

Rolf Lindner

Klassespecifikke aspekter af kritikken af vareæstetikken

I.

»Sult«, hedder det i indledningen til *Grundrids*, »sult er sult, men sult, der tilfredsstilles af kogt kød, der spises med kniv og gaffel, er en anden sult end den, der sluger rå kød ved hjælp af hånd, negl og tand«.

»I middelalderen«, læser vi i *Den tyske ideologi*, »var nydelserne fuldstændigt klassificerede; hver stand havde sine særlige nydelser og sin særlige måde at nyde på. Adlen var den stand, der havde privilegier til udelukkende at nyde, mens der hos borgerskabet allerede eksisterede en spaltning mellem arbejde og nydelse, og nydelsen var underordnet arbejdet. De livegne, den klasse, der udelukkende var bestemt til arbejde, havde i højden kun få og begrænsede nydelser, der mere tilfældigt faldt i deres lod, og som afhang af deres herrers luner og andre tilfældige omstændigheder og næppe kunne komme i betragtning. Under borgerskabets herredømme antog nydelserne form efter samfundsklasserne. Borgerskabets nydelser rettede sig efter det materiale, som denne klasse havde produceret på sine forskellige udviklingstrin, og antog både ud fra individerne og ud fra den fortsatte underordning af nydelsen under pengetilværelsen den kedsommelige karakter, som de stadig har. Proletariatets nydelser fik deres nuværende brutale form på den ene side på grund af den lange arbejdstid, der drev behovet for nydelser umådeligt i vejret, og på den anden side på grund af den kvalitative og kvantitative indskrænkning i, hvilke nydelser der var tilgængelige for proletariatet«.

Disse to citater gør det klart, at konsumtionsbehov og konsumtionsmåder på dobbelt måde er samfundsmæssigt konstitueret:

For det første har de en *samfundsmæssig-historisk dimension*; dvs. de er grundlæggende indbefattet i den historiske samfundsmæssige udviklingsproces. Et og samme behov bliver tilfredsstillet forskelligt på forskellige historiske trin eller på forskellige samfundsmæssige udviklingsniveauer inden for den samme historiske epoke; behov, der tidligere var luksusbehov, bliver til nødvendige behov, og med den samfundsmæssige udvikling udvides helt alment det samfundsmæssige menneskes behovsspektrum.

For det andet har konsumtionsbehov og konsumtionsmåder en *klassespecifik dimension*, så længe der eksisterer classesamfund; dvs. på det til enhver tid opnåede samfundsmæssigt-historiske niveau adskiller konsumtionsobjekter, -

måder og -behov sig, hvad deres art, tilgængelighed og påtrængende karakter angår, endnu engang i henseende til samfundsklasser.

Nu er den samfundsformation, som vi lever i, kendetegnet af en uhyre mangfoldighed af konsumtionsmuligheder. Denne mangfoldighed afspejler, at rigdommen i de samfund, hvor den kapitalistiske produktionsmåde hersker, fremtræder som en »uhyre vareophobning«. *Samfundsmæssigt-historisk* er der dermed opnået et højere niveau: over for fylde og mangfoldigheden af varer synes enhver kvantitativ mangel og enhver kvalitativ skranke at være overvundet og ophævet. Men historisk ny er også den universelle haven-andel i denne rigdom. For første gang i classesamfundenes historie er de umiddelbare producenter ikke på forhånd udelukket fra at have andel i rigdommen og nydelsen eller - som fx. slaver og livegne - afhængig af deres herrers luner eller andre tilfældigheder. De er tværtimod, i skikkelse af varebesiddere (varen arbejdskraft) og som bytteværdisættende, med-nydere af den almene rigdom - omend med den helt afgørende indskrænkning, at det kun gælder »til grænsen for deres ækvivalent«.

Den »uhyre vareophobning«, som det kapitalistiske samfunds rigdom fremtræder i, skjuler imidlertid samtidig denne samfundsforms principielle fattigdom, som består i, at den gør invidernes behov ensidige og forkrøblede, udelukkende rettet mod konsumtionssiden, at den frembringer subjekter, der tendentielt mere eller mindre udelukkende retter deres samlede handle mod behovstilfredsstillelsen i reproduktionssfæren.

Denne ensidiggørelse er ikke noget intrigant påfund fra kapitalens side, men følger af den kapitalistiske produktions logik. Inden for rammerne af de forhold, der er præget af kapitalen, hvis ynkelige indhold er »kapitalens værdiøgning af sig selv«, »merværdimageriet«, er det i sidste instans kun de behov, der tæller, som får nedslag på markedet i form af efterspørgsel. Derfor hører det også til kapitalens eller dens agents vigtigste opgaver at opspore behovssegmenter og lodde samfundsmæssige nicher, som marketingforskerne kalder det, for at fylde dem op med varer. I denne sammenhæng kan man begribe vareæstetik som den propagandistiske side af livsforholdens subsumtion under kapitalen. Det strækker sig så langt som til det paradoks, at områder, der tilsyneladende eller faktisk endnu ikke er underkastet kapitallogikken - teknisk reproduceret - stilles i netop denne logiks tjeneste: reklameeksemplerne, hvor uberørt natur, og det vil under kapitalistiske forhold altid sige: af kapitalen uberørt natur, spiller en vigtig rolle som visuelle signifikanter, taler for sig selv.

