

Chapitre 17/Chapter 17

La mystification du marché : le mécanisme mis à nu /Market Mystification : the Mechanism Laid Bare

par Bertell Ollman (New York University)

©copyright 2003

All Rights Reserved

Version française

Résumé :

Les expériences journalières des gens en tant qu'acheteurs et vendeurs sur le marché sont les causes principales de l'idéologie capitaliste. Non seulement elles leur/nous donnent une perception erronée des relations sociales, de la nature, de la nature humaine, de l'argent, de la liberté et de l'égalité, mais ces expériences mystifient toute la sphère de la production, ce qui, du point de vue de ses effets multiples, est peut-être la mystification la plus malaisante de toutes. Car seule la production nous donne une vision claire de la division sociale du travail et des classes et des intérêts de classe auxquels elle donne naissance. En occultant les classes, le marché mystifie également l'exploitation et l'aliénation qui sont basées sur celles-là, les caractéristiques du marché qui découlent de ces processus, leurs origines et leur potentiel de transformation ainsi que le type de politique (politique de lutte de classe) nécessaire pour l'avènement d'une transformation socialiste. Toute tentative de réforme des corporations multinationales et de la globalisation qui ne s'affrontera pas aux mystifications marchandes, à leurs causes et à leurs effets, n'aura de chance de réussir.

I. Le manque de transparence.

Au milieu du tumulte et de l'exultation qui marquèrent les derniers jours de la République démocratique allemande, on entendit un ouvrier est-allemand dire: "Ce qui nous a le plus agacé de la part du gouvernement, c'est qu'ils nous traitaient comme des idiots." Il en est autrement, bien sûr, dans les pays capitalistes. Là, les gens sont d'abord rendus idiots, si bien que quand on les traite comme tels, bien peu s'en aperçoivent. La différence, c'est la transparence.

En effet, l'une des vertus principale des économies planifiées, même lorsqu'elles ne sont pas démocratiques, et même dans celles qui ne fonctionnent pas très bien, c'est qu'il est très facile de voir qui est responsable de ce qui ne marche pas. Ce sont ceux qui ont fait le plan. On ne peut pas dire la même chose des économies de marché dont l'une des fonctions majeure est de brouiller la compréhension de leurs habitants. Ce brouillage est essentiel pour dévoyer la frustration et la colère que les gens ressentent à propos des inégalités économiques et sociales, du chômage, des usines fermées, de la dégradation de l'environnement et de l'avidité tous azimuts qui sont les sous-produits inévitables de ce type d'économie. Mais, dans la mesure où il en va ainsi, seule une critique de la mystification marchande nous permettra de porter la responsabilité où il se doit, à savoir sur le marché capitaliste en tant que tel et sur la classe qui le dirige, afin de susciter chez

les gens la volonté de créer un nouveau type d'organisation de production et répartition de la richesse sociale.

En mettant les multinationales et la globalisation au coeur de cette conférence, on court le risque de prendre les réformes souhaitables des formes actuelles du capitalisme pour ce qu'il faudrait faire en vue de se débarrasser des pires effets du capitalisme en tant que tel. En focalisant sur le rôle mystificateur du marché capitaliste tout au long de l'ère capitaliste (quelque soit l'importance accrue de ce rôle dans les années récentes), j'espère montrer pourquoi toute critique fondamentale des corporations multinationales doit être poussée jusqu'à leur enracinement dans le mode de production capitaliste.

Il y a, bien sûr, nombre d'institutions, de conditions et de pratiques qui servent de "fabriques d'idéologie". Parmi les plus actives, on trouve l'Etat, les médias, l'armée, la famille, l'Eglise, l'école, les lieux de travail, mais aussi le monde des sports, celui du spectacle et de la pratique des jeux de hasard. Le capitalisme a recours à tout cela pour donner à l'anormal l'apparence du normal, à l'injuste l'air de l'équité, et à l'inacceptable l'allure du naturel et même du désirable. Avec le développement explosif de la consommation - de la quantité de temps, de pensée, d'émotions consacrées à l'achat, à la vente et aux préparatifs pour s'y adonner (y compris les soucis que cela occasionne) et au besoin de récupérer par la suite -, le marché est devenu une influence dominante, sinon l'influence dominante, sur la manière dont les gens agissent et pensent le reste du temps.

II. Les expériences marchandes créent une idéologie marchande.

En quoi consistent les expériences marchandes? Avant de répondre, il est nécessaire de préciser que ce qu'on appelle le marché renvoie en réalité à quatre marchés interdépendants : l'un pour les produits finis ou marchandises, un autre pour le capital, le troisième pour l'argent et autres instruments financiers, et le dernier pour le travail. Sur ces quatre marchés, les individus sont en compétition pour obtenir autant d'argent que possible pour ce qu'ils ont à vendre, et pour payer aussi peu que possible pour ce qu'ils veulent d'acheter. De plus, il est évident qu'il y a des différences de classe importantes dans la manière dont les gens participent aux activités de ces marchés. Seuls les capitalistes, par exemple, achètent et vendent du capital et de l'argent, tandis que le travail est vendu exclusivement par les travailleurs et acheté principalement par les capitalistes. Et alors que tout le monde achète des produits finis (pas les mêmes naturellement, ni aux mêmes prix), la plus grande partie de la vente est faite par les capitalistes, y compris, bien sûr, de petits capitalistes. En dépit de ces différences, il y a des similarités remarquables dans "les expériences de marché" des gens de toutes les classes.

