

Utopinis K. Marxo teorijos gero gyvenimo kriterijus: gamybos ir vartojimo sintezė

Nijolė Narbutaitė

*Kultūros, filosofijos ir meno institutas,
Dabartinės filosofijos skyrius,
Saltoniškio g. 58,
LT-08105 Vilnius,
el. paštas nijolenarbutaite@delfi.lt*

Straipsnyje analizuojama marksistinė socialinės tikrovės aiškinimo schema bei jos taikymas. Teleologinis marksizmo angažuotumas išpraudžia tikrovę ir akivaizdžiai supaprastintą istorinio žmonijos vystymosi rėmą, kuris neleidžia adekvačiai analizuoti socialinių reiškinių. Taip atsitinka dėl to, jog marksizmas yra ne tik viena iš daugelio tikrovę aiškinančių teorijų. Marksizmas pirmiausia yra ideologija, t. y. veiksmą ir mintą sujungianti sistema, nuolat apeliuojanti ir politinės, socialinės, ekonominės ir kultūrinės realybės ir idealo neatitikimą, kuris pašalinamas tik pasitelkiant utopiną sprendimą.

Raktažodžiai: marksizmas, gamyba, vartojimas, darbinės vertės teorija, bazės-antstato sąveika, utopija

„Kai tik atsiranda darbo padalijimas, kiekvienas gauna tam tikrą, iðimtina veiklos sferą, kuri jam primetama ir iš kurios jis negali ištrūkti: jis yra medžiotojas, ūvejys arba piemuo, arba kritinis kritikas ir turi likti toks, jei nenori netekti pragyvenimo reikmenų, – tuo tarpu komunistinėje visuomenėje, kur niekas neturi iðimtinės veiklos sferos ir dėl to kiekvienas gali lavintis bet kurioje ūakoje, visuomenė reguliuoja visą gamybą ir kaip tik tuo žmogų žgalina šiandien daryti viena, o rytoj – kita, iš ryto medžioti, popiet ūvejoti, vakare prižiūrėti gyvulius, po vakarienės – kritikuoti, – kaip ūirdis geidžia, – nepasidarant dėl to medžiotoju, ūveju, piemeniu arba kritiku“ [12: 26].
K. Marx. *Vokiečių ideologija*.

AVADAS

Dar visai neseniai – kà tik pasibaigusio amžiaus devintajame dešimtmetyje – visas pasaulis stebėjo sunkiai pervertinamos reikšmės procesà: vienas po kito plugo visi Rytø Europos komunistiniai reþimai. Reþimai, kuriø vadai ir pasekėjai ideologinės stiprybės sėmėsi iš, rodos, niekad neiðseksiančios marksizmo versmės. Be abejo, tokio masto socialinės bei moralinės tvarkos pokyčiai sąlygoja daugybės ávairiausio – mokslinio, publicistinio, elementaraus kasdienio – lygmens ir pobūdžio interpretacijø atsiradimą. Socialiniuose, humanitariniuose moksluose ši grūtis privertė vėl sugrąžti prie fundamentalaus metodologinio klausimo: individø ar ir juos neiðskaidomø kolektyvø veiksmi lemia pokytà? Akivaizdu, jog minėti ávykiai sustiprina pirmàjà, individualistinę metodologijos poziciją. XX a. antrojoje pusėje nemaþai ekonomistø, filosofø, politologø ar sociologø bûtø pritarę pozicijai, kurià glaustai ir aiðkiai suformulavo norvegø filosofas, politologas Jonas Elsteris: „Elementarus socialinio gyvenimo vienetas – tai konkretus žmogaus veiksmas. Paaiðkinti socialines institucijas arba jø kaità – vadinasi, paaiðkinti, kaip jos atsiranda ir kinta priklausomai nuo individø veik-

mø bei jø sąveikos“ [3: 13]. Tačiau, kaip paþymi kitas socialinio mokslø teoretikas Martinas Hollis, ne maþiau svarbus ir ontologinis bei epistemologinis socialinio problemø statusas, t. y. atsakymai ir klausimai: kokia yra paties pasaulio, ar, kitaip tariant, socialinės tikrovės, prigimtis bei funkcionavimo būdas ir kà bei kaip mes galime þinoti apie pasaulà? [6: 14–26]. Individualizmo tendencijos stiprėjimas anaipol nereiðkia, jog marksizmas, buvęs ir iki ūiol likęs beveik visø pasaulio totalitarinio reþimo teoriniu pagrindu, susitaikė su likimu ir be pasiprieðinimo traukiasi iš socialinio ir humanitarinio mokslø problematikos, ar, kas dar labiau neátikima, – nyksta iš kasdienio, kelis dešimtmečius skiepyto þodyno bei paėios žmonijos sąmonės. Taip nėra, kaip negali būti ir vieno atsakymo ir klausimà – kodėl? K. Marxo sukurta teorija, nepaisant gausios ir išsamios daugelio aspektø kritikos, iki ūiol turi gausø būrą pasekėjų. Be abejo, nemaþa dalimi dėl to, jog marksizmas nėra tik viena iš daugelio tikrovę aiškinančių teorijų. Jis yra ir viena iš trijų didþiųjų – áalia konservatizmo bei liberalizmo – ūiuolaikinių ideologijų, t. y. veiksmà ir mintà sujungiančių sistemø. Ðia prasme sunku būtø ginėti D. Bello teiginà jog „Ideologijoms būdinga ne tik atspindėti ir pateisinti pamati-