Nu ville alle forsøg på at drive ensidiggørelsen af behovene til udelukkende at indbefatte konsumtionsbehov være formålsløs, hvis der ikke fandtes en subjektiv disposition hos de umiddelbare producenter, der kom denne ensidiggørelse i møde, der fik denne ensidiggørelse til at fremtræde som naturlig. Da den umiddelbare producent er tvunget til at sælge sin arbejdskraft for at kunne leve, har hans arbejdsaktivitet primært ingen betydning som aktivitet for ham selv. I det,

at arbejdet afhændes til et formål uden for arbejdet, ligger forklaringen på den »hemmelighed«, at arbejdet for lønarbejderen selv ikke fremtræder som et behov, men ene og alene som et offer, som han er tvunget til at bringe for at komme i besiddelse af de ting, der sikrer ham hans videre eksistens. På dette grundlag bliver det klart, at lønarbejderens instrumentelle holdning til sin arbejdsaktivitet, som sociologien ofte har konstateret, på forhånd er sat med hans aktivitetens formbestemthed som lønarbejde. Dermed bliver det også forståeligt, at de trængende mennesker kun fremtræder som forbrugere i den borgerlige behovsforskning. Men samtidig antyder en sfære hinsides arbejdet, som det er umagen værd at arbejde for, sin eksistens i sætningen, »arbejde for at leve«, der ikke begriber arbejdet selv som livsytning, lige som i begrebet, »offer«, der behøver en modsætning, for hvilken ofret er offer. Sfæren hinsides arbejdet får den i sig selv inadækvate funktion at kompensere for arbejdets møje og besvær og give det en mening. Derfor har denne sfære også en større betydning end at være et blot og bart sted for reproduktionen. Det har ikke noget at sige, at alt, hvad lønarbejderen i reproduktionssfæren tilsyneladende gør for sin egen skyld, objektivt er det samme som reproduktionen af hans arbejdskraft i kapitalens tjeneste. For lønarbejderen fremtræder sagen anderledes: han spiser og drikker ikke *kun* for, at man påny kan udbytte hans arbejdskraft, han indretter sig ikke *kun* hyggeligt og morer sig ikke *udelukkende* for, at han kan være på tærne igen næste dag. Dette »mere end blot og bar reproduktion« er ligefrem en forudsætning for, at reproduktionen lykkes, eftersom »en fornøjelse, hvis reproduktive formål, man på forhånd har sig for øje, jo enten slet ikke eller kun dårligt kan opfylde dette formål« (Ottomeyer).

Det er altså arbejdets formbestemthed som lønarbejde, der ikke blot frembringer den instrumentelle holdning til arbejdet, og dermed den ensidige definition af behovene ud fra konsumtionen, men også konsumtionssfærens *subjektive betydning*, der udgør grobunden for og kilden til vareæstetiske innovationer.

II.

Hvis vi ikke, hvad »kritikken af vareæstetikken« angår, vil droppe grundprincippet i historisk-materialistisk videnskab, nemlig at undersøge ethvert fænomen, videnskaberne inklusive, med hensyn til dets historiske tilblivelsesbetingelser for at forstå, hvorfor det blev muligt og nødvendigt netop på dette eller hint tidspunkt, så gælder det først om at skitsere, hvilken særlig historisk konstellation »kritikken af vareæstetikken« kan takke sin oprindelse.

Begyndelserne til »kritikken af vareæstetikken« går tilbage til årene 1963/64. Dengang offentliggjorde Haug i tidsskriftet *Argument*, som han udgav, de før-

ste artikler om manipulationens æstetik og prægede begrebet, vareæstetik. Det var ikke tilfældigt, at den problemstilling, som der dér blev peget på, blev vigtig på det tidspunkt: fasen slutningen af 50'erne / begyndelsen af 60'erne var kendetegnet af en relativ krisefri udvikling i efterkrigskapitalismen, som, hvad den forbundsrepublikanske virkelighed angår, stadig trivedes i særlig grad på grund af rekonstruktionsperioden, og fremprovokerede slagord som »Wirtschaftswunder« og »forbrugersamfund« som propagandistiske eller pseudovidenskabelige begreber. Denne relativt krisefrie fase, der gik hånd i hånd med en indtil da ukendt stigning i de kvalitative og kvantitative muligheder for individuel konsumtion, korresponderede med en relativ stilstand i klassekampene. Præcis årene 1959 til 1961 og årene 1964 til 1966 hører til de mest fattige på strejker i Forbundsrepublikkens historie. Hvad var da mere nærliggende end teoretisk at sammenknytte disse to udviklingslinier med hinanden i formen om bilæggelse af klassekampene gennem øget materiel tilfredsstillelse: »For en del af arbejderklassen« - sådan hedder det i en artikel om 'modsigelserne i den vesttyske kapitalisme og SPD's økonomiske politik' - »førte den forbedrede forsyning med forbrugsgoder til en midlertidig forglemmelse af det kapitalistiske klassesamfunds antagonistiske karakter«.

Ligeledes steg udgifterne til reklame og salgsfremmende virksomhed til et hidtil ukendt omfang i de år, idet de fulgte den procykliske bevægelses logik. Reklamen, det symbolske udtryk for, at markedet oversvømmes med især varer til individuel konsumtion, kom i de kritiske intellektuelles søgelys - slagordet om »manipulation af masserne« kom til verden.