Parmi celles-ci: 1) l'achat est vécu comme la seule façon légitime d'obtenir ce que l'on veut, et la vente - qu'il s'agisse de la force de travail, du capital, de l'argent ou des marchandises - est vécue comme la principale manière d'obtenir l'argent nécessaire pour acheter quoi que ce soit. (2) Chaque personne agit sur le marché en tant qu'individu plutôt que comme membre d'un groupe (les sociétés anonymes, bien que personnes juridiques, sont peut-être une exception, encore que leurs actionnaires ne le soient pas). (3) Chacun décide pour soi ce qu'il veut acheter ou vendre. (4) Tout le monde peut acheter quelque chose à condition de pouvoir payer, et tout le monde peut vendre quelque chose à condition d'en être le propriétaire. (5) Personne ne peut activement entraver quelqu'un en train de faire son choix ou de l'exécuter. (6) On trouve tout et presque tout le monde (sinon tout ce qui les concerne) offerts à la vente, chose rendue évidente par le fait que tout et tous sont affectés d'un prix. (7) Puisqu'il n'y a pas toujours une demande suffisante pour les marchandises qu'on a à vendre au prix qu'on souhaite (ou peut-être quel qu'en soit le prix), et parce qu'il n'y a pas toujours une quantité suffisante de marchandises qu'on voudrait acheter au prix qu'on voudrait payer (ou peut-être à n'importe quel prix), on est forcément en compétition

avec d'autres, qu'on vende ou qu'on achète quoi que ce soit. (8) Pour entrer dans cette compétition, sans parler d'y devenir habile, il faut se faire indifférent aux besoins humains de ses compétiteurs. (9) Les travailleurs, le capital, la propriété foncière, et l'argent sont tous perçus comme gagnant de l'argent, que l'on appelle alors, respectivement "les salaires", "le profit", "la rente", et "l'intérêt". (10) En tant que moyen grâce auquel les prix sont payés et les marchandises acquises, l'argent devient le premier besoin de chacun et l'objet direct de toute vente.

Sans que cette liste représente la somme totale des expériences de chacun sur le marché, je pense qu'elle contient ce qui se passe de typique dans l'achat et la vente du capital, de la force de travail, de l'argent, et particulièrement des marchandises. Répétées chaque jour, bien avant le premier emploi, ces expériences produisent une vision du monde très distinctive. Le marché occupant une place aussi centrale dans la vie des individus, il n'est pas surprenant que les conduites qui s'y manifestent soient prises comme représentatives de ce que les gens sont réellement, et le même emploi incorrect de l'induction détermine la compréhension qu'ont la plupart de la nature, la nature fondamentale, de tout ce qu'ils rencontrent sur le marché.

Ainsi, les êtres humains sont perçus comme atomisés, comme des créatures hautement rationnelles et égoïstes, dont l'activité principale dans la vie est de choisir (en vérité, d'opter); du fait que les gens choisissent sans interférence ce qu'ils veulent (en vérité, ce qu'ils préfèrent), ils sont considérés comme responsables de ce qu'ils ont (et de ce qu'ils n'ont pas); les relations principales entre les personnes sont comprises en termes de compétition et de calcul d'utilité; dans ce mode de pensée, le monde consiste en choses qu'on peut acheter avec de l'argent, de telle sorte que les choses ne sont presque plus considérées qu'en terme de prix; la capacité du capital, de la propriété foncière et de l'argent de gagner plus d'argent est considérée comme une propriété naturelle de ces formes économiques; l'argent étant compris comme un pouvoir sans lequel rien n'est possible, la soif intempérée d'argent devient parfaitement rationnelle; la possibilité de tout faire pour de l'argent quand on en manque et d'acheter tout ce qui vous passe par la tête quand on en a sert de paradigme de la liberté; et l'égalité, c'est quand les autres peuvent faire la même chose.

Ce qui ressort fortement de ce résumé même bref des idées issues du marché, c'est que rien de ce qui se passe dans la société en dehors du marché ou dans son histoire passée n'est introduit pour rendre compte des phénomènes mentionnés. Comment cela est-il possible et quels en sont les effets sur l'ensemble de la pensée des gens? Bienvenue au monde de la mystification marchande.

III. La Mystification de la production.

Par "mystification" j'entends ce malentendu à niveaux multiples qui résulte de la combinaison de choses cachées, déformées, déguisées et embrouillées. Tous ces processus sont à l'oeuvre dans le fonctionnement du marché. Bien qu'on puisse dire que jusqu'à un certain point tous les aspects de notre vie soient affectés par notre expérience du marché, certains subissent une plus grande mystification que d'autres. La mystification de la nature humaine, des relations sociales, de l'argent et de la liberté, mentionnée plus haut, est généralement reconnue sinon bien comprise. Mais ce qu'on connaît beaucoup moins bien, c'est la mystification de toute la sphère de la production, qui, pour l'étendue de ses effets, est peut-être la plus nuisible de toutes.