nė tikrovė; syká paskelbtos, jos pradeda gyventi savo gyvenimà. Tikrai galinga ideologija vaizduotei atveria naujà gyvenimo viziją [...] [1: 113]. Marksizmas, to nekvestionuotø turbūt niekas, yra tikrai galinga ideologija, nuolatiniu apeliavimu á politinà, socialinà, kultūrinà realybà (tiksliau – realybės neatitikimà idealui) maitinanti utopiškiausias fantazijas. O tai, savo ruožtu, ámanoma dėl Marxo sukurtos ekonominės istorijos raidos sampratos, plėtojamos akcentuojant ávairiuose laikmečiuose vyravusius gamybos būdus. Marxo pateiktas visuomenės raidos modelis nesitenkina tikrovės aiškinimu ir kritika. Jo tikslas – keisti tikrovę tokiu mastu, kad ji atitiktø pasirinktà gero gyvenimo kriterijø ir idealà – beklasė visuomenę, kurioje nėra atotrūkio tarp gamybos ir vartojimo, nėra darbo pasidalijimo, bet yra neišsenkančios išteklø atsargos. Marksistinė komunizmo utopija sulydo du þmogaus veiklos poliūs: gamybà ir vartojimà. Gaminančio ir vartojančio, bet niekuomet neprisirūšančio prie kurios nors veiklos ilgesniam laikui, t. y. darbo specializacijos nepripaþstančio, individo modelis tampa kriterijumi visø ikiutopiniø, t. y. istoriniø, gamybos būdø vertinimui.

PASAULIS DĒSNIØ PINKLĒSE

Nepaisant kategoriško klasikinės vokiečių filosofijos tradicijos atmetimo, Marxo istorinio proceso samprata akivaizdþiai liudija jà buvus ðios tradicijos, ir pirmiausia Hegelio istorijos filosofijos, tæsęju. Marxui, kaip ir Hegeliui, būdingas neátikėtinai tikslus istorijos raidos dėsniø þinojimas. Ádomu tai, kad jo teorijos kontekste terminas „dėsnis“, taikomas visuomenės vystymuisi apibūdinti, vartojamas beveik tokia pat prasme kaip ir gamtos moksluose: visuomenės raidos dėsniai yra lygiai taip pat atrandami ar pagaviami suvokiami egzistuojantys socialinėje tikrovėje, kaip kad fizikinėje tikrovėje atrandami (o ne išrandami) fizikiniai dėsniai. Tai reikþia, jog visuomenei vystantis keičiasi tik atskiri vystymosi þymiai, aksidencijos (pvz., gyventojø skaičius, jø mobilumas, gamybos būdai), bet ne pati kaitos logika. Daroma prielaida, jog konkretaus individo ar bendruomenės apsisprendimas veikti vienokiu ar kitokiu būdu nekeičia tos bendruomenės vystymosi krypties, nenurodo ir jokios etapø ar þingsniø sekos. Socialinė evoliucija Marxui yra vektorius, nukreiptas tik á vienà konkrečią pusę. F. A. von Hayekas taikliai paþymi, jog „Tariami visuotinės evoliucijos dėsniai, neva paremti stebėjimu, iš tikrøjø neturi nieko bendra su tikrąja evoliucijos teorija, kuri aiškina patà procesà. Jie kildintini iš visiðkai kitokiø Comte'o, Hegelio ir Markso istoricizmo bei holizmo koncepcijø, ir jie teigia grynai mistinà būtinybę, kad evoliucija turi vykti tam tikra iš anksto determinuota

kryptimi“ [5: 42]. Evoliucinis determinizmas ágalina vengti tokiø sàvokø, kaip „individo valia“, „apsisprendimas“, „individo norai ir lūkesčiai“ ar net „tradicija“, bet kompensuoja jø stokà „faziø“, „pakopø“ ir, galiausiai, „dėsniø“ ir „klasiniø sąmoniø“ gausa. Taip pamirðtama kita termino „evoliucija“ reikðmė, nusakanti potencialià kokiø nors veiksmø, procesø uþuomazgø sklaidà; reikðmė, kuri nenurodo konkrečios sklaidos krypties ar intervalo þingsnio ir būtent dėl to þymiai labiau taikytina socialinei tikrovei aiðkinti bei suprasti. Dėsniø primetimas apriboja vystymosi galimybiø ávairovę. Visuomenės raidà ástačius á nenukrypstančias vėþes kitokiø vystymosi galimybiø áþvalga tampa tiesiog neámanoma.

