

# Jak przemysł kulturowy niszczy jednostkę

20 listopada 2011

Techniki hiperindustrialnego kapitalizmu rozwinęły się aż do punktu, w którym dzień w dzień miliony osób jednocześnie podłączają się do tych samych programów w telewizji, radiu lub konsolach do gier. Ta metodycznie umasowiona konsumpcja kultury ma swoje konsekwencje w sferze pragnienia i świadomości. Rozwiewa się dziś iluzja triumfu jednostki, podczas gdy coraz wyraźniej rysują się zagrożenia dla intelektualnych, afektywnych i estetycznych zdolności człowieka.

Ostatnie dekady zdominowane były przez pewną bajkę, która swoim powabem łudziła ogromną część myślicieli politycznych i filozofów. Owa bajka, opowiadana po roku 1968, miała za zadanie sprawić, byśmy uwierzyli, iż weszliśmy w epokę „czasu wolnego”, „permissywizmu” i „płynności” struktur społecznych – krótko mówiąc, w społeczeństwo swobody i indywidualizmu. Bajka, opracowana teoretycznie pod nazwą społeczeństwa postindustrialnego, wywarła wpływ zwłaszcza na filozofię „ponowoczesną”, doprowadzając jednocześnie do jej silnego nadwątlenia. Zainspirowała socjaldemokratów twierdzeniem, iż pozostawiliśmy już za sobą epokę pracujących i konsumujących mas rodem z ery przemysłowej i przeszliśmy teraz do klasy średniej – w myśl tego proletariat znajdowałby się już na drodze swego zaniku.

Otóż ów proletariat – co wyraźnie pokazują dostępne nam dane – pozostaje bardzo istotny. W międzyczasie z kolei sproletaryzowali się bardzo pracownicy (podporządkowali maszynowym urządzeniom, które pozbawiają ich inicjatywy i wiedzy zawodowej), przez co proletariat bardzo się powiększył. Jeśli zaś chodzi o klasę średnią, to wypada stwierdzić, że uległa pauperyzacji. Mówienie o dzisiejszym rozwoju wolnego

czasu – tj. czasu wolnego od wszelkiego przymusu, w sensie „absolutnego dysponowania”, jak powiada słownik – nie nosi znamiona oczywistości, ponieważ funkcją owego rozwoju nie jest bynajmniej uwolnienie czasu przynależnego jednostce, lecz kontrolowanie go, tak by można było dokonywać jego hiperumasowienia. W efekcie mamy tu do czynienia z narzędziami zmuszającymi do nowego dobrowolnego poddaństwa. Ogół owych narzędzi, wytworzony i zorganizowany przez przemysł kulturowy i rozmaite programy, składa się na to, co Gilles Deleuze [1] nazwał „społeczeństwami kontroli”. Społeczeństwa te rozwijają kapitalizm kulturowy i usługi, które wytwarzają wszelkiego rodzaju składowe sposobów życia, przekształcają życie codzienne, podporządkowując je zaspokajaniu jego bezpośrednich interesów, standaryzują egzystencję w myśl idei concepts marketing. Dlatego też wcale nie dziwi, że mówi się dziś o lifetime value, oznaczającej ekonomicznie obliczalną wartość czasu życia jednostki. Jednostki, której wartość wewnętrzna zostaje pozbawiona wszelkiej wyjątkowości i indywidualności.

Marketing, jak dostrzegł Deleuze, stał się „instrumentem kontroli społecznej” [2]. A rzekomo „postindustrialne” społeczeństwo stało się, przeciwnie, hiperindustrialne [3]. Dzisiejsza epoka, daleka od epoki dominacji indywidualizmu, jawi się jako czas, gdy zachowania ludzkie stają się stadne, jako epoka uogólnionej utraty indywiduacji.

Pojęcie utraty indywiduacji, wprowadzone przez Gilberta Simondona [4], wyrażało to, co przydarzyło się w XIX w. robotnikowi pozostającemu w służbie maszyny-narzędzia: utracił swoje praktyczne umiejętności [savoir faire], a tym samym swoją indywidualność. Został przez to zredukowany do warunków, jakie cechują proletariusza. Od tej pory jest konsumentem, zestandaryzowanym w swoich zachowaniach przez sztuczne formowanie i sztuczną fabrykację jego pragnień. Traci w ten sposób swoją wiedzę o tym, jak żyć, tj. wiedzę o różnorodnych możliwościach egzystencji. Zastępują je normy, reprezentowane dziś przez marki, nad którymi Mallarmé snuł namysł w La

Dernière Mode. „Racjonalnie” promowane przez marketing, przypominają one owe „biblie” kodyfikujące zasady zarządzania funkcjonowaniem barów szybkiej obsługi działających w oparciu o koncesję, zasady, do których koncesjonariusz musi się stosować dosłownie, pod groźbą zerwania umowy lub procesu.

