

Jean Baudrillard i Slavoj Žižek o potrošačkom društvu

Gordan MASLOV

Split

g_maslov@yahoo.com

Rad se usredotočuje na pristup društvu potrošnje francuskoga kulturnog teoretičara Jeana Baudrillarda i slovenskog filozofa Slavoj Žižeka. Oba su autora pod jakim utjecajem diskursa marksizma, strukturalizma, semiotike, psihoanalize (Žižek) i sociologije (Baudrillard). Članak se dotiče i manje poznatog aspekta misli Jeana Baudrillarda, koji od sedamdesetih godina 20. stoljeća polako napušta diskurse marksizma i strukturalizma te se okreće poststrukturalizmu, no koji unatoč tomu zadržava trajnu preokupaciju određenim fenomenima suvremenoga Zapadnog društva. Dok se inače rad dvaju teoretičara u literaturi ne dovodi često u izravnu vezu, autor u radu namjerava promisliti upravo dijelove u kojima se donekle preklapaju diskursi (strukturalizam, psihoanaliza, postmarksizam) i interesi dvaju teoretičara. Upravo je teorijska veza između (ranog) Baudrillarda i Žižeka u ovom radu prikazana kroz raskid »ranoga« s »kasnim« kapitalizmom te ostalim fenomenima suvremenih društava u neposrednom odnosu naspram te transformacije (sustav društvenih vrijednosti, politike, poretka, medija itd.). Potrošačko se društvo istodobno promatra i kao oblik uspostavljanja društvenog koda vrijednosti, kao sustav znakova i društvene diferencijacije, kao oblik društvene kontrole. U svojevrsnoj se dijalektici tako poredak zapadnoga kasnog kapitalizma podjednako očituje u ekscesu roba i potencijalnih užitaka, kao i u različitim anomijama koje identificiraju oba teoretičara (porast iracionalnog nasilja, rasizma itd.).

Ključne riječi: Jean Baudrillard, Slavoj Žižek, kasni kapitalizam, potrošačko društvo, fetišizam robe, kod, superego

Kao što je srednjovjekovno društvo bilo određeno Bogom i Sotonom, tako je naše određeno potrošnjom i njezinim odbijanjem. Oko Sotone su se barem mogle organizirati hereze i sekte crne magije. Naša je magija bijela. U današnjem društvu obilja hereza više nije moguća. Zaštitna je bjelina ispunjenog društva, društva bez povijesti i velikih visina, društva bez mitova osim svoga vlastitog.

(Baudrillard, 1998b: 196)

Uvod

Kao dominantan sustav akumulacije kapitala u Zapadnim društvima, kasni je kapitalizam zavladao tijekom sedamdesetih godina 20. stoljeća, posve

promijenivši domenu proizvodnje kao i političke ekonomije.* S paradigmom fleksibilne akumulacije, sve bržim kretanjem i razmjenom roba i novca, što rezultira »vremensko-prostornim sužavanjem« (Harvey, 1989), širenjem kapitala na prethodno neekonomske društvene sfere, pogotovo kulturu (Jameson, 1984), te slabljenjem subjektivne dimenzije klasne pripadnosti, dolazi do temeljnih promjena kako u instituciji potrošnje, tako i u njezinu teorijskom promišljanju. Određeni teoretičari počinju pisati o dominaciji diskursa potrošača i potrošačkog društva, nasuprot društva definiranog radom i proizvodnjom; tek se od tada počinje govoriti o konzumerizmu kao dominantnom obrascu i ideologiji potrošačkog društva. Prethodni su se diskursi o potrošnji uglavnom svodili na dominantnu funkcionalističku paradigmu, koja je potrošnju promatrala u smislu postojanja prirodne potrebe te organizacije njihova sustavnog zadovoljenja, ili na često odbacivanje objekta istraživanja kao banalnog, i to s pozicije visoke društvene teorije. Suvremeni sociološki diskursi epohe »refleksivne« ili »druge« modernosti opisuju kasnokapitalističko društvo kao visoko individualizirano, u opoziciji naspram prošlog »kolektivističkog« industrijskog kapitalizma. Tako su i današnje institucije proizvodnje i potrošnje postale visoko diferencirane, »zaobilazeći« grupni karakter distribucije dobara prethodnih razdoblja. Na praksu potrošnje tako se počelo gledati kao na način samorealizacije, prakticiranja (u socijalizmu) zabranjenih sloboda ili kao na načelo jednakosti i temeljnih ljudskih prava u nadolazećem društvu obilja. Zygmunt Bauman (1998) ističe diskontinuitet modernosti, definirane kontrolom, nadgledanjem, regulacijom s postmodernom individualnom slobodom, spontanosti i izborom, pogotovo u sferi potrošnje.

Svrha je rada iznijeti osnovne teze o potrošnji i potrošačkom društvu Jeana Baudrillarda i Slavoj Žižeka koje, iako dijele niz bitnih uvida u prirodu suvremenog društva, od kojih ćemo samo neke spomenuti u tekstu, ne nalazimo povezane u rastućoj literaturi o radu autorâ (Dean, 2006; Myers, 2003; Pawlett, 2007). Brojni su razlozi zbog kojih ta veza nije uočena: sustavno međusobno teoretsko ignoriranje, činjenica da oba teoretičara njeguju visoko karakterističan diskurs koji ne dopušta lagano »prevođenje« u druge termine te svakako njihova različita teorijska polazišta, autoriteti i interesi. Dok Žižekova misao predstavlja uglavnom kontinuiranu teorijsku cjelinu, u tekstu ćemo se više usmjeriti na Bau-

* Rad je napisan u sklopu kolegija »Postmodernizam: teorija i kultura«, održanog akademske godine 2006/2007. na Odjelu za sociologiju Sveučilišta u Zadru. Zahvaljujem Mariju Vrbančiću na vrijednim komentarima o tekstu, kao i na samoj ideji da ga objavim.

drillardovu raniju fazu rada, u kojoj su još jasni tragovi disciplinarnih diskursa sociologije, semiotike, psihoanalize. Iako bi imalo opširnija studija njihova odnosa zahtijevala duljinu monografije, treba istaknuti da Baudrillard i Žižek podjednako dijele ideju o analitičkom diskursu kao neodvojivom od onoga kritičkog; upravo nam njihova misao ne samo da omogućuje pronicanje u dubinske strukture potrošačkog društva povezujući različite suvremene društvene aspekte s činom konzumiranja, nego nam kroz dekonstrukciju temelja samog poretka pruža i normativne osnove za kritiku istoga. Iako su za društvenu teoriju njihovi doprinosi od nepobitnog značenja, njihov osobni odnos prema sociologiji kao specifičnoj disciplini i tijelu znanja o društvenom, podjednako kao i njihovi određeni teorijski, pa i temeljni ontološki, uložci (npr. teza o nepostojanju društva, izrazito nepovjerenje u metodološki instrumentarij, odbacivanje koncepta subjekta – aktera, kao i objekta – društva itd.), zasigurno pružaju razloga za sumnju u mogućnost njihova korištenja u sociologiji. Nasuprot tomu (opravdanom) skepticizmu, svrha je ovoga rada pružiti doprinos u određenom dijalogu sociologije i »visoke teorije«, i to one »antisociološkog« predznaka, koja je, kao i dosad kroz povijest sociološke discipline, služila istodobno kao izvor nadahnuća i rigoroznijega teorijskog promišljanja unutar same discipline te kao poticaj za nadilaženje vlastitih teorijskih nedostataka i problema u smjeru koji bi nam omogućio što bogatije zahvaćanje kompleksnoga društvenog fenomena.

Rani Baudrillard

Kao što George Ritzer ističe u predgovoru knjige, u Baudrillardovu *Potrošačkom društvu* (1970 /1998b/) na djelu vidimo teoretičara koji je istodobno i izrazito moderan, ali i s naznakama različitih koncepata (simulacije i dr.) koji će preuzeti središnje mjesto u njegovu kasnijem stvaralačkom razdoblju. Kao i u svakome drugom modernom djelu, u *Potrošačkom društvu* su, kao i u *Sustavu predmeta* (1968 /2005/), jasni teorijski autoriteti: kao najbitnijega možemo istaknuti Marxa, s idejama o uporabnoj (UV) i razmjenskoj vrijednosti (RV) te snažnim naglaskom na cijeli sustav robe i proizvodnje. Baudrillard jasno ističe povezanost između proizvodnje i potrošnje te mu je stoga Marx od iznimnoga značenja, pogotovo što u ovom radu jasno još daje proizvodnji »(...) prioritet nad potrošnjom« (Ritzer, 1998: 3). Uz koncepte fetišizma robe, otuđenja, topološke figure baze i nadstrukture, Baudrillard se općenito koristi marksističkim pristupom u teoretiziranju potrošnje (Kellner, 1989; Ritzer, 1998; Poster, 1998), pristupom s kojim će ubrzo prekinuti. Osim same ideje da je sustav proizvodnje potreba imanentno politič-

ki, tj. da osigurava društveni konsenzus,¹ često se koristi i dijalektikom kao logičkom i metodskom matricom promišljanja društvenoga. Iako je Baudrillard pod spomenutim utjecajem Marxa, kao i drugih klasičnih socioloških autora (Durkheima, Veblena i dr.), Ritzer drži da je najjači utjecaj strukturalističke škole Claudea Lévi-Straussa. Svijet se potrošnje tako promatra kao oblik diskursa, oblik jezika, tj. kao način komunikacije koji operira preko svog koda i sustava značenja, koji je inherentan samom sebi, koji je autoreferentan te samim time nerazmjenniv s ostalim sferama društva. Iako je identificirao dvije linije u promišljanju potrošačkog društva u njegovim ranijim radovima, Ritzer ipak ne ističe dovoljno tendenciju koja samu Baudrillardovu logiku potrošačkog društva čini ipak ambivalentnijom. Jedna je logika njegova rada *razmjenjive naravi*, referirajući ne samo na sebe, nego i na cijelu socioekonomsku strukturu određenog društva, a reflektira se i očituje u cijelom nizu kolektivnih pojava i društvenih »arena« (ta je logika produkt njegova marksistički orijentiranog razmišljanja), dok je druga ona *autoreferentne naravi* potrošačke strukture, činjenice da je poredak znaka/robe isključiv u drugim dimenzijama, da referira samo na druge znakove/robe. Upravo je ta strukturalistička tendencija u njegovu radu ona koja će u kasnijim radovima dobiti drugu teorijsku bazu te gurnuti Baudrillarda dalje od marksizma, strukturalizma i sociologije kao nešto metodski rigidnijega teorijskog diskursa, prema dosta fragmentarnom, esejističkom i visoko stiliziranom diskursu njegova kasnijeg opusa. Chen je taj preokret u ranijem Baudrillardovu teoretiziranju identificirao s njegovim pomakom interesa prema proučavanju društvene uloge medija (Chen, 1987), no Baudrillarda to nije moralo nužno uputiti prema ideji da mediji zamjenjuju i derealiziraju stvarnost. U krajnjoj liniji, tek je njegovo nastojanje na superiornosti *forme* medija (koja se djelomično sastoji u njihovoj autoreferentnoj naravi) – tj. razmjene znakova i slika – dovelo do mogućnosti promišljanja *centralnosti poretka medija u kreiranju društvene stvarnosti* – nastojanje koje je moglo proizaći *isključivo* iz tendencije promišljanja nerazmjennivosti određene strukture (one medija i reprezentacije)

