

Æstetisk abstraktion. Fra Marxismens historisk-kritiske ordbog (1994)

A: at-tajrīd al-djarnālī. – E: aesthetical abstraction. – F: abstraction esthétique. – R: éstetičeskaja abstrakcija. – S: abstracción estética. – C: měixué chōuxiànghuà 美学抽象化

1. Begrebet blev udmøntet i 1970 inden for rammerne af en kritisk teori af vareæstetikken: »Den æstetiske abstraktion adskiller en genstands sanselige fremtræden samt den betydning, den har for os, fra selve genstanden og gør dem tilgængelig hver for sig.« (Haug 1970, s. 24). Udgangspunktet er i første omgang Marx' analyse af værdiabstraktionen eller bytteabstraktionen i *Kapitalens* 1. bind (jf. MEW, bd. 23, s. 51; Rhodos I, 1, s. 130), hvor der i den begrebsmæssige udredning bliver rørt ved et problem, der i fremstillingens videre forløb ikke skænkes nogen opmærksomhed og som bliver liggende uløst: En vare er til for at blive solgt, dvs. værdien, som den repræsenterer, skal realiseres. Det som får køberen til at give penge i bytte for varen, er dens brugsværdi. Men også brugsværdien skal realiseres, den »bliver kun virkelighed i brug« (MEW 23, s. 50; Rhodos I, 1, s. 129), som i reglen først finder sted efter købet (hvis man ser bort fra »vareprøver«). Køb og brug er normalt adskilt fra hinanden i både tid og sted. Dette leder frem til en cirkel: Købsaktens forudsætning, brugsværdien, kan først være resultat af købet. »Varerne må [...] realisere sig som værdier, før de kan realisere sig som brugsværdier. På den anden side må de hævde sig som brugsværdier, før de kan realisere sig som værdier.« (MEW 23, s. 100; Rhodos I, 1, s. 187)

I stedet for at løse op for aporien, forskyder **Marx** spørgsmålet mod en yderligere modsigelse, som ligger i, at hver varebesidder agerer udelukkende for sig selv, i og med han udelukkende producerer for andre. »Men den samme proces kan ikke samtidigt for alle varebesiddere være kun individuel og tillige kun alment social.« (MEW 23, s. 101; Rhodos I, 1, s. 188) Marx løser op for denne anden apori i og med at han, som genetisk første trin på vej til pengene, introducerer begrebet »almen ækvivalensvare«. Denne har altid den umiddelbare form af at være ombyttelig og repræsenterer således privatprodukternes samfundsmæssighed.

Men hvad bliver der så af den første apori? »Det er hverdagens sprogbrug, som giver svaret [...]: Køberen køber en bestemt vare, fordi han forventer, at den indfrier løftet om den ønskede brugs-værdi« (Haug, 1980, s. 44). Det, som er udløseren for købs-handlingen, er således *brugsværdiløftet*. Dette fremviser to poler: den ene udgøres af en subjektiv aktivitet, og den anden består af objektive data for en tings fremtræden, som virker motiverende for den første og hvis fortolkning kan yderligere blive influeret inter-subjektivt (f.eks. gennem »salgssamtalen«). I den grad, hvori bytte-relationen er antagonistisk, virker ejendomsskellet som et filter, som, i lighed med et udstillingsvindue, kun tillader bestemte sansedata (udseendet) at passere igennem. Erfaringen af, at det ikke er »væren«, som umiddelbart udløser købehandlingen, men »skinnet, som

fremtræder«, måtte før eller siden føre til, at ›brugsværdiens frem-træden, under abstraktion fra dens realitet«, kom til at blive fikseret som særskilt arbejds-genstand, som målrettet bearbejdes (jf. Haug 1980, s. 48ff). »Det æstetiske i bredeste forstand: brugsværdiens sanselige fremtræden og meningen med dens (for)brug, løsner sig her fra sagen. Det at kunne dominere dette æstetiske og særskilt at frembringe det, bliver således til midlet for at nå målet: pengene.« (Haug 1970, s. 14),

Som bærer af brugsværdiløftet ligger den æstetiske abstraktion til grund for mange salgsrelevante teknikker: gestaltningen af vare-kroppens overflade, dennes repræsentation på indpakningen og dens iscenesættelse i reklamebilledet etc. Den æstetiske abstraktion bliver dermed til forudsætningen for den æstetiske udspecificering af et gode, som en vareproducent kan hævde ejendomsrettigheder til. Dette forhold lægger grunden til hans ›æstetiske brugsværdi-monopol«, og dermed til muligheden for, med jævne mellemrum, at foretage ›æstetiske innovationer« (jf. Haug 1970, s. 18f; 1971, 26ff; 1980, 114ff).

