

Tavaraestetiikan kritiikistä

Alkuhuomautus

Kapitalismin jatkokehityksessä Karl Marxin siitä tuottaman analyysin jälkeen on etualalle tunkeutunut tekniikoiden ja ilmentymien kompleksiksi, joka oli Marxille vielä lähes merkityksetön. Puhe on joukkomittaiseen myyntiin tuotettujen tavaroiden muotoilun ja propagoinnin tietoisuutta leimaavasta ja käyttäytymistä ohjaavasta vaikutuksesta. Monet nykyisen kapitalismin kriitikot nostavat tämän kompleksin teoriansa keskukseen. Baran ja Sweezy, jotka monopolikapitalismin teoriassaan pohdiskelevat "myynnin edistämisen" käsitteen puitteissa, puhuvat sen "läpituokevasta" vaikutuksesta. "Oltuaan melko vähäpätöinen ilmiö järjestelmässä", he sanovat, olisi myynnin edistämisestä "tullut eräs ratkaiseva hermokeskus". Monissa ensisijaisesti ei-taloudellisissa teorioissa, ennen muuta opiskelijoiden ja koululaisten poliittisissa keskusteluissa, ottavat usein avainroolin käsitteet - ennen muuta manipulaation ja repressiivisen käsitteet - ,joiden tarkoitus on vedota samaan yhteyteen. Manipulaatio merkitsee joukkojen tietoisuuden ja käyttäytymisen ei-terroristista ohjausta kielellisin ja esteettisin keinoin. Kun jostain sa-

notaan, että se on "repressiivistä", on tarkoitus osoittaa ilman enempää erittelyä, että tämä jokin liittyy yleiseen herruuden, sarron ja riiston yhteyteen, tämän yhteyden momenttina ja stabilisoivana välineenä. Näin on voitu puhua manipuloituista tarpeista ja niiden repressiivisestä tyydytyksestä. "Kulutusterrorin" tai jopa "kultusfasismin" käsitteet innostavat auttamatta näitä lausumuksia vielä entisestään. Sellaiset käsitteet leimautuvat siinä eristyneisyydessä, jota ne heijastavat ja joka yhdessä korruptoidun tietoisuuden tilan kanssa muodostaa perustan vastaanottamattomalle ympäristölle. Sellaiset käsitteet asetetaan lisäksi, kuten opiskelijaliikkeen kehityksestä selvästi on havaittavissa, yläpuolelle luokkarajojen, joita ei ole kyetty murtamaan. Radikaalisuudessaan ovat sellaiset käsitteet siten alistuneita.

Uusvasemmistolaisen liikkeen jähmettymiskaudella näitä käsitteitä jalostettiin ja vietiin siten absurditeettiin asti. Nyt astui manipulaation käsite taka-alalle. Sen sijaan tulivat Marxin *Pääoman* ensimmäisen osan käsitteet ajankohtaisiksi. Tavaramuoto ja tavaranaluonne, jopa tavaran fetissiluonne, tematisoitiin nyt, ikään kuin kyse olisi välittömästi si-

sällöllisistä kategorioista, joiden avulla voitaisiin puhua uudeltaisista käyttöarvoista ja niihin suhteutuvista tarpeista. Jollain salaperäisellä tavalla pitäisi asian puhtaan myytävyyden - sillä sitä on sen tavaramuoto eikä mitään muuta - pervertoida tämä asia käyttöarvoltaan ja integroida se silmänlumeen ja tylsistyttävän ruokinnan yhteyteen. Kirjailijat ja kirjallisuustieteilijät, taiteilijat ja taideteoreetikot sotkeutuvat loputtomiin väittelyihin siitä tai tästä tavarana. Erään mielestä "taiteen totuussisältöön" vaikuttaisi "vastakkaisesti sen luonne tavarana periaatteessa sen merkityksen tuhoutumiseen asti". Hän jätti vain ilmoittamatta miten. Toiset yhdistivät "taiteen tavaraluonteen" pääasiassa kuluttajanäkökulmaan, joka nojaa valmiiksi sovittuihin arvoihin, tai kulinaariseen muotoon tai kaupaksi käyppyyteen.

Juuri siksi että tämä kriittinen kielenkäyttö enimmäkseen jää niin sekavaksi ja avuttomaksi, pyritään seuraavassa erittelemään yhtäältä tavaroiden tuotannon ja propagoinnin, toisaalta ihmisten tietoisuuden ja tarpeiden yhteyttä. Itse asiassahan mainostavan ja viihdyttävän lumeen (Schein) maailma, jonka valmistamisessa työskentelevät tänään kokonaiset teollisuudenalat, muodostaa ihmisten elämää ja tiedostusta aina intimiteettiin asti määräävän mahdin. Jos Marx ei vielä tätä yhteyttä eritellytkään, ovat kuitenkin peruskäsitteet ja funktioerittelyt, joille tutkimus voidaan rakentaa, valmiina *Pääomassa*. Se vuoksi kysellään seuraavaksi niitä vaihdon, tavaratuotannon ja pääoman arvonnäköyksen taloudellisia funktioita, jotka ovat johtaneet tämän manipulatiivisen lumeen maailman muo-

dostumiseen. Vain niiden erittelystä lähtien voidaan tavaraestetii-kan lainomaisuudet kehittää. Samalla on mahdollista tätä kautta välttää eräitä virheitä, joihin muiden muassa Baran ja Sweezy ovat syyllistyneet, koska he ovat sallineet niinkutsumansa myynnin edistämisen ja sen kytkeytymisen käyttöarvotuotantoon alkaa aivan välityksittä vasta monopolikapitalismissa.¹ Tulemme havaitsemaan, että historiallisessa kehityksessä yhtäältä käyttöarvon sekä toisaalta kulutukseen ja siten ostoon houkuttelevan tavaroiden muotoilun välisen rajan sumeneminen tapahtuu jo aiemmin kuin tällä vuosisadalla.

Ensimmäinen osa

1 TAVARAESTETIIKAN ALKULÄHDE VAIHTOSUHTEN RISTIRIIDASTA

Jos kysy niitä immanentteja ehtoja, joiden on oltava täytetty, jotta kaksi tavaranomistajaa voi toteuttaa vaihtotoimen, törmää heti ongelmiin, joiden ratkaisuksi sitten astuu kauaskantoinen hahmo: raha. Vaikeudet ovat seuraavat: ensiksi on ekvivalenssin oltava annettu. Se merkitsee kuitenkin myös, että kahden olion on voitava sanoa olevansa keskenään samanarvoiset. Mutta miten nyt ilmaista samanarvoisuus?

Toinen vaikeus: molempien puolten ei-tarvitsevan omistuksen on käytävä yhteen toisen puolen ei-omistavan tarvitsemisen kanssa. Kun se, jolla on sitä, mitä minä tarvitsen, ei tarvitse sitä, mitä minulla on, ei vaihto voi toteutua.

Raha saa aikaan kaksinaista. Yhtäältä se ottaa itselleen mitaavan arvonnäköyksen tehtävän. Vaihtoarvo omaksuu rahassa itsenäisen hahmon eikä ole enää sidottu



Duane Hanson: Nainen ostoskärryineen (1969)

mihinkään erityiseen käyttöarvon kantajaan. Toisaalta raha jakaa kahden olion aivan liian monimutkaisen vaihdon kahteen vaihtotoimeen. Siten on abstraktio toteutunut: vaihtoarvo on irrottautunut jokaisesta erityisestä käyttöarvosta. Sille, joka sitä hallitsee, se suo vain määrällisesti rajoitetun vallan yli kaikkien erityisten laatu-ten. Sikäli kuin raha ajaa itsensä läpi kaikkivaltiutena, kaa- tuvat vanhat laadulliset mahdit. Raha kärjistää hyppäksenomaisesti jo yksinkertaisessa vaihdossa perustetun ristiriidan. Molempia puolia liikuttava motiivi kahden tavaran vaihdossa on kulloisenkin toisen puolen tavaran käyttöarvo- tarve. Samalla oma tavara ja sen myötä vieras tarve ovat vain keino tuohon päämäärään. Molempien pää- määrä on toiselle vain keino pääs- tä vaihdon kautta omaan päämää- ränsä. Siten yhdessä ainoassa vaihtotoimessa kohtaa kaksi kertaa kaksi vastakkaista näkökantaa. Mo- lemmat puolet nojaavat sekä vaih- toarvonäkökantaan että määrättyyn käyttöarvonäkökantaan. Molemmat käyttöarvonäkökannat kohtaavat vaihtoarvonäkökannan, josta käsin ne mahdollisesti tulevat petetyiksi. Koska molemmat puolet omaksu- vat erottamattomasti molemmat nä- kökannat, jää ristiriita sidotuk- si molempien asemien samuuteen.