To pozbawienie indywiduacji, a zatem egzystencji, niesie ze sobą skrajne zagrożenie: Richard Durn, zabójca ośmiu członków rady miejskiej w Nanterre, wyznał w swoim intymnym dzienniku, że miał potrzebę „uczynienia zła, aby przynajmniej raz w życiu poczuć, że istnieje” [5].

W 1930 r. Freud pisał, że dzisiejszy człowiek, choć wyposażony przez technologię przemysłową w atrybuty boskości, „nie czuje się szczęśliwy w swym podobieństwie do boga” [6]. Dokładnie to czyni hiperindustrialne społeczeństwo z ludzkimi istotami: pozbawiając je indywidualności doprowadza do tego, iż powstaje stado istot obdarzonych bólem egzystencji, a jednocześnie bólem stawania się, tzn. skazą na przyszłości. Te nie-ludzkie stada charakteryzuje coraz bardziej tendencja do wpadania w furję – Freud już w latach 20. zeszłego wieku szkicował w Psychologii zbiorowości i analizie „ja” diagnozę owych zbiorowości powracających do stanu hordy, zbiorowości zamieszkiwanych przez popęd śmierci odkryty w Poza zasadą przyjemności, którego funkcjonowanie Freud ponownie rozpatrzył dziesięć lat później w książce Kultura jako źródło cierpień. Tymczasem totalitaryzm, nazizm i antysemityzm rozlewały się po całej Europie.

Co ciekawe, Freud, choć mówi o gramofonie, telefonie i fotografii, nie wspomina w ogóle o radiu, ani też – co jeszcze bardziej dziwi – o kinie, z którego użytek czynili Mussolini i Stalin, następnie Hitler, kinie, w odniesieniu do którego pewien amerykański senator powiedział w 1912 r., że „trade follows films” („handel podąża w ślad za filmami”) [7]. Tym bardziej nie wydaje się, iżby w wyobraźni Freuda było miejsce na telewizję, a pamiętajmy, że naziści eksperymentowali z telewizyjnymi publicznymi emisjami już od kwietnia 1935 r. W

tym samym czasie Walter Benjamin [8] analizował zjawisko, które określił mianem „masowego narcyzmu”: przejęcie kontroli nad mediami przez siły totalitarne. Ale nie wydaje się, by lepiej od Freuda zdawał sobie sprawę z nastającego we wszystkich państwach, włączając w to państwa demokratyczne, ściśle funkcjonalnego wymiaru rodzącego się przemysłu kulturowego.

## **PSYCHOLOGICZNA NĘDZA ZBIOROWOŚCI**

Inaczej było w przypadku Edwarda Bernaysa, siostrzeńca Freuda, który dokonał teoretyzacji owego funkcjonalnego wymiaru mediów. Wykorzystał niezmierzone wprost możliwości poddawania kontroli tego, co jego wuj określił mianem „ekonomii libidalnej”. Bernays rozwijał teorię i praktykę public relations, techniki perswazji i teorie nieświadomości, z których praktyczny użytek zrobił na zamówienie producenta papierosów Philipa Morrisa w latach 30. XX w. – tj. w czasie, gdy Freud odczuwał popęd śmierci wzbierający na sile przeciwko cywilizacji [9]. Ten ostatni jednak nie interesował się tym, co działo się w owym czasie w Ameryce. Oprócz pewnej nad wyraz osobliwej uwagi. Freud stwierdza bowiem, iż jest zobligowany do pozostawania w gotowości na „niebezpieczeństwo powstania stanu, który można określić mianem psychologicznej nędzy zbiorowości. Niebezpieczeństwo to najpoważniej zagraża wtedy, gdy więź społeczna istnieje głównie za sprawą wzajemnego utożsamienia się uczestników, podczas gdy indywidua przywódcze nie mogą osiągnąć takiego znaczenia, jakie powinno im przypadać w formacji zbiorowej”. Nieco dalej przyznaje, że „obecny stan kultury amerykańskiej mógłby nam dać dobrą okazję do przestudiowania tych zatrważających szkód kulturowych, obejdę jednak tę pokusę wdawania się w krytykę kultury amerykańskiej; nie chcę sprawiać wrażenia, że sam posługuję się tu metodami amerykańskimi” [10].

Trzeba było czekać na Theodora W. Adorno i Maxa Horkheimera [11] demaskujących „amerykański sposób życia”, aby funkcja przemysłu kulturowego została naprawdę poddana analizie,

uzupełniając tym samym krytykę mediów, która pojawiła się w pierwszej dekadzie XX w. wraz z Karlem Krausem [12].