¹ Ovdje Baudrillard promišlja »nepolitički« uvjet političke zajednice u kasnom kapitalizmu. Dok je Marxu ekonomija, tj. proizvodnja, predstavljala pravu »drugu scenu« politike (Balibar, 2007), sferu koju ona (politika) mora nužno depolitizirati kao uvjet vlastite egzistencije i reprodukcije, Baudrillardu tu istu ulogu preuzima jedan drugi aspekt ekonomije – potrošnja: tako možemo razmotriti i tvrdnju da se u društvu obilja »radnici pretvaraju u potrošače«. No, to je i dalje marksistička pozicija, pogotovo ako imamo na umu da je Marx, uz favoriziranje proizvodnje, ipak držao da je plasman roba na tržište također dio procesa akumulacije kapitala.

s drugim sferama društva.² Tako nasuprot određenom općeprihvaćenom mišljenju o Baudrillardu, izvor njegovih kasnijih koncepata, po kojima je često prozivan kao veliki »guru postmodernizma«, poput simulacije, zavodjenja itd., nije u jezgri same strukture medija, nego prije u poretku Koda čiji je temelj *sustav predmeta*, tj. roba/znakova – Baudrillard je tako autor koji piše više u duhu tradicije određene Marxove misli, nego one kanadskog teoretičara medija Marshalla McLuhana, s kojim ga se češće povezuje (Pawlett, 2007).

Iako se već u prvim radovima ocrtavaju konture Baudrillardova polaganog odmaka od marksizma u pravcu strukturalizma (kao i njegovo ubrzano nadilaženje), on i dalje ostaje vjeran kritičkom duhu marksističke teorije, te značenju same pozicije kritike (Kellner, 1989; Kroker, 1985). Konceptualni mu aparat nije uvijek konzistentan, tako da u ranim autorovim radovima imamo ne jednoga, nego bismo mogli reći i više autora koji rade »paralelno« s različitim teorijskim paradigama (imamo strukturalista s cijelim nizom koncepata jezika, znaka, kodova itd.; marksista, s visoko diferenciranim društvom lažnih potreba, otuđenjem pojedinca, idejom o nužnosti revolucije itd.; psihoanalitičara, s kulturom kao »umjetnim«, nelagodnim ljudskim okolišem, s poretkom društva definiranog represivnim zakonom; sociološkog funkcionalista, s pojmovima funkcionalnosti otpada, anomalije, institucije itd.). Možda je upravo ta heteronomija samog teksta rezultirala u njegovom iznimnom bogatstvu, pa i u relativnom »bezvremenskom karakteru« (Ritzer, 1998); tako se pokazalo da same nedorečenosti i konflikti između određenih teorijskih paradigmi imaju vlastitu »funkciju«.

»Rad potrošnje« ili društvena logika diferencijacije: nova moralnost kasnog kapitalizma

Za samog Baudrillarda potrošnja predstavlja poredak označitelja u nizu objekata; sustav ili kôd znakova; manipulaciju predmetima kao znakovima; komunikacijski sustav, tj. sustav razmjene; moralnost, tj. ideološki sustav; društvenu funkciju; kolektivni fenomen; sustav proizvodnje potreba koji individualizira i izolira pojedince (Ritzer, 1998). Ako je nešto zajedničko tom nizu izrazito različitih promišljanja određenoga društvenog fenomena, onda je to činjenica da, pod utjecajem Durkheima, Baudrillard jasno ističe kako treba odlučno prekinuti s »metafizikom potreba i bogatstva« kad promatramo potrošnju u današnjim društvima. S odbacivanjem perspektive

² Za Krokera je taj epistemološki rez identičan s radom *L'échange symbolique et la mort* (*Simbolička razmjena i smrt*, 1976 /1993/) u kojoj Baudrillard prestaje promatrati simbolički poredak kao protukretanje apstraktnoj sferi znakova, koja stvara simulacijski model iskustva (Kroker, 1985).

koja se isključivo usmjeruje na individualno konzumiranje roba kroz koje pojedinci pronalaze užitek, zadovoljenje i određeno ispunjenje, potrošnja se otkriva kao durkheimovska društvena činjenica, koja je *izvanjska* i ima status *prisile* nad pojedincem: »Tako potrošnja postaje strukturnom organizacijom, kolektivnim fenomenom, moralnošću, a ponajprije, kodirani sustav znakova« (Ritzer, 1998: 15). S tom idejom potrošnje Baudrillard odbija i ideju o korisnosti podjele vrijednosti na uporabnu i razmjensku, ideju koju će kasnije razraditi u *Kritici političke ekonomije znaka* (1972 /1981/), gdje ističe da je sama uporabna vrijednost bila oduvijek alibi razmjenske vrijednosti (Baudrillard, 1981; Baudrillard, 2001). Baudrillard kritizira Marxa i marksizam zbog nemogućnosti da povežu sustav političke ekonomije i sustav reprezentacije, te zbog tendencije naturalizacije uporabne vrijednosti preko »antropološke iluzije«; procesom apstrahiranja individuuma iz društva i okoline stvara se »mit primarnih potreba« koji skriva činjenicu da su potrebe već-uvijek proizvedene od strane sustava te da predstavljaju njegov funkcionalni uvjet koji nije univerzalan u svojem sadržaju (Baudrillard, 1981; Pawlett, 2007). Nasuprot umjetnog »psihosociologizma« potrebno je promatranje *društvene logike* potrošnje, nevezane za logiku zadovoljenja potreba ili bilo kakvu individualnu (pa tako i grupnu) taktiku, nego kao proizvodnju i manipulaciju društvenim označiteljima. Ta je društvena logika nesvjesna i kolektivna, stoga i proces potrošnje možemo promatrati iz dvaju osnovnih kutova: »kao proces *označivanja i komunikacije*, koji se zasniva na kodu, u kojem su smještene potrošačke prakse i na kojem zasnivaju svoje značenje« (Baudrillard, 1998b: 60), te kao »proces *klasifikacije i društvene diferencijacije* u kojem su znakovi/objekti uređeni ne samo kao značajne razlike u kodu, nego kao statusne vrijednosti u hijerarhiji« (Baudrillard, 1998b: 61). Stoga potrošači nikada ne konzumiraju robu u njezinoj materijalnosti (u njezinoj uporabnoj vrijednosti), nego u općoj razlici naspram svih drugih znakova/objekata (u razmjenskoj vrijednosti): za Baudrillarda zapravo konzumiraju *ideju odnosa s drugim znakovima*, istodobno označenu ali i odsutnu. Tako roba više nije određena svojom uporabnom vrijednošću, nego onim što označuje; a ono što označuje više nije ono kako djeluje, nego kompleksan odnos naspram cjelokupnog totaliteta roba i znakova.³ Pritom treba objasniti kako Baudrillard promišlja odnos roba i znakova. Iako je u svojim kasnijim radovima posve napustio marksističku u korist (post)strukturalističke paradigme te tako promišljao

³ Kao i za Žižeka, za Baudrillarda je pravi Marxov doprinos otkrivanje *forme* same robe, nasuprot Marxovoj stalnoj privilegiji uporabne vrijednosti nad razmjenskom vrijednošću. Za Žižeka je to jedna od osnovnih poveznica marksizma i psihoanalize: u obama slučajevima na djelu je pokušaj izbjegavanja »fetišističke fascinacije sadržajem« (Žižek, 2002a).

društvo kao već-uvijek vlastitu simulaciju konstruiranu od strane strukture poretka znakova,⁴ začetak tih ideja imamo već u samom *Potrošačkom društvu* (pa čak i u ranijem *Sustavu predmeta*). Arthuru Krokeru je Baudrillard bitan kao radikalni kritičar znaka kao čistog i najjasnijeg izraza heteronomije apstraktne kvalitete robnog oblika, kako je definirao Marx (Kroker, 1985). Roba se tako, kroz vlastitu emancipaciju od rada (emancipaciju koja je za Baudrillarda u krajnjoj liniji nihilistička), otkriva kao ono što je uvijek i bila – »transparentni označiteljski sustav« (Kroker, 1985: 70). Ta se označiteljska logika u ovom stadiju Baudrillardova rada još nije posve »emancipirala« od svoje materijalne baze, gdje je razmjena znakova vezana za kruženje roba na tržištu; simulacija se još nije »emancipirala« od političke ekonomije. U tom međuprostoru teorija, zatvorenom s jedne strane *sociološkim pristupom* (pod najjačim utjecajem već spomenutih Marxa, Durkheima i Lévi-Straussa), a s druge nadolazećim *poststrukturalističkim teoretiziranjem* (koje odbija daljnje promišljanje društvenoga kao autonomnoga sociološkog objekta), nalazi se skoro »utopijski« trenutak Baudrillardove teorije, zbog čega ga je Kroker nazvao »čarobnjakom marksizma koji je Marxa učinio nanovo *opasnim*« (Kroker, 1985: 78).⁵ U tom je trenutku teorije Baudrillard preokrenuo logiku Marxova *Kapitala* te, kao stvarni objekt analize, promislio primarnost sfere kulture (nadgradnja) nad ekonomijom (baza). Znak je tako postao čisti i najjasniji izraz apstraktne kvalitete robnog oblika i njezina skrivena tamna strana te je, zbog toga, nakon ovoga tranzicijskog trenutka vlastite teorije, Baudrillardu postalo nemoguće istodobno promišljati logiku razmjene roba i znakova. Nakon napada na uporabnu vrijednost kao alibi razmjenske vrijednosti, počeo je otvarati prostor za promišljanje čisto relacijske i objektivne sheme »slobodnolebdećih« znakova, tj. vlastite, samostalne, logike znakova koja se emancipira u simulaciji (Baudrillard, 2001; Kroker, 1985; Kellner, 1989). Otad njegovo teoretiziranje društva završava u promišljanju društvenog totaliteta kao velikoga *označiteljskog sustava* – Koda – kad pojava strukturnog poretka znakova uputi na trijumf označujuće kulture koja rastvara društvene odnose, institucije i strukture, ukidajući tako i referentnu iluziju u korist strukturne logike kasnog kapitalizma.