MARKSISTINĒ EKONOMINĒS RAIDOS SCHEMA: GAMYBA IR VARTOJIMAS

Analizuodamas istorijos evoliuciją kaip *dėsningà* gamybos būdø kaitos procesà, Marxas ekonominę veiklą paverčia laisvai nepasirenkamu, o tai reikþia – neiðvengiamu ir todėl ideologinio pateisinimo reikalaujančiu fenomenu. „Visuomeninėje savo gyvenimo gamyboje þmonės sueina á tam tikrus, būtinus, nuo jø valios nepriklausančius santykius – gamybos santykius, kurie atitinka tam tikrà jø materialiniø jėgø išsivystymo pakopà. Tø gamybiniø santykiø visuma sudaro ekonominę struktūrà, realiàją bazę, ant kurio stūkso juridinis ir politinis antstatas ir kurià atitinka visuomeninės sąmonės tam tikros formos“ [9: 303–304]. Būtent su marksizmo teorijos atsiradimu á socialiniø ir humanitariniø mokslø kontekstà patenka *ekonomofobinė* nuostata: ekonominę veiklą pradėta traktuoti kaip turtingøjø ir galingøjø uzurpuotas árankis neturtingøjø ir silpnøjø išnaudojimui. Ypatin-gà dėmesá Marxas skiria kapitalizmo, kaip paskutinio ikikomunistinio gamybos būdo analizei. Burþuazinėje visuomenėje kapitalo turėjimas arba neturėjimas yra pagrindinis klasinio pasidalijimo kriterijus. Kapitalas nėra vien grynai pinigai; gamybos priemoniø nuosavybė, t. y. kapitalo pavertimas þeme, darbo árankiais, gamyklø pastatais, þaliavomis ir pan., jø koncentracija vienos klasės rankose sàlygoja tai, jog gamyba ir vartojimas nėra harmoningai pasiskirstę tarp darbininkø ir kapitalistø. Kaip gi vyko pradinio kaupimo procesas, kurio metu tam tikra þmoniš dalis ásigijo toká (atliekamø nuo vartojimo) gėrybiø kieká, kad jø uþteko priversti likusià (didþiąją dalá) þmoniø dirbti jø naudai? Pirmojo *Kapitalo* tomo ávade kalbama apie gamybos, paskirstymo, mainø ir vartojimo ciklą, kurio kiekviena dalis sàveikauja su kitomis, tačiau ðis ciklas yra pasekmė anksčiau ávykusio pradinio kaupimo ir kapitalo pasiskirstymo. Gamybos ir vartojimo santykio pusiausvyrà buvo suardyta jau pradinio kapitalo kaupimo stadijoje, kai