Nawet jeśli ich analizy pozostają niewystarczające [13], to zrozumieli oni, iż przemysł kulturowy stanowi jeden system wraz z przemysłem *tout court*, którego funkcja polega na fabrykowaniu zachowań konsumpcyjnych przez umasowienie sposobów życia. Chodzi w istocie o to, by zapewnić w ten sposób nieprzerwany zbył produktów na nowo wytwarzanych przez aktywność ekonomiczną, produktów, których potrzeby konsumenci nie odczuwają w sposób spontaniczny. Pociąga to za sobą endemiczne niebezpieczeństwo nadprodukcji, a zatem kryzysu ekonomicznego, którego nie sposób zwalczyć (nie podważając jednocześnie całości systemu) inaczej, jak tylko na drodze rozwoju tego, co w oczach Adorna i Horkheimera jest właśnie barbarzyństwem.

Po II wojnie światowej pałeczka w sztafecie teorii public relations została przejęta przez „badania nad bodźcami”, mające na celu wchłonięcie szacowanej na 40% nadwyżki produkcji w momencie powrotu do pokoju. W roku 1955 pewna agencja reklamowa pisała, że tym, co stanowi o wielkości Ameryki Północnej, „jest tworzenie potrzeb i pragnień, a jednocześnie wytwarzanie odrazów do tego, co stare i niemodne” – promocja gustów zakłada wytwarzanie niechęci, która jako taka wpływa zwrotnie na same gusty. A wszystko to realizowane jest w odwołaniu do „podświadomości” [subscient] po to, by przezwyciężyć trudności, jakie napotyka przemysł w zmuszaniu Amerykanów do kupowania tego, co są w stanie wyprodukować jego fabryki [14].

We Francji od XIX w. istniały organy ułatwiające przyjmowanie produktów przemysłowych, które wstrząsały sposobami życia, organy jednocześnie aktywnie walczące z oporami, jakie wzniecały owe wstrząsy: w ten sposób stworzona została „reklama” przez Emile’a de Girardina i biura informacji prasowej przez Louisa Havasa. Ale dopiero w momencie, gdy pojawił się przemysł kulturowy (kino i płyta gramofonowa), a

zwłaszcza jego programy (radiowe i telewizyjne), rozwinęły się czasowe przedmioty przemysłowe. Pozwalają one na intymną kontrolę zachowań jednostek, przekształconych teraz w zachowania masowe. W ten sposób odizolowany przed swoim urządzeniem widz, w odróżnieniu od tego, jak czuje się w kinie, zachowuje złudzenie spędzania wolnych chwil na osobności.

Podobnie jest w przypadku „czasu wolnego”, który w sferze hiperindustrialnej na wszystkie aktywności ludzkie rozszerza kompulsywne i mimetyczne zachowania konsumentów: w myśl tego wszystko ma stać się konsumowalne – edukacja, kultura i zdrowie, podobnie jak proszek do prania i guma do żucia. Ale iluzja, którą w celu osiągnięcia tego należy utrzymywać, może wyłącznie prowokować frustracje, utratę zaufania i instynkty destrukcyjne. Siedząc sam przed moim telewizorem zawsze bowiem mogę sobie powiedzieć, że zachowuje się w sposób ściśle indywidualny. Ale w rzeczywistości robię dokładnie to samo, co czynią setki tysięcy telewidzów oglądających ten sam program.

Działalność dzisiejszego przemysłu stała się ogólnoswiatowa. Wykorzystując odpowiednie technologie przemysł porozumiewa się w kwestii realizacji przedsięwzięć ekonomicznych na gigantyczną skalę. Dotyczy to również kwestii kontrolowania i ujednolicania zachowań: jest to domena przemysłu programowego. W tym celu przemysł ów używa przedmiotów czasowych, które kupuje i rozprowadza, by pochwycić czas świadomości składających się na jego publiczność, i które sprzedaje spikerom.

Przedmiot czasowy – melodia, film lub emisja radiowa – jest ukonstytuowany przez czas, w którym upływa, co Edmund Husserl [15] nazywa przepływem. Jest to przedmiot, którego istotą jest właśnie upływ. U jego podstaw tkwi fakt, iż niczym świadomości, które jednoczy, znika w miarę jak się pojawia. Wraz z narodzinami radia cywilnego (1920), następnie pierwszych programów telewizyjnych (1947), przemysł oprogramowania produkuje przedmioty czasowe, które zbiegają

się w czasie ich upływu z upływem czasu świadomości, których są przedmiotami. Zbieżność ta pozwala świadomości przyjmować czas owych przedmiotów czasowych jako swój własny czas. Współczesny przemysł kulturowy może w ten sposób sprawiać, iż masy odbiorców przyjmują czas konsumpcji pasty do zębów, wody gazowanej, butów, samochodów itd. Jest to niemal wyłączny sposób finansowania przemysłu kulturowego.

