

Wolfgang Fritz Haug: Warenästhetik und kapitalistische Massenkultur. Bd. I. 'Werbung' und 'Konsum'. Systematische Einführung. Argument-Verlag, Berlin 1980. 223 s., ca. 94 kr.

Anmeldt af: John Mortensen, seniorstipendiat, Sociologisk Institut, Københavns Universitet

I 1971 udgav Wolfgang Fritz Haug bogen Kritik der Warenästhetik. Den fik stor udbredelse og inspirerede mange i forbindelse med analyser af reklamer. Det var et banebrydende værk, der for første gang lagde den Marx'ske værdiformsanalyse til grund for analyse af den æstetik, der omgiver varerne, knytter sig til deres overflade.

Nu har Haug omarbejdet denne bog, i følge sit eget udsagn skrevet en mere videnskabelig udgave. "Således forholder det foreliggende bind sig til Kritik [der Warenästhetik] fra 1971 som en udarbejdet systematisk teori til et essay", skriver Haug om relationerne mellem de to bøger (s. 12). Selvom Haug iklæder sin fremstilling en mere videnskabelig dragt - det vender jeg tilbage til senere - så forholder det sig heldigvis ikke sådan, som Haug gerne vil have det til at se ud: bogen er fyldt med digressioner, anekdoter, etymologiske betragtninger, eksempler, der taler for sig selv og slet ikke behandles systematisk. Det giver nogle steder fremstillingen et feuilletonagtigt præg, enkelte steder fyldes den med moralsk afvisende meningsytringer, fx i kritikken af kulturkritikken og af subkultureerne. (Begge forhold anklager Haug Marcuse for at ligge under for i dennes Repressive Toleranz. Haugs bog unddrager sig ikke selv at være hjemfalden til en sådan kritik.) Men det skal dog ikke skjule det grundlæggende indtryk: den er velskrevet, fantasifuld og nogle steder endda vittig. Den er langt fra den kedsommelighed, der præger udgivelserne fra den gruppe, Haug i tidsrummet imellem de to bøger har tilsluttet sig, nemlig den kritiske psykologi.

Haug tager som i sin første bog udgangspunkt i varen og pengene. Han skriver her, at først efter salget kan forbruget begynde. Realisationen af værdien er forudsætning for virkeliggørelsen af brugsværdien. (s. 43) Men da brugsværdien først kan forbruges efter udvekslingen, kan det ikke være brugsværdien, der forårsager

værdiens realisation. Det er således ikke den reale brugsværdi, der udløser købet, - men derimod det brugsværdiløfte, som varen udstråler (s. 44). Det er her Haugs originale bidrag til den Marx'ske værdiformsanalyse træder ind. Varen lover køberen brugsværdi, men varen selv er stum. Kritikken af vareæstetikken undersøger den tale, udstråling, som fænger køberens sanser og får ham/hende til at punge ud. Denne komplekse virkningsammenhæng benævner Haug det æstetiske brugsværdiløfte. Dette brugsværdiløfte lader varen fremtræde på en bestemt pirrende måde. Brugsværdiens fremtræden bliver lige som selve brugsværdien fixeret og målrettet bearbejdet som arbejdsgenstand. "Dermed var varens æstetik som sådan, ved abstraktion fra varekroppens reale brugbarhed, blevet gjort til genstand. Vi betegner denne proces som varens æstetiske abstraktion" (s. 49). Via denne æstetiske abstraktion mobiliseres der i subjekterne et indre tvangsmiddel; deres sanselighed underkastes et teknokrati. Sanseligheden udsættes for en permanent ommodellering. Derefter behandler Haug kapitalen og lønarbejdet, uden at der føjes noget nyt til i forhold til Marx' fremstilling. Det kunne have været interessant - og det er afgjort en mangel, at Haug ikke giver sig i kast med det - at undersøge æstetiseringen af varen arbejdskraft.