Med denne historiske grobund kunne interessen i kritikken af vareæstetikken ikke være uden forudsætninger og formål. Ligeså lidt som Marx' kritik af den politiske økonomi er en særlig samfundsøkonomisk teori, men tværtimod i sin egenskab af instrument til at rekonstruere det borgerlige samfunds væsenstræk bestanddel i dets praktiske overvindelse, lige så lidt kan kritikken af vareæstetikken, der bygger på kritikken af den politiske økonomi, stille sig tilfreds med at afdække dette fænomens genese og funktion, men må tværtimod foretage den økonomiske afledning for på den måde at bidrage til forståelsen af den samfundsmæssige realitet og dermed til arbejderklassens emancipation, eller, som Haug mere beskedent har formuleret det, for at »bidrage til at begrunde eller forbedre den progressive bevægelses orientering og strategi«. Altså, som Haug programmatisk fastslår i første sætning i sin kritik af vareæstetikken, den har til opgave at bidrage til »socioanalysen af sanselighedens skæbne og behovenes udvikling under kapitalismen«, for bedre at kunne forstå, hvordan »mennesker i det kapitalistiske samfund bringes til at forholde sig systemkonformt«. Det er Haugs blivende fortjeneste at have bragt behandlingen af temaet ud af den sump af skrifter om reklame, manipulation osv., der drager analogiserende slutninger på grundlag af overfladefremtrædelser, og én gang for alle have på-

vist, at væreæstetik »ikke er noget overflods-fænomen i et 'overmættet velstandssamfund', men derimod en normal, nødvendig funktion, der er ethvert køb eller salg iboende«, og som »(udspringer) af de grundlæggende økonomiske relationers 'indre væsen'«.

Men den *politiske* interesse i kritikken af vareæstetikken begynder dér, hvor man stiller spørgsmålet om vareæstetikken virkninger på menneskenes tænke og handle, - virkninger, der fremkommer »som en ren og skær bieffekt af dynamikken i den kapitalistiske profitstræben«.

For at beskrive disse virkninger har Haug taget de stærkeste udtryk, man kan tænke sig i brug: de synes at være »af næsten antropologisk omfang«, »folks bevidsthed synes at være afkøbt dem«; den æstetiske innovation »forandrer til stadighed menneskets arts væsen i dets sanselige organisation« osv. osv.

Topossen »modellering af sanseligheden« får en central placering i denne argumentation, og når vi gennemlæser Haugs bog opmærksomt, så springer den hyppige snak om »det sanselige væsen«, om »det menneskelige væsen« og om »den menneskelige sanselighed« i øjnene i de passager, hvor det drejer sig om vareæstetikken virkning. Det lykkes på imponerende måde for Haug at påvise vareæstetikken modellering af den menneskelige sanselighed: dannelsen af en kvalitativt ny ækelhedsgrænse over for seksuelle lugte, frembragt af den periodiske tildækning af dem med intimspray'er; fremelskelsen af en ny standard, hvad forholdet til ens krop angår, og den partielle forandring af den mandlige selvforståelse i kosmetik- og beklædningsindustriens o.a. interesse.

Hvad der imidlertid også springer i øjnene, er, at de behov, der modelleres, bearbejdes, forandres, for det meste kredser om seksualdriften, og at det, man tænker på med »sanseligt væsen«, »menneskelig sanselighed«, netop er denne antropologisk konstante faktor i arts væsenet, menneske. Hvorvidt dette er betinget af Haugs videnskabelige udviklingsproces - Haug orienterede sig jo i sine tidligere artikler stadig mod Freuds driftsteori - kan jeg ikke afklare her; men det er en kendsgerning, at Haug nærmer sig en universalisering af seksualiteten som menneskets centrale livstematik de steder, hvor han konkret nævner behov, ønsker og drifter. Med denne indvending vil jeg på ingen måde benægte betydningen af de seksuelle løfter om lykke for opretholdelsen af status quo, men man kan ikke for alvor som Haug tale om at »totaliteten af brugsting i og med vareformen tendentielt antager seksualform på en eller anden måde« (68).

Er Haug på grund af sin rekurrering til seksualdriften i stand til at påvise, at selv menneskets såkaldte grundudrustning ikke undgår de vareæstetiske modelleringsforsøg, så argumenterer han på den anden side netop på grund af denne koncentration om seksualdriften, hvad behovene angår, tendentielt historie- og klasseløst og er derfor næppe i stand til at konkretisere vareæstetikken virkninger på arbejderklassen.

I sammenligning med den detaljerede beskrivelse af vareæstetikken virkninger

ger på det alment-menneskelige niveau forbliver Haugs redegørelser om »vareæstetikens indflydelse på arbejderklassen« mærkeligt farveløse og almene. Det ville være den primære politiske opgave for en kritik af vareæstetikken at bestemme netop denne indflydelse mere præcist i dens konsekvenser for bevidsthed og måder at forholde sig på eller påvise, hvilke skranker kapitalens agenter støder på i forsøget på at få indflydelse. En 'fortsættelse' af Haugs arbejde må gå i denne retning.

III.

