

## Kreationister og andre mere eller mindre intelligente designere<sup>1</sup>

*Denne kommentar til ugen der gik, uge 48 i 2011, skal handle om:*

- *nogle af de mere eller mindre opfindsomme og kreative kræfter, der afslører sig rundt omkring bag det moderne samfunds forsøg på at forlige sig med sig selv,*
- *og den forunderlige mekanisme, der virker derved, at det sociale både bidrager til og komplicerer tilværelsen med forsøgene på at komme på højde med den.*

### Men først lidt om det politiske, metrologiske<sup>2</sup> og økonomiske klima!

Martin Lidegaard er overladt til det økonomiske og politiske klima, når han forsøger at sælge sin klimapolitik. På et pressemøde d.1/12 2011 insisterede han på, at det er god økonomi at redde klimaet! Modtagerne lyttede anstændigt, men holdt nok fast i, at det er en bedre forretning at smadre klimaet med den fremgangsmåde, som har karakteriseret den teknologiske og økonomiske udvikling siden industrialiseringens start.

Og hvis man er enige om noget over hele linien ude fra energi- og klimaministeriets parlamentariske grundlag i EL over medier og midte ud til oppositionens yderste bastioner i DF's Morten Messerschmidt, så er det det, at forbrugeren af politiske budskaber ikke køber en økonomisk tabersag. Kun vindere vinder. Tabersager sælger ikke. Klimaredningen, redningen af jorden med alle dens beboere,

---

<sup>1</sup> Overskriften er retvisende, hvis den i en eller anden forstand omfatter og indikerer indholdet af teksten. Og hvis overskriften sælger, så er teksten helt overflødig i økonomisk forstand.

<sup>2</sup> Metrologi er en anden videnskab end meteorologien. Det sidste handler om klima og de daglige vejrudsigter, hvorimod den første handler om "det at måle, veje æstimerer kvantitativt, sætte mål op for noget i kvantitativ forstand, forudsætningerne for at æstemere og inddrage fænomener i matematiske beregninger". Den store udfordring her går på at etablere måleenheden, det entydigt indikerede, der kan stå i modsætning til andet, skelnes, digitaliseres". Der knytter sig en lang række meget lidt eksplicitte fordomme omkring det spørgsmål, der går på, hvordan selve realiteten skal kvalificeres som realitet, dvs. omkring de metafysisk-ontologiske fordomme omkring hvor grænsen går mellem den egentlige virkelighed, og så det mindre virkelige. Gennem især den filosofi, der vandt udbredelse omkring René Descartes og her fra, der fik det som de ontologiske dualister kalder de primære kvaliteter patent på virkeligheden, og sådan har de mere primitive former for realitetskonstruktion orienteret sig siden, hvor det identiske, måleligt uforanderlige udgangspunkt stiltiende figurerer som kriteriet for, hvad der kan siges at have realitet. Der er tale om en ekstremt fordømmende filosofi, som hele den "succesfulde" moderne verden lider under på måder, der af samme årsag falder uden for netop det moderne samfunds fatteevne. Konsekvensen af denne filosofi er bl.a. at de kvaliteter, der skulle falde som belønningen, meningen med enhver naturvidenskabelig beregning, netop pr. definition og på grund af den fordømmende filosofi i udgangspunktet er fjernet fra verden, reduceret til "ikke realitet".

skal kunne betale sig. Ellers er det en tabersag. Og så kan jorden for den sags skyld gå ad H. til.

Pointen trækkes kun sjældent så skarpt op som her. Men det skyldes måske, at man simpelt hen ikke kan leve med indsigten i udfordringens fundamentale karakter; det forhold at man er ved at smadre livets forudsætninger i forlængelse af sine bestræbelser på at leve op til de sociale kriterier for økonomisk og politisk succes.

Det skal kunne betale sig, eller rettere: Budskabet – der ikke i et eller andet omfang bekræfter forventningerne hos en betydelig del af forbrugeren af politiske budskaber, med fortællingen om at forbrugers præferencer og behov er forenelige med, bidrager til eller går op i hensynet til den sande almeninteresse – det kan ikke sælges, og hvad der ikke kan sælges, det er en tabersag, både økonomisk og politisk.

Markedet er ikke bare et vilkår i økonomisk forstand, men markedet for politiske budskaber bestemmer, hvad der er muligt i politik, og de politiske budskaber, der ikke sigter på at bekræfte forbrugers forventninger til sin succes i økonomisk forstand, de har kun et kort og elendigt politisk liv at se frem til.

