

Budskab, fællesskab og forskning

”Fra forskning til faktura og videre ud i intet”

Budskabet, om at der er forskel på det at skabe penge og det at tjene dem, udbydes af foreningen ”[Gode Penge](#)”¹, men efterspørgslen på budskabet er begrænset på markedet for den slags, hvor den videnskabelige sandhed i det hele taget ser ud til at være gået ”fra forskning til faktura og videre ud i intet”.

Markedets sandhed om markedet

Spørgsmålet om sandheden om markedet overlades i vores del af verden til markedet at afgøre. Og hvis markedet kun er en dårlig dommer i spørgsmålet om, hvorvidt markedet er den sande dommer, så tenderer sandheden om markedet mod at gå under for markedet! Dette for markedet lidet flatterende budskab er videnskabeligt kvalificeret alene på logikkens strenge betingelser, for markedet har kun ret i sin dom, hvis det er den rigtige dommer. Spørgsmålet om, hvorvidt markedet har ret, kan markedet ikke selv afgøre. Det handler om habilitet og logik.

*Industriens budskab om sig selv som [bedst egnet](#)*²

Dansk industri har sat sig på universiteterne, og styrer forskningen ud fra hensynet til, hvad der tjener den bedst. Budskabet om, at det, der er godt for de snævre erhvervsinteresser, på ingen måde behøver at være det for fællesskabet i det hele taget, er tabu. Derfor er det dogmatik, når det hævdes, at ”markedet har ret”. Det kan sidestilles med en form for socialdarwinisme, markedsideologiens udgave af jungleloven, der lader vindernes selvbeskrivelse tage patent på den sociale selvbeskrivelse, med fortællingen, om at vinderne ikke bare er vindere, men beviset på, at de og den fri konkurrence på markedet er garantien for udviklingen mod den bedste af alle verdener.

Markedsaktørerne har sat sig på forskningen med det argument, at hvad der er godt for den ene, den der har magten over universiteterne, det er godt for alle andre!

Konklusionen er bestilt af industrien. Staten betaler for ”forskningen”, som industrien har sat til at formulere konklusionen.³

Der udfolder sig af samme grund ikke ret meget kritisk eller selvstændig intellektuel aktivitet på de danske universiteter i øjeblikket⁴. Man har nok i at gøre sig nyttig, udvikle produkter for industrien

¹ https://www.google.dk/?gws_rd=ssl#q=gode+penge

² <http://www.information.dk/164611>

³ De økonomer, som sidder på den officielle italesættelse af identiteten mellem kommerciel succes og almen succes er stort set alle sammen universitetsuddannede såvel som universitetsansatte og statsfinansierede ultraliberalister: <http://altandetlige.dk/fagligt/candpolit-sidder-paa-aarets-mest-citeret-oekonomer-1890>

⁴ Traditionen for kritik af de kommercielle succeskriterier begrænser sig til de ganske få lommer af kapitallogik, der er tilbage i forskerverdenen og uden for, dvs. de pensionerede tidligere universitetsansatte marxister. Denne tradition for kritik af kapitalismen er dog om muligt endnu mere blind for forståelsen for pengeskabelsens betydning, og fuldstændigt bundet op på en meget rigid forståelse for samfundet, som de mener entydigt kan udledes af deres udgave af en realøkonomisk materiel basis.

og bekræfte den neoklassiske økonomiske teoridannelse, som dogmatisk fx nægter at forholde sig til den måde, som pengene skabes på og det, at markedet måske ikke altid har ret.

Forskerverdenen og industrien står sammen om, at markedet har ret, og at de overlevende på markedet er de bedst egnede.

Deres neoklassiske selvforståelse går blindt og ideologisk op i det nittende århundredes utilitarisme, sådan som den formuleres af John S. Mill. De har nok i at gøre sig nyttige for de såkaldte vindere, uanset hvor mange paradokser og former for dysfunktion den såkaldt økonomiske succes kan identificeres med. De repræsenterer ureflekteret en blind servil underdanighed, formålsløs og dysfunktionel formålmæssighed, det utilitaristiske men depraverede intellekt.

