

Markedets og scenens magi
Indholdet og dets spejlværdier

*Markedsværdien i grænselandet mellem opfindelse og opdagelse
Om erindringen som forudsætningen for at kunne skelne mellem før og efter
Om genkendelsens glæde og andre fornøjelser
(kommentaren til uge 6, 2012)*

Deltagerne stiller op i tillid til rituallet. De optrædende såvel som publikum er med i processen, hvor man henter betydningerne i hinandens øjne. De optrædende går i et med og identificerer sig med resultatet af processen som taber og vinder. Og publikum går i et med dommen, hele arrangementet, konkurrencen. Evnen til at græde, le, smile og falde i et med rituallet bærer konkurrencens realitet. Det gigantiske sceneri gentager sig med 2 millioner deltagere hver uge. Indholdet er både selve sceneriet, rituallets magi, det der skabes og lever ved selve processen, men også numrene selv.

Indholdet ville ikke kunne stå uden arrangementet, konkurrencen. Numrene er i sig selv ikke indhold nok for opmærksomheden, men lige så meget det påskud der skal til, det som hele processens magi er nødt til at bygge op om, for at rituallet har noget at gentage sig selv over.

De 2 millioner ville aldrig gide være vidne til så lidt, hvis ikke de vidste, at der netop sad 2 millioner andre og var vidner til det samme.

X-factoren er markedsmekanismen: Alle lever sig fuldt og fast ind i spejlingen af det, som hele sceneriet bygger op omkring. Den gensidige bevidsthed, om at 2 millioner gang to øjne er vidne til indholdet, gør at indholdet svulmer op på scenen, i forlængelse af den stiltiende logik, der handler om, at så mange umuligt kan tage fejl!

Markedsværdien handler om efterspørgsel. Og efterspørgslen, viljen til at betale, bestemmes af viljen til at betale, eller af overbevisningen om at viljen til at betale er der. Hvis den ene er overbevist om at alle andre vil betale, så vil den ene også betale. Markedsværdien er skabt på markedet. Viljen til at betale bestemmes af viljen til at betale. Værdien er markedsværdien. Og når de fleste er kommet frem til den konklusion, at alle andre ville have betalt mere, så betaler de selv mere.

Opmærksomheden fanges af udbuddet, temaet, hvor iscenesættelsen og referencerammen er den virkelige mester. Markedet er mesteren, både offer og bøddel i processen, når forskellen bliver den sammen. Sceneriet er den referenceramme, der skaber sit indhold lige så meget som det afslører det deroppe på scenen.

Forskellen mellem godt og ondt går i sig selv, når distinktionen mellem årsag og virkning forsvinder. Scenen og forløbet skaber sine tabere og vindere, og er derfor lige meget god som ond, lige meget på den onde side, hvor den fordømmer, som

på den gode side, når den lovpriser. Forskellen mellem sandt og falsk forsvinder også, når forskellen mellem opfindelse og opdagelse går i sig selv. Når indholdet på scenen er skabt af scenen lige så meget som det er opdaget og afsløret for sine iboende kvaliteter, så er resultatet i sig selv hverken sandt eller falskt længere. Når de mange publikummer deltager igen og igen, og indholdet igen og igen afslører sig som det sammen, nemlig selve ritualet, gentagelsen, og når publikum alligevel gribes på ny, så er det udtryk for at erindringen, om at dette er sket før, har sluppet sit tag, at forudsætningen for at kunne skelne mellem før og efter er væk.

Hvad markedsværdierne og indholdet i en sangkonkurrence som x-factor angår, så er såvel markedet som sceneri og x-factor-scenen offer og bøddel i processen; både skabende årsag men også virkningen af sig selv:

- uanset om det gode hælder til offerets side, hvor det onde står på bøddelens side,
- uanset om sandheden stiller sig på opdagelsens side og det falske står for opfindelsens og digtningens bidrag,
- uanset om forløsningsen er den samme først som sidst,

for forskellen mellem offer og bøddel, mellem opfindelse og opdagelse og mellem før og efter er forsvundet, fraværende, uden de spor i erindringen, der netop er forudsætningen for at kunne skelne det ene fra det andet.

Essensmystik

Ritualer er det afgørende, men det kunne ikke være foruden mystikken omkring det essentielle, illuderingen og henvisningen til indholdet, "som om" indholdet var noget essentielt, substantiel i sig selv, noget der blev opdaget i forløbet.

Rigtigt mange opfindelser er blevet skabt i forlængelse af forsøgene på at afdække, afsløre. Når Annette Heik går sin stamtavle efter, for at finde sit ophav, sine genetiske aner, der så fremstilles "som om" de var forklaringen på den hun er, det ved hende der gør hende, til den hun er, ja så forsvinder forskellen mellem opdagelse og opfindelse igen.