ávyko „[...] nykðtukiðkos daugelio nuosavybės paver-
 timas milþiniðka nedaugelio nuosavybe, þemės, pra-
 gyvenimo priemoniø ir darbo árankiø eksproprijavi-
 mas ið plaèiøjø liaudies masiø, – ðis baisus ir sunkus
 liaudies masės eksproprijavimas sudaro kapitalo prie-
 ðistora“ [10: 394]. Taigi pats pradinio kapitalo su-
 kaupimo procesas apibùdinamas kaip prievarta ir plė-
 ðikavimas, t. y. neteisėti veiksmai. Tiesa, Marxas kal-
 ba ir apie tokius kaupimo variantus, kaip taupymas
 (kuris pradinėje kapitalizmo stadijoje nebuvo toks
 jau nereikðmingas) ir skolinimasis ið privaèiø asme-
 nø ar bankø (kuris iki ðiol yra pagrindinis ir verslo
 pradþios, ir jo plėtros bûdas), taèiau jø mastas, pa-
 lyginti su plėðikavimu, jam neatrodo reikðmingas. Vis
 dėlto silpniausia pradinio kaupimo koncepcijos vieta
 yra tai, jog Marxas nesugebėjo paaiðkinti subjekty-
 viø pradinio kaupimo proceso atsiradimo prieþas-
 èiø – kaip tam tikri individai sugebėjo savo rankose
 sutelkti tiek galios, kad ástengtø pradėti kaupti ka-
 pitalà, ir kada tai ávyko? Jei tiksliau – kaip jø galia
 buvo legitimuota, kodėl – jei tai *pirminis* kaupimas –
 būtent tos maþumos individø prievarta buvo pripa-
 þinta teisėta? O jei ji buvo legitimuota – kodėl ta
 legitimacija abejojama? Pasak Marxo, feodalinėje
 santvarkoje darbininkas vis dar disponavo menka
 nuosavybe; gamybiniams santykiams perkopiant á ka-
 pitalizmo stadijà darbininko padėtis apibùdinama
 kaip nuolat blogėjanti, kadangi jis, praradęs nuosa-
 vybà, ir pats tarsì tampa tik funkcija, daiktu (su-
 daiktinimo (*Versachlichung*) auka) – viskas, kà jis
 gali pasiùlyti darbdaviui, yra jo darbo jėga. Atkreip-
 tinas dėmesys ir á tai, jog Marxas dviprasmiðkai var-
 toja patá „kapitalo“ terminà: jei tokie patys daiktai
 priklausys ir kapitalistui, ir darbininkui, tai pirmuo-
 ju atveju jie bus traktuojami kaip kapitalas, o ant-
 ruoju – kaip būtini pragyvenimui. Abejotinais ir se-
 lektyviais argumentais paremtà kapitalo kaupimo
 koncepcijà Marxas bando sustiprinti pridėtinės ver-
 tės teorija. Jis perima ir reinterpretoja – tik savaip
 sudėliojæs akcentus – Ricardo darbinės vertės teori-
 jà. Supaprastinant pridėtinės vertės kaip pasipeln-
 ymo ðaltinio schema atrodo taip: pasak Marxo, kapi-
 talistas darbininkui moka maþiau nei jam priklausy-
 tø pagal dirbtø valandø skaièiø. Sumokėjæs maþiau
 ir pasisavinæs virðpelnà kapitalistas lobsta, o darbi-
 ninkas vis labiau skursta. „Prekės vertė nustatoma
bendro joje esamo *darbo kiekio*. Bet ðio darbo kie-
 kio dalis ákûnyta vertėje, uþ kurià buvo sumokėtas
 ekvivalentas darbo uþmokesèio pavidalu; antra dalis
 ákûnyta vertėje, uþ kurià *nebuvo* sumokėta *jokio* ek-
 vivalento. Prekėje esamo darbo dalis yra *apmokėtas*
 darbas; antra dalis yra *neapmokėtas* darbas. Vadina-
 si, kapitalistas, parduodamas prekæ *jos verte*, t. y.
 kaip *bendro* prekei pagaminti sunaudoto *darbo kie-
 kio* kristalizacijà, būtinaì jà parduos su pelnu“ [8].

Darbo kieká paversdamas prekės vertės matu Mar-
 xas neatsiþvelgia á keletà esminiø skirtumø. Pirma,
 darbas, suprantamas kaip darbo jėgos kiekis, negali
 būti prilyginamas kitoms prekėms, kadangi darbinin-
 kai nėra „produkuojami“ apskaièiuojant racionalius
 kaðtus. Antra, prekės vertė nustato ne jai pagaminti
 sunaudotas darbo (darbo jėgos) kiekis, bet kaina,
 kurià uþ tà prekæ sutinka mokėti vartotojas. „Mokė-
 damas uþ prekæ (paslaugà) pirkėjas moka ne uþ dar-
 bà, o uþ jo rezultata, uþ prekæ (paslaugà). Darbas
 pats savaime neturi jokios vertės arba veikiau turi
 tik neigiamà vertė kaip prarasto laisvalaikio kaina
 [...]. Darbininkas (kaip ir þemvaldys ar kapitalistas)
 gauna ribinà savo indėlio á galutinà produktà vertė
 tokià, kaip jà galiausiai ávertina produkto pirkėjai,
 kiti þmonės“ [2: 120]. Marxas nepripaþino vertės ar-
 ba kainos atliekamos signalinės, áspėjamosios funk-
 cijos. Pirkėjas, sekdamas kainø svyravimus, gali nu-
 sipirkti daikta nepermokėdamas; pardavėjo veiksmai,
 siekiant parduoti savo produktà, taip pat kinta atsi-
 þvelgiant á panaðiø produktø kainas rinkoje. Poten-
 cialius individe uþkoduotus darbo pajėgumus (*Ar-
 beitskraft*) paversdamas darbo vertės matu, Marxas
 ávirtino iðnaudojimo koncepcijos teiginis.

