

ROBERT ROGOZIECKI

## ESTETYZACJA PRACY W ŚWIECIE KONSUMPCJI

W świecie zglobalizowanym praca produkcyjna została zepchnięta na margines świata cywilizowanego, do krajów Trzeciego Świata. Estetyzacji rzeczywistości odpowiada estetyzacja samego człowieka i podmiotu, który w niej żyje, tak iż chciałoby się powiedzieć, że rodzi się właśnie nowy typ człowieka – *homo aestheticus*. Otóż w społeczeństwie konsumpcyjnym *homo aestheticus* pojawia się w miejscu, które w czasach kapitalizmu zajmował *homo laborans*. W świecie konsumpcji praca sama staje się towarem konsumpcyjnym. Jej estetyzacja zasadza się na stwarzaniu samej jednostki jako agregatu potrzeb, który jest obdarzony potencjałem odczuwania przyjemności, i to przyjemności całkiem bezinteresownej – przyjemności estetycznej. Praca nie służy już wytwarzaniu dóbr i zaspakajaniu potrzeb, ale staje się formą ich reprodukcji i multiplikowania.

---

Nie jest moim celem oskarżanie współczesności, iż odbiera godność pracy produkcyjnej, stawiając w jej miejscu pracę pojmowaną jako działalność estetyczna. Tym bardziej nie chciałbym być zrozumiany w ten sposób, jakobym twierdził, że współcześnie praca stała się czymś niepotrzebnym, zwłaszcza że istnieją przesłanki, by powiedzieć, że dziś człowiek odczuwa potrzebę pracy silniej niż kiedykolwiek wcześniej. Trudno jednak nie zgodzić się z tym, że współczesność wiąże się ze zmianą charakteru pracy. Praca podlega procesom estetyzacji tak samo jak wszystko inne, nie wyłączając nawet śmierci i cierpienia. Jednak odpowiedź na pytanie, w jakiej mierze się to dokonuje i jak głęboko sięga w dzisiejszych społecznościach, nie jest zadaniem, które sobie tutaj stawiam. Mój cel jest skromniejszy. Chcę tylko odpowiedzieć na pytanie, na czym polega estetyzacja pracy.

## Praca jako problem filozoficzny

Praca stała się prawdziwym problemem filozoficznym w XIX wieku. Nieprzypadkowo zagadnienie pracy pojawiło się w okresie narodzin świadomości historycznej. Świadomość ta bowiem ujmuje dzieje człowieka jako dzieje społeczności ludzkich, a nie dzieło bóstwa czy wybitnych jednostek. Do czasów Hegla pracę pojmowano w istocie zgodnie z mitem biblijnym jako karę, która spadła na człowieka za grzech pierworodny. Protestantyzm odchodził od takiego ujmowania pracy. Praca stała się tu istotnym elementem życia ludzkiego. Jednak dopiero w XIX wieku zyskała właściwą dla siebie godność. Karl Löwith w książce *Od Hegla do Nietzschego* zauważył, iż człowiek epoki mieszczaństwa nie potrafił sobie nawet wyobrazić życia bez pracy: „nie tylko musi, ale wręcz chce pracować, gdyż życie bez pracy wydaje mu się bezwartościowe, przeżyte «daremnie»”<sup>1</sup>. Praca dla człowieka wieku XIX nie była tylko ascezą powstrzymującą od występku i rozwiązłości, lecz przede wszystkim sposobem kształtowania samego siebie i własnego świata.

Tę właśnie ideę odnajdujemy w myśli Hegla. Praca, jego zdaniem, jest sposobem, w jaki człowiek stwarza własne życie i świat, sposobem, w jaki świadomość zapośrednicza się w swym stosunku do świata. Jako taka praca ma charakter ze swej istoty duchowy. Rozważania na jej temat Hegel zawarł w wykładach jenajskich, *Fenomenologii Ducha* oraz *Zasadach filozofii prawa*. W wykładach stwierdza on, iż praca jest działalnością specyficznie ludzką; zwierzęta nie pracują, tylko człowiek pracuje. Zwierzę korzysta z dobrodziejstw natury, człowiek zaś musi swój chleb wytwarzać sam, posługując się naturą jako środkiem. Można by stąd wyprowadzić definicję pracy jako zbioru czynności zmierzających do przekształcenia natury tak, by odpowiadała ona potrzebom ludzkim. Praca znosi świat naturalny i niszczy go – za pośrednictwem narzędzi nadaje formę materii naturalnej, czyniąc z niej świat ludzki, świat kultury.