Suhde muuttuu rahan väliintu- lon myötä. Kun raha välittää vaih- don, se ei vain jaa sitä kahteen toimeen, myyntiin ja ostoon, vaan se erottaa vastakkaiset näkökannat. Ostaja lähtee tarpeen näkökannas- ta: hänen päämääränsä on määrätty käyttöarvo, hänen keinonsa tämän vaihtamiseksi itselleen on vaihto- arvo rahamuodossa. Myyjälle on sa- ma käyttöarvo pelkkä keino hänen tavaran vaihtoarvon rahaksi te- kemiseen. Käyttöarvotarpeen kan-

nalta on asian päämäärä saavutet- tu, kun ostettu asia on käytettä- vissä ja nautittavissa. Vaihtoar- vonäkökannalta on päämäärä toteu- tunut, kun vaihtoarvo hyppää esiin rahamuodossa. Toiselle tavara pä- tee elämisenvälineenä, toiselle elämä arvonlisäysvälineenä. Kahden näkökannan välillä on kuitenkin ero kuin päivällä ja yöllä. Koska ne tulevat esiin vasta erotettui- na, on niiden ristiriitakin jo sil- miinpistävä.

Tavaratuotanto ei aseta tavoit- teekseen määrättyjen käyttöarvojen tuottamista sellaisenaan, vaan tuottamisen myyntiä varten. Käyt- töarvolla on osa tavarantuottajan laskelmissa vain jonain ostajan odottamana, joka on otettava huo- mioon. Eivät vain päämäärä ja kei- not ole ostajalla ja myyjällä eri- laiset. Sen lisäksi sama toimi ta- pahtuu heille eri aikana, ja sil- lä on heille aivan eri merkitys. Vaihtoarvonäkökannalta on proses- si päättynyt ja päämäärä toteutet- tu myynnin toimen myötä. Käyttöar- votarpeen kannalta on sama toimi vain alku ja edellytys hänen pää- määränsä toteuttamiselle käytössä ja nautinnassa.

Henkilöihin näin puretusta ris- tiriidasta saa alkunsa tendenssi, joka vie tavararuumiin, sen käyt- töhahmon, yhä uusiin muutoksiin. Tästä lähtien tuotetaan kaikessa tavaratuotannossa kaksinaista: en- siksi käyttöarvo sekä toiseksi ja lisäksi käyttöarvon ilmentymä. Sil- lä myyntiin asti, jonka myötä vaih- toarvonäkökanta saavuttaa päämää- ränsä, on käyttöarvon osa tendens- sinomaisesti vain lumetta. Esteet- tinen laajimmassa merkityksessään, käyttöarvon aistimellinen ilmenty- mä ja merkitys, irrottautuu tässä itse asiasta. Tämän esteettisen hallinnasta ja eriytetystä tuotan- nosta tulee rahapäämäärän väline.

Siten jo kapitalismin esihistoriasa, vaihdon periaatteessa, on laskettu taloudellinen perusta aistimellisuuden teknokratialle.

2 VOIMAKKAAT KIIHOKKEET KAUPPAKAPITALISTISEN ARVONLISÄYSINTRESSIN VÄLINEINÄ

Ennen kuin siirrytään erityisiin esteettisiin kiihokkeisiin, on tuotava mukaan vielä vaihtoarvonäkökannan tarkempi määrittely. Kun vaihtoarvo on itsenäistynyt rahassa, on edellytys myös vaihtoarvonäkökannan itsenäistymiselle annettu. Rahamuodossa ei vaihtoarvo enää ole sidottu mihinkään aistimelliseen tarpeeseen, kaikki aistimellinen moninainen laatu on pyyhitty pois. Niin mieletöntä kuin olisikin kasata loputtomasti määrättyjä aistimellisiä käyttöarvoja, koska niiden käytettävyys kuitenkin asettaa niille rajan, ei vaihtoarvon kasaaminen, joka siis on vain määrällisesti kiinnostavaa, tunne itsessään mitään mittaa eikä rajaa. Rahan, alussa pelkän vaihdon funktion esineellistymän, myötä syntyy maailmaan uudenlaatuisen valta: abstrakti rikkaus, itsenäistynyt vaihtoarvo. Siihen perustuu uusi intressi, jonka tämä itsenäistyminen luo myötään: arvonlisäysintressi. Koronkiskonta ja kauppa ovat sen kaksi ensimmäistä suurta hahmoa historiassa. Seuraavassa kiinnostavat eräät piirteet kauppapääomassa, jonka suuri aika-kaus Euroopassa oli samalla esikapitalismi.

Myynti, ja myynti voitolla, on sen toimintaa. Se on siksi ylläluoellista, milloin ei suorastaan ylikuluttuurista, sen voima on kaukokaupassa. Tunkeutuakseen paikallisille merkkinoille tai murtautuakseen kaupankäyntiin alueille, jotka siihen asti eivät tunteneet

tavaratuotantoa, tarvitsi kauppapääoma erityisiä tavaralajeja. Kolmella tavararyhmällä on tässä mielessä ollut erityisen myrskyissä menestys, ja ne ovat maailmanlaajuisesti avanneet tietä suhteiden muutokselle: ensiksi sotilaalliset hyödykkeet, toiseksi tekstiilit ja kolmanneksi kiihoke- ja nautintoaineet. Voimakkaat kiihokkeet astuvat eurooppalaiseen historiaan kauppakapitalistisen arvonlisäysintressin välineinä. Eurooppalaiset vallat, jotka tällä liiketoimella nousivat maailmanvalloiksi, olivat toinen toisensa jälkeen Venetsia, Alankomaat, Englanti.

3 AATELIN YLELLISYYS, PORVARILINEN PÄIHITYMYS SELVIN PÄIN

Kun Marx kerran huomautti, että tavarat heittävät lemmensilmäyksiä mahdollisille ostajille, oli tällä metaforalla sosiaalishistoriallinen perustansa. Sillä eräs voimakkaiden kiihokkeiden laji, jolla tavaroiden tuotanto operoi arvonlisäyksen päämäärään päästäkseen, on lemmentiihokkeet. Niin ollen kokonainen tavaralaji heittää lemmensilmäyksiä ostajille, sillä se jäljittelee tarjouksellaan juuri tämän, ostajan, omia lemmensilmäyksiä, joita hän puolestaan heittää kosiskellen inhimillisille rakkaudenkohteilleen, sekä samalla ylittää ne. Joka kosiskelee rakkautta, se tekee itsensä kauniin ja rakastettavan. Kaikenlaiset korut ja tekstiilit, tuoksut ja värit tarjoutuvat kauneuden ja rakastettavuuden esityksen välineiksi. Siten tavarat lainaavat esteettisen kielensä ihmisten rakkaudenkosiskelusta. Sitten suhde kääntyy ympäri, ja ihmiset lainaavat esteettisen ilmaisunsa tavaroilta. Tässä siis syntyy en-