De menneskelige behov er den subjektive side af den menneskelige livsaktivitet. De opstår via den individuelle tilegnelse af den samfundsmæssige realitet i dens historiske bestemthed og nationalt-kulturelle særegenhed. Arbejdsaktivitetens form og indhold spiller den centrale rolle i denne tilegnelsesproces. Det viser sig allerede på de elementære, naturnødvendige behovs niveau. Ikke kun fordi disse behov, som eksemplet »kød med negl og tand og kød med kniv og gaffel« har vist, er indbefattet i den samfundsmæssigt-historiske udviklingsproces; de er desuden præget af en bestemt grad af påtrængenhed og tilgængelighed, der skyldes arbejdets form og indhold: behovene er bestemt af de for arbejdskraftens reproduktion nødvendige og samtidig tilgængelige genstande. Alle mennesker bliver sultne, men alle mennesker har ikke den samme sult og er ikke sultne efter det samme. Kalvekød går fx. i den arbejdende befolkning, især blandt industriarbejdere, for at være 'halvkød', dvs. for ikke at være fuldgyldigt kød, fordi det fx. i sammenligning med okse- eller svinekød er fattigt på jern, der er en konstituerende faktor, hvad angår kropslig udholdenhed og energi. Det ville være yderst vanskeligt for kapitalens agenter at ændre på den slags behov, der beror på fysiologiske nødvendigheder. Uden at henfalde til spekulation kan man hævde, at den æstetiske innovation i næringsmiddelsektoren, den såkaldte diætkost, hvis produktprogram allerede strækker sig fra margarine til pølser, ikke har store chancer for at slå an blandt industriarbejderne, idet det »fuldgyl-dige«, »nærende« jo går tabt i disses øjne. Richard Hoggart har i sin beskrivelse af »working class life« gjort opmærksom på den betydning »a good table« har for arbejderen. »A good table«, det er stadig »a fully-stocked table rather than one which presents a balanced diet ... something solid, preferably meat, and with a well-defined flavour«. Det kan derfor ikke undre, at »favoritterne« blandt arbejderens næringsmidler er svinekødet, den friskt afskårne pølse, kødpølse og flæsk, mens de ikke kan stille meget op med ost, især mild ost, og med grøntsager og salat. Også de udenlandske uger, der er typiske for stormagasinerne, som fx. den danske uge i det berlinske stormagasin Wertheim, med danske specialiteter og delikatesser fra ost via danske fiskespecialiteter til smørre-

brød, går relativt spurløst hen over hovederne på arbejderne (rent bortset fra at Wertheim ikke er noget typisk arbejder-stormagasin).

Et blik på sammenlignende udgiftsstatistikker, hvad angår nærings- og nydelsesmidler, vidner overhovedet om klassespecifikke forskelle. Bortset fra den traditionelle regel, at jo lavere indkomsten er, desto højere er procentuelt udgifterne til nærings- og nydelsesmidler, så bliver der også ved samme indkomst brugt flere penge på nærings- og nydelsesmidler i arbejderhusholdninger end i funktionær- og tjenestemandshusholdninger, og selv ved højere indkomst hos funktionærer og tjenestemænd bruger arbejdere flere penge på bestemte nærings- og nydelsesmidler.

Dette peger både på vigtigheden af at tilfredsstille umiddelbart-reproduktive behov og på den høje vurdering af nydelsesmidler.

Ved de klassiske nydelsesmidler, kan man fx. konstatere klasseforskelle, hvis ikke nationalt-kulturelle særegenheder modvirker tendensen. Når man ser bort fra Nordtyskland, hvor tedrikning kulturelt er udbredt, og når man ser bort fra de enkelte delstater med traditionelt vinavlende områder, er te og vin nydelsesmidler, der så godt som ikke har vundet udbredelse blandt arbejderbefolkningen, mens kaffe og øl regnes for proletariske nydelsesmidler. Det har bestemt noget med nydelsesmidlernes forskellige, fysiologiske virkninger at gøre (og karakteristisk nok har man kun te i huset i arbejderfamilien, når der er én, der er syg), men det har også en hel del med selskabelighedsformer og socialt prægede adfærdsformer at gøre. I Forbundsrepublikken er vin- og tedrikning i hvert fald forbundet med et særligt ceremoniel, der under vore historisk-kulturelle betingelser afspejler et stykke klassesituation i form af en såkaldt livsstil, en livsstil, der forekommer arbejderne om ikke »kunstlet«, så dog i hvert fald ikke som deres.

Generelt kan man, hvad nærings- og nydelsesmidler angår, sammenfatte det derhen, at arbejdere insisterer på noget »solidt«, »nærende«, »velsmagende«. Et »rigtigt« måltid er altid et måltid med kød, helst meget kød og hellere med kartofler end ris eller spaggetti. Og for arbejderbørn og unge er der ikke nogen større »delikatesse« end karrypølse eller stegt pølse med pommes frites.

Det »solide« er imidlertid ofte ensbetydende med »kvalitet«. Og her er der konkrete muligheder for indflydelse for vareæstetikken. Netop i de tilfælde, hvor man mangler konkret viden om varerne, holder man sig alt for ofte til etiketten eller prisen som målestok for kvaliteten. Det kendte er godt, og det, der er godt, har »sin pris« - den klassiske formel for mærkevarer. Når man spender noget på sig selv, så skal det også være noget »rigtigt«, noget »godt«, så skal det fx. ikke være en almindelig snaps, men en »Doornkaat«. Ud fra behovet for at få noget »solidt«, noget »rigtigt«, noget »godt«, kan man også forklare, hvorfor lavprisvarehusene, der jo for så vidt er det, der kommer nærmest brugsværdistandpunktet inden for den kapitalistiske varecirkulation, da de afstår fra

enhver form for æstetisk iscenesættelse af salgsstedet og primært tilbyder såkaldte 'anonyme' varer, dvs. ikke mærkevarer, ikke spiller den rolle i arbejderbefolkningens købsvaner, som man havde kunnet forvente.