*Faktuel relation mellem stat og marked*⁵

Det faktum, at det netop er markedet, som er sat ud af kraft, når staten finansierer den del af industriens kapitalapparat, som skabes af universiteterne, det taler man ikke højt om. Tværtimod er det nu vedtaget af EU, at de offentlige forskningsmidler, som tilflyder industriens produktudvikling i universitetsregi, tæller direkte ind som bidrag til BNP'et⁶. Det sker samtidigt med, at prostitution og narkokriminalitet er blevet inddraget i målet for bruttoproduktet på EU-plan. Uanset, hvor dysfunktionel og eller unyttig og uproduktiv en aktivitet, der er tale om, så kan det bruges til at puste BNP'et op med. At det underminerer det nærmeste, som man er kommet et mål for udviklingen i denne orden af social selvbeskrivelse, fordi man lader det negative tælle positivt i det, anfægter ikke forskerverdens debile intellekt. Det har nok i at være nyttigt for elendigheden.

Relationen mellem mikroøkonomi og makroøkonomi kan ifølge mainstreamøkonomerne gøres op kvantitativt, lineært og analytisk⁷. Hvad der finder sted af økonomisk tilvækst på mikroplan hos de enkelte aktører på markedet, det adderes således uden videre op i makroøkonomisk forstand, hvor resultatet sidestilles med et udtryk for fællesskabets sande almeninteresse. Det er matematisk, men verdensfjernt og falskt, især fordi pengenes skabelse og fordeling ikke tælles med.

*Pengeskabelse*⁸

De fleste penge skabes af markedet selv. Det er et tabu inden for mainstreamøkonomernes rækker. De hævder, mod bedre viden, at penge skabes uden for markedet, hvorfra de tilføres markedet.

For at forstå, hvordan penge skabes, er det bedst at gå tilbage i den økonomiske videnskabs kongerække. Joseph A. Schumpeter⁹ har i begyndelsen af 1930'erne formuleret, hvordan penge skabes af bankerne med långivningen. John M. Keynes¹⁰ anerkender forklaringen, men forsøger allerede fra det tidspunkt, hvor han opdager bankernes pengeskabelse, at underspille bankpengenes betydning for økonomien.

Det afgørende ved bankpenge er, at de påvirker markedets prisdannelse. Det afgørende er ikke, om de har værdi i sig selv, for det har de ikke.

⁵ <http://arbejdsforskning.dk/visartikel.asp?art=43>

⁶ http://economia.elpais.com/economia/2014/06/12/actualidad/1402564871_895351.html

⁷ <http://arbejdsforskning.dk/visartikel.asp?art=83>

⁸ <http://arbejdsforskning.dk/visartikel.asp?art=227>

⁹ https://www.google.dk/?gws_rd=ssl#q=Schumpeter+pengenes+v%C3%A6sen

¹⁰ https://www.google.dk/?gws_rd=ssl#q=keynes+treatise+on+money

De skabes fx af bankerne som fordringer på banken selv, der overføres til kunderne, dvs. godskrives kunderne, låntageren i forbindelse med långivningen. En sådan fordring på en bank, skabt af banken selv og godskrevet en kunde, kan bruges som betaling til en kunde i samme bank eller en kunde i en anden bank.

Andre banker gør det samme. Mere end 90 % af de betalinger, som gennemføres på nationalt og overnationalt plan, gennemføres med fordringer, formuleret i forskellige valutaers navne, rettet mod bankerne/finanssektoren selv, som har udstedt fordringerne.

Den slags penge er ikke noget værd, men virker alligevel som betalingsmiddel. De er ikke andet end fordringer, der gør det muligt for både udstedere og modtagere af dem at tilegne sig mere reelle værdier, varer og ydelser.

Forudsætningen for, at den finansielle sektor kan skabe penge, er, at der allerede findes markedsværdi. Den pålydende markedsværdi, som man finder formuleret i de måleenheder, som pengene også er, danner grundlag for belåning. Når en bank låner penge ud, så tager den sikkerhed i kundens ejendom eller indtægt. Der skrives et lånebevis, en kontrakt, hvor kunden forpligter sig til at betale lånet tilbage. Denne fordring på kunden er bankens aktiv, og den optræder regnskabsmæssigt i opgørelsen over bankens solvens, dvs. opgørelsen over, hvor stor markedsværdi fordringerne på banken udgør i forhold til de fordringer, som banken har på andre kunder og banker.

*Priser og pengeskabelse*¹¹

Når banken skaber penge, så stiger efterspørgslen, og dermed priserne i overensstemmelse med loven om udbud og efterspørgsel på de værdier, der danner grundlag for udstedelse af penge. Prisdannelsen afhænger altså af pengeskabelsen og omvendt. Dvs. markedsværdien bestemmes i høj grad af pengeskabelsen, og det udfolder sig på en måde, der ikke står i nogen entydig relation til det, man kunne kalde det økonomiske systems realøkonomiske produktion.