En ce qui concerne la production, la mystification marchande résulte en partie de l'occultation de toute la sphère de la production, si bien que l'échange semble avoir lieu dans un monde autonome. Nous venons de voir comment le marché génère ses propres

interprétations de l'expérience des gens en son sein. Naturellement, chacun sait que tout ce qui fait l'objet d'un échange doit d'abord avoir été produit. Et pourtant, dans la manière dont la plupart des gens sont amenés à penser à ce sujet - en regardant par le petit bout de la lorgnette -, le marché apparaît comme existant en soi. Les marchandises sont perçues comme déjà là "sur les étagères". La production est en cours évidemment, mais, pour ainsi dire, dans la pièce d'à côté, et la porte qui sépare les deux pièces est fermée.

Qu'on ignore l'existence de la production, qu'on minimise son influence ou qu'on refuse carrément d'en tenir compte quand on examine ce qui se passe dans le marché n'épuise pas la mystification dont elle est l'objet. Ainsi, même quand on ne peut la passer complètement sous silence, le fait d'adopter le point de vue du marché pour la considérer, de faire endosser aux acteurs de la production leurs costumes de consommateurs, a pour résultat un effet de mystification similaire. Le travail n'est plus alors que ce qu'on fait pour obtenir l'argent qui nous permet de consommer; et le capitaliste devient à nos yeux celui qui nous donne l'occasion de le faire en nous embauchant.

Le marché mystifie la production d'une troisième manière en plaquant sur elle un modèle basé sur les relations marchandes, si bien que les gens pensent la production dans un cadre qui ne convient qu'au marché. Est-ce que les gens se confrontent les uns aux autres en tant qu'individus au cours de leurs transactions marchandes? Si oui, la même chose doit donc s'appliquer au sein de la production. Les individus sont-ils libres d'acheter et de vendre selon leur volonté sur le marché? Si oui, ils doivent donc l'être aussi dans la sphère de la production. Ce qui est mis en vedette, c'est la préférence individuelle, le fait d'avoir le choix, et de n'être soumis à aucune contrainte physique ou légale dans l'exercice de ce choix.

Cependant, si on examine la production directement, sans emprunter le marché comme modèle ni comme point de vue, que trouve-t-on? On trouve des gens qui travaillent en coopérant pour transformer des matières premières en biens utiles, et qui font l'expérience de la plupart de leurs réussites ou de leurs échecs collectivement. Les conditions communes dans la production viennent alors au devant de notre conscience. Partant de la production, on trouve aussi une division du travail complexe qui assure que les gens en accomplissant une grande variété de travaux contribuent tous au bien commun. Cependant, et cela aussi émerge clairement: tout le monde ne semble pas travailler. Certaines personnes, les propriétaires des moyens de production, ne font que donner des ordres, et cela à distance.

Ainsi, ce qui ressort lorsqu'on aborde directement la production est: 1) la nature sociale de la vie humaine (c'est notre situation commune et nos qualités semblables et non nos différences et préférences individuelles qui se dégagent); 2) la division sociale du travail et la coopération qu'elle nécessite et assure; et 3) la division de la société en classes entre les propriétaires des moyens de production et ceux qui travaillent pour les mettre en oeuvre, avec la domination des premiers sur les seconds. Par contraste, rien de tout ceci n'apparaît, si ce n'est dans une espèce de brouillard, lorsqu'on conduit l'analyse du point de vue du marché ou de l'intérieur d'un modèle basé sur les relations marchandes.

La production, bien sûr, n'est pas elle non plus exempte de caractères mystifiants. Il ne pourrait en être autrement dans les conditions du capitalisme. La compétition pour l'emploi et dans l'entreprise, par exemple, contribue à une perception atomisée de soi. Comparée au marché, cependant, la production est une oasis riche de vérités économiques importantes, mais qu'on manquera toutes si on emprunte la route qui passe par le marché.

IV. L'occultation de l'exploitation et de l'aliénation.

Maintenant seulement sommes-nous en mesure de comprendre l'explication que Marx donne de la domination des travailleurs sous le capitalisme dans les théories conjointes de

l'exploitation et de l'aliénation. Très brièvement - bien que de façon suffisante pour notre but -, on peut dire que l'exploitation se réfère à la perte pour les travailleurs d'une partie de la richesse qu'ils créent, alors que la théorie de l'aliénation se réfère à la perte de leur propre substance subie par les travailleurs au cours du processus par lequel l'exploitation s'accomplit. Ces deux théories se concentrent sur la situation commune à l'ensemble des travailleurs, sur ce qu'ils ont de commun en tant que classe, et de même pour les capitalistes.

