabelige sandhedskriterier og selve beviset på, hvordan politikere, der højtideligt hævder at være imod statsfinansierede smagsdommere, hæmningsløst støtter en smagsdommer, ene og alene fordi han plejer politikernes foretrukne udgave af ”verdens sande tilstand”.

Vi er de udvalgte, lyder det fra topposterne i de kommercielle mediers selviscenesættelse. Deres succes er måske ikke så overvældende, som den har været, takket være internettet, hvor alle kan byde sig til, gratis, og hvor alene mængden af udbud og efterspørgsel gør, at ingen kan vide, om de ved, hvad der er værd at vide om det, der tilbydes på nettet.

Søgemaskinerne kompenserer for det kaos, der er på nettet. Som allestedsnærværende sørger de med deres hemmelige søgekriterier for at føre brugere og udbydere sammen. De selektive mekanismer er nogle helt andre her, end de er i den gamle mediestruktur.

Søgemaskinerne har interesse i at overbevise sine brugere om, at de bliver ført hen til det, som brugeren vil have. Søgemaskinerne lever ikke af at lave indholdet. De har ikke behov for at sælge indholdet.

Deres behov er at være efterspurgt, som den der fører forbrugeren af budskaber hen til det budskab, som forbrugeren søger efter.

Søgemaskinerne har kommercielle interesser, men de er nogle helt andre, end dem man finder hos de gamle kommercielle medier.

Den semifeudale struktur fra de kommercielle massemediers storhedstid overlever dog lidt endnu, takket være de fordele, der er i at have fortrinsret i forhold til myndigheder, regering og bureaukrater i og omkring statsmagten.

De gamle medier gør sig interessante og har magt i kraft af sine forbindelser i og omkring statsadministrationen. Dette fortrin glimrer ved sit fravær i agurketiden, når politikerne holder ferie. I denne periode falder oplagene på aviserne, som kæmper om at finde noget at fylde brugerfladen med.

Desuden lever de af at fremme efterspørgslen, dvs. af reklamer og af tilskud fra sine venner i og omkring statsmagten.

Den politiske magtfordeling er funderet i dens italesættelse. Det ved man alt om i det politiske system og på direktionsgangene i de store landsdækkende envejsmassekommunikationsmedier.

Synligheden i medierne er forudsætningen for politisk magt.

Nogle politikere bygger deres politiske magt med familiære kontakter i medieverdenen, andre på en fortid som kendt ansigt eller stemme i medierne.

Anden og tredje generations politikere er almindeligt i det danske folketing. Et kendt efternavn i det politiske spil åbner døre. Toppen i medieverdenen, i erhvervslivet og det politiske system har fælles interesser og er afhængige af hinanden.

Disse alliancer sætter den politiske dagsorden, den italesatte realitet, realitetens italesættelse.

Segmentet står sammen om det pengeøkonomiske vækstideal og budskabet om at deres andel af væksten er forudsætningen for udviklingen.

Andelen af væksten og den synlige position, der giver mulighed for at sætte dagsordenen, italesætte realiteten, fungerer samtidigt som substitut for det tab af mening, som lå i den feudale samfundsstruktur, hvor alle fra top til bund havde sit værd i sin herkomst, det som feudaltidens essensmystik og substansfikserede identitetstænkning centrerede sig om. Den italesættende orden forpligter dog ikke rigtigt.

Hendes majestæt dronningen er substantielt lige så usund at se på, som enhver anden storryger. Hun er traditionelt blevet italesat ”som om” hun var noget særligt, og hun er kendt, dvs. resultatet af en lang tradition for at italesætte det, der ”ellers ikke ville være”. Kong Frederik har taget over. Traditionen lever.

Regeringen, oppositionen, A.P. Møllers efterkommere stiller op til dans, når kongehuset kalder, og hele pressen dækker det, så enhver kan se det, uden selv at blive set. Italesættelsen ernærer sig ved tabet af essenshierarkiet, som det træder ind som erstatning for med billedet på det.

Massemedierne viser det alle kan se, ”som om” alt gik op i en højere enhed. Det gør det ikke.

Medierne lever af at opfordre til forbrug, og de er afhængige af de producenter, der betaler dem for at reklamere for deres produkter. Det siger også noget om, hvorfor den ideologiske markedsfundamentalisme er så massivt til stede i de gamle massemediers italesættelse af realiteten.