Vi har hidtil koncentreret os om konsumtionens umiddelbart reproduktive side og forsøgt at påvise, hvordan der allerede opstår forskelle på det elementært naturnødvendige niveau. Dette må i det følgende præciseres, hvad årsagerne angår, og samtidig udvides med henblik på det niveau, der angår konsumtionens kompensatoriske side, for at de menneskelige behov er den subjektive side af den menneskelige livsaktivitet, viser sig under kapitalismen først og fremmest i den subjektive betydning af konsumtionssfæren.

Et arbejde, som jeg er tvunget til at udføre for at opretholde livet, forhindrer på det kraftigste dannelsen af en intrinsisk arbejds motivation, dvs. en motivation, der relaterer sig til arbejdsaktiviteten, og fremmer en instrumentel holdning til arbejdet: jeg arbejder for at leve; jeg sælger min livsaktivitet for at kunne leve.

Hvis man nu anser konsumtionens subjektive betydning for at være resultat af arbejdets formbestemmelse som lønarbejde, så måtte disse udsagn gælde for den samlede lønafhængige befolkning. Men denne klasse er uensartet sammensat, og man kan næppe antage, at der på trods af denne uensartethed hersker et ensartet forbrugsmønster, at alle udvikler de samme behov og ønsker, og at modtageligheden for vareskønheden er den samme for alle, hvad enten man er ekspeditrice eller fabriksarbejder, bankfunktionær eller samlebandsarbejder, funktionær i administrationen eller minearbejder. Man må derfor spørge, om arbejdets form og indhold frembringer forskellige vurderinger af forbrugsgodernes objekttegenskaber i henseende til i hvor høj grad de egner sig til at tilfredsstille de tilgrundliggende behov. Resultater fra den kommercielle forbrugerforskning peger på forskelle mellem industrielle (blue collar) og kommercielle (white collar) lønarbejdedes forbrugsmønster. Disse forskelle angår ikke kun prioriteringen af udgifterne; det drejer sig tværtimod om generelle forskelle i forbrugsmønstret, hvor industriarbejderen fremtræder som mere umiddelbart, nydelsesglad, konkret og 'materielt' indstillet, mens de kommercielle lønarbejdere i højere grad er karakteriseret af et brudt forbrugsmønster, der orienterer sig efter ydre mål, og som betoner den individuelle personligheds enestående karakter.

Hvordan kan man forklare disse forskelle?

De industrielle lønarbejdere på den ene side og de kommercielle lønarbejdere på den anden side arbejder i forskellige sfærer af den kapitalistiske reproduktionsproces; de industrielle lønarbejdedes aktiviteter ligger i den umiddelbare produktions område, de kommercielle lønarbejdedes i penge- og varecirkulationens sfære, i handlen, i virksomhedsadministrationen, i banker og kreditinstitutter. Industrierebberne udgør som produktive arbejdere kernen i lønarbejderklas-

sen. Det er dem, der skaber værdi og merværdi, og det er dem, der mest umiddelbart er udsat for kapitalens despoti i dens ulvehunger efter merarbejde. I forhold hertil lærer de kommercielle lønarbejdere kapitalen at kende fra en relativt »mild« side, en »mildhed«, der først og fremmest skyldes den kendsgerning, at deres aktivitet finder sted i et offentligt eller halvoffentligt rum, hvor der er publikum. Industriarbejderne får ikke blot kapitalens despoti at føle i den bestandige omvæltning af den fremadskridende reduktion af kvalificeret arbejde til elementære aktivitetspartikler og motoriske bevægelsesforløb, men også via den intensivering, der er forbundet med rationaliseringen, og som medfører et forøget arbejdsforbrug inden for det samme tidsrum. Dette medfører, at modsætningen mellem arbejde og fritid for industriarbejdernes vedkommende antager den mest krasse og rå form, og at de umiddelbart reproduktive aktiviteter med henblik på fysisk og psykisk primærrestitution dominerer fritiden; med en metalarbejders ord: »Livet - det er arbejde, spise og sove«. På baggrund af den totale, legemlige udmattelse bliver det umiddelbart indlysende, hvorfor man i alle industrielt fremskredne, kapitalistiske lande kan påvise højere udgifter til nærings- og nydelsesmidler i arbejderfamilier. Heroverfor er belastningen af de kommercielle lønarbejdere, funktionærerne, mere af nervemæssig art; det kan dreje sig om belastninger, der udspringer af terminsbekymringer, ærgrelser med overordnede og kunder o.a. På den baggrund bliver det forståeligt, at forbruget af psykofarmaka er et typisk funktionær-problem.