Aby pracować, jednostka ludzka musi opanować jednak pewną wiedzę, zyskać określonego rodzaju umiejętności. Z subiektywnej działalności człowieka praca czyni coś ogólnego, bo wytworzonego za pośrednictwem reguł ogólnych. W ten sposób przenosi zrazu subiektywną istotę ludzką w sferę ogólności i sprawia, że przekracza ona swą subiektywność. Praca nie jest tylko kształtowaniem pewnego materiału, ale nadto również kształtowaniem samego człowieka. Jeśli przyjąć za filozofem, że historia zaczyna się w chwili, gdy w walce na śmierć i życie jedna

---

<sup>1</sup> K. Löwith *Od Hegla do Nietzschego. Rewolucyjny przełom w myśli XIX wieku* S. Gromadzki (tł.) Warszawa 2001 s. 322.

świadomość zniewala drugą, tak iż jedna staje się panem, druga zaś niewolnikiem, to w dalszej kolejności okazuje się też, że praca pozwala niewolnikowi przekroczyć własną kondycję i uzyskać świadomość własnej wolności, podczas gdy pan, który go zniewolił, trafia na „śmietnik historii”. W ten sposób praca dla Hegla staje się motorem historii, podstawą uzyskania wolności i jej samoświadomości, a co za tym idzie również podstawowym sposobem dochodzenia ducha do swej absolutności.

Uwagi na temat Hegla pozwalają wstępnie powiedzieć, na czym będzie polegała estetyzacja pracy. Wychodzę tu bowiem od pojęcia pracy jako formy zapośredniczenia relacji podmiot–przedmiot. Lecz oto w tej relacji przedmiot jako to, co inne względem podmiotu, zostaje zniesiony i zachowany zarazem. Estetyzacja pracy w najogólniejszym znaczeniu polega na tym, że praca przestaje być przede wszystkim obrabianiem przedmiotu celem dostosowania go do potrzeb ludzkich, ale jest w większym stopniu sposobem kształtowania życia samego podmiotu – praca zestetyzowana staje się raczej elementem stylu życia aniżeli wytwarzaniem dóbr. Skoro zmiany dokonują się po stronie przedmiotu, tzn. zostaje on w relacji zniesiony, zniesieniu ulega również podmiot. Podmiotem tym nie jest już człowiek pracujący, *homo laborans*, ale raczej *homo aestheticus*. I oto na naszych oczach dokonuje się śmierć człowieka pracy.

## Śmierć człowieka pracy

Film Michaela Glawoggera *Śmierć człowieka pracy. Sześć obrazów pracy w XXI wieku (Workingman's Death)* ukazuje pracę w sensie pracy produkcyjnej jako zepchniętą na margines zachodniej cywilizacji. Mottem filmu stały się słowa Williama Faulknera: „8 godzin dziennie może człowiek nie jeść ani nie pić. Na 8 godzin dziennie można zrezygnować z miłości. Pracować – to jedyne, co można robić przez 8 godzin. To właśnie sprawia, że człowiek czyni siebie i innych tak żalosnym i nieszczęśliwym”<sup>2</sup>. Jeden z recenzentów tak oto napisał o filmie: „Nie ma już człowieka pracy. Pozostał robotnik – ktoś gorszy, ktoś, komu się nie udało. Ktoś, komu praca nie daje godności, lecz ją odbiera. Przyzwyczajeni

---

<sup>2</sup> „One of the saddest things is that the only thing a man can do for eight hours a day, day after day, is work. You can't eat eight hours a day nor drink for eight hours a day nor make love for eight hours – all you can do for eight hours is work. Which is the reason why man makes himself and everybody else so miserable and unhappy”. Wywiad z W. Faulknerem: J. Stein *William Faulkner. The Art of Fiction* „The Paris Review” Spring 1956 No. 12.

do wygodnego życia coraz częściej zapominamy, jak ciężką pracą może wykonywać człowiek<sup>3</sup>. Po obejrzeniu filmu trudno nie zgodzić się z tymi opiniami.

W punkcie wyjścia mamy tu bowiem obraz pracy górników w nielegalnych biedaszybach w Zagłębiu Donieckim, pracy niedającej się już traktować jak praca produkcyjna, której celem jest dostarczanie dóbr na rynek, ale raczej jako działalność służąca tylko utrzymaniu pożałowania godnej egzystencji samych pracujących. Jeden z robotników przedstawionych w dokumencie mówi: „Nie można porównać nas do bohaterów w rodzaju Stachanowa. Nami nie kieruje entuzjazm. To coś innego. Nasz zapał do pracy bierze się z chęci przeżycia. Pracujemy, by przeżyć”. Następnie pojawiają się obrazy pracy w krajach Trzeciego Świata, ukazujące wydobywanie siarki w Indonezji, złomowanie statków w Pakistanie, rzeźnię w Nigerii oraz hutę w Chinach. Kraje te stanowią swoisty margines, by nie powiedzieć: geograficznie zlokalizowany śmietnik historii dla krajów świata pierwszego. Tam też zaczyna się produkcja w XXI wieku, zaś Chiny okazują się jej właściwym środowiskiem.