Pour Marx, toute la richesse de la société est créée par les travailleurs qui transforment les matières brutes de la nature en objets que les gens désirent. Dans le capitalisme, les travailleurs reçoivent un salaire qui leur permet de racheter sur le marché une partie des richesses qu'ils ont produites. La différence, ce que Marx appelle la "plus-value", reste entre les mains des capitalistes et forme la source de leur richesse et de leur pouvoir.

Cependant que la théorie de l'exploitation met en lumière la relation entre capitalistes et travailleurs dans le processus de production, la théorie de l'aliénation, elle, a pour objet ce qui arrive aux travailleurs, à leur nature humaine, au cours de ce même processus. Au cours de la production capitaliste, les qualités et les relations qui nous caractérisent en tant qu'êtres humains sont transformées de telles manières que notre humanité s'en trouve diminuée. Sous le contrôle des capitalistes, un coin est enfoncé entre les éléments clefs d'un tout organique - entre le travailleur, son travail, son produit et son rapport aux autres -, donnant l'impression qu'ils existent et qu'ils fonctionnent indépendamment les uns des autres.

Cette forme de déshumanisation est particulièrement aigüe dans l'ère capitaliste. Comme dans le cas de l'exploitation, c'est la situation dans laquelle les travailleurs se trouvent en tant que membres d'une classe, et non les circonstances particulières de quelques malchanceux, qui rend compte de leur perte: celle de la plus-value dans le cas de l'exploitation et d'une partie d'eux-mêmes dans le cas de l'aliénation. Comme pour la théorie marxiste de l'exploitation, et toujours au moyen de la mystification du processus de production, le marché cache les relations de classe qui forment le cadre de la théorie de l'aliénation.

V. La déformation de la société tout entière, de son passé réel et de son futur potentiel.

Après la production, ce sont probablement l'Etat et la politique qui souffrent le plus de cette mystification marchande insoupçonnée. C'est à l'aide d'analogies tirées de domaines qu'ils connaissent relativement bien que les gens pensent sur des sujets qu'ils connaissent mal ou peu. Le marché est une source idéale d'analogies lorsque les gens se tournent vers la politique. Convaincus que leur expérience marchande si pleine de perceptions claires et de fortes émotions leur fournit des vérités fondamentales applicables dans tous les domaines, ils ont tendance à attacher trop d'importance à certains aspects de notre vie politique et d'en déformer ou d'en ignorer d'autres totalement. Par exemple, le rôle que chaque citoyen joue lorsqu'il vote (on choisit un candidat comme on choisit un article sur le marché), le sentiment qu'il faut avoir le choix entre plusieurs candidats, même s'ils ne représentent que des versions différentes de la même chose (comme c'est le cas entre les différentes marques offertes aux consommateurs sur le marché) - ce sont là les traits considérés comme les plus importants de notre système politique.

Ce qui échappe à la critique dans ce traitement de la politique, et qui n'est jamais mentionné parce que rendu invisible dans tout modèle dérivé du marché, ce sont les relations de classes qui sous-tendent nos pratiques politiques, et le fait que la plupart de

nos lois (y compris la Constitution), de nos décisions juridiques, et l'application des lois, sont sérieusement infléchies pour servir les intérêts de la classe capitaliste.

Comme nous l'avons vu, c'est en occultant et en déformant ce qui se passe dans la production que le marché gêne notre capacité à saisir la nature sociale de l'homme, la division du travail et la constitution des classes. Ceci, à son tour, rend impossible la compréhension de l'exploitation et de l'aliénation) sans parler de la politique. Mais les théories de l'exploitation et de l'aliénation nous fournissent aussi les meilleures explications pour certaines des idées les plus mystiques qui naissent de l'expérience marchande, au point qu'en mystifiant la production, le marché finit par se mystifier lui-même. Par exemple, le pouvoir quasi humain que manifestent certaines choses sur le marché, où le capital produit le profit et l'argent engendre l'intérêt, dans ce que Marx appelle "le fétichisme de la marchandise", peut aussi être attribué à la richesse que les travailleurs créent au départ et qui leur est reprise au cours de la production aliénée. Quelle autre source pourrait avoir cette nouvelle richesse incarnée dans le profit et l'intérêt?

La liste des mystifications produites par le marché n'est pas encore complète. Car si l'exploitation et l'aliénation rendent compte de certaines des caractéristiques les plus étonnantes du marché, les origines du marché se trouvent dans l'histoire de ces deux conditions. C'est dans le développement de l'exploitation et de l'aliénation, habituellement traitées par Marx comme des parties essentielles de l'essor du mode de production capitaliste, que nous pouvons discerner le passé propre du marché. Mais si l'exploitation et l'aliénation sont rendues invisibles, le marché semble alors sans origine, sans histoire, figé dans le temps historique comme un phénomène naturel.