„Świadomość” z istoty jest świadomością siebie samego: świadomością pojedynczości. Mogę powiedzieć „ja” tylko dlatego, że daję sobie samemu mój własny czas. Z kolei przemysł kulturowy, jako olbrzymie narzędzie synchronizacji, zwłaszcza w przypadku telewizji, jest maszyną do likwidacji tego „siebie”, którego techniki Michel Foucault [16] studiował pod koniec swojego życia. Gdy dziesiątki bądź setki milionów widzów ogląda jednocześnie ten sam program na żywo, wtedy świadomości z całego świata uwewnętrzniają te same przedmioty czasowe. I jeśli codziennie powtarzają one, o tej samej porze i w regularny sposób, te same zachowania audiowizualnej konsumpcji, ponieważ wszystko wokół ich do tego zmusza, to owe „świadomości” kończą, stając się świadomością tej samej osoby – to znaczy nikim [17]. Nieświadomość stada uwalnia jądro popędowe, którego nie krępuje już pragnienie – pragnienie bowiem z istoty zakłada pojedynczość.

W latach 40. XX w. przemysł amerykański wciela w życie techniki marketingu, które nie przestają się od tej pory intensyfikować i wytwarzają nędzę symboliczną, ale również libidalną i afektywną. Ta ostatnia prowadzi do utraty tego, co nazwałem narcyzmem pierwotnym [18].

Postindustrialna bajka nie pojmuje, iż siła współczesnego kapitalizmu opiera się na jednoczesnej kontroli produkcji i konsumpcji, które są regulatorami aktywności mas. Wspiera się na fałszywej idei głoszącej, że jednostka jest tym, co jest przeciwstawne grupie. Simondon doskonale pokazał, że, przeciwnie, jednostka jest procesem, który nie przestaje stawać się tym, czym jest. Nie podlega indywiduacji

psychicznej inaczej, jak tylko w sposób kolektywny. Tym, co czyni ową indywiduację istotnie zbiorową, jest fakt, iż indywiduacja jednostek i grup jest rezultatem przyswojenia przez każdą pojedynczość tego, co Simondon nazywa podstawą preindywidualną, wspólną dla wszystkich tych pojedynczości.

Ta preindywidualna podstawa, będąca dziedzictwem pochodzącym ze zgromadzonego doświadczenia pokoleń, żyje tylko w tej mierze, w jakiej jest przyswajana w sposób pojedynczy i w ten sposób przekształcana przez partycypację w niej psychicznych jednostek, które ową wspólną podstawę ze sobą dzielą. Ale z tym wspólnym dzieleniem mamy do czynienia tylko wtedy, gdy jest ono każdorazowo zindywiduowane, a jest takim tylko w tej mierze, w jakiej nadany zostaje mu charakter pojedynczości. Grupa społeczna ustanawia się jako układ synchroniczny w stopniu, w jakim rozpoznaje się we wspólnym dziedzictwie, oraz diachroniczny, w tej mierze, w jakiej umożliwia i legitymizuje przyswojenie w sposób pojedynczy, przez każdego członka grupy, preindywidualnych podstaw.

Przemysł oprogramowania dąży, na odwrót, do przeciwstawiania sobie synchronii i diachronii, w celu wytworzenia hipersynchronizacji, która czyni z istoty niemożliwym pojedyncze przyswojenie podstaw preindywidualnych, zapewnianych przez programy. Siatka owych programów zastępuje to, co André Leroi-Gourhan [19] nazywa programami społeczno-etnicznymi: przeznaczeniem siatki jest to, by moja przeżyta przeszłość dążyła do utożsamienia się z przeżyta przeszłością moich sąsiadów i aby nasze zachowania stawały się coraz bardziej stadne.

„Ja” jest świadomością składającą się z czasowego przepływu tego, co Husserl nazywa retencjami pierwotnymi, tzn. tego, co świadomość zatrzymuje [retient] w „teraz” przepływu, z którego się składa. W ten sposób nuta, która rozbrzmiewa w nucie, przedstawia się mojej świadomości jako punkt przejścia melodii: nuta wcześniejsza pozostaje w niej obecna, zachowana przez i w teraz; ustanawia nutę, która następuje po niej,

wchodząc z nią w pewien stosunek, interwał. Podobnie jak zjawiska, które odbieram i które wytwarzam (melodia, którą gram lub słyszę, fraza, którą wypowiadam lub której słucham, gesty lub działania, których dokonuję lub którym się poddaje itd.), tak moje świadome życie składa się z istoty z takich retencji.