Można by stwierdzić, iż praca jako robotniczy znój, nieuchronnie wiążący się z cierpieniem ujarzmianej przyrody, razi dziś nasz smak pojęty jako zdolność doznawania estetycznej przyjemności i przykrości oraz wydawania na tej podstawie osądu co do przedmiotów wywołujących te uczucia (czy są piękne, czy brzydkie). Film jest bowiem zwieńczony obrazem niemieckiej huty żelaza w Duisburgu, przekształconej w swoisty park krajobrazowy. Tak więc mamy tu trzy ujęcia pracy: pracę w Niemczech, tj. wysokorozwiniętym kraju europejskim, na Ukrainie, a więc w europejskim kraju „na dorobku”, oraz w krajach Trzeciego Świata i Chinach. Ośrodkami produkcyjnymi są tylko te ostatnie. Na podstawie omawianego filmu można by wysunąć tezę, iż miarą cywilizowania się społeczeństw jest stopień, w jakim praca w nich staje się coraz bardziej zbędna, a ściślej: staje się fenomenem estetycznym, swoistym pięknym pozorem, służącym indywidualizacji oraz socjalizacji pracujących. Odpowiada to zmianom dokonującym się w świecie współczesnym, np. procesom biurokratyzowania się współczesnego państwa, coraz silniejszego odseparowywania się nadbudowy intelektualnej od jej materialnej bazy, instytucjonalizacji niemalże wszystkich sfer działalności publicznej oraz postępu technicznego. Stosownie do tego praca produkcyjna zostaje wyrzucona poza obszar świata dobrobytu, i to zarówno w skali poszczególnych państw, jak i w skali międzynarodowej. Reprezentowany przez Aleksieja Stachanowa etos człowieka pracy obumiera.

---

<sup>3</sup> *Śmierć człowieka pracy* (2005) M. Glawogger (reż.) dystrybucja w Polsce Against Gravity, opis dystrybutora.

## Co to jest estetyzacja?

Wolfgang Welsch definiuje estetyzację jako proces, który zasadniczo polega na tym, że to, co nieestetyczne, czyni się estetycznym lub przynajmniej pojmuje się jako estetyczne. Welsch wskazuje przy tym na rozmaite formy estetyzacji życia we współczesnym świecie, np. estetyzację przestrzeni miejskich, estetyzację ekonomiczną itp. Estetyzacji rzeczywistości odpowiada estetyzacja samego człowieka i podmiotu, który w niej żyje, tak iż chciałoby się powiedzieć, że rodzi się właśnie nowy typ człowieka – *homo aestheticus*. Zewnętrzna estetyzacja życia ludzkiego, pojawiająca się w postaci np. szczególnej dbałości o ciało i ducha, w przywiązywaniu szczególnej wagi do wykształcenia, ma – jak twierdzi Welsch – głębsze podstawy: „oddziałuje na fundamentalne struktury rzeczywistości jako takiej: rzeczywistości materialnej w następstwie [stosowania] nowych technologii, rzeczywistości społecznej, wskutek jej zapośredniczenia poprzez media, i rzeczywistości podmiotowej, wskutek rozpuszczenia się standardów moralnych za sprawą stylizacji życia”<sup>4</sup>. Tak oto proces estetyzacji obejmuje dziś niemal całość życia ludzkiego. Estetyzacja jest zmianą w sferze wartości i polega na szczególnym ich przewartościowaniu – takim mianowicie, że to, co dotychczas nie było traktowane jako estetyczne, zaczyna podlegać ocenie estetycznej, a wartościami dominującymi stają się wartości estetyczne.

Odpowiedź na pytanie, na czym będzie polegał ów szczególny aspekt estetyzacji życia, którym jest estetyzacja pracy, wymaga sięgnięcia do Marksowskiego pojęcia fetyszyzmu towarowego.

## Fetyszyzm towarowy i towarowe pojmowanie pracy

Marks pisze:

Tajemniczość formy towarowej polega więc po prostu na tym, że odzwierciedla ona ludziom społeczny charakter ich własnej pracy jako przedmiotowy charakter samych produktów pracy, jako społeczne własności naturalne tych rzeczy; dlatego też społeczny stosunek wytwórców do pracy ogólnej występuje jako istniejący poza nimi społeczny stosunek przedmiotów. Dzięki temu *quid pro quo* produkty pracy stają się towarami, rzeczami zarazem zmysłowymi i nadzmys-

---

<sup>4</sup> W. Welsh *Undoing Aesthetics* A. Inkpin (tł.) London 1997.