Efter 1. afsnits logiske udledninger følger i 2. afsnit en historisk redegørelse. (Der var i første afsnit osse et kapitel om dette, nemlig Verarbeitung im Mytos, som jeg vil kikke på først). I myterne optræder sjældent bytteakter, derimod to forformer til disse, nemlig gaven og offeret. Begge har noget bytteformet over sig: gaven udtrykker sig i den gave, man får til gengæld. Offeret: "For hekatomber af en bestemt størrelse regner man med en dertil svarende velvilje fra guddommen side", som Horkheimer og Adorno skrev i Oplysningens dialektik (s. 61). Med disse forformer for byttet lægges der, i subjekterne et snit mellem sanserne og fornuften, der selv tager skikkelse af list. Dermed opstår der en etisk og intellektuel kultur, der bygger på mistro over for sanserne (s. 57)

Egentlig vareæstetik opstår først med handelskapitalismen. Handelskapitalerne formår at bygge bro mellem de lokale markeder. Det, der virker tiltrækkende ved deres varer, er den stærke pirring: krydderier og rusmidler fra fjerne lande bragte de med sig, men det var stadig varens brugsværdi, der var bærer af løfterne (s. 76). Ved håndværksvaren fandtes der helle ikke noget æstetisk, der var løst fra varekroppen, "opmærksomheden koncentrerer sig om den dygtige, kunstfærdige

bearbejdning af materiale" (s. 77). Først med den industrielle massevare skiller æstetikken sig fra kroppen og bliver til overflade. Dette hænger sammen med, at der ikke længere produceres efter bestilling. Varen 'venter' nu på en køber, hvis opmærksomhed må fanges gennem gestaltning og overflade. Varens hud begynder at bevæge sig i modsætning til varekroppen. Mere fremskredent bliver det, når en anden hud der er løsgjort fra den første, lægges ovenpå som indpakning. Denne kan tillade sig at bevæge sig i et imaginært rum, hvor en skøn verden kan organiseres. Dette æstetiske skin optræder både i kvalitative og kvantitative dimensioner. Brugsværdiens løfter er stumme. Men de kan bringes til tale i sælgerens samtale med køberne. Her indtager sælgeren køberens standpunkt og priser varens egenskaber, mens køberen indtager sælgerens og taler om prisen og de mulige skader og tab. Med det udviklede kapitalforhold kan der ikke længere pranges om prisen. Der bliver tale om faste priser og den sælgende varebesidder afløses af lønarbejdere, der ikke har en egen interesse i at sælge så meget som muligt. Denne interesse må så tilføres udefra i form af materielle godtgørelser og trusler om afskedigelse. At kunne sælge må blive til disse lønarbejderes anden natur.

Men der sker osse en "Versachlichung" af brugsværdiløftet uden for varekroppen. Haug gennemgår her overfladen, indpakningen, udstillingen og reklamebilledet, helt frem til sin mest udviklede form som reklamespot i TV. Her er vi fremme ved monopolvarerne, hvor der etableres en direkte kontakt mellem den industrielle kapital og køberne - det som Oskar Negt og Alexander Kluge kalder produktionsof-fentlighed - gennem varemærket. Mens der hos den industrielle kapital var tale om at opnå en almen standard for varerne, gælder det for monopolkapitalen om at gennemsnætte særlige standards, mærkevarer. Med mærkevarerne gælder det om at underordne brugsværdierne under en enkeltkapital; det gælder om at etablere et æstetisk brugsværdimonopol. Den almene brugsværdi forsvinder i kapitaloprindel-sens særegenhed. Der skal ikke sælges kaffe, men Gevaliakaffe. Artsbegrebet skal erstattes med navnet på kapitalen. Enkeltkapitalen kan så udbyde flere mærker for at opnå et oligopol, for at opnå markedssegmentering.

Til sidst i dette afsnit behandler Haug selvbetjeningssupermarkeder. Her sammen-slynges selvbetjening og fremmedbestemmelse i en uopløselig form. Supermarke-dernes arkitektur organiserer kundernes sanselige erkendelse som tingslig frem-medbestemmelse: Dette arkitektoniske system suppleres så af mangeartede former

for kundeovervågning. "Intet karakteriserer tydeligere 'frihedens' illusionære karakter i et supermarked end privatdetektiven. Ikke kun 'staten' men osse 'samfundet' har brug for 'politi'. Blot er 'samfundets' betjent dårligt nok forskellig fra en gangster. Han bærer ingen uniform og har næppe en lovmæssig kompetence.", som Haug citerer Robert Hepp for (s. 134).

I det sidste afsnit går Haug ind på monopolvarernes dynamik. Han skriver om, at monopolkapitalerne lader varerne undergå bestandige æstetiske innovationer. Det ene år mahogni, det næste eg. Dette fører ham over i en diskussion af moden. Der er først en diskussion af moden ved hoffet i det 17. århundrede på baggrund af Norbert Elias' bog Die höfische Gesellschaft, derefter en diskussion af nutidens mode. Her er påstanden, at randgruppernes subkulturelle udtryksformer og klæde- dragt fungerer som udklækningssted for kapitalen for nye moderetninger. De fungerer som pilotvarer for kapitalen. Varernes æstetiske innovation virker som æstetisk forældelse, skriver Haug vider. Formålet med æstetiske innovationer er æstetisk forældelse af varer, der teknisk set stadig er brugbare. Dermed udsættes subjekterne for en modellering af deres sanselighed.