I familiens første led er der to, Keld og Hilda, i det andet er der fire og i det tredje er der otte, og allerede i det fjerde led begynder antallet at blive så stort, så valgmulighederne og kildernes pålidelighed åbner for en sand overflod af demokratiske valgmuligheder for at opfinde, digte og opdage sig selv med udgangspunkt i stamtavlen.

Generation	Årstal
2 forældre	1950
4 bedstefor.	1925
8 oldeforæl.	1900
16 tipolde	1875
32 tiptip	1850
64 tiptiptip	1825
128 tiptiptiptip	1800
256 5x tip	1775

512	6	1750
1024	7	1725
2048	8	1700
4096	9	1675
8192	10	1650
16384	11	1625
32768	12	1600
65536	13	1575
131072	14	1550
262144	15	1525
524288	16	1500
1048576	17	1475
2097152	18	1450
4194304	19	1425
8388608	20	1400
16777216	21	1375
33554432	22	1350
67108864	23	1325
134217728	24	1300
268435456	25	1275
536870912	26	1250
1073741824	27	1225
2147483648	28	1200

Men det hun finder frem til, dvs. overbevisningen (om indholdet i det, der viser sig i processen) er bygget op om oprindelsen, ”som om” der var tale om opdagelse, ”som om” det var sandhed, ”som om” at det var den nedfældede erindring i sig selv, der, med deres kronologiske før og efter, afgjorde sagen, stillede sig på sandhedens side.

Forudsætningen, for med overbevisning i stemmen at kunne påpege sine egne iboende egenskaber med henvisning til sine forfædre, er, at alle i hvert led får ligelig opmærksomhed. Det er svært. I sidste ende ender vi op som i referencen til den eneste kopi, som vi har af en opret gående abe, homo erectus, et fossilt kranium fra et sted mellem 6 og 7 millioner år siden.

Går vi vore aner efter helt tilbage til Harald Blåtand, så har vi over 40 generationer at tjekke efter. Og ender op med alle de mennesker, der levede på hans tid. Vi kan alle med vægt i stemmen påstå, at vi er i familie med Harald Blåtand.

Det er moderne i at lede efter det blå blod i anerne. De semif feudale ambitioner lever, og kirkebøgerne bliver hevet frem igen og igen.

Prinsernes begejstring for friskt borgerligt kød er en sund reaktion mod den lange europæiske tradition for indavl i kongefamilierne. Hvor folket leder efter det blå blod i stamtavlen, bestræber de kongelige sig altså på at få masser af friskt blod ind i kongehuset.

Fortællingerne centrerer sig om ophav og oprindelse, ”som om” det var indholdet, der gjorde forskellen. Men det er det ikke. Referencerammen og fortællingen, den vi lever af at give hinanden, den vi spejler os i med hinandens øjne som spejl, det er skaberen, indholdet, offeret og bøddelen i en og samme proces.

Centrum periferi / scenen og publikum / København og den rådne banan / Finansernes holdeplads og PIIGS-landene

Det europæiske kraftcenter, hermafroditten, Merkozy, og alle de andre på det frie marked kan umuligt tage fejl. I Europa ved vi, hvad det drejer sig om! Tyskerne og Franskmandene ved det, og PIIGS-landene de kan bare se at få det lært! Markedet har altid ret!

Hele sceneriet centrerer sig om at gøre forskel, i en proces hvor den egentlige begivenhed, det der gør forskellen, er at så mange er i stand til at rette så stor opmærksomhed mod netop den lille plet på scenen, ”som om” sanselighedens indhold lå på genstandens side.

Behovet for at være på, at være efterspurgt, genkendes i publikums øjne, efterspørgslen på at være efterspurgt, er gigantisk, udbuddet der tilbydes på scenen, på markedet og især arbejdsmarkedet er gigantisk, og hvis det ikke netop var for efterspørgslen på det at være efterspurgt, som ethvert publikum kender hos sig selv, og som enhver borgerlig såvel som kongelig lever for at identificerer sig med, ja så ville interessen for de mekanismer, der sætter inertien i udviklingen, dvs. det der bestemmer udviklingen i økonomisk og social forstand lige nu, være mindre, en anden, af en anden natur!

Sangen bliver ikke stående når konkurrencen er afgjort. Den er i sig selv kun en efterligning af noget mere originalt og et bevis på at markedet har sejret ad helvede til. Billedet på succes har erstattet indholdet. Det er det afgørende på markedet og i x-factor, frem for det der fokuseres på og som aldrig ville have kunnet stå selv.