Prisstigningerne på kapital, realkapital såvel som finansiell kapital, har været gigantiske over de sidste 40 år. I hele den periode er der skabt kolossale mængder af kreditpenge, bankpenge, markedsendogene penge, kontopenge som har taget udgangspunkt i markedets inflationsværdier. Pengene har helt uden om den reelle produktion sat markedsværdierne, dvs. købekraften er opstået med pengeskabelsen og fordelt lettere autark (løsrevet) i relation til realøkonomien.

Penge, et tabu!

Det er mainstreamøkonomernes største tabu. Dens neoklassiske model ser bort fra pengeskabelsen, og fokuserer på økonomien og prisdannelsen, som om at pengeskabelsen, markedets endogent skabte penge var neutrale¹² i forhold til skabelsen og fordelingen af købekraften.

*Øtjent og uførtjent indkomst*¹³

Økonomernes snak om, at man må gøre sig fortjent til sin indkomst, gælder ikke for den finanssektor, som økonomerne lever af at give sin foretrukne selvbeskrivelse. Økonomeerne lever af at imødekomme de købestærkes behov for en bekvem fremstilling af sin økonomiske funktion. Økonomeerne er finansieret af den finansielle industri og staten. Deres konklusioner er bestilt og

¹¹ https://www.google.dk/?gws_rd=ssl#q=penge+skabes+som+1%C3%A5n+i+markedets+inflationsv%C3%A6rdier

¹² <http://eu.wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd-074560997X,subjectCd-EC06.html>

¹³ <http://arbejdsforskning.dk/visartikel.asp?art=248>

betalt på forhånd, dækket ind under markedets bestræbelser på at komme hurtigst muligt ”fra forskning til faktura og videre ud i intet”.

Loven burde hellere hede; ”Industriens tag selv bord¹⁴ af konklusioner og ydelser, finansieret af staten på bekostning af forskning og videnskabelig sandhed”.

Den finansielle sektor lever af at lave penge, som er det samme som gratis fordringer på produktet. De laver penge til sig selv og til dem, som de låner ud til. Denne sektor tjener altså ikke penge, men laver dem. De fleste økonomiske værdier er opstået ud af det blå som fordringer på produktet, uden at der er blevet skabt noget i processen. Derfor truer det fri markeds bobleværdier hele tiden med at implodere. De er blevet urealistisk høje. [C20 har fx aldrig være højere](#)¹⁵, obligationskurserne og huspriserne er alt for høje, takket være de gigantiske mængder af kreditpenge, som markedet har skabt. På globalt plan findes der i øjeblikket en mængde kreditpenge, som svarer til [199 billioner US\\$](#)¹⁶. De store internationale analyseinstitutter beskriver dog ikke verdens gæld som verdens penge. Det ville gøre det alt for let at gennemskue den herskende ordens mangel på legitimitet.

Blodig uret

Pengeskabelsen har haft afgørende betydning for fordelingen af verdens rigdom. Det er med til at forklare, hvordan [85 mennesker kan eje](#)¹⁷ lige så meget som verdens fattigste 3,5 milliarder.

Når økonomerne taler om det, som de kalder marginal nytteværdi af fx den sidst investerede nominelle pengeværdi, husker de omhyggeligt at glemme at tale om netop pengenes marginale nytteværdi for ejeren, det økonomiske menneske. I modellerne tæller den først tjente og den sidst tjente nominelle værdi nøjagtigt lige meget i forhold til BNP’et, uanset, at den sidst tjente US\$ for en af de rigeste 85 har så forfærdelig lille betydning for dette menneske i forhold til den først tjente hos den, der netop kun har en andel i pengeøkonomien, der svarer til en og kun en US\$ om dagen. For den selvstændigt tænkende iagttagere, der måtte være tilbage her, forsvinder gyldigheden af mainstreammodellernes mål for vækst og udvikling på et splitsekund. De bygger ikke op om en højere rationalitet eller noget almengyldigt mål for vækst og udvikling.

Pengeskabelsen har sat markedets mere retfærdige prisdannelse ud af kraft. Konkurrencen og fordelingen på dette markeds betingelser er dybt uretfærdig.