Retencje te są bowiem wyborami: nie zatrzymuję [retiens] wszystkiego, co może być zatrzymane [20]. W przepływie tego, co się zjawia, świadomość operuje na wyborach, stanowiących właściwe retencje: jeśli dwa razy z rzędu słyszę tę samą melodię, moja świadomość przedmiotu ulega zmianie. Wyborów tych dokonuję poprzez filtry, które składają się z retencji wtórnych, tzn. przypomnień uprzednich retencji pierwotnych, które zachowuje pamięć i które konstytuują doświadczenie.

## **RUINA NARCYZMU**

Życie świadomości polega właśnie na takich zestawieniach retencji pierwotnych, przefiltrowanych przez retencje wtórne; z kolei stosunki między retencjami pierwotnymi i wtórnymi są naddeterminowane przez retencje trzeciego stopnia: przedmioty stanowiące wsparcie pamięci i mnemotechniki, pozwalające na rejestrację śladów – zwłaszcza fotogramy, fonogramy, kinematogramy, wideogramy i technologie cyfrowe stanowiące technologiczną infrastrukturę społeczeństw kontroli w epoce hiperindustrialnej.

Retencje trzeciego stopnia są tymi retencjami, które niczym alfabet dają podstawy dostępu do preindywidualnych podstaw wszelkiej psychicznej i kolektywnej indywiduacji. Istnieją w każdym ludzkim społeczeństwie. Warunkują indywiduację, jako podzielana przestrzeń symboliczna, umożliwiającą uzewnętrznienie indywidualnego doświadczenia w śladach. Z kolei gdy owe retencje trzeciego stopnia uzyskują charakter przemysłowy, stanowią technologię kontroli, która w zasadniczy sposób zmienia wymianę symboliczną: w oparciu o opozycję producentów i konsumentów pozwalają na hipersynchronizację

czasu poszczególnych świadomości.

O świadomościach tych można zatem powiedzieć, że coraz bardziej są utkane z tych samych retencji wtórnych i dążą do wybierania tych samych retencji pierwotnych, a ostatecznie do upodobnienia się: konstatają więc, iż nie mają sobie nic wielkiego do powiedzenia i spotykają się coraz rzadziej. W ten sposób obserwujemy ich odwrót ku samotności, samotności przed ich ekranami, przed którymi, o ironio, coraz mniej czasu mogą poświęcać czasowi wolnemu – czasowi wolnemu od wszelkiego przymusu.

Owa nędza symboliczna prowadzi do ruiny narcyzmu. W jej wyniku rozpływa się również to, co ekonomiczne i to, polityczne. Zanim staje się patologią, narcyzm warunkuje psyche, pragnienie i pojedynczość [21]. Wraz z nastaniem marketingu nie chodzi już tylko o to, by zagwarantować wytwórcy reprodukcję, lecz o to, by kontrolować fabrykowanie, reprodukcję, dywersyfikację i segmentację potrzeb konsumenckich. A zatem to energie egzystencjalne zapewniają funkcjonowanie systemu, jako owoce pragnienia wytwórców, z jednej strony, i konsumentów z drugiej: praca, jako konsumpcja, reprezentuje libido pojmane i skanalizowane. Praca w ogóle, jako taka, jest sublimacją zasady rzeczywistości. Ale praca podzielona w sposób przemysłowy wnosi coraz mniej sublimacyjnego i narcystycznego zaspokojenia, a konsument odznaczający się pojmanym libido znajduje coraz mniej przyjemności w konsumpcji: rozpływa się, sparaliżowany przymusem powtarzania.

W społeczeństwach modulacji będących społeczeństwami kontroli [22] chodzi o uzależnianie, za pomocą audiowizualnych i cyfrowych technologii iaisthesis [23], czasu świadomości i nieświadomości ciał i dusz. W epoce hiperindustrialnej estetyka – jako wymiar sfery symbolicznej, który stał się zarazem bronią, jak i teatrem wojny ekonomicznej – zastępuje zmysłowe doświadczenie psychicznych i społecznych jednostek warunkowaniem zachowań społeczeństwa hipermasowego.

Hipersynchronizacja prowadzi do utraty indywidualizacji na drodze homogenizacji przeszłości jednostek, rujnując tym samym narcyzm pierwotny i proces indywiduacji psychicznej i zbiorowej: to, co wcześniej pozwalało na dokonanie rozróżnienia między ja i my, odtąd istnieje jako mieszanina w symbolicznym kalectwie amorficznego się. Nie wszyscy są jednakowo wystawieni na mechanizmy kontroli. Przeżywamy zatem estetyczne przełamanie, jak gdyby my dzieliło się na dwa. Ale nas wszystkich, a tym bardziej nasze dzieci, czeka ten posępny los – jeśli nie uczynimy nic, by z tym walczyć.