Den store kunstner behersker selv sceneriet, referencerammen, der bærer indholdets mening. Den store kunst skaber sin egen referenceramme, forudsætningen for de betydninger, som indholdet får i værket. Dem der optræder i x-factor er stater, ikke kunstnere. Det gælder alle deltagerne, lige fra smagsdommere over publikummer til vindere og tabere på scenen.

De store tyske filosoffer var bevidste om distinktionen mellem opfindelse og opdagelse, deres værker kom ”aus dichtung und wissenschaft”, og de var stolte af at beherske både digtningen og videnskaben på en gang. De lå ikke under for illusionen om markedet som udtryk for den objektive værdi.

Det store kunstværks komposition og remedier er ikke betinget af et opbud af efterspørgsel i sig selv, distinktionen mellem markedets centrum og periferi, hvor alt flyder tilfældigt ud, men værkets selvstændige grammatik, semantik, logik, afslører at digtning og skabelse på højt plan sker på en måde, der sandsynliggør sin egen usandsynlighed, helt uden om massebevægelsens og konkurrenceanta-

liteten hos overbuddet af publikummernes bidrag. Den store kunst kan selv. Den siger, take it or leave it til sit publikum. Fatter du intet, så anfægter det ikke mig! Massekulturen er hurtig til at tale om snopperi, den vil ikke vide af det, som den store kunst står for, nemlig autonomi!

Den store kunst har sin egen form for magi. Markedet og x-factor har også sin magi, der handler om at forveksle kvantitet med kvalitet, forvanske kvalitet eller simpelt hen forvandle det, der er, til et stort kvantum af dårlig smag.

Det er ikke det, der sker på scenen, der er enestående, med det at så mange kan gå op i iscenesættelsen og fokusere så meget på så lidt, der er fantastisk. Her finder man markedets og x-factors styrke. Det er her, at markedets og x-factors magi ligger, det store dyr i åbenbaringen, der både er offer og bødde i processen, som alle andre kognitive væsner.

Når både x-factor og markedet står for det nedrige og falske, så er det fordi begge institutioner fundamentalt set bygger på påstanden om at afsløre essens og substans.

Markedsværdierne er bygget op om påstanden om, at det prissatte har sin iboende værdi, som prisen er udtryk for. Vinderen på scenen står der, "som om" det var sangen, der havde vundet. Men hverken markedsværdien eller den vindende sang i x-factor er noget i sig selv uden om sceneriet. Med andre ord, værdien, der lever ved begge institutioner, er bygget op om løgn og svag hukommelse.

De store kunstnere skaber et forløb med egen erindring i sit værk, og står på den måde for noget helt andet end den bestræbelse på at forsvinde i mængden, der dominerer publikum i x-factor og masse mennesket på markedet. Kunstneren er ikke domineret af angsten for at komme til at stå alt for alene med en intens eksistentiel erfaring omkring noget, som de andre ikke bryder sig om eller vil sætte pris på.

Købekraften og dens allokering (fordeling)

Købekraften koncentrerer sig på indersiden af den grænse, hvor betalingsringen skal gå i København. Trængselsafgiften er med til at højne prisniveauet på indersiden af ringen. Banegården åbner sig i centrum hvorfra folk strømmer ud. Der bliver taget for sig, mens hovedtrafikåre strækker sig til de nærmeste nationale hovedstæder, London, Berlin, Oslo og Stockholm. Centrum periferi er til at få øje på.

Troen på den bedste af alle verdener koncentrerer sig om [Paretos Optimum](#), hvor goderne har fordelt sig på en måde, så ingen ville kunne ændre på noget af hensyn til sit eget forgodtbefindende, uden at mindst en anden ville stå sig dårligere. Problemet med sådanne statiske beregninger er, at værdierne, som de indgår i den matematiske model, ikke er så identiske og [metrologisk](#) fastlagte, som en statisk beregning forudsætter. Forudsætningen for at udbud og efterspørgsel kan udligne hinanden i mødet på det fri marked, hvor enhver kun byder ind i overensstemmelse med sine egne præferencer, er, at begge faktorer må være afgrænsede og iden-

tificerede for at kunne mødes i det perfekte match i den matematiske udligning af hverandre.

Problemet med markedet er, at efterspørgsel skabes og lever ved efterspørgsel, at markedet ikke lader et sandt udbud møde den sande efterspørgsel, at markedet former sine markedsværdier selv, at behovet skabes af markedets billede på efterspørgsel og udbud, som følge af investeringer i efterspørgselsfremmende foranstaltninger, dvs. de værdier, der ikke "er", men som opstår i og med prismekanismen, prisdannelsen.

Markedsværdien er ikke resultatet af varens kvalitet, dens nytteværdi, men bestemmes også af hvor mange der løber efter varen. Grunden, til at folk løber efter varen, er at folk løber efter varen.