Den psykofysiske belastning af industriarbejderne er imidlertid ikke blot en udmattelse, der kan ophæves igen af en tilsvarende regeneration af energihusholdningen, men fører derimod varige nedslidningssymptomer med tidligere begyndende ældelsesproces med sig og indbefatter risikoen for sygdom, ulykker og død. Ifølge den tyske pensionsforsikrings statistikker går mere end 50% af de arbejdere, der får pension for første gang, ud af erhvervslivet før tiden som følge af uarbejdsdygtighed. I 1972 blev hver 10. industriarbejder, i den metalforarbejdende industri endda hver 7., skadet eller dræbt ved en arbejdsulykke; hvert 13. sek. sker der en anmeldelsespligtig ulykke; hvert 7. min. bliver en arbejder så svært skadet, at der er tale om en varig erhvervsskade; hver 2. time dør der en industriarbejder på grund af en ulykke på virksomheden eller på vejen mellem hjem og arbejdsplads. At dette er et entydigt lagspecifikt problem, viser en statistik over mere end 40.000 rekonvalescenter, der havde været ude for en ulykke: heraf var 85% beskæftiget i manuelle eller tekniske erhverv, men kun 4% i butik eller kontor.

Man må holde sig industriarbejdernes krasse livsomstændigheder for øje i hele deres brutalitet for at kunne forstå adfærdsmønstret i fritids- og konsumtionssfæren. Over for den stadige trussel om arbejdsløshed og deltidsarbejde på den ene side og sygdom, ulykker og død på den anden side lyder det »non-deferred gratification pattern«, der er udtænkt af borgerlige sociologer,

og som udsiger, at arbejdere »mangler evnen« til at give afkald på en øjeblikkelig behovstilfredsstillelse til fordel for en større tilfredsstillelse i fremtiden, som hån og spot. Denne sociologiske 'visdom' er lige så gammel som den industrielle kapitalisme. Allerede i 1845 skrev Engels om det engelske borgerskabs ideologiske substrat: »overhovedet samtlige fejl hos arbejderne kan føres tilbage til nydelsessyg tøjlesløshed, mangel på forudseenhed og tilpasning til den sociale orden, overhovedet manglende evne til at ofre den øjeblikkelige nydelse for den fjerne fordel«, og Engels glemte heller ikke at tilføje: »Og alligevel er det ikke kun ganske naturligt, men fuldstændig fornuftigt af folk, at de nyder livet, når de kan, i stedet for at samle skatte, der ikke nytter dem noget«.

Disse arbejds- og livsbetingelser resulterer ikke blot i et nøgternt forhold til forbrugsgenstande, men også i en nydelsesglæde i forhold til dem, der kun tilsyneladende modsiger nøgternheden. Industriproletariatets »her-og-nu«-perspektiv, der afspejles i talemåder som »man lever kun én gang« eller »tomorrow will take care of itself«, kommer især til udtryk i den høje vurdering af små hverdagsnydelser og i den sorgløshed, hvor man bruger penge, som det de primært er: et udvekslingsmiddel. At få »noget« kan komme til udtryk i beskedne hverdagsnydelser: i at ryge og drikke, i en øl og en snaps i værtshuset på hjørnet, i en Mark i spilleautomaten eller dukeboxen, i et besøg på fodboldstadion eller i biografen, i behovet for rigtigt at gå til den på folkefester, til fastelavn. Adfærdsmønstret her modsiger fx. enhver fom for småborgerlig fornuft og mådehold; når man fx. køber lodder for 10 Mark for at vinde kaffe til en værdi af 5 Mark - og alligevel er glad; når man i skydeteltet skyder for 30 Mark for bagefter stolt af drage hjem med en Woolworthdukke i rosa nylonkjole eller et træimiteret standaskebæger i bali-stil.

Men industriarbejderen er ikke kun merværdiproducent, men også bestandig den, der under værdiøgningsprocessens primært producerer brugsværdier. Med andre ord: lønarbejde er en bestemt, historisk form for arbejde overhovedet, for arbejde som nødvendig betingelse for det menneskelige liv. Heroverfor er de kommercielle lønarbejders arbejdsaktiviteter indholdsmæssigt i vidt omfang bestemt af krav, der udspringer af den kapitalistiske form for samfundsmæssig produktion. Industriarbejderens aktivitet er altid en formålstjenlig omgang med og ved hjælp af genstande; hvad enten den produktive arbejder nu bygger eller monterer, installerer eller sætter i stand, udvinder eller forarbejder naturstoffer, så har han altid med genstande, stoffer, materie at gøre, til forskel fra omgang med mennesker, symboler og tegn. Den kommercielle lønarbejders aktiviteter er derimod ikke kun sammenvokset med den kapitalistiske form for samfundsmæssig produktion, for så vidt som de er aktiviteter, der først blev generelt eller i så høj grad nødvendige på grund af disse samfundsmæssige betingelser: de kommercielle lønarbejdere er samtidig på grund af arbejdskravene funktionelt tvunget til at overtage kapitalens synsvinkel, til at vurdere andre personer, ge-

nstandsmæssige og symbolske aspekter af tingsverdenen med kapitalens øjne. Heraf følger, at den kommercielle lønarbejder til forskel fra industriarbejderen i en vis forstand afstår hele sin person, sine tanker, følelser og forestillinger; sine sprog- og sansorganer; sin holdning, sin adfærd helt ind i gestik og mimik og sin samlede ydre fremtoning. Stillingsannoncer for kapitalistiske virksomheder taler deres tydelige sprog. Mens de stoffligt-tekniske aspekter står i forgrunden for industriarbejderens vedkommende, hans særlige tekniske kvalifikation og hans manuelle færdigheder, kommer der for den kommercielle lønarbejders vedkommende ved siden af de faglige kvaliteter funktionsrekvisitter til, der udspringer af nødvendigheden af at spille roller under arbejdet. Kravene varierer alt efter, hvilket område den kommercielle lønarbejder arbejder indenfor.