Taigi gamybos ir vartojimo pusiausvyrà buvo su-
 ardyta daugumos nenaudai. Padėèiai ir toliau blogė-
 jant, proletariatui nieko kito nelieko kaip tik vie-
 nytis ir revoliuciniais veiksmais keisti padėtà, t. y.
 nuverstì savo engėjus kapitalistus, o vėliau – panai-
 kinti klasinè-ekonominià nelygybà ir atstatyti pusiau-
 svyrà.

BAZĖS IR ANTSTATO SÀVEIKA: VIENPUSĖ AR ABIPUSĖ

Teigdamas, jog epochos sàmonà apsprendþia vyrau-
 jantis gamybos bûdas, Marxas ignoravo XVI–XIX a.
 ávykusius tiek ekonominės sferos, tiek kultūros sferos
 bei mentaliteto apskritai pokyèius. Jei, kaip liudija
 M. Weberis ir L. Dumontas, XVI a. pab. – XVII a.
 pirmojoje pusėje susiformuoja naujas, pasaulietinis
 ekonomikos modelis bei jà atitinkantis savimonės ti-
 pas, tai, remiantis D. Bellu, galima teigti, jog XVIII–
 XX a. modernusis kapitalizmas su modernybės kul-
 tūra bei vertybėmis susiduria kaip su atskiru, nepri-
 klausomu reiðkiniu. Knygoje *Kultūriniai kapitalizmo
 priedtaravimai* Bellas atkreipia dėmesà á tai, jog ðiuo-
 laikinėje visuomenėje vartojimas vis labiau sàlygoja-
 mas paèios kultūros, kaip individø saviraiðkos erd-
 vės, pokyèiø. Kalbant Marxo terminais tai reikðtø,
 jog dėl paèiame antstate ávykusiø pokyèiø bazė ne
 tik kad nebegali sàlygoti jo vystymosi krypties ir po-
 bûdþio, bet susiduria su priedinga tendencija – ant-
 statas ima neigti bazės hegemonijà. Ðià modernybės
 epochos transformacijà D. Bellas analizuoja kaip trijų

struktūrø – technoekonominės, valstybės ir kultūros – sąveikos rezultata. Pasak Bello, „Ėios sritys nesutampa viena su kita, skiriasi jø keitimosi ritmai; jose vyrauja skirtingos normos, pateisinanėios skirtingus ir net prieštarigus elgesio tipus“ [1: 50]. Technoekonominė struktūrø raidos procesas yra linijinio pobūdžio – naudingumo, efektyvumo, maksimizacijos principai sukuria savireguliacines naujovės atsiradimo, neefektyviø formø iðstūmimo ir pakeitimo taisykles. Kitaip yra kultūroje, kuri neturi kokio nors vienareikšmiø apibrėþiamo pokyėio modelio ir kuri nuolat grępta prie fundamentalio mirties, meilės, heroizmo, groþio etc. temø. Technoekonominės ir kultūros struktūrø nesuderinamumus ar prieštaravimus lemia tai, kad ėio struktūrø principai orientuoja individus á skirtingas puses. Dar daugiau, kultūra kur kas labiau nei ekonominė veikla skatina nuolatina naujumo ásisavinimà. Taip atsitinka kultūrai tapus nepriklausoma nuo religijos. Individas, ilgà laikà saistytas tradicijos ir vertinæs savo kūrėbà bei veiklà apskritai *sub specie aeternitatis*. Apšvietos epochoje atsiranda naujas saviraiðkos galimybes. Modernybė iðaukøtino þmogaus unikalumà ir kūrėbiniø galiø beribiðkumà. Modernaus meno ir kultūros ideologija tampa naujumo (naujò iðraiðkos formø, naujò gyvenimo stiliø, naujò pasaulėjautø ir pasaulėþiūrø) reikalavimas. Ðalia pozityvaus kaitos aspekto yra ir aki-vaizdþiai negatyvus – susiklosėiusios socioekonominės ir moralinės tvarkos suardymo reikalavimas. Taigi autonomiðka kultūros sfera pati ima diktuoti sąlygas. Taðkas, kuriame susikerta modernios kultūros ir ekonomikos keliai, – rinka, kadangi naujoviø srautas pasiekia individus madingø drabuþiø, knygo, interjero reikmenø, paveikslø ir daugybės kitokiø daiktø pavidalu. Moderni kultūra – tai vartotojò, masinio naujoviø vaikymosi kultūra. Maiðtaudama prieš burþuazinà gyvenimo stiliø ir miesėioniðkà skonà ji orientuojasi á modernistiniø ar postmodernistiniø gyvenimo stiliø bei skonio kūrėjus. „Vidurinesios klasės publika – turtingas pirkėjas – jau nebekontroliuoja meno. Tapybos, kino (gal ėiek tiek maþiau naujosios muzikos) kultūros scenoje dabar vieðpatauja menininkas, paprastai menininkas avangardistas. Būtent jis paskubom formuoja publikà ir rinkà, o ne atvirkðėiai“ [1: 87]. Todėl D. Bello suformuluoto socioekonominės ir kultūros struktūrø prieštaravimo esmė glūdi pirmosios struktūros tradiciðkumo ir antrosios novatoriðkumo disharmonijoje. Gamyba ir vartojimas ið individo reikalauja kardinaliai priešingø savybiø – susikaupimo ir lojalumo profesinėje veikloje bei atsipalaidavimo ir gausaus vartojimo ne darbo metu. Tuo pat metu vartojimo intensyvumu vis maþiau siekiama demonstruoti priklausomybà socialinei klasei; juo pabrėþiamas kultūrinis skonis ir gyvenimo stilius.