Markedet opfinder værdien, sin markedsværdi, under henvisning til at udbud og efterspørgsel her alene råder. Men udbud og efterspørgsel råder ikke, det er markedet der råder, og efterspørgslen formes af efterspørgslen uden sans for kvaliteten i udbuddet. Markedet er den tredje instans, der umuliggør afvejningen af de to mod hinanden.

Efterspørgslen på at være efterspurgt ernærer og bærer markedsværdien. Udbuddet er kun et påskud for at opføre sceneriet, konkurrencen om at være mest efterspurgt. Hvis ikke alle publikummerne identificerede sig med de optrædendes trang til at være efterspurgt af publikum, så ville de 2 millioner danskere, der hver weekend sidder klinet til skærmen for at følge med, være forsvundet.

I bestræbelsen på at komme med på karrusellen bidrager massens inert, trangen til at nå ind på betalingsringens inderside, i orkanens øje, til intensiteten, bevægelsen. Lovmæssigheden genkendes fra alle hovedstæder.

Undertrykket opstår lige omkring banegården, som et oralt vakuum omkring urinrørets åbning i spidsen af glans, hvor københavnerstangen slipper sin ladning, samtidigt med at han nyder de små søde spasmer og smager på den sødeste smerte som hun kender et stjernesud der fra. Vi taler om stjernekysser, kongeligt, feudalt og borgerligt på en og samme tid i bevægelsen frem og tilbage mellem periferi og centrum.

Vi har brug for at være noget for hinanden, hvile i hinandens opmærksomhed, vi har brug for, at der bliver budt ind på os, at stå i centrum for så stor opmærksomhed som muligt, nu og da at forsvinde med den besværlige personlige identitet i den andens øjne, hvor spejlværdien viser sig om den søde fornemmelse, der langt fra kun er en lille forskel, eller påskud for at gå i en bestemt retning.

Markedet er ikke bare det sted, hvor efterspørgsel og udbud mødes, men også det sted hvor behovet og udbuddet skabes. Som en anden hermafrodit går opdagelsens og opfindelsens mysterier her i et, og gentagelsen af det evigt samme, den evige genfødsel af det uforløste behov, frustrationen, trangen, der aldrig vil stilles.

Den perfekt slettede hukommelse er forudsætningen for at kunne deltage i x-factors gudstjeneste, hvor skaberen fødes og går under med begivenheden hver gang. Det er ikke kunst, det der finder sted her, men massekultur der udfolder sig. Massefylden er den udslagsgivende kvalitet.

Når først forundringen over hvordan det lader sig gøre, at så mange kan gribes af så lidt igen og igen har meldt sig, så forsvinder magien. Og så er det for alvor blevet svært at forstå, hvordan mængden i den grad formår at blive kriteriet for kvalitet! Det er lige så svært, som det var for Søren Kierkegaard at tælle til poli-ti.

Efterspørgslen vil efterspørgslen. Pengene søger hen hvor pengene er. Politikere-ns succes afhænger af evnen til at lade sig projicere op på baggrund af succes. Men den struktur, som markedet efterlader, er fattig, triviel og hierarkisk. Trafikpropperne i de succesfulde regioner af Europas hovedstæder, og undertrykket i centrum trækker i den rådne banan, de mere perifere regioner, og kraften slipper op centralt, tømmer sig, letter sig. Men verden bliver ikke rigere af det.

Prisen betales for at vise at prisen er underordnet, at velstand fører til velstand, at betalingsevnen skaber og trækker betalingsevnen med sig. Men bevægelsen fører ikke til mere rigdom. Der er tale om en ekstremt perverterende fordelingsmekanisme.

Med forsøget på at være med bekræftes bevægelsen, mekanismen og den fattige struktur i opsætningen. Helle Thorning opgav alt for at komme i spidsen for det hele. Hun blev en del af bevægelsen. Det var hun nødt til at blive, for ikke at tabe kampen om at stå i spidsen for den.

I øjeblikket kæmper PIIGS-landene med konsekvenserne af at have overgivet sig til de frie markedsmekanismer. De er først ved at lære, hvordan det er at være konstituerende del af vindernes sejer. Fortællingen om at det fri marked er til alles fordel, den var først og fremmest et salgstrick. Men nu har de købt aben i sækken, og står der med den surt tjente erfaring, imens resten af EU, især tyskerne, råber at de bare kan tage sig sammen, at det var dem, der ikke var gode nok til markedet.

Hvis Grækerne skulle komme frem til, at markedet ikke er godt nok til dem, vil det være lige så kættersk, som at kalde x-factor for fordummende massekultur.

Mvh. Steen
Odense d.12/2 2012