⁴ Baudrillard je ponudio tri hipoteze o »smrti društvenoga«, od kojih je prihvatio posljednju: 1) društvo nikada nije postojalo već-uvijek kao vlastita simulacije; 2) samo društveno postoji te se sama povijest sastoji od širenja društvenog stroja koji socijalizira rezidualne sfere i osobe; 3) društveno je postojalo, ali više ne postoji (Bogard, 1987).

⁵ Da budemo precizniji, taj bismo međuprostor Baudrillardove teorije smjestili između *Sustava predmeta* (1968 /2005/) i *Simboličke razmjene i smrti* (1976 /1981/), kad zasigurno prekida s marksizmom (Kroker, 1985; Pawlett, 2007; Poster, 1998).

Za Baudrillarda robu nikada ne koristimo u pravom smislu riječi, jer je njezina uporabna vrijednost alibi razmjenske vrijednosti. Štoviše, sama je razmjenska vrijednost donekle postala uporabnom ako nam neka roba služi kao znak koji nas udaljuje od neke skupine te približava drugoj: roba tako služi kao *označitelj (znak) društvene diferencijacije*. Društvenom diferencijacijom članovi društva pronalaze se u statusnoj hijerarhiji, tj. određeno im je mjesto u društvu. Tako se održava reprodukcija društva – iskustvo potrošača istodobno nije samo ono prisile na različitost, podređenosti kodu, nego i potrebe za razlikovanjem, za korištenjem koda koji je pak proizvod samog društva, te nadilazi individualnu uporabu. Treba istaknuti da Baudrillard nije htio ustvrditi svemoć potrošačkog društva, iako u određenim dijelovima njegova rada doista izgleda da je kritika postala u potpunosti interni moment reprodukcije totaliteta ili same razmjene objekata; potpuno svjestan kontrole i moći kojom operira sustav kroz cirkulaciju roba, on ipak drži da smo u mogućnosti odbiti imaginarij privlačnosti koji nam se nudi (Pawlett, 2007). No, u korijenu svake prakse potrošnje ipak je potreba za razlikovanjem i individualnošću (kao i grupnim isključivanjem), što potrošnju kao društvenu činjenicu čini neograničenom; da je potrošnja doista društvena pojava kojom pojedinci zadovoljavaju svoje potrebe, ona bi kad-tad dosegla svoj vrhunac, svoj zenit. Nasuprot tomu, konzumacija *pozitivnih razlika roba*, pretvara se u pozitivne i *negativne razlike znakova* koje se referiraju na niz drugih označitelja i tako dovode potrošača do konačnog nezadovoljstva i osiguravaju neprestanu konzumaciju (Baudrillard, 1998b; Baudrillard, 2005). Subjekti ne traže zadovoljavanje svojih potreba u potrošnji, nego kroz konzumiranje predmeta traže diferencijaciju, a ta je potraga beskrajna. No, nije samo vlasništvo nad određenom robom pokazatelj društvenog statusa, nego se suvremena klasna institucija i linija diskriminacije odnose na strukturu organizacije korištenja objekata. Stoga Baudrillard na potrošnju ne gleda kao na materijalnu praksu, niti kao na fenomen društva obilja. Ona je definirana organizacijom roba u označujuće objekte: »(...) potrošnja je tako *virtualna totalnost svih predmeta i poruka već konstituiranih kao manje ili više koherentan diskurs*. Ako uopće ima značenje, potrošnja znači *aktivnost koja se sastoji od sustavne manipulacije znakovima (...)* *Da bi postala objektom potrošnje, stvar najprije mora postati znak*. To jest: mora postati izvanjska prema odnosu što ga sada samo označuje. Stoga je arbitrarna (...) svoju konzistentnost i značenje zasniva na apstraktnom i sustavnom odnosu naspram svih drugih znakova-objekata. Samo u tom kontekstu (...) može stoga biti konzumirana, nikada u svojoj materijalnosti, nego u svojoj *razlici*« (Baudrillard, 2005: 218).

Baudrillard tako kritizira autore koji prihvaćaju postulat o autonomnom društvenom akteru, čiji je odnos naspram objekata predmet manipulacije, tvrdeći da ti autori ne uviđaju da je sam sustav potreba proizveden od strane sustava proizvodnje,⁶ tj. da su i sustav potreba i institucija potrošnje »organizirani produžetci proizvodnih snaga«: »(...) potrebe, uzimajući pojedinačno, ne predstavljaju *ništa* te postoji samo sustav potreba, tj. potrebe su samo *najrazvijeniji oblik racionalnog usustavljivanja proizvodnih snaga na pojedinačnoj razini*, gdje potrošnja preuzima logiku i nužnost od proizvodnje« (Baudrillard, 1998b: 75).

S preuzimanjem ideje o povezanosti proizvodnih snaga i sustava potreba, Baudrillard ipak ne ostaje u krugu marksističkih autora s kojima dijeli mišljenje da moderni sustav potreba privatizira, manipulira i otuđuje pojedinca. On se polako odmiče od te skupine autora tvrdeći da roba više nije određena svojom uporabnošću, nego onim što označuje (a označuje cjelokupan odnos nasuprot ostalog sustava znakova) te drži da je teorijski nelegitimno objašnjavati potrošački poredak pojedinačnim potrebama, željom za njihovim zadovoljavanjem ili mogućom manipulacijom koju trpe potrošači. Topološka figura klasičnog marksizma (baza i nadgradnja) priziva se kad Baudrillard tvrdi da poredak proizvodnje ne zahvaća poredak užitka za svoje vlastite ciljeve, nego poriče taj isti poredak poredak, istovremeno ga organizirajući u sustav proizvodnih snaga: »potrošnja nije funkcija užitka nego funkcija proizvodnje« (Baudrillard, 1998b: 78). Razmišljanje svih teoretičara »otuđenja potrošnje« on naziva »magičnim«, tvrdeći da potrebe, uzete same za sebe (na individualnoj razini), za teorijsko mišljenje ne predstavljaju ništa. Identificirajući društvenu logiku potrošnje i napadajući »psihološki redukcionizam«, Baudrillard se neizravno poziva na jedan od temeljnih postulata durkheimovske sociološke tradicije, onaj o potrebi objašnjavanja društvenih činjenica isključivo drugim društvenim činjenicama. Tvrdeći da prethodne teorije potrošnje tako ni ne zaslužuju naziv diskursa, jer su u potpunosti tautološke (njihov je postulat da »potrošač nešto kupuje jer on to i želi«), a time i logički nelegitimne, s idejom da predmete konzumiramo kao znakove Baudrillard tvrdi da je, osim želje za individualnom distinkcijom, konzumiranje predmeta kao znakova izraz želje za *društvenim značenjem*. Bolje rečeno, upravo zbog toga što praksa konzumiranja znakova daje obilježje i rezultira *statusnom distinkcijom*, istodobno ta praksa predstavlja i izmješten

⁶ Primjerice, on kritizira teoretičara Frankfurtske škole Herberta Marcusea, koji dijeli potrebe na »prirodne« (potrebe inherentne ljudskoj prirodi) i »umjetne« (potrebe stvorene od strane ekonomskog sustava). Za Baudrillarda je sama ta podjela pogrešna; pojedinac se već-uvijek nalazi u društvu koje na specifičan način organizira svoje proizvodne snage te je u tom sustavu on dio lanca robno novčane razmjene.

ili metaforički izraz želje za, te pokušaj uspostavljanja *društvenog koda vrijednosti*: paradoks potrošnje jest u tome da konzumiranje i želja za razlikom rezultiraju u uspostavljanju istoga, zajedničkog. Pritom treba primijetiti da za Baudrillarda današnje stanje ne možemo karakterizirati kao razdoblje individualiziranog društva atomizirane potrošnje; mi pripadamo društvu, slični smo ili različiti drugim potrošačima, no taj odnos pripadanja ili sličnosti jest odnos Koda. Iako je potrošnja, zbog činjenice da rezultira statusnom distinkcijom, naizgled u diskrepanciji s vlastitom inherentno kolektivnom naravi, ona je ipak *funkcionalna*: sam proces konzumiranja u *formalnom* je smislu egalitaran i slobodan utoliko što je otvoren svima u određenom društvu – potrošači konzumirajući robe ili reklame, u jednakoj mjeri konzumiraju i ideju potrošnje i kôd vrijednosti. Klasna ili statusna diferencijacija uspostavlja se tek u odnosu na objekt pojedine konzumacije, no i dalje samo kao rezultat kolektivnog koda vrijednosti i morala. Štoviše, Baudrillard tvrdi da funkcija sustava diferencijacije ide puno dalje od potreba zadovoljavanja prestiža, u samoj zamijeni svih kvaliteta i specifičnih sadržaja diferencijalnim oblikom Koda. Upravo je taj oblik, izražen u Kodu, u sredini »(...) procesa upijanja znakova i bivanja upijanim od strane znakova« (Baudrillard, 1998b: 191). Ovdje Baudrillard razmišlja o metapotrošnji, ideji koju nije sustavno razvio u svojim ranijim radovima, koja se tek fragmentarno i marginalno pojavljuje u *Potrošačkom društvu*. Kao teoretičar *opće komodifikacije društvenog života*,⁷ čija logika prethodi ideji da je društvo »strukturni poredak znakova« (Kroker, 1985), potrošači u jednakoj mjeri konzumiraju proizvode, robe, materijalne objekte kao i čiste znakove (glazbu, umjetnost, znanost, vijesti itd.). Tvrdeći da preko kulturnih modela i kodova sve postaje objektom konzumiranja, tj. u klasičnom marksističkom diskursu roba (naša tijela, vrijeme, čak i nasilje, kao neizostavni pratilac društva obilja), Baudrillard polako uspostavlja temelje svoje buduće teorijske preokupacije: viška i nadmoći poretka objekta nad subjektom, ideju koju će kasnije razviti u činjenici ireverzibilnog događaja medija, te još važnije, poretka Koda.⁸ I u ideji simulacije i nadmoćne raz-

⁷ »Robna je logika poopćena i danas ne vlada samo radnim procesom i materijalnim proizvodima, nego cijelom kulturom, seksualnošću, međuljudskim odnosima, uključujući čak i fantazije te individualne nagone. Sve je preuzeto tom logikom (...)« (Baudrillard, 1998b: 191).