łowymi, społecznymi. (...) forma towarowa i stosunek wartościowy produktów pracy, w którym ona znajduje wyraz, nie ma absolutnie nic wspólnego z ich fizyczną naturą i z wynikającymi z niej rzeczowymi stosunkami. To tylko określony stosunek społeczny pomiędzy samymi ludźmi przyjmuje tu dla nich uludną postać stosunku między rzeczami. Aby więc znaleźć analogię, trzeba się przenieść w mgławicę świata religii. Tu produkty ludzkiej głowy wydają się obdarzone własnym życiem, samodzielnym życiem, samodzielnymi postaciami, pozostającymi w stosunkach z sobą i z ludźmi. Podobnie dzieje się w świecie towarów z produktami ludzkiej ręki. Nazywam to fetyszyzmem, który przyłgnał do produktów pracy, odkąd są wytwarzane jako towary, i jest nieodłączny od produkcji towarowej<sup>5</sup>.

Innymi słowy, rzeczy zostają potraktowane tak, jak gdyby to one same zawierały w sobie wartość, jak gdyby to nie ludzie byli źródłem ich wartości. W ten sposób to one stają się podstawą dla określania człowieka. Wymiana towarowa pociąga za sobą to, że wysiłku i zdolności człowieka nie traktuje się jako należących do samych ludzi, ale jako własności przysługujące rzeczom samym. Ludzie samych siebie zaczynają traktować tak, jakby byli towarami występującymi na rynku pracy. Fetyszyzm towarowy polega zatem na uduchowieniu rzeczy materialnych – z jednej strony – oraz urzeczowieniu stosunków międzyludzkich – z drugiej.

Blizsze dookreślenie tego, na czym polega i skąd bierze się fetyszyzm towarowy, wymaga sięgnięcia do Marksowskiej teorii wartości. Leszek Kołakowski w *Głównych nurtach marksizmu* tak oto wyklada genezę fetyszyzmu towarowego: według Marksa każdy towar określony jest wedle dwóch współczynników – (1) wartości użytkowej i (2) wartości wymiennej<sup>6</sup>. Wartość użytkowa to zdolność towaru do zaspakajania potrzeb ludzkich, podczas gdy wartość wymienna to wyraz ilości pracy włożonej w wytworzenie danego towaru, przy czym ilość tę mierzy się społecznie niezbędnym czasem wymaganym do wytworzenia towaru. Stosownie do tego wartość użytkowa jawi się jako wartość konkretna i jakościowa, zakorzeniona w rzeczywistych potrzebach ludzkich, natomiast wartość wymienna to wartość abstrakcyjna, wyraz ilości wydatkowanej pracy włożonej w wytworzenie towaru. Tylko praca – zdaniem Marksa – jest źródłem wartości wymiennej. Rzeczy użyteczne, które są w stanie zaspakajać potrzeby ludzkie, lecz których wytworzenie nie wymaga pracy, nie mają jej. Stosunek wartości użytkowej do wymiennej jest taki, że tylko produkty, które są jakoś użyteczne, mogą mieć wartość

<sup>5</sup> K. Marks *Kapitał* b.r. s. 77.

<sup>6</sup> L. Kołakowski *Główne nurty marksizmu. Powstanie – rozwój – rozkład* London 1988.

wymienną. Wartość wymienna nie jest własnością rzeczy samej, ale wynikiem tego, że wchodzi ona do społecznego obiegu wymiany dóbr. Każdy towar jest ucieleśnieniem swej wartości z uwagi na fakt, że wszystkie inne towary wyrażane są w tym samym ekwiwalencie.

Sama forma towaru zakłada dwoisty charakter pracy ludzkiej. Oprócz tego, że jest zbiorem konkretnych, jakościowo określonych czynności, jest także pewną pracą w ogóle, która podlega mierzeniu – nie jest tylko zbiorem czynności przeprowadzonych na jakościowo określonym tworzywie, ale również wydatkowaniem abstrakcyjnej siły roboczej. I ta właśnie abstrakcyjna jednorodna praca stanowi podstawę konstytuowania się wartości wymiennej, podczas gdy praca jakościowo zróżnicowana jest podstawą wartości użytkowej.