simmäinen takaisinkytkentä arvonlisäysmotiivein tuotetusta kiihottavasta tavaroiden käyttöhahmosta ihmisten aistimellisuuteen. Ei vain heidän viettirakenteensa ilmaismahdollisuus muutu, vaan korostus siirtyy: voimakas esteettinen kiihotus, vaihtoarvo ja libido ovat kiinni toisissaan kuin ihmiset tarinassa kultaisesta hanhesta, ja ilmaisuvälineistä tulee arvokkaita, ne maksavat omaisuudenkin. Ennen pitkää nouseva porvaristo lainaa kiskurikorolla aatelille rahat, joilla tämä voi ostaa monenlaiset mahtailutekstiilinsä ja hienostelutavaransa, kunnes pala palalta aatelinen maaomaisuus joutuu porvariin käsiin, ja tulee kapitalisoiduksi, vahingoksi kaikille niille tuottamattomille syöjille, jotka ajetaan kerjuulle tai työlaitoksiin, kunnes kapitalistisen tuotannon nousu löytää heissä halvat palkkatyöläiset. Mitenkään vähäpätöinen ei ole se osa, jonka välittää ylellisyys, voimakkaiden aistimellisten kiihokkeiden tavarat, alkuperäiseksi kasautumiseksi nimetystä omaisuuden suuresta uusjaosta sen arvonlisäyksen kumouksellistamisen myötä. Tämä tapahtuma sijoittuu - niin funktionaalisesti kuin historiallisesti - porvarillisen yhteiskunnan perustuksiin ja on sille kauttaaltaan kuvaava. "Kukin ihminen", sanoo Marx Pariisin käsikirjoituksissaan, "suunnittelee laskelmoiden uuden tarpeen luomista toiselle ihmiselle pakottaakseen hänet uudeksi uhriksi, pannakseen hänet uuteen riippuvuuteen ja houkutellessaan hänet uudelleen nautiskeluun ja siten taloudelliseen tuhoon." Porvarit ottavat tästä opikseen. Laiskuutta ja ylellisyyttä, jolla he ansaitsevat, vihaavat he samassa määrin itsessään tai jopa alaluokassa. Kuitenkin he kompensoivat

konttorielämästä eliminoimaansa viettisyyttään nautinnoilla, jotka sopivat erityisen hyvin porvarilliseen toimintaan: tupakalla, kahvilla, eritoten teellä, joka 1600-luvulla valloittaa itselleen nopeasti valtavat markkinat. Papisto ja aateli nauttivat samalla kaakaosta ja makeisista. Koska kaakao oli katolisista intresseistä arvonlisäykseen alistettu siirtomaatavara, hyökättiin saarnastuoleista tupakkaa ja teetä vastaan pirullisina aineina, sen sijaan kaakaota kehuttiin keinona ruttoa ja koleeraa vastaan. Suuret englantilaiset ja alankomaalaiset pääomayhtymät alkoivat puolestaan käyttää naamioitua mainontaa, lahjoivat runoilijoita ja säveltäjiä, laulajia ja lääkäreitä ylistämään teetä tai kahvia. Oli muuten lääkäreitä, jotka suosittivat kahvia alkoholipäihtymyksen katkaisuun ja teetä keinoksi tehdä pidättäytyminen alkoholijuomista siedettävämmäksi. Porvarit tarvitsivat päihtymyksessäänkin selvää päätä. Merkilläpantavaa on, että tarpeiden luominen ja ohjailu ei ole, kuten monet väittävät, jotain erityisesti myöhäiskapitalistista.

4 KAPITALISTINEN MASSATUOTANTO JA REALISAATIO-ONGELMA: MASSATAVARAN ESTETIIKKA

Tavaratuotannon kapitalisointi päästää irti suuria yllykkeitä suhteellisen lisäarvon tuotannon, siis tuottavuuden nostamisen sekä erityisesti koneistuksen ja suurteollisuuden tekniikoiden kehittämiseen. Samalla se tendenssinomaisesti kytkee kaikki yhteiskunnan jäsenet tavaroiden jakoon markkinoiden kautta. Se luo siis kysynnän joukkomittaisen laajentamisen myötä myös massatuotannon teknologiaa ja tuotantovoimia. Nyt

eivät suurkauppaa määrää enää ensi sijassa kalliit ylellisyystavarat, vaan suhteellisen halvat massa-tuotteet. Voiton realisoinnin määrän ja suhteen ratkaisevat nyt teolliselle pääomalle ominaiset arvonnäisyysfunktiot. Tuotannonalan sisällä ovat seuraavat kannattavuusfunktiot meidän kannaltamme huomionarvoisia: ensinnäkin työajan supistuminen työn tuottavuuden nousun tuloksena - tähän kuuluu käsityön eristämisen (se palaa sittemmin tiettyjen ylellisyystavaroiden kehunnan erityisen arvostettuna ainesosana) ja lopulta standardoidun joukkotuotannon teknologian kehittämisen tendenssi. Toiseksi on mainittava raaka- ja apuaineina ja vastaavina tuotteeseen liittyvien kiinteän pääoman osien halventuminen. Kolmanneksi tuotantoajan vähentäminen ikään kuin lyhentämällä keinotekoisesti kypsymisen vaatimaa varastointiaikaa.

Nähdään, että kaikkien näiden muutosten on modifioitava tuotteen ilmiäsuu. Siten tässä kehittyä monia tehtäviä muutosten peittämiseksi tai kompensoimiseksi ylimääräisesti tuotetulla lumella. Harkittu pinnan käsittely tai värjäys saa peittää materiaalin tai valmistuksen heikkennykset. Paloviina, jota ei säilytetä sen kypsymisen vaatimia vuosia tammitynnyreissä, mistä se saisi ruskehtavan värin, värjätään paahdetulla sokerilla: näin lumen pidetään yllä.

Kierron alueella kiinnostaa meidän kannaltamme ensi sijassa vain yksi: täällä on muodonmuutoksen tapahduttava, täällä on arvon ja lisäarvon realisoiduttava. Jo pelkkä pysähtyminen voisi merkitä tuhoa. Marx käyttää kaikkein voimakkaimpia ilmaisujaan ottaessaan puheeksi tämän ongelman - nimitäkäämme sitä realisaatio-ongel-

maksi. Tässä on tavarantekijän kuolemanhyppynsä, ehkä se taittaa niskansa. Tässä janoa tavararuumiiseen noiduttu vaihtoarvo vapautusta rahamuotoon. Tässä kaikki pyörii "tämän transsubstansiaation ihmeen" ympärillä, kuten *Pääomassa* sanotaan, tässä on paikka ja aika, jossa tavarat heittävätkä lemmentilmiänsä. "Jos se tavarasielu olisi olemassa", kirjoittaa Walter Benjamin kirjoituksessaan Baudelairesta korkeakapitalismin aikakauden lyyrikkona, "jos se tavarasielu olisi olemassa, josta Marx leikillään tulee puhuneeksi, niin se olisi tunteikkainta, mitä sielujen maailmasta koskaan on tavattu. Sillä sen olisi nähtävä jokaisessa ostaja, jonka käteen ja kotiin se haluaa mukautua." Jo liioitellussa käyttöarvoluumeessa saa arvonnäisyysfunktio, joka etsii vastausta realisaatio-ongelmaan, ilmauksen ja tavarassa asustava vaihtoarvo tunkeutuu rahaa vastaan. Rahan kaipuusta kapitalistisessa tuotannossa muotoillaan tavara ostajayleisön kaipuun kuvan mukaan. Tätä kuvaa mainonta myöhemmin levittää tavarasta irrallaan.