⁸ Već u svojim prvim radovima Baudrillard ističe važnost i inovaciju koju uvode mediji, a koja se sastoji od njihove *forme*: »Zapravo se sve promijenilo u *formi*: neorealnost je svugdje zamijenila realnost, neorealnost koja je u potpunosti proizvedena kombiniranjem elemenata koda. Preko cijelog područja dnevnog života, odvija se široki *proces simulacije* (...) U masovnoj komunikaciji, on preuzima *snagu realnosti*: sama je realnost ukinuta, izbrisana, u korist ove neorealnosti modela, kojoj je materijalnu snagu dao medij sam« (Baudrillard, 1998b: 126).

mjene znakova, u jednoj od teza koje su Baudrillarda kasnije proslavile kao postmodernog teoretičara *par excellence*, možemo naći njihov marksistički začetak; u onom što Etienne Balibar naziva *generalnom ekvivalencijom*, tj. u strukturi koja u apstraktnoj i jednakoj mjeri podčinjuje pojedinca formi cirkulacije (roba, slika, znakova), a koja pretpostavlja *kôd* kojem se partikulariteti moraju podčiniti (Balibar, 2007).

Tvrdeći da u i činu konzumiranja postoji nejednakost, prema Baudrillardu je sam proces proizvodnje težnji k istima neegalitaran, ako širi aspekt aspiracija nije jednako otvoren različitim društvenim skupinama. Gornji slojevi uvode sadržajnu inovaciju kako bi napravili odmak u odnosu na ostale društvene skupine (pogotovo srednje klase), sadržajnu inovaciju koja se sastoji od manipulacije Kodom čiji je svrha uspostavljanje odnosa prestiža između osoba i različitih društvenih skupina (Bourdieu, 1984).⁹ No, istodobno je konzumacija znakova kompenzacija za neuspjeh određenih klasa po pitanju statusne mobilnosti (Baudrillard, 1998b; Baudrillard, 2005). Držeći paralelno durkheimovsku i marksističku poziciju, tvrdeći istodobno da je potrošnja kao društvena činjenica funkcionalna ali i »klasna institucija« (Baudrillard, 1998b: 59), Baudrillard tvrdi da s društvom potrošnje dolazi do vremenskog izmještaja u nastanku i kruženju robe, s idejom da mi uvijek kasnimo za predmetima, za njihovom nevjerojatnom brzinom kruženja. S ukidanjem protestantske etike, koja karakterizira prvotni stadij kapitalizma (požrtvovnost, radišnost, asketizam, akumulacija kapitala, seksualna represija itd.), te s pomicanjem od potrošnje prema *korištenju roba kao znakova diferencijacije* (kao izraza statusa) prema suvremenom potrošačkom društvu, same su robe pred potrošačima prije nego ih, u proizvodnom procesu, uspiju zaraditi, prije nego što one postanu otjelovljenje njihova rada, tako da »(...) u određenom smislu njihova potrošnja prethodi njihovoj proizvodnji« (Baudrillard, 2005: 172). Skriveni pratilac društva obilja jest činjenica da s fiskalnom (i ostalim) nesigurnostima, recesijom, kroničnom inflacijom (rast cijena roba, novca, troškova i nafte), nestalnostima radne snage, proizvodnih odnosa te globalne ekonomije općenito, sam motor današnjeg društva predstavlja

⁹ Za razliku od svoga ranijeg »sociološkog razdoblja«, u kojem je još radio s pojmovima klasične sociologije, od sredine sedamdesetih za Baudrillarda, nasuprot Bourdieuu, funkcija potrošnje nije stvaranje kolektivnih statusnih skupina, nego *atomiziranje klasnog konflikta u individualni*, razbijanje kolektivnih klasnih odrednica u osobne. Institucija potrošnje u zreljem bi Baudrillardovu diskursu tako bila klasna institucija koja je nastavila funkcionirati i nakon disolucije same institucije klasa u »masu«; potrošnja od društvenih klasa sada *stvara jedinstvenu potrošačku univerzalnu skalu*, u kojoj se zaista reproduciraju društvene nejednakosti, no bez mogućnosti pozivanja na »klasnu svijest« prethodnoga industrijskog razdoblja.

činjenica prvotnosti kupovine robe te kasnijeg otplaćivanja u radnom procesu (Baudrillard, 2005). Same plaće više nisu mjera rada, nego sredstva za pristup potrošačkom društvu, preko kojeg akteri postaju kupci roba jednako kao što je Kapital kupac Rada. S opadajućom racionalnom »legitimacijskom moći« društava kasnog kapitalizma (Habermas, 1982), kredit postaje točka u kojoj je vidljiv proces određene *refeudalizacije* samoga društvenog totaliteta, u kojoj dio rada prije samog njegova izvršenja pripada određenim ekonomskim subjektima (dio neizvršenoga, neodrađenog rada sada unaprijed godinama ide bankama za otplate kredita itd.): stvaraju se odnosi (osobne) ovisnosti (npr. potrošača prema bankama, poslodavcu), nestaje mogućnost odvajanja potrošača od njegova radnog mjesta te premještanja na drugu poziciju (ako ima mjesečne obveze prema banci, ne može riskirati na određeno vrijeme nezaposlenost) itd. No, Baudrillard preokreće i taj odnos: tako za njega ne pruža društvo građanima kredit za potrošačku slobodu (na tržištu roba), nego ti isti građani kreditiraju samo društvo: »Dakako da sustav proizvodnje ovisi i dalje o eksploataciji radne snage, no danas je jako osnažen kružnim konsenzusom ili zavjerom, gdje se samo podčinjavanje shvaća kao sloboda te tako transformira u neovisni i trajni sustav« (Baudrillard, 2005: 174). Kredit tako postaje i politikom i etikom utoliko što širenjem tržišta nameće *ubrzanje razmjene* predmeta i njihovu multifunkcionalnost – istodobno zadovoljenje potreba, zadaća, troškova – održavajući pritom *stabilnost* društvenog poretka. Prema Baudrillardu, koji sada nanovo zvuči jako »marksistički«, tu postaje jasnom potrošačka logika kasnog kapitalizma: »(...) *predmeti danas nisu namijenjeni da budu posjedovani ili korišteni, nego isključivo da bi bili proizvedeni i kupljeni*. Drugim riječima, oni nisu strukturirani ni kao funkcija potreba ni kao racionalnija organizacija svijeta, nego konstituiraju sustav posve određen ideološkim režimom proizvodnje i društvene integracije« (Baudrillard, 2005: 177).

Želja za objektom za Baudrillarda je samo metaforički i *izmješteni* izraz *želje* za društvenim kodom vrijednosti, za novim poretkom morala, čiji je ključni aspekt emancipacija znaka od robe, nastanak jednoga autorreferentnog sustava (Kroker, 1985). Potrošnja tako postaje sustavom koji »(...) organizira poredak znakova i integraciju skupine, te je stoga i moralnost (sustav ideoloških vrijednosti) i komunikacijski sustav« (Baudrillard, 1998b: 78). Ona *nije funkcija užitka, štoviše ona je izvanjska užitku*; potrošnja je »kolektivno ponašanje (...) nešto nametnuto, moralnost, institucija, cijeli sustav vrijednosti« (Ritzer, 1998: 4). Kroz učenje Koda potrošnje društvo nas socijalizira, uči da trošimo, a sama je potrošnja povratno viđena kao građanska dužnost – naglasak je na fenomenu društvene kontrole i

grupne kohezije (Bauman, 1998). Baudrillard, ovdje poput Žižeka, ističe užitek kao vrstu dužnosti koja je nametnuta građanima; stvorena je nova moralnost socijetalne strukture, etika kasnog kapitalizma sa snažnim utjecajem *superega* – opscenim pritiskom na uživanje.