XX wiek dokonał optyimizacji warunków i artykulacji produkcji i konsumpcji, używając do tego technologii obliczeniowych i informatycznych w celu kontrolowania produkcji i inwestycji oraz technologii komunikacji w celu kontroli konsumpcji i zachowań społecznych, włączając w to zachowania polityczne. Aktualnie możemy obserwować integrację tych dwóch sfer. Tym razem wielkim złudzeniem nie jest już „społeczeństwo czasu wolnego”, lecz „personalizacja” indywidualnych potrzeb. W tym kontekście Félix Guattari [24] mówił niegdyś o produkcji „dywiduów”, tzn. partykularyzacji pojedynczości przez ich podporządkowanie technologiom kognitywnym.

Technologie te pozwalają – poprzez ustalanie profili użytkowników (users profiling) i innych nowych metod kontroli – na wyrafinowane użycie mechanizmów warunkowania, w odwołaniu tak do Pawłowa, jak i Freuda. W ten sposób działają usługi zachęcające czytelników danej książki do lektury innych książek czytanych przez innych czytelników owej książki. Lub też wyszukiwarki, które oceniają najczęściej odwiedzane strony internetowe, wzmacniając tym samym ich odwiedzalność i ustanawiając skrajny współczynnik „oglądalności”.

Odtąd zatem te same maszyny cyfrowe sterują, przy pomocy tych samych norm i standardów, procesami produkcji programowalnych maszyn elastycznych serwisów sterowanych zdalnie (remote control), a przemysłowa robotyka staje się mnemotechnologią produkcji. W służbie marketingu organizują one również

konsumpcję. Nie idzie tu o rozkwit masowego narcyzmu, o czym przekonany był jeszcze Benjamin, lecz, odwrotnie, o masową destrukcję indywidualnego i zbiorowego narcyzmu na drodze ustanowienia hipermasowości. Jest to, ściśle rzecz biorąc, likwidacja wyjątku, tzn. uogólnione nadawanie zbiorowościom cech stada, będące konsekwencją eliminacji narcyzmu pierwotnego.

Czasowe obiekty przemysłowe w miejsce zbiorowych sfer wyobrażonych i w miejsce historii indywidualnych w łonie procesu indywiduacji psychicznej i zbiorowej podstawiają masowe standardy, które zmierzają do redukcji pojedynczości praktyk indywidualnych i ich charakteru wyjątkowości. Wyjątek bowiem jest regułą, ale regułą, której nigdy nie sposób sformułować: żyje tylko w nieregularności, tzn. nie jest formalizowalny i obliczalny przez aparat zwykłego opisu, który można zastosować do wszystkich przykładów stanowiących różne przypadki tej reguły przez odstępstwo od niej. Oto dlatego przez długi czas owa reguła odsyłała do Boga, który stanowił absolutną nieregularność i jako taki stanowił regułę nieporównywalności poszczególnych pojedynczości. Pojedynczości te marketing czyni całkiem porównywalnymi i podatnymi na kategoryzację, przekształcając je tym samym w puste partykularności, do wyregulowania przez pochwycenie energii libidalnych procesie zarazem hipermasyfikacji i hipersegmentacji.

Chodzi w istocie o ekonomię anty-libidalną. Przedmiotem pożądania jest bowiem przecież wyłącznie to, co jest pojedyncze i pod tym względem wyjątkowe. Pragnę tylko tego, co wydaje mi się wyjątkowe. W przypadku ekonomii anty-libidalnej nie sposób mówić o pragnieniu banalności, lecz o przymusie powtarzania, który zmierza do banalizacji: psyche jest konstytuowana przez Erosa i Tanatosa, dwie tendencje, które nieustannie się przenikają. Przemysł kulturowy i marketing dążą do rozwinięcia pragnienia konsumpcji, ale w rzeczywistości wzmacniają popęd śmierci, by wywoływać i

wykorzystywać zjawisko przymusu powtarzania. Przeciwstawiają się w ten sposób popędowi życia: przez to i na mocy tego, iż pragnienie jest z istoty związane z konsumpcją, proces ten jest autodestrukcyjny lub też, jak powiedziała by Jacques Derrida, cechuje się samo-odpornością bądź samo-nienaruszalnością [25].