Kræves der af sælgeren indfølelse, tålmodighed og fingerspidsfølelse, så kræves der forhandlingsevne, evne til at sætte sig igennem og hårdhed af indkøbsafdelingens funktionærer, pålidelighed, diskretion og korrekthed af bankfunktionæren, der også helst skal afspejle disse egenskaber i sit ydre, gode manerer, sikker optræden, charme, takt og udstråling af sekretæren - og fælles for alle et så behageligt ydre som muligt. Derfor forlanger annoncøren også altid i sådanne stillingsopslag indsendelse af et »foto«, et pasfoto ved siden af en »skriftprøve«, for at teste ansøgerens karakter. Haug har meget tydeligt vist, at en stor del af funktionærernes forbrug går til at reproducere karaktermasken i kapitalens tjeneste og gøre sig selv salgbar.

Men desuden må de forskellige erhvervmæssige krav, hvis vi begriber arbejdsstedet som et livslangt socialisationssted, frembringe specifikke erfaringskompetencer og deformationer, adfærdsformer og behov, der får nedslag i privatsfæren og bl.a. også i forbrugsmønstret.

Den virksomme omgang med materien og den formålsbestemte omformning af den såvel som det, at man tilbringer størstedelen af sin bevidste livstid i den materielle produktions sfære bidrager efter min opfattelse til at sensibilisere sansen for materielt-stoffligt og til at skabe en særlig interesse for materielt-stoffligt. Dvs. at forholdet til ting, genstande, materie, er mere entydigt, ubrudt og umiddelbart. Hvis man relaterer dette til varen som produktets historiske form, betyder det, at der gennem arbejdsaktiviteten skabes et forhold til genstandene, der domineres af brugsværdispecifikke, stoffligt-tekniske aspekter ved sansobjekterne. I den henseende kan arbejdsstedet forstås som socialisationsagentur, hvor og hvorigennem der frembringes og foregår en materialistisk tilgang til objekterne og en skoling i erfaringsmåder, der får de industrielle arbejdere til at se mere nøgternt, konkret og funktionelt på produktionsprocessens resultater. Kort sagt: den industrielle arbejder erfarer objekterne i genstandsverdenen gennem »producentbrillerne«.

Helt anderledes er det med de kommercielle lønarbejdere. De erfaringskompetencer, som disse skoles i gennem de erhvervmæssige krav, og som er ubetin-

get nødvendige både for vurderingen af egen tilstrækkelighed og for takseringen af ens antipoder i udvekslingsprocessen, på kontoret, ved skranken og ved butiksdisen, går generelt på en sensibilisering for ydre ting, for symbolske og formelle forhold, for fremtoning o. lign. Allerede på grundlag af synsindtrykket må den kommercielle agent udkaste sin strategi, må han vide, om han skal være jovial, bestemt, underdanig, overlegen, skulderklappende, teknokratisk, tillidsvækkende, kammeratlig osv., og hans fremtoning, hans tøj, hans holdning, hans opførsel, hans frisure, hans kropslugt og hans ansigtsfarve må være tilpasset hans opgave, må signalisere den til enhver tid givne antipode seriøsitet, dynamik, modebevidsthed, pålidelighed, god smag, korrekthed osv. Desuden medfører den kommercielle lønarbejders ambivalente placering, både lønafhængig og agent for kapitalen, sin herres stemme, en ambivalent holdning til hans egen person og med hensyn til hans sociale indplacering af sig selv, en ambivalens, der må føre til et brud i jeg-identiteten langs med de to forskellige sfærer, arbejde og fritid.

Idealtypisk sat på spidsen kan man beskrive de forskellige erfaringsdispositioner, der resulterer af arbejdsaktiviteten, som konkret/genstandsorienteret erfaringsmåde for den industrielle lønarbejders vedkommende og formel/symbolorienteret erfaringsmåde for den kommercielle lønarbejders vedkommende. Den genstandsorienterede erfaringsmåde bygger på erfaringsobjekternes anskueligt givne eksistens og insisterer på og orienterer sig mod tingsmæssighed, legemlighed og rumlighed, mens den symbolorienterede erfaringsmåde forstår at frigøre sig fra anskueligheden, abstraherer fra de virkelige ting og betoner formens selvstændighed. Et resultat af den kommercielle forbrugerforskning i lagspecifikke opsparingsmønstre illustrerer, hvad jeg mener. Bortset fra at medlemmerne af det laveste lag sparer og kan spare mindre, udviser deres opsparingsmønstre principielle forskelle i forhold til mellemlaget. Medlemmer af mellemlaget foretrækker entydigt investeringscertifikater, aktier, pantebreve o. lign., opsparingsformer, hvor man ikke får andet end et formelt andelsbevis i hånden. Medlemmer af det laveste lag foretrækker derimod, når de sparer, håndgribelige, synlige, genstandsmæssige investeringsgoder - en grund, et hus, en lille forretning, muligvis også en mønt- eller frimærkesamling. Alt i alt viser de empiriske undersøgelsesresultater, at industriarbejderne er mere genstandsorienterede, konkrete, materielle i deres forbrugsmønstre. Forbrugsobjekterne tages for det, som de primært er, brugsgenstande; man ser dem under det aspekt, at de er nyttige 'for mig', at de umiddelbart-konkret kan bruges til at tilfredsstille bestemte behov. De industrielle arbejdere anvender pengene som udvekslingsmiddel i en mere eksklusiv, direkte forstand; de spiser og drikker for at reproducere sig selv og for at glemme hverdagens ærgrelser, for at få lidt sjov, men ikke for at manifestere en spise- eller drikkekultur; de indretter sig på en måde, der udspringer af deres behov for kvalitet på den ene side og for afslap-