Cependant, le passé contient les racines non seulement du présent mais aussi de l'avenir. Nous avons ici une mystification de plus de la part de l'idéologie marchande, qui, en cachant la production, réussit à cacher l'exploitation et l'aliénation, ce qui déforme en retour notre compréhension des traits distinctifs du marché et de ses origines dans le passé - en cachant et en déformant tout cela - le marché cache aussi son propre potentiel de devenir autre chose que ce qu'il est. Lorsqu'il examine les conditions qui mènent au capitalisme et les difficultés croissantes de les reproduire, Marx projette une lumière prophétique sur les problèmes toujours plus graves qui causeront éventuellement - d'autant plus qu'auront disparu les anciennes solutions - l'effondrement du système actuel. En même temps, il veut attirer l'attention sur les diverses conditions nouvelles émergeant de ces mêmes développements, qui pourraient devenir la base du système suivant.

VI. Vers quelle politique?

Finalement, en mystifiant l'avenir possible du marché, ainsi que son caractère présent et son passé réel, l'idéologie marchande mystifie le genre de politique requise pour s'occuper efficacement des graves problèmes qu'il engendre, à savoir: l'inégalité sociale et économique, le chômage, la surproduction (relativement à ce que les gens peuvent acheter), la pollution, et les crises périodiques. Quand on travaille avec une notion anhistorique du marché, lui-même coupé des développements dans la sphère de la production, ces problèmes semblent exister indépendamment les uns des autres et du système dont ils découlent. Le capitalisme manque le plus de transparence justement là où notre besoin en est le plus aigu. Sans autres ressources pour l'analyse que la forme sous laquelle chacun de ces problèmes se présente, les solutions préconisées consistent habituellement à obtenir que ceux qui ont le pouvoir changent certaines de leurs pratiques, notamment en tant qu'acheteurs et vendeurs de marchandises, force de travail et capital - par exemple qu'ils augmentent les investissements dans les localités défavorisées, qu'ils embauchent plus de travailleurs, qu'ils boycottent certains magasins ou produits, etc.

Le but ici n'est pas de se débarrasser du marché, ceci étant considéré comme impossible, mais de le réformer, de faire en sorte qu'il fonctionne bien pour tout le monde, avec l'implication que cet état idéal relève du possible.

Ce n'est pas ainsi que Marx procède. Avec la production pour point de départ, il se plonge immédiatement dans l'interaction des classes et en suit les effets sur ce qui se passe dans le marché, y compris tous les problèmes connexes et leur cortège d'injustices. La stratégie politique qui découle de cette approche donne la priorité à la classe laborieuse non parce qu'elle souffre plus que d'autres groupes victimes mais parce que la forme particulière de son oppression (l'exploitation et l'aliénation) donne aux travailleurs à la fois l'intérêt et, grâce à leur position dans la production, le pouvoir de déraciner toutes les oppressions actuellement associées au capitalisme.

Notre dernier reproche contre le marché est donc qu'il mystifie la politique de la lutte de classe, sa centralité et son potentiel, ainsi que les stratégies nécessaires pour rendre les travailleurs (notre côté) plus efficaces dans la conduite de cette lutte.

En dressant ce réquisitoire contre la mystification marchande, je l'ai représentée comme un tout plus uni qu'elle ne l'est dans la réalité. Il y a, après tout, des contradictions majeures dans les opérations du marché interprétées de façon étroite, telle celle entre la liberté de choix de l'individu et la restriction de cette liberté du fait de l'insuffisance du pouvoir d'achat. De même, les expériences qu'ont les gens dans d'autres sphères de leur vie, en particulier dans la production - bien que celle-ci contribue toujours dans une certaine mesure à l'idéologie marchande du fait du contexte aliéné dans lequel elle prend place -, établissent aussi des contre-modèles et des règles du jeu alternatives. Celles-ci insistent souvent sur l'importance de la coopération, et heurtent de front les façons de penser promues par le marché. Et, naturellement, pour peu qu'elles parviennent à forcer le barrage des formes très sophistiquées de censure maintenu par notre classe dominante, les critiques du marché peuvent aussi contribuer à miner ce que nous apprenons dans nos rôles d'acheteurs et de vendeurs. Si toutes ces forces contraires n'étaient présentes, le capitalisme n'aurait pas besoin d'une "industrie de la conscience" (consciousness industry) aussi imposante pour renforcer la mystification qui résulte tout naturellement de notre immersion dans le marché. Et pourtant, dans l'ensemble, avec l'extension des relations marchandes à toutes les sphères de notre vie et leur importance grandissante pour notre survie même, le marché est devenu le moule principal dans lequel sont façonnées les pires imperfections de l'humanité, tout comme les mystifications associées au marché sont devenues les principales défenses idéologiques du statu quo.

Mais alors, et les corporations multinationales... et la globalisation? Si je vous ai fait suivre ce détour à travers le marché, c'était pour démontrer que les mystifications associées au marché ont de fortes chances de saboter les efforts même modérés de démocratisation de l'économie. Du coup, toute tentative de réforme des formes actuelles du capitalisme mondial se doit de prêter une égale attention à la transformation des relations marchandes qui en constituent le cadre. La lutte pour la transparence de la société fait partie intégrante de la lutte pour le socialisme.