Kita vertus, norėtume atkreipti dėmesà ir á kità bazės/antstato sąveikos problemas aspektà. Marksizmui, o dar labiau neomarksizmui, iki ėiol būdingas ásitikinimas, kad kapitalistinės visuomenės kritika yra savaiminis ir pakankamas gėris (nors ir negatyvus), todėl siūlyti alternatyvius kritikuojamø dalykø sprendimus neatrodo reikalinga ar būtina. Taėiau negatyvi kritika neprisideda prie problemos supratimo ir sprendimo. Dabartinėje socialinėje teorijoje ir praktikoje egzistuoja daugybė persenusiø, bet gajø marksistiniø bei neomarksistiniø stereotipø ir mitø, ið kuriø, ko gero, gajausias yra vartotojiðkos visuomenės dirbtinio poreikiø bei norø kūrėmo mitas. Ðia pozicijà norėėiau paanalizuoti remdamasi XX a. antrosios pusės ekonomistø, filosofø ir sociologø mintimis.

Vartotojiðkos, t. y. vis labiau „apauganėios“ nereikalingais daiktais, vis daugiau vartojanėios ir vis maþiau galvojanėios, visuomenės vaizdinys yra glaudþiai susijæs su bazės hegemonijos antstatui teigimu. Esà bazė arba verslininkas, kapitalo þmogus ðiuolaikiniø technologijø padedamas kuria nereikalingus, dirbtinius antstato poreikius. Pakankamai tiksliai ir populiariai ðà stereotipà iliustruoja citata ið J. K. Galbraitho knygos *The Affluent Society*: „Jos [ðiuolaikinės reklamos ir marketingo institucijos] negali būti suderintos su autonomiðkai kylanėio poreikiø idėja, nes pagrindinis jø tikslas – kurti poreikius, kuriø anksėiau nebuvo. Tà tiesiogiai arba netiesiogiai daro produkto gamintojas. Ðiuolaikinės verslovės strategijoje iðlaidos gamybai nėra svarbesnės uþ iðlaidas gaminio paklausos ‘gamybai’“ [4: 83]. Pamėginkime ðià citatà pailiustruoti kad ir tokiu pavyzdþiu: tarkim, kad gamintojas dėl kokio nors prieþasėio (neūkiðkumo, neapsiþiūrėjimo, per didelio informacijos kaðto etc.) pagamino didelà kiekà kalioðø. Empatiðkai reaguodami á Galbraitho teiginà gamintojà galėtume nuraminti – padėtis kontroliuojama, tereikia uþsukti reklamos mechanizmà ir poreikis pirkti „darganotà dienà nepakeiėiamà avalynà“ bus sukurtas. Taėiau straipsnio autorė nesiūlo taip neapgalvotai pasiduoti empatijos antplūdþiui, kadangi tvirtai tiki vartotojo racionaliu apsisprendimu bei jo (ilgalaikiø ir trumpalaikiø) preferencijø hierarchijos hipoteze ir tuo remdamasi mano, jog reklama, kad ir kokio piktø kėslo bebūtø vedama, neástengtø sukurti poreikio pirkti kalioðus individø, kuriems jø nereikia. Taigi firmai grės finansiniai nuostoliai ar bankrotas. Ið esmės būtent tokio pobūdžio argumentais (þinoma, iðsamiai bei nuosekliai dėstomais) vartojimo problemos analizė remia vadinamosios Austrø ekonominės mokyklos pasekėjai, kuriems individas yra racionalus, savo norus ir galimybes þinanti bei savo naudà apskaiėiuojanti būtybė. Naujosios vartotojo elgsenos teorijos kūrėjai (G. S. Becker, K. L. Lan-