Kapitalizm rodzi sytuację, w której siła robocza zostaje zreifikowana, tzn. sytuację, w której osoby ludzkie, realne podmioty, występując na rynku pracy, pojmują samych siebie jako towary, które mogą być nabywane i sprzedawane. Praca najemna polega na kupowaniu i sprzedawaniu siły roboczej na określony czas – oto właśnie nerw Marksowskiej krytyki kapitalizmu. Fakt, że siła robocza staje się towarem, oznacza, iż człowiek sam zaczyna funkcjonować według praw rzeczowych. W kapitalizmie osobowość człowieka, jego zdolności twórcze, mózg, siła mięśni – wszystko to koniec końców okazuje się towarem. Robotnik przybiera postać narzędzia służącego mechanizmowi produkcji. W ten sposób dokonuje się alienacja pracy i jej wytworu. Kapitalizm z jednej strony oddziela pracę od jej produktów, z drugiej zaś warunki procesu produkcji od podmiotowości ludzkiej. Właściwie życie robotnika toczy się niejako poza procesem pracy i tylko poza pracą robotnik należy do samego siebie.

### Od fetyszyzmu towarowego do konsumpcjonizmu

Wbrew prognozom Marksa po kapitalizmie nie pojawił się komunizm ani nawet socjalizm, ale obecne w kapitalizmie tendencje zostały radykalizowane i nastał czas społeczeństwa konsumpcyjnego, społeczeństwa, które coraz bardziej traci związek z rzeczywistością samą, a jedyną rzeczywistością, jaką zna, jest rzeczywistość zainfekowana przez znaki. W Marksowskim pojęciu fetyszyzmu towarowego kryje się już Baudrillardowskie pojęcie konsumpcji, jakkolwiek konieczne jest tu wskazanie na pewną istotną różnicę. Marks dostrzega to, że za sprawą fetyszyzmu towarowego towar zostaje przekształcony w swoisty znak:

Ludzie zestawiają więc produkty swojej pracy jako wartości nie dlatego, że traktują te rzeczy *jedynie jako rzeczowe lupiny* kryjące jednakową pracę ludzką, lecz odwrotnie, przyrównując w wymianie swe różnorodne *produkty* jako *wartości*, ustalają przez to jednakowość swych różnych prac jako pracy ludzkiej. Nie wiedzą o tym, ale *czynią* to. Wartość nie ma więc na czole napisu głoszącego, *czym jest*. Co więcej, wartość przeobraża każdy produkt pracy w społeczny hieroglif. Później ludzie starają się odcyfrować znaczenie hieroglifu, odkryć tajemnicę swego własnego społecznego produktu, gdyż określenie przedmiotów użytku *jako wartości* jest tak samo społecznym produktem *ludzi* jak mowa. Późno dokonane odkrycie naukowe, że produkty są wartościami tylko jako rzeczowe wyrazy pracy ludzkiej zużytej na ich wykonanie, stanowi epokę w historii rozwoju ludzkości, bynajmniej jednak nie odziera społecznych znamion pracy z rzeczowych pozorów<sup>7</sup>.

Fetyszyzm towarowy sprowadza się do Heglowskiego zniesienia obecnej w wytworach ludzkich opozycji między wartością użytkową i wymienną. O fetyszyzmie towarowym należy raczej mówić w kategoriach dialektycznych i jest on w istocie zjawiskiem charakterystycznym dla społeczeństw kapitalistycznych (przedkonsumpcyjnych), a nie konsumpcyjnych. Pod pojęciem społeczeństwa kapitalistycznego rozumiem formację społeczną, która opiera się na masowej produkcji przemysłowej, angażującej wolnych pracowników najemnych, sprzedających swą pracę (siłę roboczą) na rynku pracy. W społeczeństwie opartym na takim reżimie ekonomicznym pracę traktuje się jako podstawowe zajęcie człowieka, dostarczające mu nie tylko środków do życia, ale nadto organizujące całość tego życia – to społeczeństwo wspomnianego *homo laborans*. Z odmienną sytuacją mamy do czynienia w społeczeństwie konsumpcyjnym, społeczeństwie złożonym z *homo aestheticus*. Tu podstawowym zajęciem człowieka staje się konsumpcja. Konsumpcji zaś podlegają nie towary jako to, co służy zaspokojeniu potrzeb ludzkich (a więc posiadające pewną wartość użytkową), ale towary pojęte jako znaki. Aby zatem możliwe było pojawienie się konsumpcjonizmu, konieczne jest, by wprawdzie rzeczy zaczęły funkcjonować jako znaki. Otóż w wyniku zniesienia opozycji wartości wymiennej i użytkowej towar nabiera charakteru znaku, a ściślej „hieroglifu”, który oznacza ilość wydatkowanej siły roboczej, która z kolei sama staje się specyficznym towarem sprzedawanym na rynku pracy. Marks przeczuwał rodzącą się na gruncie zjawiska fetyszyzmu społeczną dominację znaku. Z chwilą, gdy pojawia się pieniądz, który pierwotnie miał być materialnym ucieleśnieniem wartości wymiennej, towarom zostaje nadana cena. Teraz mogą one być porównywane między sobą niejako niezależnie od rzeczywistego wkładu pracy niezbędnej do ich wytworzenia. Rodzi się możliwość sprzeczności pomiędzy ceną towaru a jego wartością wymienną.

