

Volfgang Fric Haug

KRITIKA ROBNE ESTETIKE

IC SSOS, Beograd, 1981.

Polazeći od uvida u razdvojenost upotrebne i razmjenske vrijednosti robe, W. F. Haug u *Kritici robne estetike* analizira oblike osamostaljenja razmjenske vrijednosti. Ti su oblici, smatra Haug, vezani uz kapitalistički način proizvodnje koji proizvodi isključivo za tržište (proizvodi razmjenske vrijednosti). Konkurencija kvaliteta zamjenjuje se »konkurencijom utisaka«, a upotrebna se vrijednost povlači u drugi plan pred agresivnom ljepotom na tržište izbačenih proizvoda.

Robna estetika, dakle, nije samo estetika uljepšavanja proizvoda pred izlazak na tržište. Ona je, kako kaže Haug, jedna oslobođena ekonomska funkcija kapitalizma (koja) snagom prirodne katastrofe vitla kroz čulnu svijest...« (str. 110, potcrtao S. A.). Isto tako i kritika robne estetike nije kritika lijepih pakovanja, već pokušaj da se kapitalizam rasvijetli iz jednog ugla koji je samo naizgled ugodan i lijep. Haug pokušava pokazati kako »prividu upotrebne vrijednosti«, koji se u kapitalizmu proizvodi skupa s robom, odgovara kapitalizam kao društveno uređenje privida, kako subjektiv-

Izlog knjiga 243

nosti, tako isto i zajedništva, kolektivnog. Rafiniranim načinima robna estetika proizvodi u čovjeku želju i nagon poturajući ih samoj ličnosti kao njen slobodan izbor. Kolektivnost se pak u takvom društvu izživljava u likovima »industrije iluzija«, vesternima i ratnim filmovima koji su pogodni »da se izade iz izolacije koja je posledica konkurentne borbe za opstanak« (str. 123).

Nesumnjivo marksistički orijentiran, obrazovan na Marxovom prodiranju u korijene građanske političke ekonomije, W. F. Haug uspješno ruši mitove građanskog društva. Duboko ubjeden u nužnost promjene jednog tako formalnog društva privida, on se okreće socijalizmu kao rješenju postojećih proturječnosti. No ne samo da se okreće ideji socijalizma, proklamiranim ciljevima, ali principima izbornim s Marxom i marksizmom, već i upućuje na neke konkretne situacije realnog socijalizma. Tako, kad govori o šarenilu robe Zapada proizašlom iz nužnosti razdvajanja upotrebne i razmjenske vrijednosti, on zaključuje da je zapravo izmanipulirana čežnja istočnonjemačkog života za takvom robom, i da to što je kod njih sve golo »kao da je ratno stanje« proizlazi, smatra Haug, iz situacije da društvo proizvodi upotrebne vrijednosti, a takvim proizvodima lijepi privid nije potreban.

Nesumnjivo je da u ovim tezama ima i istine, ali samo dok se ne pominju konkretna društva. Pitanje je, naime, koliko jedna planska privreda, o kojoj samo najbolje govori Haug, uistinu proizvodi upotrebnu vrijednost. Haug pada duboko ispod razine svojih konkretnih analiza onda kad pokušava planski socijalizam pokazati kao realno rješenje proturječnosti robnog svijeta.

S jedne strane, zajedno s Galbraithom, može se primijetiti da su i zapadna društva i te kako društva planiranja i da je iluzorno još uvijek govoriti o konkurentskom kapitalizmu; s druge strane socijalizam ne uklada ni proturječnosti robne proizvodnje niti ideološko-prividne oblike proizvodnje zajedništva. Ne ulazeći u dublju analizu društava koja uspoređuje, Haug čini medvedju uslugu socijalizmu, kojom zadovoljni mogu biti samo oni koji su ogrezli u površnost ideologiziranog jezika.

Najzanimljivije u ovoj knjizi svakako su konkretne analize tiska, reklama, kataloga... iz kojih Haug stručno vadi primjere koji najbolje ocrtavaju duh doba. Haug tako dosta zanimljivo piše o »gačama koje u tebi bude zver«, o čovjeku kao pakovanju, spreju protiv mirisa sopstvenog tijela, opsjednutosti mladosti, kupovini kao doživljaju, itd. Iza ovih tema kriju se sočne (dakle ne suhoparne), zanimljive analize potrošačke svijesti i šire — građanskog društva.

Na primjeru poređenja dvaju autora (Haug i Bense) koji se bave (i) robnom estetikom može se lijepo pokazati što nude pojedine razine odnosa spram predmeta promatranja. Dok je Haug uspio proći iza pojave strane lijepog robe i uči u srž problema robne estetike rasvijetlivi ga kao problem građanskog društva — Max Bense, koji i nema takve ambicije, uopće ne vodi računa o kontekstu u kojem se robna estetika javlja. Riječ je, dakle, o razlici znanstvenog i kritično-filozofskog stanovišta. No nije samo riječ o (razlici) dva teoretska pristupa. Riječ je o razlici dvaju svjetova, iz kojih se govori i istražuje; riječ je o dvije razine poimanja od kojih svaka za sebe pretendira na isključivost. Polazeći od danoga, znanstvena će estetika reći: mnoge relevantne stvari o svom predmetu. Ona ga može toliko poznavati da se može, npr. kao kod Bensea, »drznuti« da daje upute (o jeziku, količini informacije, odnosu semantičkog i estetskog...). Kao takva, ona može i poslužiti, ne uvlađujući zapravo čemu služi. Za razliku od ovog, Haugov pristup je pristup jednog: samosvjесnog teoretičara koji nije zarobljen objektom svog istraživanja, to je: analiza koja, istina, neće pomoći trgovcima da bolje prodaju svoju (lošu) robu, ali će i trgovcima i potrošačima, ukoliko to oni žele, unijeti svjetla u taj čarobni svijet potrošnje i začaranu potrošačku svijest. Uz Haugove analize pomalo se smiješnim čine Benseove trijadičke sheme: odašiljač, kanal komunikacije, primalac ili roba, tvrtka, vrijednost. Benseov se stručni jezik pokazuje kao svojevrsna ideologizacija situacije u kojoj se iza rožobatnih pametnih konstrukcija, zapravo krije pokušaj da se zdravorazumski uvid u odnose protumače velikim jezikom. Haugov se pokušaj dolma-

244 Izlog knjiga

neizmjereno zanimljivijim i značajnijim. Pitanja koja su ostala otvorena izazov su da se Haugova analiza nastavi jer je problem ispravno postavljen. Upravo bi analiza robne estetike u socijalizmu (planskom ili samoupravnom) pokazala iste proturječnosti (u manjim razmjerima) te tako negirala one Haugove teze koje su izvedene naizvođeno i naprečac.

Sead Alić