5 MONOPOLISOINNIN ENSIMMÄINEN VAIKUTUS JA SAMALLA VALINE: KÄYTTÖARVON ALISTAMINEN "LAA- TUMERKILLE"

Tavaroiden tunneautuminen², josta Benjamin puhuu, ulottui markkinoiden rajoille. Niin kauan kuin yhden tavaralajin alueella kilpaili markkinoilla varsin useita tuottajia, jäi tavarastetiikka sidotuksi tavararuumiiseen. Samalla tälle oli ennalta annettu suhteellisen samankaltaisen tuotannon käyttöarvostadardi. Niin kauan kuin se ei esittänyt mitään muuta kuin tämän - erityisen tavaralajin



sisällä - yleisen käyttöarvon esi-
neistymää, niin kauan oli sen eri-
tyinen alkuperä jotain katoavaa.
Mutta sikäli kuin tämä katoaminen
on vain keino päämäärään, kantaa
suhde kääntymistään jo itsessään.
Erityisen, uuden ja ainutlaatui-
sen tehtäväksi tulee tämän suhteen
kääntäminen. Se, että käyttöarvo-
jen tuotanto on vain arvonlisäyk-
sen päämäärän keino, ilmenee nyt
niin, että yksittäinen pääoma pyr-
kii alistamaan käyttöarvon koko-
naan itselleen. "Tämä on tavara-
merkkien kulta-aikaa", sanotaan
Baranin ja Sweezyn lainaamassa kir-
joituksessa vuodelta 1905, "lähes

jokainen arvokkaan tuotteen val-
mistaja voi määrätä suuntaviivat
kysynnälle, joka tulee kasvamaan
ennennäkemättömäksi ja alkaa muis-
tuttaa monopolia (...). Kaikkial-
la (...) on tilaisuuksia ottaa
johto mainonnan avulla - syrjäyt-
tää tusinoittain sotkuisia ja tun-
temattomia tavaroita, vaatteita
ja ruokia vakioidulla tavaramer-
killä, jota tukee valtakunnallinen
mainonta, joka jo sinänsä on takuu
yleisön silmissä." Lukemattomien
nimettömien, sotkuisten esineiden
myötä tuli yleispätevä käyttöarvo
aina syrjäytetyksi viimeisenä ar-
vonlisäysintressin tiellä seisova-

na esteenä. Sikäli kuin yksityispääoma alistaa itselleen erityisen käyttöarvon, ei tavaraestetiikka saa vain laadullisesti uutta merkitystä uudenkaltaisen informaation salakielenä, vaan se irtautuu nyt tavararuumiista, jonka muotoilu kasvaa pakkauksessa ja leviää ylläalueellisesti mainonnan kautta. Keino monopolinkaltaisen aseman päämäärän saavuttamiseksi on tavarun muotoileminen merkkitavaraksi. Kaikki mahdolliset esteettiset keinot otetaan tässä käyttöön. Ratkaisevaa on kuitenkin kaikkien muotoilun muodollis-esteettisten, kuvallisten ja kielellisten keinojen yhdistäminen nimiluonteeksi. Asianmukaisen yleisen kielen tehtävä on korkeintaan konsernin nimen lausuminen ja sen ympäröiminen tunnustuksen kehällä. Kun vain paikallisesti levinnyt merkkituote vaikuttaa koomiselta, ikään kuin nimien ja murteen muut paikalliset ominaisuudet, työntyvät suurten konsernien ylläalueelliset merkinimet ihmisten kokemuksessa luonnon eteen ja suoraan sen asemaan. On tavaralajeja, joita varten ihmisillä ei enää ole käytössään käyttöarvokäsitteitä. Niiden tilalla on lailla suojattu tavaranimi, ja korkeintaan käyttöohjeissa viettää varjoelämää jotain tieltä raivattujen käyttöarvokäsitteiden tapais- ta.

6 MONOPOLISOINNIN TOINEN VAIKUTUS: ESTEETTINEN INNOVAATIO

Kohoavan tuottavuuden myötä nousee realisaatio-ongelma oligopoleille nyt uudessa hahmossa. Nyt eivät kapitalistisesti organisoitujen tuotantovoimien rajoina ole enää monet kilpailevat tarjoajat, vaan välittömästi yhteiskunnallisen tarpeen rajoitukset. Yhdysval-

tain kaltaisessa yhteiskunnassa on kokonaiskysynnän tärkeänä osana, kuten Baran ja Sweezy ovat panneet merkille, "tarve korvata hyödykkeitä uusilla, kun vanhat kuluvat loppuun tai ne poistetaan käytöstä". Koska työn kokonaisyhteiskunnallisen säästämisen tie veisi kapitalismin kumoamiseen, törmää pääoma nyt tuotteidensa liian suureen kestävyYTEEN. Eräs tekniikka, jolla tähän tilanteeseen vastataan, on tuotteiden huonontaminen, jolloin huononussäännön mukaan kompensoidaan kaudistuksella. Mutta silloinkin käyttötavarat kestävät liian kauan pääoman arvonnäystarpeen kannalta. Radikaalimpi tekniikka ei tartu vain tuotteen asialliseen käyttöarvoon lyhentääkseen sen käyttöaikaa kulutuksen alueella ja uudistaakseen kysyntää ennenaikaisesti. Tämä tekniikka lähtee tavarun estetiikasta. Tavarun ilmiäsen ajoittaisin uudelleensovitukseen se lyhentää kyseisen tavaralajin kulutuksen alueella jo olevien kappaleiden käytön kestoa. Tätä tekniikkaa nimitetään seuraavassa esteettiseksi innovaatioksi. Esteettinen innovaatio on yhtä vähän monopolikapitalismin keksintöä kuin muut vastaavat tekniikat; sitä kehitetään säännönmukaisesti siellä, missä sen perustana oleva taloudellinen funktio tulee ajankohtaiseksi. Kulischerin 'Yleinen taloushistoria' lainaa 18. vuosisadalta peräisin olevaa säännöstä, joka todistaa, että esteettisen innovaation tekniikka oli jo tuolloin täysin tietoisessa käytössä. Saksilaiselle puuvillateollisuudelle vuonna 1755 annatussa asetuksessa sanotaan, että "tehtaan" hyöty - mikä tässä vielä tarkoittaa samaa kuin ammattikunta, sillä tuotanto oli vielä organisoit-

tu kustantajapohjaisesti (käsityömestarit tuottivat hajautetusti tavaroita kapitalistisella kustantajalle) - "tehtaan" hyvä siis vaatisi, että "hienojen ommelten ohella itse tavarat valmistetaan aika ajoin uusilla keksinnöillä varustettuina ja hyvällä maulla". Merkilläpantavaa: argumenttina ei ole ostajan hyöty, kuten käyttöarvonäkökannasta lähtien olisi, vaan argumenttina on yrittäjän hyöty, lähtien siis kysynnän uudistamista silmälläpitävästä vaihtoarvokannasta. Jos esteettinen innovaatio ei olekaan monopolikapitalismin keksintö, on se kuitenkin vasta siinä saavuttanut kaikkia ratkaisevia kulutustuotannon aloja hallitsevan ja tämän teollisuuden kapitalistiselle organisaatiolle elintärkeän merkityksen. Koskaan aikaisemmin se ei käyttäytynyt niin aggressiivisesti. Poliittisten iskulauseiden tapaan kuuluttavat mainokset suurten tavaratalojen näyteikkunoissa pääoman toiveita, joiden tulee olla käskyjä asiakkaille. "Vanha ulos! Uusi sisään!" oli esimerkiksi kaava, jonka eräs huonekalukauppojen ketju hiljakoin julkaisi. Tekstiilialalla, autoteollisuudessa, kotitalouskoneissa, kirjoissa, lääkkeissä ja kosmetiikkatuotteissa kierittävät säännölliset esteettiset innovaatiot käyttöarvoa sinne tänne, niin että käyttäjää alkaa pyörryttää. Käyttöarvonäkökannalla voi tuskin sellaisissa oloissa pysyä. Tämä tendenssi ei kapitalismin oloissa ole torjuttavissa. Se on sentään pienin paha, mitä kapitalismilla nykyään on tarjottavanaan. Niin kauan kuin fasismi ja sota eivät laajenna sotilaallisten tavaroiden kysyntää hyppäyksittäin siten, että tuotantovoimat eivät enää ohimennen törmää tuotantosuhteiden liian ah-

taiksi käyneisiin rajoihin, niin kauan on esteettinen innovaatio tiukasti kiinnittynyt oligopolistisesti rakentuneeseen kapitalistiseen yhteiskuntaan. Siitä tulee antropologinen instanssi. Se alistaa koko käyttöesineiden maailman, jossa ihmiset artikuloivat tarpeensa kaupan olevien tuotteiden kielellä, aistimellisessa organisaatiossaan pysyvään kumouksellistamiseen, joka vaikuttaa takaisin itse ihmisten aistimelliseen organisaatioon

Toinen osa

1 AISTIMELLISUUDEN TEKNOKRATIA, YLEISTÄ

Nyt on tutkittava ainakin viitteellisesti, miten ja mihin suuntaan ihmisten tarverakenne muuttuu muutuneiden tyydytystarjousten vaikutuksesta. Ensin on kuitenkin kysyttävä erästä erityistä luonnon herruuden haaraa, nimittäin sen ilmiäsuun hallintaa ja mielivaltaista, rajoittamatonta lumeenkaltaista uusinnettavuutta, mikä tässä määritellään aistimellisuuden teknokratiaksi. Sen erityinen merkitys kapitalismissa ja niiden kiihokkeiden luonne, joilla se - tavar aestetiikkana palvelukseen otettuna - operoi, on tässä yhteydessä määriteltävä.