Særinteresse - ikke almene interesser

Finanssektorens interesser falder sammen med de interesser, som ejerne af markedsværdierne har. Her er man ikke interesseret i, at resten af verden forstår den mekanisme, der har skabt og fordelt

¹⁴ Dansk erhvervslivs sponsorering står måske nok for et positivt bidrag til universiteterne, men sponsormidlerne kan lige så godt ses som de meget minimale beløb, der gives til konkrete projekter, som så startes op i universitetsregi, og som netop kun er beskedne i forhold til den samlede mængde af midler, der lægges til grund for hvert enkelt konkret forskningsprojekt. Sponsoreringen gør det muligt for sponsor at styre mange flere forskermidler i ønsket retning, end de beskedne midler som et sponsorat består i. Mekanismen kunne kaldes pengemultiplikatoren, og er mere relevant, end det, som begrebet står for i den klassiske beskrivelse af en ekstern kontrol med pengemængden i markedet. Erhvervslivet er stærkt repræsenteret i universiteternes styrende organer.

Universiteternes formålsparagraffer identificerer nu mere end tidligere forskningens bidrag til BNP’et, forskningens kommercielle værdi med forskningens almene berettigelse. Den generelle sociale beskrivelse af universiteterne er af samme grund ude af stand til at skelne forskningens værdi fra dens kommercielle værdi.

¹⁵ http://borsen.dk/kurser/danske_aktier/c20_cap.html

¹⁶ <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/schulden-der-welt-mckinsey-studie-belegt-deutlichen-anstieg-a-1016749.html>

¹⁷ <http://www.theguardian.com/business/2014/jan/20/oxfam-85-richest-people-half-of-the-world>

købekraften. I stedet forsøger man i en uendelighed på at beskrive markedet som en retfærdig mekanisme, der sørger for, at alle aktørers interesser er lige legitime, og med fortællingen om, at hvad der er godt for den ene, det er godt for alle andre. Det sker med budskabet om, at ingen kan få andel i produktet uden at bidrage til det, og at alles andel i købekraften derfor er legitimeret, fordi enhvers rigdom er betinget af en økonomisk tilvækst. Det er forkert, netop fordi pengene skabes som købekraft, uden at der nødvendigvis finder nogen realøkonomisk produktion sted.

Budskabet, om at alle erhvervslivets særinteresser er identiske med samfundets almene interesser, sælger som varmt brød, hos dem der laver pengene, og dem som har andel i markedets inflationsværdier. Det går i tråd med budskabet om, at pengene, motivationen på mikroplan som følge af markedets lovmæssighed bygger op om udviklingen frem mod den bedste af alle verdener.

Pengenes marked højt hævet

Dette marked er skabt af pengene via de institutioner, som laver dem, dvs. den finansielle industri. Her ernærer man sig af at skabe penge, købekraft, fordringer på produktet, for det meste uden at bidrage til det.

Den mest lukrative beskæftigelse af alle består i at lave penge. Det er langt mere lukrativt, end det er at tjene dem. Og selve det forhold, at det kan lade sig gøre at skabe købekraft uden at producere noget af virkelig værdi, er forklaringen på, at markedsværdierne ikke svarer til noget. De fører deres egen tilværelse højt hævet over realøkonomien, produktionen og imødekommelsen af rigtige menneskers virkelige behov.

Sandhed og marked

Men budskabet om, at de købestærke ikke behøver at have gjort sig fortjent til sin købekraft, penge, den køber de købestærke ikke. Her holder man fast i, at markedet bestemmer over sandheden om markedet. Påstanden, om at markedet har ret, er således formuleret og skabt på markedets betingelser, på markedet for budskaber. Problemet for dette budskab er, at spørgsmålet om sandheden om markedet ikke kan kvalificeres videnskabeligt af markedet, men kun på videnskabens betingelser.

Markedet for budskaber har ophøjet sig selv til dommer i alle livets spørgsmål i alle af afkroge af det moderne Europas institutionaliserede udgave af Chicago-skolens hedeste drøm. Så den videnskabeligt kvalificerede beskrivelse af sandheden om, at pengeskabelsen er trådt i stedet for den funktionelle form for økonomi, henslæber en tilværelse i dette samfunds periferi.

Markedstilhængerne køber ikke sandheden om markedet. De køber i stedet det salgbare budskab om, at markedet altid har ret. Sådan er det blevet.

Den uafhængige forskning er ikke bare truet, men sat ud af kraft af markedsideologien, Cepos, Cevea, Kraka, New public management tænkning, dysfunktionel økonomisk rationalitet, dækket ind under svært økonomiske paroler om nødvendigheden af at redde økonomien osv.

Sandheden om samfundet, dets økonomi m.m. er gået under for økonomi. Surt og sandt.

Ingen af de kommercielle medier vil bringe dette budskab. Det passer ikke ind i den herskende ordens selvbeskrivelse. Snakken om at forsvare ytringsfriheden er af samme grund rent hykleri. Det gør ikke sandheden om det moderne samfund mindre sur eller sand.