ning, behagelighed, hygge og sjov på den anden side, og som samtidig anskueligt demonstrerer, at arbejdet 'lønner' sig, men ikke for at demonstrere en 'personlig kvalitet' i det effektfulde arrangement eller i den formelt-æstetiske afstemthed; de interesserer sig for og beskæftiger sig med tingenes tekniske egenskaber og er åbne for alle tekniske fornyelser, men bekymrer sig ikke så meget om *design* og *style*; de sætter pris på rigtige, dvs. brogede, stærke farver, skinnende-glitrende overflader og stoffer, livlige mønstre og quasi-barokke former, alt hvad der giver lidt farve og glans i hverdagen, uden at bekymre sig alt for meget om afstemtheden af farve og form.

De kommercielle lønarbejderes altid på forhånd formidlede og mod ydre synspunkter orienterede forhold til mennesker og objekter, deres ambivalente erfaring af deres egen person, kan betragtes som årsag til, at de udvikler et orienteringsmønster inden for konsumtionsområdet, der i vid udstrækning ser konsumtionen som formålstjenligt middel. Deres ambivalens over for deres egen sociale situation mellem den objektive bevægelse 'nedad' mod proletariatet og den subjektive orientering 'opad' mod borgerskabet synes at fremkalde et forbrugsmønster, der tjener som middel til at demonstrere en livsstil, der adskiller sig principielt fra proletariatets livsstil. Samtidig kan man aflede en tendens til, at forbrugsgenstandene anvendes som instrumenter i selvfremsstillingen og rollespillet, på grundlag af den af kapitalen formede erfaring. Ifølge dette skulle det være karakteristisk for de kommercielle lønarbejdere, lige som - efter min mening - for det samlede, ikke-selvstændige mellemlag, at de har en tendens til *expressiv* konsumtion, ikke en »conspicuous consumption« i borgerskabets forstand, men mere et forbrugsmønster, der tenderer mod at lade varer signalisere noget om deres ejer og bruger, om hans individuelle personlighed, holdninger, anskuelser, smag og livsstil.

På grundlag af disse hypoteser kan man opstille de første, foreløbige antagelser om vareæstetikens lagspecifikke indvirkning. Det er helt givet, at reklame-mæssige og vareæstetiske foranstaltninger, der stiliserer en vare til et prestigeobjekt og statussymbol, ikke har den indflydelse på arbejdere, som man antog i 60'erne. Denne fortolkning er et udslag af fortolkernes eget lagtilhørsforhold. Desuden kan man med nogen ret hævde, at æstetiske innovationer, der lægger hovedvægten på design, style og formelt-æstetiske effekter, ikke vedkommer de industrielle lønarbejdere så meget som de kommercielle. Det betyder ikke, at den funktionalistiske side dominerer som modsætning til design og style, tværtimod: funktionalisme er ikke noget alternativ til design i dag, men kun en variation af dette. Den rene formålsbestemte form bliver til stil og forbliver abstrakt over for industriarbejdernes livsbehov. Stil overhovedet, betoningen af formen, af style, den formelt-æstetiske afstemthed og den optiske perfektion er vareæstetiske kendetegn, der sætter sine spor først og fremmest i de ikke-selvstændige mellemlags liv, der vakler frem og tilbage mellem arbejderklassen, i betydningen

industriproletariat, og borgerskabet - stil er samtidig et middel til social selv-indplacering og udtryk for den individuelle personlighed.

Sammenfattende kan man om vareæstetikens lagspecifikke indvirkninger sige følgende: vareæstetiske anstrengelser, der tendentielt synes at være mere virksomme over for industriarbejderen, er i sig selv af mere 'materiel' art. Dvs. de løfter, de giver, ligger først og fremmest i formidlingen af umiddelbar-materiel kompensation, i formidlingen af følelsen af »at få noget«, i tilbuddet om afkobling, nydelse og adspredelse, i tilbuddet om løsninger på konkrete hverdagsproblemer, i formidlingen af tilfredsstillelse ved aktiv-virksom omgang med genstandsverdenens objekter og ved individuel opnåelse af andel i de samfundsmæssige resultater i vareform. Heroverfor synes særligt de kommercielle lønarbejdere og alment de ikke-selvstændige mellemlag at være mere modtagelige for betydninger af 'ideel' art: for varer, der, i og med at man ejer og bruger dem, dokumenterer social status ved at formidle følelser af »at være noget«, for varer, der fungerer som genspejling af de ønskede selv-billeder, og som får deres ejers anskuelser og interesser, værdisystem og livsstil, til at komme til udtryk. Tilfredsstillelserne er altså af middelbar art; de realiseres først og fremmest via andres iagttagelse.

Oversat af *Nina Lykke*