kaster) plėtoja šios ekonominės mokyklos klasiką – kapitalizmo teigiamą, jog rinkoje perkamos prekės ir paslaugos nėra galutinis vartojimo taškas. „Pmogus perka ne automobilą, o patogią susisiekimo priemonę arba galbūt savo turto demonstravimo aranką. Todėl rinkos pirkiniai yra „paliavos“, iš kurių vartotojas „gamina“ galutiną pasitenkinimą. Skirtingi individai jaučia skirtingą pasitenkinimą: kai kuriems svarbiausia – susisiekimas, kitiems – pasipuikavimas, trečiams – ir viena, ir kita“¹. Vartotojai ne tik vartoja prekes, bet ir gamina savo pasitenkinimą, kuriam pasiekti prireikia laiko, informacijos bei rinkoje parduodamą išteklių. Laikas – iki tol ekonominėje teorijoje neminėtas išteklius intensyviai vartojančioje visuomenėje tampa itin brangus. Jo taupymas ir skatina vartotoją pirkti buitines ir avairius kitus darbus greitanėius daiktus. „Buvo aprasta manyti, kad vartojimo struktūros pokyčiai atsiranda dėl to, jog išskylan naujiems poreikiams gamintojai mėgina juos patenkinti. Dėl nesugebėjimo patenkinti šios poreikių formavimosi prieštasties kyla gerai žinomos idėjos apie manipuliaciną reklamos poveiką vartotojams bei tariamą („netikrą“) poreikių fabrikavimą. Naujieji ekonomistai siūlo ištis revoliucinę hipotezę; kad naujų produktų gausa, jų keitimas naujesniais, greitas jų senėjimas gali būti patenkintas nepostuluojant, jog individai norai laikui bėgant keičiasi. [...] keičiasi ne skoniai, bet kainos, ir ypač laiko kaina“ [7: 200]. Taigi poreikiai išlieka tie patys, tiesiog keičiasi jų tenkinimo priemonės. Ši poreikių gamybos ir vartojimo problema išvelgiama iš kito taško: individą kaip racionalią būtybę, turinčią savo preferencijas bei ilgalaikius gyvenimo planus sunku paversti reklamos, t. y. gamintojo auka. Sudėtinga ne sukurti toką norą ar poreikį, o jį internalizuoti, t. y. atiegti žmogui, jog to ar kito daikto turėjimas jam yra būtinas. Tačiau, jei žmogus ketino pirkti juodos spalvos automobilą, bet pamatęs salone reklamuotąją baltą nusprendžia pakeisti savo nuomonę, tai visai nereikšminga netikro poreikio apibrėžimo. Žmogus norėjo ir pirkto automobilą. Reklamos paskirtis pirmiausia yra informuoti asmenis, taupyti žmonių laiką, taigi ji gamina ne norus, poreikius ar gero gyvenimo iliuzijas, bet suteikia informaciją apie norimus tam tikros prekės savybių derinius ir taip sumažina prekės išsigijimo kaštus. Tiesa, reklama gali būti ne tik informuojanti, bet ir dezinformuojanti, formuojanti, tačiau paprastai vieną kartą ar keliskart suklaidintas žmogus ima skirti grūdus nuo pelno. Kita vertus, galimas ir, manau, neretas yra atvejis, kai individas sąmoningai pasirenka toką gyvenimo intensyviai vartojant stilių ir nenori to atsisakyti.

¹ Cituota pagal [7: 198].

IŠVADOS

Net ir radikaliausia tikrovės transformacija negali sukurti neribotos gausos ribotose išteklių pasaulyje. Marso teorijos tikslas – beklasės visuomenės sukūrimas – ir jo socioekonominės raidos analizė susieja revoliucinę praktiką. Ko gero, nėra kito būdo suvienyti tokius skirtingus dalykus. Gamybos ir vartojimo sintezė, kaip teorinė hipotezė ar modelis, galbūt ir gali duoti peno apmąstymams (pvz., kaip tam tikra bendrosios pusiausvyros teorijos atžaka), tačiau jokių būdu neturėtų skatinti destruktivių veiksmų. Nepaisant kai kurių vaisingų Marso išvaidų (dinaminės ekonominės procesų analizės, kapitalizmo raidoje stambesnių žmonių kūrimosi tendencijos pabrėžimo, ekonominės ir socialinės sferose sąsajos išryškėjimo), jo teorija neatremia oponentų kritikos. Sunkiai (jei apskritai) pagrindžiami yra Marso teiginiai, jog darbininkas perims „klasios kovos“ vaidinį jam primatejam mąstymo ir elgsenos modelį ir taps revoliucionieriumi. J. Schumpeteris šią tvirtinimą vykusiai kvalifikuoja kaip darbininko psichologijos falsifikavimą, kadangi jam kur kas būdingesnis racionalus siekis politinės valdžios pagalba tapti smulkiuoju buržuaziniu. Dėl šios prieštasties nepamatuotas atrodo ir Marso teiginys, jog daugybė žmonių, kurių neįmanoma priskirti kapitalistų ir darbininkų klasėms, taip pat prisijungs prie darbininkų. Nesvarstomas ir klausimas, kokie veiksniai lėmė toką potencialių proletarų pagausėjimą. F. A. von Hayekas knygoje *Capitalism and the Historians* pateikia kitokią kapitalizmo ir proletariato ryšio atsiradimo istoriją: „[...] proletariatas, kurį kapitalizmas, galima sakyti, „pagimdė“, buvo ne toji visuomenės dalis, kuri būtų išlikusi be jo ir kurią jis nuskurdino; tai buvo papildomai atsiradusi gyventojų dalis, kuri pajėgė išsilaikyti dėl kapitalizmo naujai suteiktų užimtumo galimybių“². *Komunistų partijos manifeste* Maršas pripažįsta ir išsamiai nurodo pagrindinius buržuazinės visuomenės pasiekimus, tačiau jie, pasirodo, tik pagilina kapitalistų ir proletarų susvetimėjimą.