English Version

I. Lack of Transparency.

Amidst all the turmoil and exaltation that marked the final days of the German Democratic Republic, an East German worker was heard to say, "What bothered us most about the Government is that they treated us like idiots". In the capitalist lands, of course, people are first made into idiots, so when they are treated as such few take notice. The difference is one of transparency.

One major virtue of centrally planned societies, then, even undemocratic ones, even ones that don't work very well, is that it is easy to see who is responsible for what goes wrong. It is those who made the plan. The same cannot be said of market economies which have as one of their main functions to befuddle the understanding of those who live in them. This is essential if people are to misdirect whatever frustration and anger they feel about the social and economic inequality, unemployment, idle factories, degradation of the environment and exaggerated forms of greed that are the inevitable byproducts of market economies. But to the extent this is so, only a critique of market mystification will enable us to put the blame where it belongs, on the capitalist market as such and the class that rules over it, in order to open people up to the need for creating a new way of organizing the production and distribution of social wealth.

In placing multi-national corporations and globalization at the center of this conference, there is a danger of mistaking needed reforms in the current forms of capitalism with what is required to do away with the worst effects of capitalism overall. By emphasizing the mystificatory role of the capitalist market throughout the capitalist era (however much that role has grown in recent years), I hope to show why any fundamental critique of multi-national corporations and globalization must be extended to their underpinnings in the capitalist mode of production, distribution and exchange.

There are, of course, many institutions, conditions, and practises that serve as "factories of ideology". Among the busiest of these are the state, the media, the family, the church, school, the workplace, and wherever it is that sport, entertainment and gambling go on. Capitalism uses all this to make the abnormal appear normal, the unjust appear fair, and the unacceptable appear natural and even desirable. However, with the explosive expansion of consumerism - of the amount of time, thought, and emotions spent buying and selling and preparing for and recovering from these activities - the market has come to exercise a dominant, if not the dominant, influence on how people act and think throughout the rest of their lives.

II. Market Experiences Create a Market Ideology.

What, then, do our market experiences consist of? Before answering, we need to make clear that what is called the "market" really refers to four interrelated markets, one for finished goods or commodities, one for capital, one for currency and one for labor power. In all four markets, individuals compete with each other to get as much money as they can for what they have to sell, and to pay as little as possible for what they wish to buy. Secondly, it is obvious that there are important class differences in how people participate in these markets. Only capitalists, for example, buy and sell capital and currency, while labor power is sold exclusively by workers and bought chiefly by capitalists. And while everyone buys finished goods (naturally, not the same ones and not for the same price), most of the selling is done by capitalists, including, of course, small capitalists. Despite such discrepancies, there are remarkable similarities in the market experiences of people from all classes.

Among these are: 1) buying is the only way to acquire what you want, and selling - whether labor power, capital, or finished goods - is the main way to obtain the money needed to buy anything; 2) each person acts in the market as an individual rather than as a member of any group (corporations, though legal individuals, may be an exception, though their shareholders are not); 3) each one decides for himself what he wants to buy and sell; 4) everyone can buy something, if he can pay for it, and everyone can sell something, if he owns it; 5) no one actively restrains another when making or carrying out his choice; 6) everything and virtually everyone (if not yet everything about them) is available for sale, as evidenced by the fact they all carry a price; 7) because there is not always sufficient demand for the good one has to sell at the price one would like to get (or perhaps at any price), and because there is not always sufficient goods that one would like to buy at the price one would like to pay (or perhaps at any price), one is forced to compete with others in selling and buying anything. 8) to engage in such competition, let alone be effective in it, people become indifferent to the human needs of their competitors; 9) workers, capital, landed property and money are all seen to earn money, which is then called "wages", "profit", "rent" and "interest" respectively; 10) as the medium by which prices are paid and goods obtained, money becomes everyone's prime want and the immediate object for which anything is sold.

While not the sum total of what everyone experiences in the market, I take these to be what typically occurs in the buying and selling of finished goods, capital, and labor power. Repeated daily, long before most people hold their first job, these experiences produce a very distinctive view of the world. With the market occupying such a central place in people's lives, it is not surprising that how people behave there gets taken for what human beings are really like, and that the same misuse of induction determines how most people understand the nature, the fundamental nature, of whatever else they encounter in the market.

Thus, human beings get thought of as atomistic, highly rational and egoistic creatures, whose most important activity in life is choosing (really, opting); because people choose without interference what they want (really, prefer), they are thought to be responsible for what they have (and don't have); the main relations between people are taken to be competition and calculated utility; the world is thought to consist of things that can be bought with money, so that things come to be viewed largely in terms of what they are worth; the ability of capital, landed property and money to earn more money is considered a natural property of each of these economic forms; money is understood as power, without which nothing is possible, so that greed for money becomes perfectly rational; being allowed to do whatever you want for money and buy whatever you want when you have some serves as the paradigm for freedom; and equality is when others can do the same.

What stands out sharply from even this brief summary of market thinking is that nothing that takes place in society outside the market or in the past of society is introduced to account for any of the phenomena mentioned. How is this possible and what are its effects on people's thinking overall? Welcome to the world of market mystification.