Aistimellisuuden teknokratia vieraan työn tuotteiden omaksumisen palveluksessa, yleisesti sosiaalisen ja poliittisen herruuden palveluksessa, ei millään muotoa ole kapitalismin keksintö, yhtä vähän kuin vaikkapa fetisismi on. Sovitettua ilmiäsuua ei voi ajatella poissa kulttien historiasta. Palautettakoon mieliin vain myöhäiskeskiajan katolisten pyhiinvaelluskirkkojen hirvittävä noitaestetiikka, joka oli sekä rikkauten ilmaus

että sen imemiskeino. Pyhiinvaeltajien mukana vaelsivat lisäarvon, siis tuotantoylijäämän, osat jäädäkseen kiinni kaikenlaisten rituaalimaksujen, uhrien ja armeliaisuuslaitosten muodossa. Tai ajateltakoon vastauskonpuhdistusta, tätä kirkon vanhan uhatun vallan kaikin teatterin, arkkitehtuurin ja maalaustaiteen keinoin käymää kulttuuritaistelua porvarillisen yhteiskunnan nousevaa valtaa vastaan. Yksij perustavista eroista kapitalismin lumetuotantoon verrattuna perustuu siihen, että kapitalismissa ensisijaisesti arvonnäkökohdat tarttuvat esteettisiin tekniikoihin, antavat niille uusia funktioita ja kehittävät niitä edelleen. Tulos ei rajoitu enää määrättyihin pyhiin tai valtaa edustaviin paikkoihin, vaan muodostaa aistimellisen maailman totaliteetin, jonka momenteista tuskin yksikään selviää käymättä läpi kapitalistisen arvonnäkökohdan prosessin ja leimautumatta sen funktioiden kautta.

2 PELKÄN LUMEEN KORKEA ASEMA KAPITALISMISSA

Pelkän lumeen tuotanto ja sen suuri merkitys on kapitalistisessa yhteiskunnassa perustettu siinä kertakaikkisessa ristiriidassa, joka levittäytyy kaikille aloille ja jonka kehittelyllä vaihtosuhteesta tämä tutkimus aloitettiin. Kapitalismi perustuu järjestelmälliselle nurinkääntymiselle: kaikki inhimilliset päämäärät - itse alaston elämäkin - pätevät järjestelmälle vain verukkeina ja keinoina (ne eivät päde sellaisenaan teoreettisesti, vaan toimivat siten faktisesti taloudellisesti). Pääoman arvonnäkökohdan näkökanta itsetarkoituksena, jolle kaikki elämänpyrkimykset, kaipuut, vietit, toiveet ovat vain riistettäviä keinoja, motivaatioi-

ta, joihin ihmiset voi kiinnittää ja joiden selvittämiseksi ja käyttöön ottamiseksi kokonainen yhteiskuntatieteiden ala työskentelee, tämä arvonnäkökanta, joka kapitalistisessa yhteiskunnassa hallitsee ehdottomasti, on jyrkästi vastakkainen sille, mitä ihmiset itsestään ovat ja haluavat. Se, mikä, aivan abstraktisti puhuen, välittää ihmisten ja pääoman välillä, voi olla vain jotain lumeenomaista. Siten kapitalismi edellyttää lume maailmaa perustasta lähtien. Toisin sanoen: yleiset inhimilliset päämääräasettelut eivät voi kapitalismissa, niin kauan kuin ne haluavat siinä jäädä sillensä, olla muuta kuin pelkkää lumetta - tästä lumeen korkea asema tässä yhteiskunnassa.

Pääoman arvonnäkökanta on vastakkainen ihmisten aistimellisen viettinomaiselle todellisuudelle. Yksilöiden, joihin pääoma suuntautuu, olivatpa he sen funktioiden kantajia, so. kapitalisteja, palkkatyöläisiä jne., viettien kohtalo on kaikista muuten pysyvistä eroista huolimatta ja ainakin muodollisesti yhteinen: heidän aistimellisen välittömyytensä on tultava muretuksi, ehdottomasti hallittavaksi. Koska brutaali väkivalta ei enää aja ihmisiä tekemään työtä toisille, tämä on mahdollista vain, kun luonnonvoima suunnataan toista luonnonvoimaa vastaan. Lumeenomaisesti hallittu aistimellisuus pannaan toimimaan sopeutumispalkkana. Sillä todellisuudessa kapitalismista eivät eliminoidu vain suuret ihmisyyspäämäärät, jotka on taukoamatta sitä varten pyydystettävä uudelleen lumeen välineeseen, vaan myös yksilölliset viettipäämäärät.

3 ESTEETTINEN ABSTRAKTIO, FILOSOFINEN ALKUSOITTO

Kapitalistisesti palvelukseen otetun lumeen rakennetta, vaikutusta ja vaikutusperustaa on nyt tutkittava edelleen. Abstraktio käyttöarvosta, vaihtoarvon ja vaihtoarvönäkökannan vakiintumisen seuraus ja edellytys, avaa tietä vastaaville abstraktioille, tekee ne helpommin teoreettisesti toteutettaviksi ja ennen muuta arvonlisäskykyisiksi. Funktionaalinen tyhjiö, niin sanoksemme järjestelmäkysyntä, on siis olemassa ennen kykyjä, jotka heti kehittyvät tyhjiön sisään. Yksi näistä abstraktioista tulee olemaan perustava luonnontieteiden kannalta: abstraktio käyttöarvoista laatuina, esim. pitäytyminen pelkässä olioiden tilaulottuvuudessa, jolloin olioista tulee pelkkiä *res extensae*, juuri ulottuvia olioita, samalla vertailukelpoisista laatusuhteista redusoituja. Logiikkansa on sillä, että tämän abstraktioajattelun urauurtavalla teoreetikolla, Descartesilla, esteettistä abstraktiota hyödynnetään johdatuksessa aistimellis-todellisen maailman epätodellistamiseen. Hän tekee oletuksen, että on olemassa kaikkivaltias manipulaation jumala, joka eräänlaisessa keskitetyssä televisiolähetyksessä antaa herkkäuskosille koko aistimellisen maailman harhakuvan. Kaikki hahmot, värit, äänet "ja kaikki ulkoinen" ovat vain luuloteltuja. "Minua itseäni", hän kirjoittaa, "tarkastelen jonakin, jolla ei ole käsiä, ei silmiä, ei lihaa eikä verta eikä minkäänlaisia aistinelimiä", vaan vain ehdottomasti ihmisiä ylemmän tekniikan vääristämä tietoisuus. Descartes antaa myös persoonallisempia esimerkkejä, joiden tarkoitus on sanoa samaa. Ensimmäinen esimerkin ja sen muotoista ja väristä

hahmoa pidetään lähellä lämmönlähdettä, se alkaa sulaa, muuttaa muotoaan ja väriään sekä osoittautuu vahaksi, muovailuaineeksi, joka voidaan pukea kaikkiin aistimellisiin muotoihin. Toinen esimerkki: joku kulkee ikkunan editse kadulla ohi, mutta se olisi voinut olla myös ihmisvaatteisiin hämäävästi kääritty robotti. Kaikkien esimerkkien ja oletusten tarkoitus on johdattaa oppiin, että toistaiseksi - ja tämä pätee vastedes tieteenä - vain yksi asia on varma: että nimittäin ylipäänsä on tietoisuuden tapahtumia; jokainen sisältö voisi olla vääristetty. Ihmiset on siten redusoitu vääristettävissä oleviksi tietoisuuden tapahtumiksi. Ja mitä jää jäljelle olioista? Ne redusoidaan "ei miksikään muuksi kuin joksikin ulottuvaiseksi, taipuvaksi, muuttuvaksi", "*extensium quid, flexibile, mutabile*". Tässä ei ole tilaisuutta kehitellä tämänkaltaisen varhaisporvarillisen teorian tarkoittamatonta dialektiikkaa, teorian, joka lähtee liikkeelle tarkoituksenaan vapauttaa harhasta - epäilemättä kyllä pääasiassa esiporvarillisuudesta - ja lopulta jättää jäljelle yhtäältä vain herruutta, toisaalta harhaa. Tässä on tärkeää nähdä tämä esteettisenä abstraktiona esitelty prosessi taloudellisten ja teknologisten kehityskulkujen välitysyhteydessä.