Slavoj Žižek i instancija superega kasnog kapitalizma

Nije Baudrillard jedini koji o kasnom kapitalizmu govori kao o paradoksalnoj refeudalizaciji društvenog poretka, koja se očituje u posebnoj ulozi kredita kao i u istodobnom postojanju demokratskog društva s poretkom dominacije i privilegija, poretkom koji u današnjoj konjunkturi možda i ne gubi, ali zasigurno proživljava krizu izravne ideološke legitimacije (Bauman, 1998; Habermas, 1982). U svom prvom radu na engleskom jeziku, *Sublimnom objektu ideologije* (1989 /2002a/), Slavoj Žižek na freudijanski način promišlja i spaja dvije suprotne tendencije u promišljanju Marxove teorije fetišizma te prelaska na kapitalistički način konstruiranja društvenoga. Žižek kreće od, na prvi pogled, paradoksalne teze psihoanalitičara Jacquesa Lacana, koji tvrdi da je Marx prvi teoretičar koji je otkrio simptom.¹⁰ Prema Žižeku, tu tezu treba shvatiti imajući na umu način na koji Marx objašnjava prelazak s feudalizma na kapitalizam, prelazak koji možemo objasniti s pomoću teorije *fetišizma robe*. Marx je držao da je fetišizam robe iluzija, koja u određenom društvenom odnosu među ljudima vidi zamišljeni odnos među stvarima. No, u pitanju nije obična, subjektivna iluzija, nego kolektivna iluzija čiji je karakter nužan i objektivna, kako je ustvrdio i sam Marx (»objektivno nužan prikaz«). Vrijednost određene robe jest *oznaka mreže društvenih odnosa* među proizvođačima, »(...) koja poprima oblik kvaziprirodne osobine jedne druge stvari, novca« (Žižek, 2002a: 43). Pritom Žižek iščitava fetišizam robe u duhu Althusserove strukturalističke kritke Marxove ideološko-humanističke opozicije ljudi i stvari (Althusser i Balibar, 1970): naglasak tako nije na zamjeni odnosa između ljudi odnosima među objektima (robama), tj. zamijeni znakova za ljude (Baudrillard), nego u činjenici da postoji određeno pogrešno shvaćanje, vrsta kratkog spoja između odnosa formalne strukture (koja je po definiciji uvijek odsutna) i jednog od elementa te strukture: »(...) strukturalni element, efekt mreže odnosa između elemenata, pojavljuje se kao *neposredno* svojstvo jednog od elementa, kao da mu ta osobina pripada i onda kad nije u *odnosu* s drugim elementima« (Žižek, 2002a: 43).

¹⁰ Ovdje nas ne zanima izričita psihoanalitička definicija simptoma nego činjenica da se simptom u procesu vraćanja potisnutog »nastoji ponovno pojaviti«, i to mu uspijeva »(...) u iskrivljenom obliku, u obliku kompromisa« (Laplanche i Pontalis, 1992: 495).

Ta struktura za Žižeka uvijek predstavlja strukturu značenja, »strukturu označitelja koji mijenjaju označeni sadržaj, a ne strukturu označenog« (Žižek, 2003: 47). U pitanju je primordijalna razmjena Realnoga za Simbolički poredak, koji s uvođenjem Kulture i Jezika, stvari više ne određuje »po tome što zaista 'jesu', već samo s obzirom na njihovo simboličko mjesto« (Žižek, 2003: 47). Tako, parafrazirajući Baudrillarda, možemo ustvrditi da u apsolutnoj strukturi Simboličkog poretka (ili poretka Koda), uporabna forma jest alibi razmjenske samo ako održavamo nužnu iluziju da se nešto može odrediti izvan svakog oblika društvenog odnosa. Dva su navedena oblika fetišizma prema Žižeku nekompatibilna: u društvima kojima vlada fetišizam robe (kapitalistička društva masovne potrošnje) odnosi među ljudima su posve defetišizirani, dok u društvima u kojima vlada fetišizam u odnosima među ljudima (tj. u društvima pretkapitalističkih ekonomija) još nema razvijene proizvodnje za tržište, pa tako ni fetišizma robe. Za njega je tako nestanak figure feudalnog gospodara u kapitalizmu samo puko izmještanje: »defetišizacija« u odnosima među ljudima je zamijenjena pojavom fetišizma u odnosima među stvarima – *fetišizmom robe*. Mjesto fetišizma tako se pomaknulo od intersubjektivnih odnosa na odnose među stvarima: »S uspostavom buržoaskog društva odnosi dominacije i podčinjenosti su *potisnuti*: formalno naizgled imamo posla sa slobodnim subjektima čiji su međusobni odnosi ispražnjeni od svakog fetišizma; potisnuta istina – ona istrajnost kontinuiteta dominacije i podčinjenosti – pojavljuje se u simptomu koji subvertira ideološki privid jednakosti, slobode itd.« (Žižek, 2002a: 46).

Zbog činjenice da se društveni odnosi ne pojavljuju u potpunosti kao svoji, nego kao odnosi prikriveni oblikom društvenih odnosa među stvarima, nalazimo jezgru Lacanove tvrdnje o simptomu kao Marxovoj ideji. Ključno je da za Žižeka razina ideologije, pa tako ni fetišizma, nije ona znanja (svijesti) nego *nesvjesnog vjerovanja* ili *ponašanja*, tj. same društvene aktivnosti; tako su akteri na tržištu možda posve svjesni da iza odnosa među stvarima (razlika u cijeni i statusu različitih roba) stoje odnosi među ljudima, no paradoks je da se u njihovoj svakodnevnoj aktivnosti akteri ne ponašaju u skladu s tom spoznajom. Tako današnji kasnokapitalistički subjekti mogu u potpunosti zauzeti ciničan stav skepticizma i nevjerovanja, distancije prema dominantnoj tržišnoj ideologiji (štoviše, u mnogočemu je i sama ta ideologija postala ciničnom); vjerovanje je tako premješteno na stvari, utemeljeno je na onome što Marx naziva »društvenim odnosima među stvarima«. Za Žižeka fetišizam robe upućuje na temeljni karakter društvenog poretka, čija reprodukcija za Lacana sadrži ključni aspekt, *fantazmu*, tj. dvostruku iluziju kojom se u svakodnevnoj društvenoj aktivnosti ne

vodimo vlastitim svjesnim znanjem o određenoj situaciji, nego nesvjesnim uvjerenjem koje nam objektivno determinira određenu situaciju.¹¹

Yannis Stavrakakis, jedan od rijetkih teoretičara koji razmišljajući na tragu Lacana i Žižeka, nalazi određene lacanovske teme u prijašnjem Baudrillardovu radu, drži da bi bez promišljanja toga paradoksalnog *objektivno-subjektivnog* koncepta bilo nemoguće shvatiti način na koji potrošnja postaje jedan od ključnih aspekata suvremenog života (Stavrakakis, 2007). U današnjim društvima potrošačko ponašanje postaje istodobno »središnjim kognitivnim i moralnim fokusom života, integrativnom vezom društva i fokus sistemskog upravljanja« (Bauman, 1998: 49), preuzimajući mjesto poveznice individualne, društvene i systemske razine koje je prethodno zauzimao *rad* (pružajući determiniranu motivaciju pojedincima, integraciju pojedinaca u društvo te reprodukciju sustava). U zapadnjačkim kasnokapitalističkim društvima od rada su danas ostali samo tragovi u znakovima, dok sama proizvodnja još opskurno postoji samo u zemljama Trećeg Svijeta. Pojedinci su danas tako »(...) uključeni (moralno od strane društva, funkcionalno od strane društvenog sustava) ponajprije kao potrošači, pa tek onda kao proizvođači« (Bauman, 1998: 49). Struktura potrošnje te funkcije oglašavanja i »brendiranja« upućuju na novi oblik interpelacije subjekata, kojim kasnokapitalističko društvo čini široki zahvat na grupna ponašanja i identifikacije. To rezultira pojavom novog fetiša, *fetiša subjektivnosti*, koji skriva činjenicu da se subjektivna dimenzija društvenih aktera svodi na kupovinu i prodaju znakova korištenih u konstrukciji osobnih identiteta (Bauman, 2007). Za Baudrillarda sustav predmeta djeluje kao načelo ideološke integracije kojim akter postaje osobom tek kroz proces *personalizacije* ili uspostavljanja »minimalne razlike«. Koji god odabir predmeta napravili unutar potrošačkog društva, preko roba se taj odabir pretvara u oblik znaka, koji nas definira naspram drugih: npr., za Baudrillarda tako označitelji pobune, revolucije jesu upravo samo to, znakovi nekoga prošlog društva, koji sada postoje samo kao efekt strukture Koda, kao nužno suprotni pol oznake konformnosti i integracije. Ideja slobode aktera unutar Koda nužni je privid potrošačkog društva, ako je »jasno da u činu individualizirane konzumacije subjekt, u samom nastojanju na svom statusu subjekta, uspijeva samo u manifestiranju sebe kao *objekta ekonomskog zahtjeva*« (Baudrillard, 2005:

¹¹ Za Žižeka tako prava marksistička kritika upućena akteru u robnoj razmjeni glasi: »Možda misliš da ti se roba čini kao jednostavno utjelovljenje društvenih odnosa (npr. da je novac samo vrsta jamca koji ti osigurava dio društvenog proizvoda), no *ovako ti se stvari zaista ne čine* – u tvojoj društvenoj stvarnosti, tijekom participacije u društvenoj razmjeni, svjedok si neobjašnjive činjenice da ti se roba zaista čini kao čarobni objekt sa specijalnim moćima« (Žižek, 2003: 54).

165). Dok se proizvodnjom viška u tradicionalnim društvima potvrđivala zajednica, u kapitalističkom se društvu potvrđuje pojedinac. Sloboda, suverenost i autonomija pružaju se potrošačima samo pod uvjetom da prihvate ponuđeni osjećaj individualnosti – potrošačko društvo je »slobodno« samo za potrošače, koji »(...) internaliziraju djelovanje društvene kontrole i njezine norme u samom procesu konzumiranja« (Baudrillard, 2005: 192). Ako je »(...) sudbina *fetišizma robe* bila da skriva ljudski, odviše ljudski sadržaj društva *proizvođača*, onda je red *fetišizma subjektivnosti* da skriva robnu, odviše robnu stvarnost društva *potrošača*« (Bauman, 2007: 14).