III. Mystifying Production, Which Leads To...

By "mystification" I am referring to the kind of broad misunderstanding that results from the combination of hiding things, distorting them, misrepresenting them and confusing them. All of these processes are to be found in the operations of the market. While everything can be said to be effected to some degree by our experience in the market, some things suffer far more mystification than others. The mystification of human nature, social relations, money, freedom and equality, which were mentioned above, are widely recognized, if not well understood. Less well known is the pervasive mystification of the whole sphere of production, which in terms of its extended effects, may be the most harmful mystification of all.

As regards production, market mystification occurs in part by occluding the whole sphere of production from view, so that exchange seems to go on in a world by itself. We have just seen how the market gives rise to its own in-house explanations for whatever people experience there. To be sure, everyone knows that whatever is exchanged must have been produced. Yet, in the way most people are brought to think about this subject - with the aperture of our internal camera set on extra-small - the market seems to be self-contained. Products are viewed as already "on the shelves". Production goes on, of course, but it seems to be going on in the next room, and the door between the two rooms is closed.

The mystification of production doesn't end with ignoring its presence or downplaying, if not dismissing outright, its influence on what occurs in the market. Whenever production cannot be ignored completely, adopting the vantage point of the market for viewing it, dressing the actors in production in the clothes they wear in the marketplace, has a similar mystifying effect. In this way, work becomes something we do only to earn money to consume. Just as the capitalist, by hiring us, is seen mainly as someone who gives us the opportunity to do so.

A third way in which the market mystifies production is by foisting a model based on market relations onto production, so that people think of the latter inside a framework only suitable to the former. Do people confront one another in the market as individuals? Then, the same must apply to production. Are individuals free to buy and sell as they want in the market? Then, the same must apply to their actions in the sphere of production. What is important here are individual preference, having a choice, and not being physically or legally restrained in exercising it.

If we examine production directly, however, without using the market either as a model or a vantage point, what do we find? We find people working together cooperatively to transform raw materials into useful goods, and experiencing most of their successes and failures collectively. The shared conditions in which production occurs move to the front of our consciousness. Starting out from production, we also find a complex division of labor that

ensures that people working on a wide variety of jobs all contribute to the common good. Yet, and this too emerges clearly, not everyone seems to be working. Some, the owners of the means of production, are only giving orders, and that from afar.

What stands out, then, when production is approached directly is - 1) the social nature of human life (it is our shared situation and qualities, and not our individual differences and preferences that come into focus); 2) the social division of labor along with the cooperation it requires and enforces; and 3) the class division of society between owners of the means of production and those who work on them, together with the domination of the former over the latter. By contrast, all of this appears, if at all, very murkily from the vantage point of the market or within a model based on market relations.

Production, too, of course, is not without its mystifying features. Under conditions of capitalism, it could not be otherwise. Competition for a job as well as on the job, for example, contributes to an atomistic view of self. Compared to the market, however, production is an oasis of important economic truths, but taking the road that passes by the market is a sure way to miss them all.

IV. Hiding Exploitation and Alienation, Which Leads To

Only now are we in a position to grasp Marx's account of this domination and of the particular forms it takes in the overlapping theories of exploitation and alienation. Very briefly - though sufficient for our purposes - exploitation can be said to deal with the workers' loss of part of the wealth they create, while the theory of alienation deals with the workers' loss of self that occurs in and through the process by which exploitation takes place. Both theories focus on the common situation of the workers, what they share as a class, and the same is true of the capitalists.

For Marx, all the wealth of society is created by workers transforming the stuff of nature into things that people want. In capitalism, for their efforts, workers receive a wage that allows them to buy back in the market a part of the wealth that they produced. The remainder, which Marx calls "surplus-value", stays with the capitalists and is the basis of their wealth and power.

While the theory of exploitation highlights the workers' relationship to the capitalists in the process of production, the theory of alienation focuses on what happens to the workers, to their human nature, in this same process. What occurs in capitalist production is that the qualities, and mainly these relations, that mark us out as human beings get transformed in ways that diminish our humanity. Under the control of the capitalists, essentially a wedge is driven between key elements of an organic whole - between the worker, his labor, his product, and his relations to others - so that they seem to exist and function independently.

This form of dehumanization is particularly acute in the capitalist era. And, as with exploitation, it is the situation workers are in as members of a class, and not the special circumstances of an unlucky few, that accounts for the workers' loss of surplus-value in the case of exploitation, and of self in the case of alienation. As with Marx's theory of exploitation, too, through mystifying the process of production, the market hides the class relations that frame the theory of alienation.

V. Distorting The Rest of Society, Its Real Past And Potential Future.

After production, it is probably the state and politics that suffers most from market mystification. People do a lot of their thinking in areas they know relatively little about through analogies with subjects about which they know more. The market serves many people in this way when they come to consider politics. Thinking by analogy with the market - confident that their experience in the market, and the clear perceptions and strong emotions it gives rise to, have provided them with basic truths that can be applied anywhere - people tend to emphasize some features of our political life, while distorting and totally ignoring others. The role that each individual plays in voting (picking a candidate, just as one chooses a commodity as in the market), and the need for there to be more than one candidate to choose from (even if they are different versions of the same thing, as often happens with different brands in the market) are widely taken to be the main features of our political system.