Det næste kapitel handler om vareæstetikens semiologi. Her bestemmer Haug begrebet symbol ved, at det har en repræsentativ karakter, det nærværende står for noget andet. I modsætning til genstandsbetydning, der ikke bliver forestillet, men i egentlig og snæverste forstand bliver perciperet. En attrap, der i vareæstetikens form træder køberen i møde, består af et arrangement af symboler, som skjuler deres symbolkarakter. Attrappen repræsenterer repræsentationen af forbuget. Den præsenterer en strålende rød hud, som repræsenterer en sund og velmagende næring. Til sidst følger så et kapitel om medicinske og økologiske aspekter.

Det er afgjort en bog, der er værd at læse, som Haug her har skrevet. Det skal dog ikke afholde mig fra nogle kritiske bemærkninger: For det første er den skrevet som en lærebog med alt, hvad det fører med sig. For er den fyldt med øvelsesspørgsmål - og de korrekte svar bag i bogen. Ganske vist er - som Freud har bemærket - sandheden intolerant, men det udelukker ikke, at afsøgningen af denne må foregå gennem forsøgsmæssige bestemmelser, der kan korrigeres af nye indsigter. Sådan er det ikke med denne bog. Her stilles ikke problemer til debat.

Læserne opfordres ikke til at konfrontere sine egne erfaringer og opfattelser med Haugs; øvelsesspørgsmålene tjener kun læserne til at vurdere, hvor grundigt de har banket noget allerede fastlagt ind i knolden. Formen for læreproces er terperiet

For det andet: Haugs opfattelse af videnskab: Han anlægger den som en værdifri undersøgelse af sociale kendsgerninger, hvor kendsgerningerne indholder modsigelser (s. 27). Han udelukker den fra at få en umiddelbar indgribende karakter. Middelbart mener han, den kan tjene som afhjælpning af informationsdeficitter og partiel bevidstløshed hos de informationssvage. På forhånd udelukkes det, at der kan reflekteres over, hvordan videnskaben selv er en del af praksis. Interessen gennemsyrrer ikke længere undersøgelsen, fremtræder faktisk ikke. I stedet for optræder videnskaben som en akademisk disciplin, som ekspertviden. Hvad er det i øvrigt for klassebestemmelser: dem, der besidder mange informationer og dem, der besidder få? Og hvad er det for en opfattelse af videnskaben, der behandler den som informationsgiver? I hvert fald ikke en marxistisk, snarere en traditionel borgerlig.

For det tredje: I diskussion af subkulturerne optræder Haug med hævet pegefingre. Over for de endnu ikke integrerede unge og over for homoseksuelle. Hans hævede pegefingre er her integrationens. Disse subkulturer kendetegnes af Haug ved intensiv relationssøgen og permanent forfald i relationerne. Disse fænomener placeres i randen af samfundet og underkastes hos Haug dom fra den normalitet, som har udgrænset disse grupper. Som om de registrerede fænomener ikke var del af hele samfundet. Det fører imidlertid Haug ind i store problemer, når han skal forklare, hvorfor kapitalen kan bruge disse subkultures udtryk i mode mv. som pilotvarer. Hans eneste forklaring er, at disse subkulturers kulturelle produktion har udstrålingskraft på andre grupper og sociale lag.

Dette peger på det sidste og - mener jeg - væsentligste problem i Haugs fremstilling. Haug kan ikke forklare, hvorfor disse subkultures udtryk kan øve indflydelse på andre grupper. Generelt taler han om, at vareæstetikken taler til subjekternes sanser og han taler om, at den æstetiske forældelse ommodellerer sanseligheden, men han kan ikke bestemme de subjektive dispositioner og de retninger, som ommodelleringen af sanseligheden antager. Han savner psykoanalytiske bestemmelser. Først disse kan bestemme og kritisere de psykiske behovsdis-

positioner og de retninger, som ommodelleringen af sanseligheden antager. Haug afviser eksplicit sådanne bestemmelser med, at de forklarer social fænomener ud fra indre drivkrafter (Øvelsesopgave 24, s. 201). Det eneste, Haug har at sætte i stedet for, er biologien (selv om han advarer mod at naturalisere sociale forhold); hvor der ikke længere er forskel på en strandskade og et menneske.