Ud over, at de kommercielle medier ideologisk identificerer sig med markedet, de økonomiske succeskriterier, og dermed orienterer sig i overensstemmelse med den store overordnede religionserstatning, så holder både de store kommercielle medier og public service kanalerne fast i de privilegier, som de har tilbage i forhold til de ikke kommercielle aktører på internettet.

Over de sidste par årtier er korpsånden inden for de resterende store envejsmassekommunikationsmedier blevet endog meget påfaldende.

De temaer, der sættes fra dag til dag, er bestemt af et par telegrambureauer, og hvad aviserne angår, så er de forskelliges selvstændige bidrag til temaet kun symbolske, kun i minimal grad sat ind som et let gennemskueligt forsøg på netop at imødekomme de små forskelle der er på efterspørgslen i den betalende brugerflade.

Mediebilledet ændrer sig dramatisk i de første to årtier af dette årtusind.

De gamle redaktioner bestræber sig fortsat på at få sine tekster læst elektronisk, for ikke at miste indflydelse på den offentlige mening, det politiske systems møntenhed. Problemet er, at det ikke giver dem økonomisk indtægt, og at der er store menneskelige ressourcer i bevægelse, som ikke går efter pengene og den gamle strukturs identificering af pengene med målet for udvikling og mening. Disse

menneskelige ressourcer bliver bl.a. beskrevet som udkantsdanmark, de uintegrerede og den rådne banan af en trængt elite.

Markedsfundamentalisterne har brug for sine ”liberale” venner i og omkring statsadministrationen. Ligesom hele den etablerede orden begik vold mod sin egen religion, troen på markedet, da finanskrisen brød ud, så kan man sagtens bruge statens midler til at rede de kommercielle medier med, når markedskræfterne ikke længere slår til.

Troen, på at markedet er løsningen på alle problemer, er så stærk, så man også er parat til at sætte markedet ud af kraft for at redde det.

Selverkendelsen og vederhæftigheden larmer ved sit fravær i den herskende orden.

Der er en mere diffus og distræt energi i massemediernes måde at fokusere og bruge sine midler på, end der har været før.

Det er heller ikke de gamle kommercielle massemedier, der beskriver det moderne samfunds fundamentale paradokser. De er alt for anstrengende at forholde sig til.

Den herskende politiske orden, der endnu benytter sig af den gamle mediestruktur, i sit forsøg på at styre italesættelsen af realiteten, realitetens italesættelse, ser ikke de forpligtende modsigelser, som i grunden er lige så gamle som det pengeøkonomiske system.

Beskrivelsen af selve det økonomiske systems konstituerende modsigelser finder man helt andre steder.[2]

”Økonomiske dispositioner er i mere end en forstand med til at generere den knaphed på ressourcer og ydelser, som de sigter på at afhjælpe.”

---

[2] Centralbankens rolle som edderkoppen i spindet, skaberen af selve det strukturerede medie, som alt fanges ind i på det pengeøkonomiske niveau, er fortrængt, sammen med forsøgene på at få enhver til at glemme den magt, som kongerne opdagede, den gang de tog patent på retten til at slå mønt. Der ligger en kæmpe magt forbundet med det effektivt at have den eksklusive ret til at slå mønt. Det husker symbolanalytikerne omhyggeligt at glemme og fortælle, hver gang EU-borgerne bliver bedt om at opgive en del af den nationale politiske suverænitet til den overnationale monetære union, historiens største forsøg på at realisere en ideologisk udgave af Milton Friedmans monetarisme, en institutionaliseret monetarisme.

”Pengene fordobler knapheden på de ressourcer og ydelser, som pengeprisen sættes på, ved selv at være den knappe ressource, der regulerer tilkomsten til andre knappe ressourcer. ”

I og med at mulighedsbetingelserne for den økonomiske virksomhed forsvinder som følge af det stigende økonomiske volumen, dvs. i takt med at flere og flere af systemets mulighedsbetingelser bliver knappe, så falder de ind under pengeøkonomien. Således fører forbruget af jord, vand, luft, medmennesker, mineraler, hav m. m. til, at der bliver mangel på disse ressourcer. Først koster de ikke noget, fordi de findes i overmål, men så omsættes de, bliver knappe, og det, der er tilbage af dem, er dermed blevet pengeøkonomisk aktiv, som følge af økonomisk omsætning og forbrug af mulighedsbetingelser. Den pengeøkonomiske vækst genererer på den måde sin egen forudsætning; knaphed. Set ud fra et økonomisk perspektiv, er knaphed og generering af knaphed forudsætningen for økonomisk vækst. Den hvide økonomi skaber mangel. "Økonomien skaber sin egen forudsætning, mangel i forsøget på at afskaffe den.”