4 TAVARAN ESTEETTINEN ABSTRAKTIO: PINTA - PAKKAUS - MAINOSKUVA

Esteettinen abstraktio irrottaa asian aistimellisuuden ja merkityksen tästä itsestään ja tekee niistä erillisinä hyödynnettäviä. Ensin jää funktionaalisesti jo irrotettu hahmotus ja pinta, jolle jo omistetaan omia tuotantovaiheita, ihon tavoin kiinnikasvaneena tavaraan. Funktionaalinen eriytyminen valmis-

telee kuitenkin todellista irrottamista, ja tavarahan jo valmiiksi käsitellystä pinnasta tulee sen pakkaus, johon se kääriytyy kuin henkikuninkaan tytär höyhenpukuunsa ja jossa se muuttaa hahmoaan kiittääkseen kohti markkinoita ja muodonvaihdostaan. Rahan lähestymisen helpottamiseksi on vastikään eräässä pohjoisamerikkalaisessa pankissa siirrytty muotoilemaan nyt myös shekkilomakkeet euforisoivin popvärein. Takaisin kuitenkin tavarahan: sen jälkeen kun sen pinta on irrottautunut siitä ja tullut sen toiseksi pinnaksi, joka säännönmukaisesti on verrattomasti ensimmäistä täydellisempi, vapauttaa pinta itsensä kokonaan ruumiistaan ja lentää tavarahan pelkkänä henkenä kaikkeen maailmaan. Kukaan ei enää ole sen lemmensilmäysten edessä varma. Realisaatiopyrkimys heittää sen paljonlupaavan käyttöarvon erotettuine aavemaisine ilmiäsuineen kohti asiakkaita, joiden lompakoissa - vielä - on näin puettun vaihtoarvon ekvivalenssi.

5 KAIPUUN PEILIKUVAKSI MUOTOILTU LUME, JOHON LANGETAAN

Ilmiäsu lupaa enemmän, paljon enemmän, kuin se koskaan voi pitää. Sikäli se on lumetta, johon langetaan. Tuhannen ja yhden yön tarina, jossa tavataan kaunis, langettava lume - ja vielä liioittelemattomassa sanamerkityksessä "langettava" - yhdistää tuon lumeen merkityksellisesti kauppapääomaan. Kyse on messinkikaupungin tarinasta. Korkeiden, mustasta kivistä rakennettujen muurien ympäröimänä, portit niin tarkasti upotettuina, että niitä ei voi erottaa muurista, seisoo messinkikaupunki autiomaan keskellä kuin ylellisyyskaupan tavarapääoman täyttämä kassakaappi.

Koska porttia ei ollut löydet-

tävissä, rakensivat kalifin lähettiläät tikkaat. Yksi kiipesi niitä pitkin "kunnes hän oli aivan ylhäällä; sitten hän kohottautui, tuijotti liikkumatta kaupunkia, taputti käsiään ja huusi, niin lujaa kuin osasi, 'Olet kaunis!' Ja hän heittäytyi kaupunkiin; silloin hän murskautui luineen nahkoineen. Mutta emiiri Muša puhui: 'Jos viisas toimii noin, mitä sitten hullu tekisi?'" Yksi toisensa jälkeen kiipesi ylös, ja näytös toistui, kunnes retkikunta oli menettänyt kaksitoista miestä. Lopulta kiipesi tikkaita ylös ainoa, joka tunsiti messinkikaupunkiin ja siis myös paluutien kotiin, sheikki Abd es-Samad, "viisas mies, joka on matkustellut paljon; (...) iäkäs vanhus, iän ja vuosien haurastuttama". Mikälihänkin lankeaisi taikaan, olisi koko joukko mennyttä. Hän siis kiipesi tikkaita "samalla kutsuen tauotta korkean Allahin nimeä ja rukoillen pelastuksen säikeitä, kunnes hän saapui ylös muurille. Siellä hän taputti käsiään ja tuijotti liikkumatta eteensä. Mutta kaikki väki huusi: 'Oi sheikki Abd es-Samad, älä tee sitä! Älä heittäydy alas!' Hän vain alkoi nauraa ja nauroi yhä lujemmin." Myöhemmin hän teki keinotekoiseksi oivalletun lumeen tunnetuksi: "Kun seisoin ylhäällä muurilla, näin, näkyvillä kuin kuut, kymmenen neitoa, jotka vilkuttivat käsillään minua luokseen, ja minusta näytti kuin allani olisi ollut järvi vettä täynnään." Hänen hyveellisyytensä ja enemmän kai hänen ikänsä ansiosta haihtui taika, joka perustui seksuaaliseen lumekuvaan, joka kulttuurissa, jossa naisten on kuljetettava hunnutettuina, oli toki kumoa-va kiihoke. "Varmastikin", sanotaan lopuksi, "se on kataala taika, jonka kaupungin ihmiset ovat loihtineet pitääkseen itsestään loitolla jokai-



sen, joka haluaa sitä katsella tai sinne tunkeutua." Lume, johon langetaan, on tässä loihdittu vaihtoarvonomistajan näkökannasta. Se, mihin siinä langetaan, on viettikaipuu. Alas hyppäävät tekevät sen herkkäuskoisesta käyttöarvonäkökannasta lähtien. Tarina messinkikaupungista tuntee kuitenkin myös toisen käyttöarvon ja vaihtoarvon riskiriidan tason, johon tällä kertaa liittyy niiden tuho, jotka ovat

vaihtoarvonäkökannalla. Kaupunkia asuttavat nimittäin vain kuihtuneet ruumiit, ja myös syy saadaan tietää: mittamattomien vaihtoarvojen keskellä puuttui omistajilta ja asuttajilta lopulta elintärkein käyttöarvo. Seitsemään vuoteen ei ollut satanut tippaakaan, kasvillisuus oli kuollut ja kaikki ihmiset menehtyneet nälkään.

Lume, johon langetaan, on kuin peili, josta kaipuu katsoo itseään

ja pitää itseään objektiivisena. Siellä, missä - kuten monopolikapitalistisessa yhteiskunnassa - tavaramaailmasta lähestyy ihmisiä mainostavan ja viihdyttävän lumeen totalliteetti, tapahtuu kaiken iljetävän vilpin ohella jotain merkittävää, dynamiikaltaan aivan liian vähän huomioon otettua. Ihmisten luo tunkeutuu nimittäin suunnaton sarja kuvia, jotka pyrkivät olemaan kuin peili: tunteikas, syvälle katsova, salaisuuksia pinnalle tuova ja niitä siinä levittävä. Näissä kuvissa avataan ihmisille jatkuvasti heidän olemuksensa tyydyttämättömiä puolia. Lume tarjoutuu palvelukseen kuin tiedottaen tyydytyksensä, se arvaa, lukee toiveet silmistä, tuo ne valoon tavarain pinnalla. Sikäli kuin lume, jossa tavarat lähestyvät, tulkitsee ihmisiä, se tarjoaa heille kielen itsensä ja maailman tulkitsemiseen. Muuta kuin tavaroiden toimittamaa ei enää ole edes käytettävissä. Miten käyttäytyy ja ennen muuta miten muuttuu se, jolle jatkuvasti tarjotaan niiden toivekuvien kokoelmaa, jotka häneltä ensin on vakoiltu? Miten muuttuu se, joka jatkuvasti saa mitä toivoo - mutta vain lumeena? Tavarästetiikan ihanne olisi saattaa ilmiäsuun se, joka menee ihmisiin kuin tyhjää, josta puhutaan, jonka mukaan pyöritään, jota ei unohdeta, jota kaikki haluavat, jota aina on haluttu. Kuluttaja tulee palvelluksi ilman vastarintaa, niin kärkevimmin ja sensationalisimman kuin vaatimattomimman ja mukavimmankin suuntaan. Intohimoa palvellaan yhtä auliisti kuin laiskuuttakin.