Od potpore sustavu proizvodnje i izvora društvene kohezije karakteristične za sredinu 20. stoljeća, potrošnja ulazi u domenu *osobne fantazije*; u individualiziranim postmodernim društvima praćenje vlastitog interesa postaje temelj širega društvenog dobra. Uspjeh konzumerizma bio je moguć samo utoliko što je konzumeristički diskurs u svoje središte postavio uživanje kao jezgru obećanja koja potiče potrošačku želju i reproducira konzumerističku kulturu. Taj model potrošnje nije model racionalnog aktera, koji se temelji na ideološkoj figuri ekonomski racionalnog pojedinca. Kako ističe Stavrakakis, užitek, bio on u formi označitelja, slike ili podteksta, jest »(...) vječna jezgra obećanja što ga nude reklame, obećanja koje stimulira potrošačku želju i reproducira potrošačku kulturu« (Stavrakakis, 2007: 232). Funkcija reklame ne ograničava samo na izravno prodavanje samih proizvoda, nego postavlja (interpelira) potrošače u situaciju u kojoj se netko brine o njihovim potrebama i sreći, u kojoj se »društvo kao cjelina, mora prilagoditi pojedincu« (Baudrillard, 2005: 183). Konzumerizam (ideologiju samoga potrošačkog društva) tako možemo objasniti samo uspješnom afektivnom mobilizacijom pojedinačnog potrošača, te središnjom ulogom želje koja se zasniva na određenom *manjku* (Baudrillard, 2005; Stavrakakis, 2007; Žižek, 2002a; Žižek, 2002b). Govoreći s psihoanalitičkog gledišta, status željenog objekta je ambivalentan; mi zapravo ne želimo izravno određeni predmet, nego on funkcionira kao medij druge, nesvjesne želje. Za Žižeka želja nije dana, određena niti je »prirodna«; simbolički ili društveno definirana želja predstavlja našu najveću biološku dužnost.¹² Tako, kako je ustvrdio Bourdieu, »(...) nema težeg poraza, nema većeg gubitka, od onog gubitnika u simboličkoj borbi za prihvaćanje, za pristup socijalno

¹² Za razliku od Žižeka, Baudrillard drži da »izravna« želja inače postoji, no da sustav predmeta, preko diskursa reklamiranja, nastoji »(...) nanovo stvoriti infantilnu konfuziju objekta sa željom za samim objektom, povratak potrošača u stadij u kojem, kao dijete, ne stvara razliku između svoje majke i onoga što mu majka pruža« (Baudrillard, 2005: 191). Pritom, on ne prihvaća lacanovsku tezu da je želja uvijek želja Drugoga, te da ne postoji ništa prirodno u samom procesu željenja.

priznatom društvenom bitku, ili jednom riječi, čovječanstvu« (prema Bauman, 2007: 1). Ljudska želja nema fiksni objekt, jer »(...) striktno govoreći, ne postoji objekt želje, objekt koji bi mogao zadovoljiti želju, nego samo objekt-uzrok želje« (Stavrakakis, 2007: 236). U svrhu stimuliranja, uzrokovanja želje, reklamiranje mora konstruirati društvenu fantaziju koja stvara od robe objekt uzrok želje, *objekt malo a*. Konzumirajući robe, potrošači zapravo konzumiraju fantazije koje ih okružuju, fantazije o onome što im nedostaje, čega su se odrekli ulaskom u poredak Društva/Kulture; fantazma obećava pokrivanje toga prvotnog nedostatka privremenim objektom, tako da njezin cilj nije zadovoljenje nego samo konstruiranje i održavanje želje (Stavrakakis, 2007; Žižek, 2002b). No, fantazmu ne određuje samo uprizorenje želje nego i ponuda neuhvatljivog viška užitka (*plus-de-jouir*). Za razliku od društveno formulirane želje koju određuju postojeći kulturni kodovi, poput reguliranih oblika seksualnosti itd. (svodeći se utoliko na »želju Drugoga«), *jouissance* predstavlja predsimbolički užitak koji je uvijek relacijski, izvan polja značenja, što ga pojedinci pretpostavljaju i koji je uvijek u kvalitetnom ekscesu nasuprot stvarno mogućeg užitka (Lacan, 1986). Za Žižeka je ključna karakteristika kapitalizma veza viška vrijednosti i viška užitka: iako uživanje u robi nikada ne dostiže pretpostavljeni *jouissance*, taj nesrazmjer između željenog i mogućeg uživanja rezultira vječnom potragom za viškom-užitka i razlikom, tjerajući potrošače na beskrajno kretanje od robe do robe, od znaka do znaka, od fantazme do fantazme. Upravo je to isprepletanje ekonomija Želje i Kapitala jedan od ključnih razloga za ubrzanje koje se odvija u razmjeni, kako na tržištu kapitala tako i na tržištu roba. Za potrošački sustav ključan je rastrošan potrošač, dok je za samoga tog pojedinačnog potrošača trošenje esencijalni dio građanske dužnosti i srž obećanih im prava. Zbog centralnosti i veza koje institucija potrošnje stvara na sistemskoj, društvenoj i individualnoj razini, kapitalističkim sustavima za sada nije više potrebna ni konsenzualna politička legitimacija. Stoga je danas i sam oblik klasičnog nadzora i obnašanja moći – panoptikon – zamijenjen kontrolom preko Koda i zavođenjem (Bauman, 1998; Baudrillard, 1998a). Ako je, kako smo spomenuli, etika klasičnoga protestantskog kapitalizma zamijenjen etikom kasnoga, potrošačkog kapitalizma, onda je jasna i Žižekova tvrdnja o tome da je lacanovska psihoanaliza pogodnija od freudovske za promišljanje kasnog kapitalizma (Žižek, 2002b; Žižek, 2007). Dok je kod Freuda problem (modernog) subjekta psihoanalize bio u nemogućnosti uživanja (zbog različitih zabrana, definiranih društvenim vrijednostima i moralom, a koje su procesom socijalizacije pojedinci internalizirali), za Lacanova »postmodernog« subjekta problem je u odbijanju društvene naredbe na uživanje u njezinim različitim oblicima. Za razliku od

Baudrillarda, za Žižeka ne postoji specifično neproblematično, izravno uživanje na koje nismo prisiljeni, a koje u Baudrillardovu diskursu funkcionira u svojevrsnoj odsutnosti; iako nigdje izravno ne ističe taj utopijski trenutak izravnog uživanja, on je prisutan u vlastitoj imaginarnoj opreci naspram užitka isključivo karakterističnog za potrošačko društvo. U ovom pogledu Baudrillard ostaje djelomično u paradigmi onih teoretičara koji uživanje doživljavaju kao kršenje implicitnoga društvenog zakona. Zbog ekscesivne naredbe na užitak koju propisuje superego poremećena je ravnoteža između načela ugone i načela realnosti (Žižek, 2002a). Novost postmodernog društva potrošnje tako je u promjeni javnoga, simboličkog zakona ili, kako kaže Bauman, u zamjeni načela realnosti za načelo ugone (Bauman, 1998).¹³ Ipak, ponovno je Baudrillard među prvim društvenim teoretičarima koji su zamijetili zamjenu etike klasičnoga za onu potrošačkog kapitalizma, uzrokovanu potrebom za djelotvornijom reprodukcijom postojećih društava: »(...) status cijele civilizacije mijenja se s načinom na koji se svakodnevni predmeti predstavljaju i na koji se u njima uživa (...) Asketski model akumulacije, ukorijenjen u promišljenosti, u žrtvi i potiskivanju potreba (...) bio je temelj cijele civilizacije štednje koja je uživala vlastiti herojski period« (Baudrillard, 2005: 162).

Za Žižeka je nemogućnost da se s centralnosti proizvodnje prebaci na centralnost potrošnje, jedan od temeljnih razloga za pad realno postojećeg socijalizma, pogotovo onoga koji je, zbog svoje političke strukture, imao veći niz kontakata s potrošačkim Zapadom (Žižek, 2006). Kako navodi Breda Luthar, upravo iz tih kontakata s »kulturom obilja« nastala su jedna od najjačih individualnih sjećanja socijalizma na nedostatak željenih dobara, formirajući »kulturu manjka« (Luthar, 2006). Formalna sloboda izbora između različitih roba ključni je aspekt potrošačkog sustava jer, kako ističe Baudrillard, dostupnost robe je temelj procesa »personalizacije«, fetiša individualnosti i međusobne razlike; tako ne postoji društveni poredak koje sebi smije dopustiti da stadij, u kojem nudi »nedovoljno« verzija određene robe, drži ikakvim osim privremenim (Baudrillard, 2005).

Stanje postmodernoga potrošačkog kapitalizma Baudrillard je okarakterizirao kao »stanje nakon orgije (...) nakon oslobođenja na svim poljima« (Baudrillard, 2001: 163). No, dok su za njega sva oslobođenja daleko iza nas, za Žižeka su ona već-uvijek ispred nas. Sa spomenutim izmještanjem poretka dominacije iz interpersonalnih u interobjektne odnose, izmješten je i princip zabrane: dok je modernost karakterizirao niz *eksplicitnih zabrana*

¹³ Iz psihoanalitičkog kuta gledanja, to su dva načina poretka reguliranja užitka, ako su »(...) administracija uživanja i strukturiranje želje uvijek implicirane u instituciji društvene veze« (Stavrakakis, 2007: 248).

(arhetip koji je za psihoanalitičko mišljenje očinski lik, čija se funkcija svodi na isključivo »Ne!« subjektovoj želji), postmodernost (s rasapom klasičnih autoriteta, pogotovo patrijahalnoga) karakteriziraju *skrivene zabrane*. Ako su svi obrasci predstavljanja i protupredstavljanja oslobođeni (tj. više nisu zabranjeni), suvremeno društvo ne karakterizira više niz eksplicitnih zabrana, nego su prohibicije sada zamaskirane kao univerzalne, objektivne, znanstvene činjenice. Tako je gospodar-označitelj (»Ne smiješ!«), karakterističan za modernu, zamijenjen implicitnom, skrivenom zabranom koja poprima oblik čiste, objektivne informacije koja upućuje na činjenicu »neisplativosti« određene akcije (»Možeš sve, ali posljedice toga su...«) (Žižek, 1992; Žižek, 2002a). Kako s kasnim kapitalizmom dolazi do nestanka granica i zabrana, što otežava samo uživanje: »Daleko od toga da nas samo frustrira, jer jednostavno ne postavlja ograničenje, odsutnost jasnih granica suočava nas s granicom kao takvom, s inherentnom preprekom zadovoljenju (...) prava funkcija izričitih ograničenja jest u održavanju iluzije da, kroz njezino kršenje, možemo postići bezgranično« (Žižek, 2006b: 381).