What gets a free ride in this account of politics, unmentioned because unseen in any model derived from the market, are the class relations that underlie our political practices, and how most of our laws (including the Constitution), judicial decisions, and the administration of the laws are all bent to serve the interests of the capitalist class.

By hiding and distorting what occurs in production, as we saw, the market interferes with our ability to grasp the social nature of man, the division of labor, and the constitution of classes, which in turn makes it impossible to understand either exploitation or alienation, to say nothing of politics. But the theories of exploitation and alienation also provide us with the best explanations for the various "mysteries" that we found earlier in the market, so in mystifying production the market ends up by mystifying itself. For example, the quasi-human power that some things exhibit in the market, where capital produces a profit and money grows interest, in what Marx calls the "fetishism of commodities", is also attributable to the wealth that is first created and then taken from the workers in alienated production. Where else would the new wealth embodied in profit and interest come from?

The list of mystifications produced by the market is still not complete. For if exploitation and alienation account for some of the most puzzling features of the market, then the origins of the market can be found in the history of these two conditions. It is in the development of exploitation and alienation, which Marx usually treats in terms of the rise of the capitalist mode of production, that we can discern the market's own past. But if exploitation and alienation are rendered invisible, it would appear that the market never originated, that it has no history, that it is a natural phenomenon.

But the past contains the roots not only of the present but of the future. So still another mystification of the market is that by hiding production, which effectively hides exploitation and alienation, which in turn distorts our understanding of the market's own distinctive features as well as their origins in the past - by hiding and distorting all this - the market also hides its own potential for becoming something other than it is. By examining the conditions that led to capitalism and how difficult it is becoming to reproduce them, Marx casts a prophetic light on the worsening problems (and the disappearance of old solutions) that will eventually cause the demise of this system. At the same time, he wants to draw attention to a variety of new conditions opening up new alternatives for society as a whole, that have emerged as part of the same developments, and which could become the basis of the system that will follow.

VI. Toward What Kind of Politics?

Finally, by mystifying the possible future of the market, as well as its present character and its real past, the market mystifies the kind of politics required to deal effectively with its own worst problems, to wit, social and economic inequality, unemployment, overproduction (relative to what people can buy), pollution, and periodic crises. Working with an a-historical notion of the market, itself detached from developments in the sphere of production, these problems seem to exist independently of one another as well as of the system in which they arose. Capitalism's lack of transparency is greatest just where our need for transparency is most acute. With nothing more to go on than the form in which each problem presents itself, the solutions that are advocated usually involve getting those with power to change some of their practices, particularly as buyers or sellers of commodities, labor power and capital, viz. increase investment in poor communities, hire more workers, boycott certain stores or products, etc. The aim is not to get rid of the market, since this is considered impossible, but to reform it, to make it work for everyone, with the implication that this ideal state is attainable.

Not so with Marx. Starting out from production, he is involved immediately with the interaction of classes and its effect on what happens in the market, including all the problems that arise and the injustices that they cause. The political strategy derived from this approach gives priority to the working class - not because it suffers more than other victim groups - but because the particular form of its oppression (exploitation and alienation) gives workers both an interest and the power (through their position in production) to uproot all the oppressions currently associated with capitalism. Our final complaint against the market, then, is that it mystifies the politics of class struggle, both its centrality and its potential, as well as what's needed to make the workers (our side) more effective in carrying it out.

In drawing up this bill of particulars against market mystification, I may have made it sound more like a seamless whole than it really is. There are, after all, major contradictions in the operations of the market, such as that between the individual's freedom to choose and the restraint that comes from not having enough money to buy anything; or wanting to sell your labor power and not being able to find anyone who will buy it. Such contradictions bring many people to question market verities. Likewise, the experiences people have in other areas of their lives, particularly in production - though always contributing something to market ideology because of the capitalist context in which it

occurs - also establish a counter model and alternative rules of the game. These often stress the importance of cooperation, and clash head on with ways of thinking promoted by the market. And, of course, criticisms of the market, if they survive the sophisticated forms of censorship thrown up by our ruling class, can also help to undermine what we learn as buyers and sellers. If all these "countervailing forces" were not present, capitalism would not need such an imposing consciousness industry to reinforce the ideas that arise as a matter of course from our immersion in the market. Yet, overall, with the spread of market relations to all walks of life and their growing importance for our very existence as well as an increasing number of our joys and sorrows, the market has become the chief mold in which most of humanity's worst imperfections are cast, just as the mystifications associated with the market have become the major ideological defense for the status quo.

And multi-national corporations and globalization? The detour I have taken through the market in this talk was meant to show that the mystifications associated with it are likely to sabotage even moderate efforts to democratize the economy. Hence, any attempt to seriously reform these current forms of world capitalism must give equal attention to transforming the market relations that undergird them. The struggle to render society transparent is an integral part of the struggle for socialism.