---

<sup>7</sup> K. Marks, wyd. cyt. t. I s. 79.



Jednakże *forma ceny* nie tylko umożliwia ilościową niezgodność między wielkością wartości i ceną – to znaczy między wielkością wartości a jej pieniężnym wyrazem, ale może też kryć sprzeczność jakościową, tak że cena w ogóle przestaje być wyrazem *wartości*, jakkolwiek pieniądź jest tylko *formą wartości* towarów. Rzeczy, które same w sobie nie są wcale towarami, jak na przykład sumienie, honor itd., mogą być przez swych posiadaczy sprzedawane za pieniądze i w ten sposób otrzymywać dzięki cenie *formę towaru*. Rzecz może więc posiadać formalnie cenę nie posiadając wartości (...)<sup>8</sup>.

W istocie oznacza to, iż stosunek towaru do pracy włożonej w jego wytworzenie staje się arbitralny, tak jak stosunek znaczącego do znaczonego w ujęciu językoznawstwa strukturalnego. To z kolei stwarza warunki do pojawienia się zjawiska konsumpcji. W świecie konsumpcji przedmioty nadal podlegają wymianie, ale zmienia się ich znaczenie (wartość): ich wartości nie oblicza się już według ilości pracy, jaka została włożona w ich wyprodukowanie, ale wedle prestiżu na rynku, decydującego o ich cenie. Podobnie dzieje się z użytecznością. Te czy inne towary nadal są użyteczne, ale nie to jest dla nich istotne, istotne jest to, że ich posiadanie lub nieposiadanie stanowi podstawę do określenia się w relacjach społecznych. Pojawia się tu pewna nowa wartość, mianowicie wartość znakowa towaru. Wartość użytkowa nie zanika, ale jest raczej anulowana jako wartość, a dokładniej – może się pojawić tylko jako wynik interpretacji wartości wymiennej. W tym kierunku idzie Baudrillard i przedstawia zjawisko konsumpcji jako społeczny proces dekonstrukcji<sup>9</sup> Marksowskiego pojęcia fetyszyzmu towarowego, które – jak widzieliśmy – zostało ufundowane na binarnej opozycji wartości użytkowej i wymiennej.

---

<sup>8</sup> Tamże, s. 108.

<sup>9</sup> Zob. J. Baudrillard *Selected Writings* Stanford California 1988. Nie sposób dostarczyć jakiejś zwięzłej definicji dekonstrukcji, bowiem z samego założenia nie jest ona metodą, którą daje się opisywać jako ciąg kolejnych posunięć, a raczej strategią czytania tekstów, co podkreśla sam Derrida. Do pewnego stopnia jako metodę potraktowali ją niektórzy z autorów amerykańskich. Tak do dekonstrukcji podchodzi na przykład Hugh J. Silverman. W książce *Textualities* (H.J. Silverman *Textualities. Between Hermeneutics and Deconstruction* London 1994) Silverman stwierdza, że dekonstrukcja jest praktyką związaną z pisaniem, pisaniem o pisaniu, wskazującym na granice pisma. Dotyczy tekstu i relacji w ramach tego tekstu. Opisując strategię dekonstrukcjonistyczną, Silverman wskazuje na to, że składa się ona z trzech składników: (a) identyfikacji konceptualnych opozycji działających w obrębie dyskursu metafizycznego i obalenia hierarchii ustanowionej przez te opozycje, (b) wpisania własnego pisania w miejsce nierozstrzygalników przez pokazanie ich dyferencjalnej funkcji, (c) wyjaśnienie odroczenia i efektów praktyki dekonstrukcjonistycznej. Pod pojęciem nierozstrzygalnika rozumie się tu jednostkę symulakrum, fałszywą werbalną właściwość (nominalną lub semantyczną), której nie da się wpisać w istniejące opozycje.