”Set ud fra et ikke pengeøkonomisk perspektiv er en afvikling af den økonomiske vækst forudsætningen for afviklingen af knapheden. Det økonomiske systems selvgenererende princip ligger i knaphedens paradoks; det forhold, at aktørerne på det fri marked i forlængelse af sine individuelle bestræbelser på at afhjælpe knapheden samlet set genererer den knaphed, som er det pengeøkonomiske systems forudsætning: Bestræbelserne på at afhjælpe individuel mangel fører til absolut mangel. Det økonomiske vækstbegreb dækker over paradokset, knaphedens paradoks. Tilvækst i økonomiske mulighedsbetingelser er lig med knaphed på mulighedsbetingelser.”

Ovennævnte formuleringer kan bruges som antydning af nogle paradokser, der kommer til syne, når man fokuserer på det økonomiske system, den økonomiske rationalitet og systemets omverden.

Selve begrebet rationalitet er dog alt for upræcist, når man vil beskrive den kognitive praksis, som karakteriserer den måde, det økonomiske systems aktører orienterer sig på. Niklas Luhmann omtaler det i sit senere forfatterskab som et metafor, og bruger, så vidt jeg ved, ikke udtrykket ”økonomisk rationalitet”.

Brudfladen mellem den traditionelle vesterlandske form for rationalitet og den systemteori, som Luhmann udvikler i årene fra han bliver ansat på livstid som forsker ved Bielefeld universitetet i Tyskland, kommer til udtryk i hans lidt tidlige værk; ”Zweckbegriff und Systemrationalität”, fra 1968.

Inden for den vestlige verdens mere akademiske kredse er der tradition for at tage begrebet rationalitet for givet. Her fokuseres der f.eks. på rationaliteten som tilhørende ”det værende”, en bestemt form for væsenskarakteriseret væren, nemlig det de åndelige har del i.

Filosofferne har således tilskrevet sig selv fornuftens egenskaber, set sig selv som endelige åndelige væsner stående over for en uendelig ånd, deres skaber og andre skabninger af mindre åndelig, men materiel karakter.

Når begrebet rationalitet anvendes, så kan det ske eksplicit eller implicit med udgangspunkt i forskellige former for social praksis.

Filosofferne har i deres forsøg på at hæve sig over tiden afsløret intentionen om at slippe fri af de alt for tilfældige, temporaliserede, traditioner med deres tidslighed, og på den måde skabt deres egen tradition for at beskrive rationaliteten som en ”væsensegenskab”, noget essentielt, en evne, som man enten benytter sig af, i overensstemmelse med dens sande atidslige natur, eller som man perverterer, dvs. misbruger.

Essenshierarkiet, graderne af væren er blevet forvekslet med grader af sandhed, som om verden ikke bare var, og som om andet end iagttagelser, herunder iagttagelser af iagttagelser, kunne være sande eller falske. Kriterierne for sandhed er blevet misforstået og reduceret til ontologi på den måde.

Således falder dømmekraften illustreret som en atidslig væsentlig åndsegenskab, en evne til at drage korrekte logiske og moralske slutninger hos Immanuel Kant. Han bestræber sig på at afsløre et hierarki af åndsevner, som han mener at have del i som ”fornuftigt væsen”, og han tilstræber i et og alt at lade denne afsløring stå forklaret og gengivet så rationelt som muligt i sine filosofiske værker. Ånden, fornuften, skal i overensstemmelse med sine egne egenskaber blotlægge indsigten i sig selv som forudsætningerne for mulighederne for at forstå både sig selv og alt andet så rationelt, formålsmæssigt, sandt og meningsfuldt som muligt.

Fornuften ”er” vejen til det sande, formålstjenlige og gode liv på jorden for de endelige ånder i den uendelige ånds (Guds, garantien for den transitive rationelle orden) kosmos. Således står rationaliteten/fornuften for Kant, dvs. således fremmaner han fornuften for sig, i det der skal fremstå som en lang, objektivt og neutral logisk forpligtende filosofisk afdækning af fornuften selv på fornuftens præmisser.