Argumentų ir pozicijų selektyvumas, be abejonės, yra marksizmo teleologijos išdava – bendriausias bruožas jis gali patenkinti viską, nėra nė vienos istorinės ar hipotetinės situacijos, kuriai (labai panorėjus) nebūtų galima pritaikyti klasios kovos schemos. Tačiau būtent tai ir yra silpniausia marksizmo, kaip ekonominės ir socialinės teorijos, vieta: galėdamas viską patenkinti „apskritai“, jis mažai ką tesugeba analizuoti „konkrečiai“ ir adekvačiai.

Gauta
2004 06 11

² Cituota pagal [7: 53].

Literatūra

1. Bell D. *Kapitalizmo kultūriniai prieštaravimai*. Vilnius: Alma Littera, 2003.
2. Degutis A. *Individualizmas ir visuomeninė tvarka*. Vilnius: Eugrimas, 1998.
3. Elster J. *Nuts and Bolts for the Social Sciences*. Cambridge University Press, 1989.
4. Galbraith J. K. *The Affluent Society*. Boston: Houghton Mifflin, 1958.
5. Hayek von A. F. *Teisė, ástatymø leidyba ir laisvė*. T. 1. *Taisyklės ir tvarka*. Vilnius: Eugrimas, 1998.
6. Hollis M. *Socialinio mokslø filosofija*. Vilnius: Lietuvos raðytojø sąjungos leidykla, 2000.
7. Lepage H. *Kapitalizmas – rytoj*. Kaunas: Lietuvos verslininkø sąjunga, 1994.
8. Marx K. *Rinkiniai raðtai*. T. 1: Darbo uþmokestis, kaina, pelnas. Vilnius: Valstybinė politinės ir mokslinės literatūros leidykla, 1949a.
9. Marx K. *Rinkiniai raðtai*. T. 1: *Dėl politinės ekonomijos kritikos pratarmė*. Vilnius: Valstybinė politinės ir mokslinės literatūros leidykla, 1949b.
10. Marx K. *Rinkiniai raðtai*. T. 1: *Kapitalas. XXIV sk.* Istorinė kapitalistinio kaupimo tendencija. Vilnius: Valstybinė politinės ir mokslinės literatūros leidykla, 1949c.
11. Schumpeter A. J. *Kapitalizmas, socializmas ir demokratija*. Vilnius: Mintis, 1998.
12. Маркс К. Избранные произведения. Т. 1. Москва: Издательство политической литературы, 1979.

Nijolė Narbutaitė

**THE UTOPICAL CRITERION OF GOOD LIFE
IN THE THEORY OF K. MARX:
THE SYNTHESIS OF PRODUCTION AND
CONSUMPTION**

S u m m a r y

Marxism isn't one of many exact theories that just explain a social reality. Most important is that Marxism has presented itself as one of the greatest ideologies, *i. e.* a system which unified actions and thoughts. In this sense Marxism opened up a new vision of life for the human imagination. As a powerful ideology, Marxism has continually appealed to the political, social, cultural reality (or rather appealed to the discrepancy of reality to the ideal). This discrepancy has nourished many Utopian make-believes. It was possible due to the Marxian conception of the economical development of history. Marx conceived this development as a process ruled by historical laws. Thus, all the world landed up in the meshes of historical laws.

The Marxian pattern of the social and economical development didn't limit itself to the explanation and criticism of the reality. There was another objective – changing the reality to such an extent that it would accord to the Marxian ideal – a classless society. Thus, Marxian theory got into such a situation when the Utopian cause imposed its logic on the theory and the real actions.

Key words: Marxism, production, consumption, utopy