## Konsumpcjonizm

W rozważaniach na temat konsumpcji Baudrillard przeprowadza radykalną krytykę dekonstrukcjonistyczną Marksowskiej opozycji wartości użytkowej i wymiennej. Nierozstrzygalnikiem okazuje się tutaj status wartości użytkowej, za sprawą której do systemu ekonomii kapitalistycznej wpisuje się kod funkcjonalności. Marks nie tylko tego nie dostrzegął, ale nawet nie był w stanie dostrzec. Status wartości użytkowej w koncepcji Marksa – twierdzi Baudrillard – jest wieloznaczny: wartość użytkowa niesie z sobą obietnicę restaurowania naturalnych relacji międzyludzkich poza obszarem ekonomii kapitalistycznej, a jej istnienie stanowi podstawę wiary w możliwość przywrócenia ludzkiego charakteru stosunkom międzyludzkim. Co więcej, w istocie nie wiemy, dlaczego tylko produkty, które są jakoś użyteczne, mogą posiadać wartość wymienną. Przy bliższym rozważeniu okazuje się, że Marksowska koncepcja fetyszyzmu towarowego nie ujmuje towaru w kategoriach wartości użytkowej i wymiennej zarazem, ale uwzględnia jedynie wartość wymienną. Zdaniem Baudrillarda, dochodzi tu do głosu idealizm Marksa. Widać bowiem dobrze, iż w rozważaniach zawartych w *Kapitale* użyteczność rzeczy została sfetyszyzowana tak samo, jak wartość wymienna w gospodarce kapitalistycznej. Wartość użytkowa, podobnie jak wymienna, jest wartością abstrakcyjną, mianowicie abstrakcją systemu potrzeb ludzkich, które maskują się pod postacią fałszywej jasności konkretnego przeznaczenia i celu, określoności dóbr i produktów.

Jak logiką wartości wymiennej jest logika ekwiwalentu, tak logiką wartości użytkowej – logika funkcjonalności. Zarówno wartość użytkowa, jak i wymienna poddane są temu samemu kodowi, kodowi użyteczności, w ramach którego dokonuje się abstrakcyjnego zrównania podmiotów i przedmiotów. W istocie fetyszyzm towarowy powstaje w wyniku fetyszyzacji i wartości użytkowej, i wymiennej. Kod użyteczności jest kodem systematycznej abstrakcji, której dokonuje się, gdy rzecz zostaje wyrwana ze swego – że się tak wyrażę – bycia bytem samym w sobie i przybiera formę przedmiotową, tj. formę, w której wchodzi w relacje z podmiotem. Obiektywność przedmiotu zasadza się na jego funkcjonalności. Za sprawą kodu funkcjonalności przedmioty zostają zrównane z tym, do czego służą.

Pozycja wartości użytkowej jest analogiczna do wartości wymiennej. Wartość użytkowa nie jest niczym więcej, jak tylko funkcjonalnością przedmiotu względem historycznie zmiennych i w gruncie rzeczy przypadkowych potrzeb podmiotu. Zarazem podmiot zostaje tu określony

w kategoriach funkcjonalnych jako ognisko potrzeb. W wypadku wartości wymiennej producent nigdy nie występuje jako twórca, ale zawsze jako abstrakcyjna społeczna siła robocza. Podobnie sprawy mają się z wartością użytkową: konsument nigdy nie pojawia się tu jako pragnienie i radość z jego zaspokojenia, lecz jedynie jako abstrakcyjna społeczna siła potrzeb. Człowiek pojęty w kategoriach wartości wymiennej to abstrakcyjna siła robocza. Jeśli zaś, z drugiej strony, definiować go w kategoriach jego potrzeb i wartości użytkowej, to przedstawia się jako społeczna abstrakcyjna siła systemu potrzeb, tj. jednostka.

Wiek burżuazji to okres, w którym człowiek wyzwala się spod władzy autorytetów zewnętrznych. Otóż jednostka, uwolniona z symbolicznych i osobistych więzów, prywatna i autonomiczna, określa się w kategoriach pracy, tj. „obiektywnej” działalności zmierzającej do przekształcania natury oraz destrukcji użyteczności przedmiotu dla własnej korzyści, zaspokojenia potrzeb, tj. wartości użytkowej. Jednak w ramach systemu ekonomicznego jednostka nie wyraża swych potrzeb. Dzieje się raczej tak, że system skłania ją do funkcjonowania w określony sposób, ustanawiając tym samym opartą na funkcjonalności paralelę przedmiotów i potrzeb. Z tej perspektywy jednostka jawi się jako twór ideologiczny, ideologiczna struktura skorelowana z formą towarową (wartością wymienną) i formą przedmiotową (wartością użytkową). Jednostka to podmiot pomyślany w kategoriach ekonomicznych, uproszczony i zrationalizowany – abstrakt ekonomiczny.