6 KORRUPTOIVA KÄYTTÖARVO, SEN VASTA-AIKUTUS TARVERAKENTEeseen

Sikäli kuin tavarästetiikka tulkitsee ihmisille heidän olemuksensa

tähän suuntaan, näyttää ihmisten viettien (das Treibenden in den Menschen), heidän tyydytyksensä, mielihyvän, onnen kaipuunsa, edistykseellinen tendenssi taivutetun. Vietit näyttävät eristyneen ja tulleen sopeutumisen yllykkeeksi. Monet kulttuurikriitikot näkevät tässä esimerkin jopa lajin turmeltumisesta. Gehlen³ puhuu lajin rappeutumisesta sen sopeutuessa "aivan liian mukaviin elämänehtoihin". Itse asiassa kyse on siitä, että tavarat mielistelevät salakavalasti: palveltavakseen suostuttelemaansa se hallitsee juuri sitä kautta. Kapitalismin palvelemat ovat lopulta enää sen tiedottomia palkollisia. Ei siinä kyllin, että heitä hemmotellaan, johdetaan harhaan, ruokitaan, lahjotaan.

Brechtin *Badenilaisessa opetusnäytelmässä yhteisymmärryksestä*⁴ suoritetaan tutkimuksia siitä, auttaako ihminen toista ihmistä. Kolmas tutkimus, klovninumero, näyttää, millaista on, kun kapitalismi auttaa ihmistä. Palveleminen tarkoittaa tässä amputoimista. Joka istuu tuu, ei ehkä koskaan voi taas nousta seisomaan. Auttaminen tarkoittaa riippuvuuden luomista (ja perusteellista hyväksikäyttöä). Sellainen on myöhäiskapitalistisen tavaratuotannon dynamiikka. Ensin tarpeellisen tekemistä helpotetaan; mutta sitten tulee tarpeellisen tekeminen ilman helpotusta vaikeaksi, eikä tarpeellista voida enää tehdä ilman tavaroiden ostamista. Nyt ei tarpeellista voi enää erottaa tarpeettomasta, josta ei enää voida luopua. Todennäköisesti ei puhe vääristä tarpeista tarkoita mitään muuta kuin tätä siirtymää.

Ovatko vietit ja tarpeet yhä edistyvästi tässä asemassa? Onko aineellisissa eduissa vielä jotakin olennaista, johon tarttua?

Se, jota väliin nimitetään tu-

kahduttavaksi tyydytykseksi, näyt-
täytyy nyt korruptoivana käyttöar-
vona. Tämä hallitsee ennen kaikkea
tavaralumeen alueella. Korruptoiva
käyttöarvo vaikuttaa takaisin ku-
luttajien tarverakenteeseen korrup-
toidun käyttöarvonäkökannan leima-
usvaikutuksena.

Aina antropologiseen laajuuteen
yltävät korruptoidut vaikutukset,
jotka ovat kapitalistisen voitto-
pyrkimyksen pelkkä sivuvaikutus,
ovat tuhoisia. Ihmisiltä on tietoi-
suus ostettu. Päivittäin heitä har-
joitetaan nauttimaan omasta tappios-
taan, nauttimaan samastumisesta yli-
valtaan. Itse todellisissa käyttö-
arvoissa, joita he saavat, asustaa
usein pelottava tuhon valta. Yksi-
tyisauto - ja samalla julkisen lii-
kenteen laiminlyönti - kyntää kau-
punkeja rikki tehokkuudella, joka
ei jää jälkeen pommituksista, ja
luo juuri etäisyydet, jotka ilman
sitä eivät enää ole ylitettävissä.

Tämän prosessin kuvaaminen jouk-
kojen korruptoimiseksi tehdyn suun-
nitelmallisen salaliiton kategori-
aan ei kuitenkaan vie pitkälle.
Tämä on tavaraestetiikan ihanne:
toimittaa, sitoa vielä läpäisyky-
kyinen käyttöarvon minimi käärit-
tynä ja sovitettuna houkuttavan lu-
meen maksimiin, jonka on vedottava
tunnestautumisen kautta mahdolli-
simman pakottavasti ihmisten toi-
veisiin ja kaipuuseen. Todellinen
käyttöarvo ei tavallisesti katoa
tavaroista tästä tavaraestetiikan
ihanteesta huolimatta - eivätkä
sen käytön vaikutukset ole siten
tutkittavissa erillisinä. Myös ta-
varaestetiikka itsessään sisältää
ristiriidan. Pääoman asiamiehet ei-
vät voi tehdä sen kanssa, mitä ha-
luavat; pikemminkin vain sillä eh-
dolla, että he tekevät tai tekevät
näkyväksi sen, mitä kuluttajat ha-
luavat. Isännän ja rengin dialek-
tiikka tavaraestetiikan silmäpal-

vonnassa on kaksipohjainen: pääoma
kylläkin hallitsee alueella, jossa
tavaraestetiikalla on osa, sopeut-
tavalla palvelulla tietoisuutta ja
siten ihmisten käyttäytymistä sekä
lopulta vaihtoarvoa heidän taskuis-
saan - siis vain palvelevana ilme-
nevästä vallasta tulee hallitsevaa.
Ne, joita siten on palveltu, kyllä-
kin alistetaan. Mutta sitä, että
hallinta irrottaa oman dynamiik-
kansa käyttäessään korruptoivaa lu-
meella palvelua, voidaan tutkia
vaikeuksista, jotka aiheutuvat sek-
suaalisen lumeen käyttöönnotosta
omanlaisenaan tavarana samoin kuin
monien muiden tavaroiden seksuali-
soinnista.

7 TAVARAESTETIIKAN KAKSIMIELISYYS, ESIMERKKINÄ SEKSUAALISEN LUMEEEN KÄYTTÖÖNOTTO

Tavaraestetiikan kaksimielisyys on
osoitettavissa seksuaalisesti hou-
kuttelevan lumeen käyttöönnoton esi-
merkillä. Kuten tutkimuksen alussa
selvitettiin kyse on keinosta mää-
rättyjen pääoman arvonlisäys- ja
realisointiongelmien ratkaisuksi.
Samalla se on kuitenkin käyttöar-
von ja vaihtoarvon ristiriidan lu-
meenomainen ratkaisu.