Kant er i de akademiske kredse udråbt som det moderne samfunds største filosof. Vi tillader os derfor at sidestille hans filosofi med selve det moderne samfunds filosofi, det moderne rationalistiske oplysningsideal.

Journalister og andre professionelle italesættere har kun i meget begrænset udstrækning fornemmelse for de kaskader af determinerende intellektuelle idealer, der bag om ryggen på dem dikterer dem deres fremfærd.

Selve tilbedelsen af den analytiske metode f.eks. lever ved dette intellektuelle svigt, den manglende evne til at indskrive sig eksplicit i den tradition, der dikterer dem deres adfærd bag ryggen på dem selv.

Luhmann rammer præcist den moderne filosofi med sin bog, og han gør det i mere end postmodernistisk forstand. Postmodernismen er slet ikke blevet ”moderne” på det tidspunkt, og Luhmann er allerede her i fuldt sving med sit eget projekt, som går på at lave en sammenhængende teori for det moderne samfund, dvs. systemernes systemteori, hinsides det ”moderne projekt”, som han daterer med udgangspunkt i funktionsdifferentieringen, en samfundsstruktur, der tager form i overgangen fra feudaltiden og fremefter.

Det indre sammenbrud i det, som filosofferne kalder det moderne projekt, nemlig oplysningsfilosofien, troen på det rationelle samfund med den transitive orden af værdier og meningsregimer, hvor alt gå op i en højere orden, konsensus ville Habermas sige, beskrives direkte og indirekte fantastisk præcist i bogen med navnet ”formålsmæssighed og systemrationalitet.”

Luhmann beskriver i al korthed, hvordan de moderne former for rationalitet alle sammen genererer og former deres egne formål, at formålsmæssigheden er formålets forudsætning, og at formålet ikke er foruden den systematik, der ligger bag formålet af semantisk kognitiv art, dvs. han beskrive hvordan det er den levede form for social kognitiv praksis, der som genesen bag selve formålsmæssigheden med dens formål forklarer hvordan formålsmæssigheden med dens formål overhovedet kommer til syne. Når man således får øje for det faktum;

- at det er den formålsorienterede kognitive praksis, der er selve den klangbund, som altså ikke bare modtager, men lige frem genererer formålets tilsynekomst
- at det altså er den kognitive praksis der genererer og fremmaner formålet, frem for neutralt at afsløre og afdække formålet objektivt og neutralt, og ser det;
- at selve formålsmæssigheden er lige så lidt givet i traditionel ontologisk forstand, som de formål der kommer til syne i kraft af denne lyskildes magi, ja så bryder hele det rationelle

> illusionsnummer sammen, og det i en helt anden betydning, end de såkaldte postmodernister så for sig.

Det er kun ganske få filosoffer, som har haft fat i denne evige kilde til uro, det store dyr i åbenbaringen, den magiske skaberkraft, metafysikken, det semantiske lys, som f.eks. det moderne projekt lever ved og i flugt fra. Man kan nævne Heidegger, Derrida, A.N. Whitehead og Wittgenstein.

Luhmann omgås det på sin egen disciplinerede måde gennem hele sit forfatterskab. Han kender sig selv som sin egen største troldmand, er såvel imponeret som uimponeret af sig selv, hvor andre dødelige er tilbøjelige til bare at falde i en af grøfterne.

Her i 2024 er det tydeligt, at markedet som realitetsprincip har været med til at fortrænge det moderne samfunds evne til at orientere sig i overensstemmelse med den realitet, der omgiver det moderne samfund.

Donald Trump er om nogen symptomet på det moderne samfunds kognitive svigt.

Han har nok i markedsværdierne, de pålydende værdier. Han satser hele butikken på matchet mellem udbud og efterspørgsel, således at hans budskab møder behovet, efterspørgslen, at der er behov for at tro på, at han som deltager i en demokratisk proces har ret til at afgøre om han er vinder eller ej.

Han kan gå hen og vinde et præsidentvalg på budskabet om, at han selv har ret til at bestemme, om han er vinder eller taber i processen.

Det skurrer allerede fælt mellem ørerne.