Mamy więc do czynienia z taką sytuacją, że z jednej strony przedmiot zostaje zrównany ze swym jakościowym uposażeniem i jako taki może wchodzić w relacje ekonomiczne, z drugiej zaś człowiek, pojęty jako podmiot, staje się abstrakcyjną jednostką społeczną równą sumie swych potrzeb. W systemie funkcjonalności wszelka ambiwalencja, pragnienia, relacje podmiotowo-przedmiotowe, instynkty – wszystko to znajduje swój ekwiwalent w formie użyteczności i systemu potrzeb, podobnie jak wszystkie wartości i konkretna praca znajdują ekwiwalent w pieniądzu. Instynkty w ramach systemu potrzeb są poddane racjonalizacji, dookreśleniu i obiektywizacji. Otoczony towarami i wartością wymienną człowiek przestaje określać się jako byt autonomiczny i w sobie: odnosi się do siebie jako do wartości wymiennej. Podobnie dzieje się z wartością użytkową: otoczony przedmiotami służącymi czemuś innemu, siebie samego pojmuje funkcjonalnie. Nawet jego wewnętrzny stosunek do własnych możliwości, zdolności i wszystkiego, czym jest w swym życiu, podporządkowany jest etosowi użyteczności. Stąd hedonizm, czyli dążenie do czynienia właściwego użytku z samego siebie. Uruchamiając potencjał odczuwania przyjemności, człowiek wchodzi

jednak w relacje rynkowe. Potencjał przyjemności stanowi w istocie siłę o znaczeniu ekonomicznym. Ludzie nie odkrywają przedmiotów, które ich otaczają, inaczej jak tylko poprzez to, do czego służą. To samo odnosi się do nich samych – postrzegają siebie w formie funkcjonalnej, tj. poprzez ekspresję i zaspokojenie własnych potrzeb. Jeżeli wartość użytkowa jest produktem wartości wymiennej, to nie sposób pojmować jej jako wartości autonomicznej, lecz jedynie jako satelitę i alibi wartości wymiennej. Dzięki kodowi funkcjonalności dokonuje się tu przekład abstrakcyjnych relacji ekonomicznych na życie jednostek. Poprzez swą pracę człowiek staje się wartością użytkową w obrębie systemu produkcji. Jednocześnie dobra i produkty są dlań wartościami użytkowymi.

## Estetyzacja pracy

W świecie konsumpcji praca sama staje się towarem konsumpcyjnym. Jej estetyzacja zasadza się na tym, że nie służy ona wytwarzaniu dóbr, ale raczej stwarzaniu samej jednostki jako agregatu potrzeb, jednostki obdarzonej potencjałem odczuwania przyjemności, i to przyjemności całkiem bezinteresownej – estetycznej. W ten sposób praca leży u podstaw pewnego szczególnego typu społecznienia, mianowicie społecznienia przez indywidualację: człowiek poddany systemowi potrzeb i produkcji postkapitalistycznej staje się istotą społeczną jako samoświadoma jednostka, agregat potrzeb. Dla *homo aestheticus* zmęczenie, znój i trud zostały zakazane i obłożone społeczną ekskomuniką. Pozorność pracy w społeczeństwie nadmiaru zasadza się nie na tym, że praca nie służy już wytwarzaniu dóbr, ale na tym, że pomimo tego, że jej pierwotnym sensem miało być zaspokajanie potrzeb, stała się w istocie formą ich reprodukcji i multiplikacji. Praca jako towar konsumpcyjny oceniana jest wedle jej prestiżu na rynku i sama służyć ma spożyciu jako specyficznej wartości konsumpcyjnej. Nie ma już zapewniać zaspokojenia bazowych potrzeb, minimum biologicznego i społecznego, ale ma służyć zaspokajaniu społecznego maksimum. Jestem tym lepszą, społecznie i ekonomicznie bardziej pożądaną jednostką, im więcej jestem w stanie wytworzyć – stąd etos sprawności i efektywności – i im więcej jestem w stanie spożyć – stąd etos aktywnego doświadczenia i zaangażowania w świat.

## Aesthetization of Artwork in the World of Consumption

In globalized world the productive work is pushed on the margin of civilized world, to the states of third world. In the place of productive work has occurred work as aesthetic activity. Subjective counterpart of aesthticisazation of reality in a consumer society is appearance of new type of human being – *homo easthticus*. In the world of consumer society work is subjected to aesthticisization process as well and becomes one of many consumer goods. Aesthticisization of work in the world of abundance consists in the fact that work is not so far aimed at production of goods and satisfaction of basic human needs but rather at creation of an individual as focus of needs, which has a potential to feel pleasure, especially the aesthetic one. So work becomes not the way of satisfaction human needs but rather the way of their reproduction.

*Robert Rogoziecki* – e-mail: wnsrr@ug.edu.pl