S promjenom zakona i represijom zabrane dolazi do promjene u subjektima, koji više ne žele nego *zahtijevaju*. Dok želja uključuje zakon i njegovo kršenje, imajući za svoj objekt uvijek nešto drugo nego sam zahtjev preko kojeg se izražava, zahtjev kao takav nije ambivalentan, nego traži isključivo određeni objekt od svemoćnoga Drugog koji se, po definiciji, nalazi izvan samog zakona, pa tako i zabrane. Potrošačko društvo, izrazito okrenuto užitku, tako ne plaća tu orijentaciju određenim zabranama nego čistim *nemogućnostima*. Za psihoanalizu se ta potreba održavanja nemogućnosti užitka (zabrana u modernosti, nemogućnost u postmodernosti) koja se ne obazire na povijesnu uvjetovanost vlastite pojavnosti, nalazi u instanciji *superega*. U freudovskoj psihoanalizi superego (Nad-ja) predstavlja instanciju društvenog u individualnoj svijesti te se može poistovjetiti s ulogom suca ili cenzora Ja. Funkcije superega su moralna svijest (savjest), samonadzor, stvaranje ideala. U klasičnoj definiciji »(...) uspostavlja se interioriziranjem roditeljskih zahtijeva i zabrana« (Laplanche i Pontalis, 1992: 218). Nasuprot tomu, Lacanova je temeljna teza da je superego »u svojoj temeljnoj dimenziji, *naredba na užitak*: različiti oblici superego naredbe nisu ništa do različiti oblici istog motiva: Uživaj!« (Žižek, 2002b: 237). U ovoj je karakteristici superega vidljiva i njegova razlika u odnosu na simbolički »obični« društveni zakon: dok obični zakon propisuje zabranu, tj. regulira distribuciju užitka na temelju zajedničkog odbijanja (»simboličke kastracije« ili činjenice da se Društvo i Kultura temelje na odbijanju neposrednog zadovoljavanja nagona te prihvaćanja određenih vrijednosti i pravila), superego označuje »točku u kojoj se dopušteno uživanje, sloboda da

se uživa, preokreće u *obvezu* na užitek« (Žižek, 2002b: 237). Ovdje imamo podjelu zakona na internaliziranu instanciju simboličkoga, javnog zakona koji regulira društveni život te njegovu opscenu suprotnost (Žižek, 1998; Žižek, 2005). Pritom treba istaknuti da je zbog te veze superego povezan s našim osjećajem stvarnosti, tako da njegov status nije onaj autoriteta koji stoji »iznad« određenoga društvenog polja, nego anonimnoga, objektivnog i neutralnog lanca znanja inherentnog samoj svakodnevnoj društvenoj zbilji (Žižek, 2002b). Tako Žižek objašnjava paradoks da se često današnja društva zasnivaju na još opresivnijem zahtjevu od onih tradicionalnih, modernih društava – ne samo da je i dalje pojedincima naređeno što da rade, nego im superego propisuje i ono što bi željeli da rade, oduzimajući im tako pravo i na unutarnju slobodu, tj. pravo da nešto rade istodobno to ne želeći (Žižek, 2006a).

Sudbina razlike i mržnje u potrošačkom društvu

Za poznatoga američkog kulturnog teoretičara Fredrica Jamesona, postmoderno društvo karakterizira: »(...) ekspanzija kulture kroz društvenu realnost, do točke kada se za sve u našem društvenom životu – od ekonomske vrijednosti i državne moći i prakse, do strukture same psihe – može reći da je postalo kulturno u nekom originalnom i još nepromišljenom smislu« (Jameson, 1984: 87).

Tako »kulturna logika kasnog kapitalizma« u svojem temelju ima zapravo kolonizaciju sfere kulture od strane Kapitala, proizašlu iz temeljne potrebe neprestanog širenja i kretanja, u svrhu ostvarivanja viška vrijednosti. Današnja »kulturna logika« kasnog kapitalizma podjednako je vidljiva u stvorenom globalnom tržištu, čiji je jedan od osnovnih sadržaja mnogostruka različitost roba (pluralizam trgovačkog centra i turističkih brošura). Ako je funkcija institucije potrošnje u postmodernom društvu *integrativna* te ako se društvena integracija paradoksalno uspostavlja putem označiteljske afirmacije *razlike* (koja referira na ostale znakove), onda je posve jasno da je sfera potrošnje kolonizirala i etničke kulture, kao označitelje razlike *par excellence*, te uspostavila vlastite okvire za toleranciju i prihvaćanje razlika. Kritika industrijskog društva masovne serijske proizvodnje kao uniformnog dovela je do *komodifikacije razlike kao takve*, do procesa personalizacije (ili najmanje marginalne razlike, stvaranja velikog *kulta razlike* i *fetiša osobnosti*, o kojima umnogome ovisi interpelacija subjekata u potrošače. Karakterističan pojam te kulture jest *look*, »(...) koji ne izaziva čak ni pogled ni divljenje, što je moda još činila, nego puki posebni učinak bez posebnog značenja (...) [Look] se ne poziva na neku logiku razlikovanja, više nije na djelu igra razlika, tu se

igra na razliku ne vjerujući u nju. Na djelu je ravnodušnost« (Baudrillard, 2002: 179). Baudrillard tvrdi da, eliminirajući sve originalne kvalitete i zadržavajući samo formalnu shemu koju stvara sustav Koda, »(...) razlike više nisu isključive; ne samo da logički uključuju jedna drugu, (...) nego, u sociološkim terminima, sama *izmjena razlika osigurava integraciju skupine*« (Baudrillard, 1998b: 93). Ova cinička priroda suvremene potrošnje koju analizira Baudrillard, za Žižeka predstavlja izraz fetišističke negacije: iako znaju da konzumacija različitih roba ne vodi do znaka različitosti, potrošači i dalje (nesvjesno) vjeruju u potrošnju i znak.

U vremenu kad Drugi prestaje biti objektom strasti, a postaje objektom proizvodnje i razmjene, »Drugost je, kao i sve ostalo, pala pod zakon tržišta, zakon ponude i potražnje. Postala je rijetko dobro – stoga njezina iznimno visoka vrijednost (...) na strukturnom tržištu« (Baudrillard, 2006). Zbog legitimacijske važnosti, Drugi mora biti proizveden isključivo kao *razlika*, eliminirajući svaku ambivalentnost. Baudrillardu je problematična upravo ova proizvodnja, utoliko što je za njega problematičan i sam koncept razlike: čistu, jednoznačnu razliku nemoguće je simbolizirati. Taj je problem vezan za pad *simboličke* učinkovitosti naspram *imaginarne* instancije suvremenih društava, pojavu koju u jako sličnim terminima identificiraju podjednako i Baudrillard i Žižek (Baudrillard, 2001; Baudrillard, 2002; Žižek, 2005). Za oba je autora karakter našeg odnosa naspram (kulturno-etničkoga) Drugog vidljiv u dvama komplementarnim te uistinu postmodernim pojavama: jedna je liberalno-multikulturalno uspostavljanje globalnog prostora utopije kulturne razmjene, s pripadajućom vizijom Drugoga kao žrtve i »ideologijom humanitarne pomoći«, a druga je paradoksalna pojava rasizma i mržnje Drugosti, koja završava u iracionalnom i nasilnom »acting-outu« ksenofobnih subjekata (Baudrillard, 2002; Žižek, 2005). U prvom je slučaju problem proizvodnje Drugoga kao takvog vezan za određeno simuliranje Drugosti, nerazdvojne s potvrdom našega vlastitog identiteta. Novi globalni poredak žrtve Baudrillard opisuje kao »najlakši, najtrivijalniji oblik drugosti« (Baudrillard, 2002: 137), a uspostavlja se kao fantazmatski okvir suodnošenja naspram Drugoga. Možemo govoriti i o svojevrsnoj ekonomiji žrtve, koja se podjednako koristi riječima poput deficita, inflacije, no i onima poput nesreće, katastrofe, stradavanja, koje Zapadnjaci mijenjaju za humanitarnu pomoć kao dokaz u prilog vlastitom identitetu (Baudrillard, 2002). Dok su današnja zapadna društva prividno tolerantna prema Drugome kao žrtvi, granica te tolerancije je *jouissance* Drugoga: »(...) s jedne strane, ona [multikulturalistička pozicija] tolerira Drugoga kad on nije *stvarni* drugi, nego aseptični Drugi predmoderne ekološke mudrosti, fascinantnih rituala

itd. – u trenutku kad imamo posla s *realnim* Drugim (...) s načinom na koji Drugi upravlja specifičnošću svoje *jouissance*, tolerancija prestaje« (Žižek, 1998: 67). Podjednako i za Baudrillarda i Žižeka, legitimacijski aparat definiran Drugošću ne može pojmiti upravo radikalnu Drugost, koja je neusporediva i nerazmjenjiva u pojmovima opće ekvivalencije Koda: potrošački legitimacijski ciklus (re)producira Drugoga kao imaginarnoga drugog razlike, drugog pozitivirane »brandirane« ličnosti, Drugog benignih tradicija, rituala, zanimljivih kulturnih navika. Tako je današnji Zapadni svijet osuđen na imaginarnoga Drugog slike: trend zapadne kulture, usmjeren fanatičnom konstruiranju različitosti i dobivanju istog iz različitog, može završiti samo u eksponencijalnom rastu nasilja i pripadajuće pomoći i sućuti.

Odnos naspram objekta uzroka želje koji nam smeta kod (realnog) Drugog, samo je fantazmatski pokušaj skrivanja činjenice da je *jouissance*, pretpostavljena maksimalna ugoda, nemoguća. S obzirom da kasni kapitalizam od potrošnje, koja nužno referira na taj višak užitka, stvara integrativno središte svog sustava, u uvjetima krize ideološke instancije legitimacije suvremenih društava, pojedinci okrenuti užitku u potrošnji mogu istodobno biti i ksenofobni mrzitelji Drugoga: daleko od toga da bi pojava prosvjetljenoga potrošačkog stava otvorenosti prema kulturnim razlikama (često preuvjetovanim svojom pozicijom u hijerarhiji potrošačkih objekata) bila suprotstavljena mržnji Drugosti, ona je s njom vezana u nerazmrsivom klupku tolerancije i odbacivanja, idolatrije i mržnje. Mržnja nije upućena radikalno stranom, nego drugom Koda, utoliko što je on »opasno sličan« nama samima: razlikujući se samo u lokaciji svog znaka, nestankom Drugosti »radikalna mržnja« (Baudrillard) je danas utemeljena u semantičkoj »razlici od« (Pawlett, 2008).