Det frie marked er af ideologiske grunde udråbt som garantien for udviklingen mod det bedre. Markedsideologien sælger hysterisk godt hos de økonomisk købedygtige. Budskabet om det frie markeds velsignelser er således en succes både ideologisk og økonomisk, og det af både markedsideologiske og markedsøkonomiske grunde. Det bekræfter de købestærkes forventning til en beskrivelse af dem selv, deres forventninger om at se deres forbrug og bidrag til omsætningen som befordrende for det alment bedste. Det betyder brød på bordet for budbringeren.

Udbuddet af budskaber, om at de købedygtiges forbrug er løsningen på alverdens problemer, det møder sin efterspørgsel hos de købedygtige. Fortællingen om at den principielle frihed – som de heldige oplever på markedets vilkår, er nøglen til løsningen på verdens problemer – den skabes på markedet og produceres til markedet for populære ideologiske budskaber.

Udbuddet skabes i sandhed på foranledning af markedet sammen med efterspørgslen på selv samme, især når det drejer sig om markedets selvbeskrivelse, selvforhudelse som sin egen selvbestaltede overhøjhed i alle livets spørgsmål. Markedet er sin egen største succes i en grad, så markedet simpelt hen ikke forstår andet end sin egen succes. Markedets efterspørgsel på billedet af sig selv som løsningen på alverdens problemer imødekommes af markedets udbud af selv samme. Behovet for at se sig selv som løsningen på alle problemer tilfredsstilles og defineres på markedet. Markedet er sin egen gud, selvgod, selvoptaget og autistisk.

### **Markedsfundamentalismen: Markedet ifølge markedet**

På markedets betingelser følger de rigtige svar med nødvendighed af behovet for dem

Udbudet komplimenterer efterspørgslen

Resultatet går forud for dets tilvejebringelse

Det er markedets mening, fuldendelse og autonomi

Derfor kan markedet ikke tage fejl

Her lå svaret nemlig allerede i spørgsmålet

Udbuddet kom til veje ved sin efterspørgsel og efterspørgslen ved udbuddet

Markedet er i mål forud for sig selv

Intelligent design kalder de kreative kreationister det

Skaberens forlængelse og identitet med det skabte

Meningen med det skabte

Skaberen

Den skjulte hånds princip

Over hovedet på enhver

Duperet af sin egen magi

Offer og bøddel i selverkendelsens proces

Sin egen gud og det store dyr i åbenbaringen på en og samme tid

Evigt undvigende med forsøget på at nærme sig sig selv

On and on and on again

Markedet har ikke altid været der. Jorden og livet på den var der først. Men det er ikke sikkert, at livet vil være det samme efter markedet. Det er i sandhed en tanke, som slet ikke kan vurderes økonomisk.

Den globale opvarmning og mangelen på rent miljø, ressourcer og livsbetingelser for jordens ca. syv milliarder mennesker er let at forklare som resultat af menneskets økonomiske og biologiske succes.

Menneskets succes negerer den menneskelige succes. Det anfægter de sociale kriterier for succes, herunder kriterierne for økonomisk succes. Faktisk er det sådan, at ca. 1/6 af jordens befolkning lægger beslag på 4/5 af jordens ressourcer. På trods af, at det er disse de mest købedygtige af jordens befolkning, der sætter efterspørgslen på markedets ideologi, så er de mindre købedygtige vidner til, at succesfuldes succes ikke er alle andres succes, men netop kun de succesfuldes succes. Det falder uden for markedsfundamentalismens begreber.

Men da de mindre købedygtige ikke har råd til at sætte efterspørgslen på salgbare ideologiske budskaber, så fortsætter budskabet, om at de højtflyvende kan forbruge og svine sig ud af mangelen på ressourcer og rent miljø, med at sælge, dvs. på trods af bedre viden. Og se, siger markedsfundamentalisterne: Budskabet om, at markedet ikke har ret, det kan ikke sælge. Ergo er det forkert. Det eneste, som fundamentalisterne afslører, er dog, at de er begrænset i deres indsigt til det, der kan ses på deres egne kognitive forudsætninger. De kan ikke se, at der findes en anden sandhed end deres, en anden sandhed end markedsfundamentalismens selvforbudelse, der tilmed sætter markedsfundamentalismen i et grimt lys, beskrevet som patetisk selvdestruktiv adfærd.

Markedsfundamentalismen er meget fokuseret på den frihed, som man definerer ud fra de traditionelle borgerlige rettigheder i vestlig forstand. Her til lands har man Libertas og Cepos, to af de mere fremtrædende, sælgende, ideologiske ideologifabrikker.

Et citat her fra:

"Libertas er en uafhængig og ikke partipolitisk gruppe af individer, bragt sammen i arbejdet for et åbent samfund baseret på den frie tanke og den frie markedsøkonomi samt troen på hvert enkelt menneskes værdighed og integritet som absolutte værdier.