Mogę pragnąć pojedynczości czegoś tylko w tej mierze, w jakiej owa rzecz stanowi zwierciadło pojedynczości, którą jestem ja sam, pojedynczości, której nie mam świadomości i którą rzecz ta przede mną objawia. Ale w tej mierze, w jakiej kapitał musi dokonywać hiperumasowienia ludzkiego zachowania, musi dokonywać analogicznej operacji w przypadku pragnień i sprawiać, że jednostki stają się stadne. Odtąd wyjątek jest tym, z czym należy walczyć – antycypację tego odnajdujemy u Nietzschego, który stwierdził, iż demokracja przemysłowa może zrodzić z siebie jedynie społeczeństwo-stado. W tym tkwi prawdziwa aporia przemysłowej ekonomii politycznej. Objęcie kontrolą ekranów, na które projektowane są pragnienia wyjątku, pociąga bowiem za sobą dominującą tendencję tanatologiczną [26], czyli w efekcie entropiczną. Tanatos stanowi poddanie porządku pod władzę nieporządku. Jako nirwana Tanatos zmierza do zrównania wszystkiego: jest to tendencja do negacji wszelkiego wyjątku – tj. tego, czego pragnie pragnienie.

## **KWESTIA POJEDYNCZOŚCI**

Wziąwszy to wszystko pod uwagę trzeba stwierdzić, iż to, co we Francji nazwano „wyjątkiem kulturowym”, jest w istocie smutną przykrywką dla głębi, jaką niosą ze sobą te pytania. Mimo że środki, jakie należałoby tu przedsięwziąć, są doprawdy niezbędne, to jednak kwestia ta uległa instrumentalizacji niczym prosty polityczny slogan. Zwalnia to z obowiązku refleksji nad zagadnieniem wyjątku w ogóle, jak również utrudnia nam zdanie sobie sprawy z wyzwań stawianych przez społeczeństwo hiperindustrialne oraz ze skutków, jakie ze sobą niesie w postaci nędzy symbolicznej. Nowomowa z pierwszorzędnego dla światowego społeczeństwa pytania czyni

kwestię wtórną, regionalną i odnoszącą się tylko do sektorów bądź też „korporacyjną”, a jej argumenty zmierzają do likwidacji, w ramach międzynarodowych umów handlowych, wszelkiego wymiaru wyjątkowości.

Kwestia ta nie ogranicza się do życia tego, co nazywamy „kulturą”, którą zajmuje się mające w nazwie to słowo ministerstwo. Dziś codzienna egzystencja we wszystkich jej aspektach poddana jest hiperindustrialnej determinacji trybów życia codziennego. Jest to w istocie najbardziej niepokojący problem ekologii przemysłowej [27]: zdolności mentalne, intelektualne, afektywne i estetyczne ludzkości są w niej w wysokim stopniu zagrożone, i to w tym samym momencie, gdy grupy ludzkie dysponują środkami zniszczenia, jakich dotąd nie znała ludzkość.

Rozsyпка, w skład której wchodzi ta ruina libido, ma również wymiar polityczny. W tym stopniu, w jakim osoby odpowiedzialne za politykę przyjmują techniki marketingowe, by siebie samych przekształcić w produkty, wyborcy ze swojej strony doznają w zetknięciu z nimi tej samej odrazy, co w przypadku innych produktów.

Nadszedł czas, by obywatele i ich reprezentanci wreszcie się obudzili: kwestia pojedynczości stała się kluczowa i nie sposób wyobrazić sobie polityki przyszłości, która nie byłaby polityką pojedynczości – dziś w obliczu jej braku rozkwitają skrajne nacjonalizmy i integryzmy wszelkiej maści. Jak wytworzyć pragnienie w hiperindustrialnym społeczeństwie jutra? Jak nie zastanawiać się nad zorganizowaną z wyprzedzeniem ucieczką? Konieczne jest tu założenie, że sama polityka będzie wzorcowym czynnikiem wytwarzającym pragnienie. Elektorat który głosuje przeciwko rządowi, a nie na partię lub jakikolwiek program, cierpi z powodu uogólnionego zniszczenia ekonomii libidalnej i pragnienia politycznego, które nie znajduje już zaspokojenia: filia, przez którą Arystoteles definiuje relację między obywatelami, jest wszakże owocem wysoce wyrafinowanej i cierpliwie wykształconej ekonomii

libidalnej.

Kwestia kultury nie jest czymś politycznie przygodnym: jest samym sercem polityki. Kultura bowiem to również libido, które przemysłowa aktywność tak bardzo chce pochwycić. Polityka zatem musi być w pierwszym rzędzie polityką kulturową. Nie w tym sensie, iż ministerstwo kultury służy bądź nie rozmaitym i zróżnicowanym klientelom poszczególnych zawodów w dziedzinie kultury. Polityka kulturowa musi być krytyką ograniczeń narzucanych przez hiperindustrialny kapitalizm, który stał się niszczycielem organizacji społecznych, składających się na procesy indywiduacji psychicznej i zbiorowej.