Umjesto zaključka – prema padu simboličke učinkovitosti

Specifična proizvodnja viška, podjednako za Baudrillarda kao i Žižeka, motor je Kapitala, koji uvijek ima tendenciju reguliranja društvene cjeline. Za Baudrillarda je ta proizvodnja od pretkapitalističkih društava, u kojima je karakterizirala društvena priroda viška koji se žrtvovao za zajednicu, prešla u ekonomsku proizvodnju znaka koji briše ambivalentnost simboličke razmjene. Za Žižeka je pak prednost Kapitala u stvaranju intimne veze između viška vrijednosti i viška užitka, koji stalno pokreću i ekonomski sustav, ali i želju potrošača. Tako je solipsističko kretanje Kapitala rezultiralo u kolonizaciji mjesta Drugosti i ukidanju simboličkog suodnošenja: stvarnost više ne određuju simboličke fikcije ili simbolička razmjena, nego fantazije ukorijenjene u globalnom poretku razmjene Koda, izravno materijalizirane

u obilju roba, slika i znakova. Za Baudrillarda potrošačko društvo gura želja za eliminacijom drugih oblika društvene organizacije predstavljajući se kao postideološka organizacija najviše forme, čija snaga leži u želji za prilagodbom društva pojedincu, a ne pojedinca društvu (Pawlett, 2007). Širenje robne logike na prethodno netržišne sfere, te nužno posljedično brisanje granice između onih koji biraju i onog čega se bira, završava potpunim rastvaranjem potrošača u moru roba, brisanjem granice između subjekta i objekta (Bauman, 2007). Za oba autora, to rezultira pojavom novih masa. Zanimljivo je da u Baudrillardovim i Žižekovim radovima podjednako nedostaje ikakva referenca na koncept klase ili na stratifikacijsku strukturu modernih kapitalističkih društava, kao jedan od središnjih aspekata marksističkog diskursa (na koji se obojica pozivaju). Dok je za Baudrillarda odsustvo ovog aspekta definirano nadmoću strukture Koda koja, ukidajući svaku ambivalentnost u korist igre identiteta i razlike, nameće statičku »mapu« značenja, za Žižeka je pak u pitanju kriza Velikoga Drugog ili simboličkog poretka. Ta društvena instancija zakona, institucija i vjerovanja, koja je posjedovala performativnu moć strukturiranja svakodnevnog života određenim dominantnim pravilima, mijenja se pod pritiskom žudnje za Realnim, u zahtjevu za pristupom i kontrolom nad viškom užitka. Za oba je autora »otpor« društvenim pravilima (u obliku manipulacije znakovima u Baudrillarda ili prihvaćanje implicitnog zahtjeva za uživanjem u Žižeka) osuđen na neuspjeh, ako ne zadire u sam strukturni temelj tih istih pravila. Kao rezultat tako imamo samo »formalnu slobodu« igre znakova unutar koda ili egoističnu potragu zadovoljstva koje je uvijek nedostatno. No, dok za Baudrillarda sustav roba/znakova skriva ili mijenja stvarne ambivalentne simboličke ljudske odnose te se predstavlja u obliku formalne slobode, za Žižeka je sama ideja stvarnih odnosa i mogućnosti za izravnim odnosom spram Realnoga, odnosom što ga inače iskrivljuju »ideološki narativi« te ideja da se iza simboličkih mandata koje nose akteri nalazi stvarna, univerzalna istina o istima, u potpunosti ideološka. Tek unutar tih širih okvira treba promisliti ulogu potrošnje te razmjere koje ona poprima u suvremenom društvu, kao jedan od središnjih institucija koja omogućuje reprodukciju socijetalnog poretka stvaranjem nove moralnosti i društvene etike. Struktura znakova mijenja simbolički poredak na razini subjekta i življenog iskustva: potrošnja postaje tako kulturna koliko i politička, semiotička koliko i vrijednosna, komunikacijska koliko i reprodukcijaska institucija. Oba autora vide kasnokapitalistički društveni poredak kao paradoksalni spoj noviteta i kontinuiteta, u kojem se dislociraju ideologija, sloboda, dominacija i nasilje – zadržavajući pritom svoj kontinuitet, no temeljito mijenjajući svoj društveni karakter.

LITERATURA

- Althusser, Louis i Balibar, Etienne (1970). *Reading Capital*. London: New Left Books.
- Balibar, Etienne (2007). *The Philosophy of Marx*. London: Verso.
- Baudrillard, Jean (1981). *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. St. Louis: Telos Press.
- Baudrillard, Jean (1993). *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage.
- Baudrillard, Jean (1998a). *Selected Writings* (ur. Mark Poster). Stanford: Stanford University Press.
- Baudrillard, Jean (1998b). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Baudrillard, Jean (2001). *Simulacija i zbilja* (ur. Rade Kalanj). Zagreb: Jesenski i Turk.
- Baudrillard, Jean (2002). *The Perfect Crime*. London: Verso.
- Baudrillard, Jean (2005). *The System of Objects*. London: Verso.
- Baudrillard, Jean (2006). »The Melodrama of Difference (Or, The Revenge of the Colonized)«, *International Journal of Baudrillard Studies*, 3 (1) http://www.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol3_1/baudrillard2pf.html (20. ožujka 2008).
- Bauman, Zygmunt (1998). *Intimations of Postmodernity*. London: Routledge.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Bogard, William (1987). »Sociology in the absence of the social: the significance of Baudrillard for contemporary thought«, *Philosophy & Social Criticism*, 2 (13): 227–242.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chen, Kuan-Hsing (1987). »The Masses and the Media: Baudrillard's Implosive Postmodernism«, *Theory, Culture & Society*, 4 (2): 71–88.
- Dean, Jodi (2006). *Žižek's Politics*. London: Routledge.
- Habermas, Jürgen (1982). *Problemi legitimacije u kasnom kapitalizmu*. Zagreb: Naprijed
- Harvey, David (1989). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.
- Jameson, Frederic (1984). »Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism«, *New Left Review*, 146: 53–92.
- Kellner, Douglas (1989). *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Stanford: Stanford University Press.
- Kroker, Arthur (1985). »Baudrillard's Marx«, *Theory, Culture & Society*, 2 (3): 69–83.
- Lacan, Jacques (1986). *Četiri temeljna pojma psihoanalize*. Zagreb: Naprijed.
- Laplanche, J. i Pontalis, J.-B. (1992). *Rječnik psihoanalize*. Zagreb: Naprijed.
- Luthar, Breda (2006). »Remembering Socialism: On Desire, Consumption and Surveillance«, *Journal of Consumer Culture*, 6 (2): 229–259.
- Myers, Tony (2003). *Slavoj Žižek*. London: Routledge.
- Pawlett, William (2007). *Jean Baudrillard: Against Banality*. London: Routledge.
- Pawlett, William (2008). »Hate/Code«, <http://intertheory.org/pawlett.htm> (10. svibnja 2009).

- Poster, Mark (1998). »Introduction«, u: Jean Baudrillard. *Selected Writings*. Stanford: Stanford University Press.
- Ritzer, George (1998). »Introduction«, u: Jean Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE.
- Stavrakakis, Yannis (2007). *The Lacanian Left: Psychoanalysis, Theory, Politics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Žižek, Slavoj (1992). »Hidden Prohibitions and the Pleasure Principle«, <http://lacan.com/perfume/zizek.htm> (20. ožujka 2008).
- Žižek, Slavoj (1998). »Predgovor: Bauk još uvijek kruži!«, u: Karl Marx i Friedrich Engels. *Komunistički manifest*. Zagreb: Arkzin.
- Žižek, Slavoj (2002a). *Sublimni objekt ideologije*. Zagreb: Arkzin.
- Žižek, Slavoj (2002b). *For They Know not what They Do: Enjoyment as a Political Factor*. London: Verso.
- Žižek, Slavoj (2003). »The supposed subjects of ideology«, *Critical Quarterly*, 29 (2): 39–59.
- Žižek, Slavoj (2005). *The Metastases of Enjoyment*. London: Verso.
- Žižek, Slavoj (2006a). *How to Read Lacan*. London: Granta Books.
- Žižek, Slavoj (2006b). »Notes towards a politics of Bartleby: the ignorance of chicken«, *Comparative American Studies*, 4 (4): 375–394.

Jean Baudrillard and Slavoj Žižek on Consumer Society

Gordan MASLOV

Split

g_maslov@yahoo.com

This work focuses on the importance of the approach to consumer society by a French cultural theorist, Jean Baudrillard, and a Slovenian philosopher Slavoj Žižek. Both authors are under the strong influence of the Marxist, structuralist, semiotic, psychoanalytic (Žižek) and sociological (Baudrillard) discourse. The text attempts to approach some of the lesser known aspects of Jean Baudrillard's thought; from the 1970s, he has moved slowly away from the discourses of Marxism and structuralism towards post-structuralism, but nonetheless is still preoccupied with the same phenomena characteristic of contemporary Western societies. Contrary to the prevailing opinion, this text attempts to draw obvious similarities between the (early) work of Baudrillard and Žižek, especially in the areas of the overlapping discourses (those of structuralism, psychoanalysis and post-Marxism) and interests of the two theoreticians. The relation between the authors is indicated regarding the shift from the "early" to "late" stage of capitalism, and the related phenomena of contemporary societies (value system, politics, order, media etc.). Consumer society is thus regarded as an attempt at establishing a social code of values, as a sign system, as a social differentiation system, and as a form of social control. Therefore, in certain dialectics, the society of late capitalism equally reflects in the abundant quantity of commodity and possible enjoyment relations, as in various anomies, identified by both authors (global increase in irrational violent behaviour, racism, etc.).

Key words: Jean Baudrillard, Slavoj Žižek, late capitalism, consumer society, commodity fetishism, code, superego