Vi anser følgende rettigheder som værende ukrænkelige og fundamentale for opretholdelsen af et frit og menneskeværdigt samfund, og dermed også i opposition til enhver statsautoritær holdning, såvel til "højre" som til "venstre" i det politiske spektrum.

Libertas tror på hvert enkelt menneskes ret til:

- Liv, frihed og retmæssigt erhvervet ejendom<sup>3</sup>.
- Frit at udveksle tanker, varer og tjenester af enhver art og på enhver måde på det frie marked<sup>4</sup>.
- At danne frivillige forsamlinger for at tilfredsstille individuelle menneskelige behov for venskab, tryghed, velfærd og kultur<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> På en måde, der i realiteten, dvs. konkret først og fremmest kun er til fordel for det købedygtige segment i de gamle industrialiserede lande og de korrupte ledere, der sidder og lader sig smøre rundt om i verdensøkonomiens lavere rangerende økonomier.

<sup>4</sup> Libertas er sammen med Cepos solidt repræsenteret som blokskribenter på Berlingske Tidende. Jeg kan i den anledning fortælle, at mine standpunkter er systematisk bortcensureret på sitet.

Alene eller gennem disse forsamlinger at efterstræbe ethvert livsmål og sæt af værdier og at fremme disse gennem fredelig overbevisning af andre individer."

Der er tale om et principprogram, og inden for de grupper, der samler sig omkring et sådant program, har man en udviklet forståelse for det økonomiske i at beherske distinktionen mellem det principielle og det konkrete.

Således lovpriser man de borgerlige friheder og rettigheder som principielt tilhørende enhver borger, og husker omhyggeligt at benægte de former for konkret ufrihed, som den lovsikrede ret hos den ene til at skalte og valte med sin private ejendom kan føre til af aldeles mangel på muligheder og frihed for den anden borger, uanset hvor meget enhver netop i princippet er lige for loven.

Således lovpriser man individets ret til at købe og brænde alt det olie af, der kan pumpes op af jorden, også selv om det i videnskabelig forstand for længst er bevist, at det underminerer de almindelige livsbetingelser, ikke bare for de uheldige i økonomisk forstand, men for enhver, der er henvist til at måtte trække vejret her på jorden. Den enes principielle ret til at skalte og valte med sine besiddelser, tenderer mod at smadre mulighederne for livet, sådan som vi kender det. Det er prisen for økonomisk vækst, prisen for at orientere sig mod det lukrative.

Det frie markeds forvaltning af friheden fører altså konkret til ufrihed og mangel på livsbetingelser.

Det er yderst delikat og ubekvemt at forholde sig til, også for de økonomisk højestflyvende, som de kommercielle medier lever af at please. Medierne finder det derfor nødvendigt at lyve, i forsøget på ernære sig, eller også begrænser man sine budskaber til kun at være politiske, ideologiske, da disse ikke behøver at være hverken sande eller falske i mere videnskabelig forstand.

Det kræver altså opfindsomhed og kreativitet i omgangen med sandheden, når man lever af at sælge de mere gangbare ideologiske budskaber til de købedygtige forbrugere af ideologiske former for forherligelse af forbrug, markedsfundamentalisme.

Selve identificeringen af den individuelle succes på markedets betingelser med alle andres succes er svær at opretholde på andre betingelser end markedsfundamentalismens.

Inden for især de gamle industrinationers traditionelt økonomisk højtflyvende og ideologisk markedsorienterede kredse har man aldrig villet se, at ens egen succes skulle være andet end alle andres. Man har i hvert fald ikke villet købe modsigelsen af dette budskab. Man ser fx ikke det faktum, at man med inddragelsen af alt i

---

<sup>5</sup> Samtidigt med at kulturlivet, den "frie debat", stort set er under de kommercielle interessers kontrol, erhvervslivets og fagforeningernes institutioner og økonomiske sammenslutninger.

havet og på jorden under den pengeøkonomiske forvaltning, privatejendomsrettens forvaltning, har ekskluderet ca. 3 milliarder mennesker fra deres oprindelige naturalieøkonomiske livsgrundlag, og at det er sket uden at disse fattige har fået del i pengeøkonomien, at de det facto derfor er ekskluderet fra markedsmechanismernes velsignelser. Det undgår markedsfundamentalisternes opmærksomhed, eller også synger man bare videre på sangen om, at man med sit forbrug og omsætning af begrænsede livsbetingelser skaber flere livsbetingelser end dem man forbruger i processen, selv om det er løgn.