2. Hvis den æstetiske abstraktion på denne måde ledsager den abstraktion, der under byttehandlingen foretages fra brugsværdien som dennes skinagtige modstykke og hvis den følgelig er bærer af nogle afgørende realisationsfunktioner for den kapitalistiske vareproduktion, så er den dog ikke begrænset til varetagelsen af disse funktioner. Herredømmet over den sanselige fremtræden med det formål, herigennem at gøre indtryk på fremmed sanselighed (›manipulation«), findes tilsvarende på mangfoldig vis indenfor både dyre- og planteriget og er taktisk relevant i forbindelse med at menneskelige antagonismer udkæmpes. Ideologiske magter og bytteforhold har kappedes med hinanden indenfor denne *sanselig-hedens teknokrati* (jf. Haug 1970, 21ff.; 1971, 55ff).

På sæt og vis eksisterer al særskilt udspecificeret æstetik takket være en æstetisk abstraktion. Den borgerlige institutionalisering af ›æstetikken« som disciplin og samfundsmæssig anerkendt praksis-form har medført, at den æstetiske abstraktion har fået betydningen af at være en slags projektionsvæg for det imaginære. Den således konstituerede ›autonome kunst« kunne virke som den sfære, hvor samfundet, der i den økonomiske sfære er sønderrevet af modsætninger og tingsliggjort, kunne forsones i ›det skønne skin«. »På denne måde ville des æstetiske udgøre en modus af samfunds-mæssighed, så at sige dennes æstetiske abstraktion« (Haug 1993, s. 148).

Walter **Benjamin** har analyseret den æstetiske abstraktion i anden potens, som er begrundet i kunstværkers ›tekniske reproducer-barhed«; ydermere har han iagttaget, hvordan masserne i forbindelse med de fascistiske masseiscenesættelser hjælpes med at ›komme til udtryk« på en sådan måde, at de derved berøves deres ›rettighed«. – Under navnet *simulation* har **Baudrillard** beskrevet reproduktions-teknikkens digitalisering i kombination med audiovisuelle mener som et højteknologisk trin af den æstetiske abstraktion, hvorved han dog erklærer abstraktionen for absolut og derfor virkeligheden for afskaffet. I *Der Dreigroschenprozess* ytrer **Brecht** sig tilsyneladende i samme retning: »I vil ikke længere kende frugterne på deres smag.« Men også dette er en *virkelig* erfaring, og den postmoderne afskaffelse af virkeligheden er snarere et forsøg, i medievirksom øjemed, at overbyde den virkeligt stedfindende

æstetiske abstraktion gennem den semantiske abstraktion, end en analyse af den æstetiske abstraktions former og funktioner.

Litteratur: J. Baudrillard, *Simulacres et simulation*, Paris 1981; W. Benjamin, ›Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit‹, in: GS VII; W. F. Haug, ›Zur Kritik der Warenästhetik‹ (1970), i: Haug, *Warenästhetik, Sexualität und Herrschaft*, Frankfurt/M 1972; Haug, *Kritik der Warenästhetik*, Frankfurt/M 1971 (¹⁰1990); Haug, Warenästhetik und kapitalistische Massenkultur (I): ›Werbung‹ und ›Konsum‹. Systematische Einführung, Berlin/W 1980; Haug, ›Die Einräumung des Ästhetischen im Gefüge von Arbeitsteilung, Klassenherrschaft und Staat‹, i: Haug, *Elemente einer Theorie des Ideologischen*, Hamburg 1993, 136-150.

Krydsreferencer til andre stikord: Abstraktion, Ästhetik, ästhetische Theorie, Basis-Ästhetik, Imaginäres, Manipulation, Medienästhetik, Realabstraktion/Formalabstraktion, Schein, Schönheit, Waren-ästhetik

Oversat af Klaus Schulte

Denne tekst er en artikel fra 1. bind af *Historisch-kritisches Wörterbuch des Marxismus*