Autor: Bernard Stiegler

Tłumaczenie: Maciej Kropiwnicki

Źródło: [Le Monde diplomatique](#)

## **O AUTORZE**

Bernard Stiegler – filozof, pełnił m.in. funkcję dyrektora badań naukowych w Collège international de philosophie i dyrektora paryskiego instytutu badań nad dźwiękiem i muzyką elektroakustyczną IRCAM. Autor m.in. *Mécréance et discrédit* [Niedowiarstwo i utrata kredytu zaufania] i *De la misère symbolique* [O nędzy symbolicznej], Galilée, Paris, odpowiednio: 2004 i 2005.

## **PRZYPISY**

[1] Gilles Deleuze (1925-1995), francuski filozof.

[2] Gilles Deleuze, *Negocjacje*. 1972-1990, przeł. Michał Herer, Wydawnictwo Naukowe DSWE TWP, Wrocław 2007.

[3] Por. Bernard Stiegler, *De la misère symbolique*. 1 – *L'époque hyperindustrielle*, Galilée, Paris 2004.

[4] Gilber Simondon (1924-1989), francuski filozof.

[5] *Le Monde*, 10 kwietnia 2002. Zob. też Bernard Stiegler,

Aimer, s'aimer, nous aimer, du 11 septembre au 21 avril, Galilée, Paris 2003.

[6] Sigmund Freud, Kultura jako źródło cierpień, przeł. Robert Reszke, [w:] tegoż, Dzieła, t. 4: Pisma społeczne, KR, Warszawa 1998, s. 187.

[7] Zob. Jean-Michel Frodon, La Projection nationale. Cinéma et nation, Odile Jacob, Paris 1998.

[8] Walter Benjamin (1892-1940), niemiecki filozof.

[9] Por. film dokumentalny Adama Curtisa pt. The Century of the Self (prod. BBC, 2002), <http://video.google.com/videosearch?q=Propaganda+in+America> (przyp. tłum).

[10] Sigmund Freud, dz. cyt., s. 205.

[11] Theodor W. Adorno (1903-1969) i Max Horkheimer (1895-1973), niemieccy filozofowie, założyciele Szkoły Frankfurckiej.

[12] Karl Kraus (1874-1936), austriacki pisarz i krytyk mediów.

[13] W mojej książce La Technique et le Temps. 3 – Le temps du cinéma et la question du mal-être (Galilée, Paris 2001, rozdział 1) podjąłem próbę pokazania, dlaczego można mówić o niewystarczalności owych analiz: autorzy używają na własny rachunek Kantowskiej idei schematyzmu, nie dostrzegając, iż przemysł kulturowy wymaga właśnie krytyki kantyizmu.

[14] Vance Packard, La Persuasion clandestine, Calmann-Lévy, Paris 1958.

[15] Edmund Husserl (1859-1938), niemiecki filozof, ojciec fenomenologii.

[16] Michel Foucault (1926-1984), francuski filozof.

[17] W oryginale nieprzetłumaczalna gra słów: osoba (la personne) – nikt (personne) (przyp. tłum.).

[18] Zob. Bernard Stiegler, *Aimer, s'aimer...*, dz. cyt.

[19] André Leroi-Gourhan (1911-1986), francuski archeolog i antropolog (przyp. tłum.).

[20] Retencje pierwotne formują stosunki. Np. nuty arpeggiowane w melodii, które formują interwały i akordy, lub też miejsca semantyczne i syntaktyczne w zdaniu.

[21] Por. sformułowanie Freuda: „Decydujące stało się tu wprowadzenie pojęcia narcyzmu, to znaczy uzyskanie wglądu w to, że samo «ja» jest obsadzone przez libido, że nawet jest ono pierwotnym matecznikiem libido i że w pewnej mierze jest ono jego kwaterą główną” (*Kultura jako źródło cierpień*, dz. cyt., s. 206).

[22] Por. Gilles Deleuze, *Negocjacje*, dz. cyt.

[23] Z gr.: to, co zmysłowe, stanowiące doświadczenie.

[24] Félix Guattari (1930-1992), psychoanalitik, pionier antypsychiatrii.

[25] Fr. auto-immunitaire. Por. Jacques Derrida, *Wiara i wiedza*, przeł. Piotr Mrówczyński, [w:] Jacques Derrida, Gianni Vattimo i in., *Religia*, KR, Warszawa 1999 (przyp. tłum.).

[26] Tj. dotyczącą śmierci.

[27] Zob. również Bernard Stiegler, *Philosopher par accident. Entretiens avec Elie During*, Galilée, Paris 2004.