Seksuaalinen tavarana esiintyy
historiallisesti mitä erilaisim-
missa ja toisilleen etäisimmissä
kehitysvaiheissa. Prostituutio nou-
see yksinkertaisen tavaratuotannon
tasolla, porttous kuluttajakapita-
lismiin, bordelli manufaktuurin -
kaikille näille seksuaaliteetin ta-
varamuodoille on yhteistä, että
käyttöarvo vielä realisoitiin vä-
littömässä, aistimellis-ruumiilli-
sessa kosketuksessa. Teollisuuska-
pitalistisesti arvonlisäyskykyinen
on seksuaalinen aistimellisyys vain
abstrahoidussa muodossa. Pelkkä nä-
kymä tai pelkkä häly tai suorastaan
molempien yhdistelmä voidaan tal-

lentaa ja uusintaa joukkomittaisesti, teknisesti rajoittamattomin, käytännössä vain markkinoiden rajoittamin painoksin. Yleisen seksuaalisen tukahdutuksen oloissa on pelkän seksuaalisen lumeen käyttöarvona tavallaan tirkistelynhalun tyydytys. Tätä tyydytystä käyttöarvolla, jonka erityisluonteena on olla lumetta, voidaan kutsua lumetyydytykseksi. Seksuaaliselle lumetyydytykselle on ominaista, että se uusintaa ja kiinnittää pakonomaaisesti kysyntänsä samanaikaisesti tyydytyksen kanssa. Kun syyllisydentunne ja ahdistus, jota se aiheuttaa, vaikeuttavat tietä seksuaaliobjektin luo, silloin rientää lumeseksuaalisuus-tavara apuun, välittää kiihotuksen ja tietyn tyydytyksen, jotka olisivat vain vaikeasti saavutettavissa aistimellisuuriin yhteydessä. Tämänkaltaisen lumeenomaisen, vastarinnattoman tyydytyksen kautta uhkaa suoran mielihyvän mahdollisuus tulla amputoiduksi. Tässä yksinomaan joukkomittaiseen arvonlisäykseen omistautunut käyttöarvon muoto vaikeuttaa takaisin ihmisten tarverkenteeseen. Näin vahvistetaan, tehdään tavaksi, yleistä tirkistelytaipumusta, ja ihmiset viettirakenteessaan tulevat kiinnitetyiksi siihen.

Viettitukahdutus samanaikaisen vietin lumetyydytyksen kanssa johdattaa yleiseen seksuaalisointiin - aivoaistimellisuudeksi sen ihmisten tilana nimesi Max Scheler. Tavarat vastaavat siihen heijastamalla joka puolelta seksuaalisia kuvia. Tässä ei seksuaaliobjekti omaksu tavaramuotoa, vaan tavaramuodon omaavien käyttöesineiden kokonaisuus omaksuu tendenssinomaisesti jollain tavalla seksuaalimuodon - seksuaalinen tarve ja sen tyydytystarjonta despesifioituvat. Tietyllä tavalla ne alkavat muis-

tuttaa rahaa, jota Freud tässä suhteessa vertasi ahdistukseen: ne ovat vapaasti muunnettavissa kaikiksi olioiksi. Näin vaihtoarvo, joka ottaa seksuaaliteetin palvelukseensa, tekee siitä sukulaisensa. Sen pintaan kääritään lukemattomat käyttöesineet, ja seksuaalisen onnen kulisseista tulee tavallisin tavarapuku tai myös kultakenttä, jossa tavara esiintyy. Tavaroiden yleinen seksuaalisointi on ottanut ihmiset mukaansa. Se asetti heidän käyttöönsä ilmaisukeinon tähän asti tukahdutetuille seksuaalisille mielenliikkeille. Ennen kaikkea kasvavat tarttuivat tähän mahdollisuuteen, sen kysyntä veti uutta tarjontaa perässään. Tuli mahdolliseksi uusien vaatemuotien avulla ilmoittaa itsestään yleisenä seksuaalisena olemuksena. Tässä on merkittävä paluu sosiaalishistorialliseen lähtökohtaan. Niinkuin tavarat kerran lainasivat kiihokekieleksi ihmisiltä, niin ne antavat nyt heille takaisin seksuaalisten mielenliikkeiden vaatekielen. Ja jos tekstiilialan pääomat tekevätkin siten voittonsa, ei se merkitse, että hapuillen kehittyvän seksuaalisuuden vapautuksen muuttuva voima olisi taas ehdottomasti kahlittu. Niin kauan kuin tavarastehtiikan taloudellinen funktiomääräytyneisyys säilyy, siis niin kauan kuin voittointressi ajaa siihen, se säilyttää kaksinaisen tendenssinä: sikäli kuin se ihmisiä vakuuttaakseen tarjoaa heille palvelujaan, se tuo toiveen toisensa jälkeen valoon. Pelkkänä tavarastehtiikkana se tyydyttää vain lumella, tekee pikemmin nälkäiseksi kuin kylläiseksi. Ristiriidan vääränä ratkaisuna se uusintaa ristiriidan toisessa muodossa ja ehkä entistäkin laajempaan.

(Saksankielisestä, alunperin 1970 ilmestyneestä tekstistä 'Zur Kritik der Warenästhetik' suomentanut Erkki Astala.)

HUOMAUTUKSIA

¹Huomautus tämän kirjoituksen uusintapainokseen 1975: Baranin ja Sweezy'n virheiden moitteet ovat ankarammin muotoiltuja kuin olisi oikeutettua ja vähemmän täsmällisiä kuin olisi toivottavaa. Korjatkaamme nyt epäoikeudenmukaisuus: Baran ja Sweezy toteavat nimenomaan, että "myynnin edistäminen" olisi ilmaantunut "jo kauan ennen kapitalismin viimeistä, monopolistista vaihetta". Kirjoittajat jättävät joka tapauksessa selvittämättä sekä synty-yhteyden että funktioyhteyden ja ainoan heiltä johdettavissa olevan funktionaalisen erottelun. He rajoittuvat viittaukseen, että "myynnin edistäminen" olisi "kapitalismia paljon vanhempi", mikä on aivan liian yleinen toteamus. Heidän olisi ollut esitettävä se tuotannon ja yleensä tavaroiden vaihdon momenttina. Toiseksi he viijaavat historiallisesta tapahtumainkulusta, jollaista ei koskaan kuitenkaan ole voinut olla. Osoittaakseen, että "myynnin edistämisen (...) taustalla on perustava laadullinen muutos", he kirjoittavat: "Hintakilpailun merkitys yleisön huomion kiinnittämisessä on suuresti vähentynyt, se on antanut tilaa mainonnalle, tuotteen ulkonäön ja pakkauksen 'suunnitellulle vanhentumiselle', mallin muutoksille, luottojärjestelyille ja muille menetelmille." Tässä sekoittuvat tavaraes-

tetiikan yleiset ja erityiset momentit sikin sokin muunlaisten (ei-esteettisten) realisointifunktioiden tai kilpailumuotojen kanssa. - Muuten on "myynnin edistämisen", alkuperäistekstissä *sales promotion*, käsite myöhäiskapitalististen yritysten itsensä tuottama "arkikäsite": analyttisiin tarkoituksiin se on vain rajoitetusti käyttökeelpoinen. Kahta huomautusta on korostettava: ensinnäkin tämä käsite peittää ratkaisevia eroja, toiseksi on "myynti" jo johdettu käsite, kun taas "tavarat" käsite nimeää solumuodon. Tähän liittyvästä problematiikasta vrt. osuuteni kokoelmassa HAUG, Wolfgang Fritz (Hrsg.). *Warenästhetik. Beiträge zur Diskussion, Weiterentwicklung und Vermittlung ihrer Kritik*. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1975. Johdatuksena "myynnin edistämisen" käsitteeseen Baranilla ja Sweezyllä ks. BARAN, Paul & SWEEZY, Paul M. *Monopolipääoma. Tutkielma Yhdysvaltain talous- ja yhteiskuntajärjestelmästä*. Helsinki, Tammi, 1971, s. 108-132. (Haugin suorat lainaukset Baranilta ja Sweezyiltä on käännetty suomalaisen laitoksen mukaan. - Suom. huom.)

²*Tunneistautuminen* (Einfühlung) on saksalaisen filosofin ja esteetikon Fr. Th. Vischerin (1807-1887) esittämä käsite, joka sittemmin levisi esteetiikan yleiseen kielenkäyttöön. Tunneistautuminen merkitsee, että ilmiöiden ja tavaroiden meihin tekemä esteettinen vaikutus johtuu siitä, että me itse panemme niihin omia tunteitamme ja mielenliikkeitämme eli tunkeudumme niihin tunteinemme (einfühlen!) ja sitten otamme niistä vastaan sen vaikutuksen, jonka tavallaan itse olemme niihin panneet. - Suom. huom.

³Arnold Gehlen, saksalainen sosiologi ja filosofi (1904-1976). - Suom. huom.

⁴Brechtin varsin tuntematon näytelmä vuodelta 1928, esitetty meillä radiokuunnelmana vuonna 1977. - Suom. huom.