Det faktum, at 3 milliarder mennesker har en individuel andel i pengeøkonomien, der svarer til 2 dollars om dagen eller mindre, det viser, at disse fattige ikke har fordel af pengeøkonomien, verdensmarkedet, den store globale pengeøkonomi. Og når man tager i betragtning, at skævheden i fordelingen af jordens begrænsede ressourcer kun er blevet større i takt med væksten i produktionen og forbruget i økonomisk forstand, ja så bliver det klart, at succes for den ene på markedets betingelser så langt fra er identisk med eller forudsætningen for alle andres succes. Men sandheden sælger ikke hos de økonomisk højtflyvende. De bekræfter i stedet markedsfundamentalismen, lukker sig om sig selv, blinde for sig selv, optaget af sit eget udbud og sin egen efterspørgsel på ideologiske former for social selvbeskrivelse, bekvemt og uden vilje og evne til at se de mere videnskabeligt og alment menneskeligt forpligtende beskrivelser af markedets funktion og virkning.

I USA er republikanerne af samme grund blevet enige med sig selv om, at det over hovedet ikke kan betale sig at prøve på at redde klimaet. Ikke nok med, at man som i Danmark holder fast i, at der er bedre økonomi i at smadre klimaet, end i at redde det, men man benægter simpelt hen, at der findes menneskeskabt global opvarmning.

Man tror på markedet, på den skjulte hånds princip, lige som republikanernes egen profet på området er kreationist. Hans intellektuelle pointe er, at klimafænomenerne er så svære at få hold på rent videnskabeligt, og at der er så mange sammenhænge, som vi slet ikke kan forklare, at det derfor kun er en meget intelligent designer, der må stå bag det hele. Med andre ord, Roy Spencer<sup>6</sup>, som han hedder, mener, at det hele simpelt hen er for fint og sammenhængende, at der er en stor mening bag det hele, der fylder for meget til at vi mennesker over hovedet kan siges at gøre fra eller til. Troen på markedet, den skjulte hånds princip og den teleologiske kosmologiske værensførståelse går op i den højeste enhed, kreativt og bekvemt.

Her hjemme har især i de mest markedsfundamentalistiske ideologiske kredse kastet sig over 5000 private mails, som er blevet sendt frem og tilbage mellem nogle forskere, der arbejder med at dokumentere den globale opvarmnings omfang. Budskabet, som sælges under betegnelsen "klimagate II"<sup>7</sup>, går på, at de videnskabelige medarbejders intentioner og personlige holdninger til fx Tante Berlingerens foretrukne profet på området, nemlig Henrik Svensmark med egne sol-

<sup>6</sup> <http://www.heise.de/tp/blogs/foren/S-Dr-Roy-Spencer-ist-ein-kreationist-LoL/forum-161938/msg-17013045/read/>

<sup>7</sup> <http://peterkurrild.blogs.berlingske.dk/2011/11/24/climategate-ii/>

pletter, anfægter den videnskabelige konsensus, der hersker omkring beskrivelserne af sammenhængen mellem afbrændingen af fossile brændsler og omfanget af den globale opvarmning, æstimerer over temperaturstigningerne. Videnskabelig konsensus italesættes fx på Berlingske Tidende og i dagbladet Ingeniøren som en sammensværgelse, som utilstedelig og uvidenskabelig forudtagethed og videnskabeligt ukvalificeret fordømmelse af Berlingske Tidendes og Ingeniørens egne profeter på området.

Samme steder husker man at glemme at være lige så nidkært optaget af at gøre opmærksom på de daglige bidrag<sup>8</sup> til det store ekstremt veldokumenterede videnskabelige billede, der har dannet sig over sammenhængen mellem den menneskelige økonomiske aktivitet og den globale opvarmning over mere end 30 år.

Det handler alt sammen om den særlige form for økonomisering med sandheden, der ligger bag det moderne samfunds mange former for kreativ og selektiv selvbeskrivelse. Vi gør alle, hvad vi kan, for at komme på højde med situationen. Men med forsøget på at få hold på det hele, gør vi det hele endnu mere kompliceret og ubegribeligt. Dog skal man ikke bruge det som undskyldning for at lukke øjnene for de mest påtrængende og udbredte former for selvforskyldt dumhed<sup>9</sup>. Man skal heller ikke lade sig dupere af flertallet. Danskerne beskriver sig som verdens lykkeligste folk, og argumenterer med at 5 millioner eksperter på området umuligt kan tage fejl. Det forhold at 500 000 dagligt spiser sine lykkepiller, og at 250 000 har (friværdis eller ej)fedtlever, ja det sætter de kære sandhedsvidner og det demokratiske flertal i en pudsigt belysning. Lad det bare stå lidt på den indre termskærmineral.

Mvh. Steen  
Odense d.3/12 2011

---

<sup>8</sup> [http://www.dmi.dk/dmi/2011 - varmeste\\_la\\_ni\\_a-aar](http://www.dmi.dk/dmi/2011 - varmeste_la_ni_a-aar)

<sup>9</sup> <http://politiken.dk/klima/ECE1462334/klimaforsker-advarer-usa-om-moerke-tider/>