

This is the peer-reviewed version of

Mark Lošonc (2013), „Oko filozofa versus optički nepoznato”, in O. Nikolić, L. Stevens, M. Velinov, I. Cvejić (prir.), *Mišljenje, verovanje, delanje: filozofsko orijentisanje u političkoj situaciji*. Beograd: Udruženje studenata filozofije Beograda, 148–170. ISBN 978-86-916301-0-2.



This work is licensed under the [Creative Commons - Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\) license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

(2013) Mark Lošonc: „Oko filozofa *versus* optički nepoznato”, in O. Nikolić, L. Stevens, M. Velinov, I. Cvejić (prir.), *Mišljenje, verovanje, delanje: filozofsko orijentisanje u političkoj situaciji*. Beograd: Udruženje studenata filozofije Beograda, 148–170. ISBN 978-86-916301-0-2.

Mark Lošonc: Oko filozofa *versus* optički nepoznato

Naša epoha se često opisuje kao epoha doba slike: govori se o ikonomaniji koja rezultira konformizmom, o simulakrumu kao čistoj površini, o društvu spektakla kao tautološkom svetu u kojem se pojavljuje samo pojavljivanje... Postoji jedna bogata tradicija kritičke vizualogije – od Getea koji se žali Šileru što primaoci umetnosti žele da vide romane u pozorištu (kako ne bi izložili svoju fantaziju naporu), do Liotara koji je dijagnostifikovao da je danas intenzifikacija vizuelnog iskustva obrnuto srazmerna veličini duhovnog ulaganja – tvrdi se da se proširuje jaz između onoga „mislim“ i onoga „vidim“.

Pitanje je da li je uopšte moguće govoriti o društvenim uslovima ovog iskustva i u kom smislu, ukoliko jeste. Takođe, da li kritičar političke ekonomije tematizuje ova pitanja? Prva rečenica Marksovog *Kapitala* glasi: „Bogatstvo društava u kojima vlada kapitalistički način proizvodnje, pojavljuje se kao [*erscheint als*] ogromna zbirka roba“.<sup>1</sup> Marks na kraju trećeg toma *Kapitala*, nakon što je tematizovao privid konkurencije, govori o vidljivosti/nevidljivosti klasa. Pitanje pojavljivanja, fenomenalnosti jeste, dakle, omniprezentno u *Kapitalu*. Ne proističe li upravo iz karaktera samog dela Ajzenštajnov plan (koji je nedavno realizovao Kluge) da ekranizuje *Kapital*? Nije li Marksov *Kapital*, između ostalog, i knjiga o fenomenalnosti kapitalizma – fenomenologija ekonomskog? Za kritički govor je eminentan predmet kapitalizma kao divljeg vizuelnog iskustva. A, prema rezultatima istraživanja, jedna nevidljivost, izvesno optičko nepoznato sledi iz fenomenalnosti ekonomskog kao strukturalni efekat.

Ukoliko želimo da odredimo Marksovo mesto u istoriji kritike viđenja, treba da istorizujemo i sam predmet kritike. Često se pozivaju na način na koji je Hana Arent odredila prirodu političkog u grčkom polisu (kao vidljivost, kao svetlost u javnom prostoru koja

---

<sup>1</sup> Marks, K., *Kapital. Kritika političke ekonomije I-III*, Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd, 1971., str. 41.

predstavlja mesto razgovora i argumentacije), međutim, uglavnom se zanemaruje šta bi sledilo iz ovog određenja za ono ekonomsko koje je pre svega nevidljivo, afenomenalno; ono ekonomsko koje, čak i u najboljem slučaju, samo privremeno napušta sferu mraka, *oikos*. Polazeći od ove kvazi-arentijanske hipoteze o izvornom opacitetu ekonomskog ne možemo doneti jedan gigantski sud o ulozi pojavljivanja u predkapitalističkim društvima. Ipak, nešto je sasvim sigurno: u društvu dovršene robne proizvodnje, kada roba više nije samo luksuz ili sredstvo za proživljavanje, pojavljivanje ekonomskog više nije privremenog karaktera. Hegelova formula o nužnosti pojavljivanja poprima novi oblik: ono ekonomsko mora da se pojavi. Istorija ekonomskog jeste istorija fenomenalizacije ekonomskog. U istoriji nastanka imperije robe razmenska vrednost je svrha postojanja pojavljivanja, *ratio manifestationis*. Čak ni proizvodnja više nije nevidljiva, a i ova činjenica implicira potpuno novu podelu čulnog, tako se recimo *pojavljuje* masa radne snage. U ovom smislu Ransijer, koji inače smatra da evropsko mišljenje od Platona do situacionista vrši kritiku viđenja, govori o tome da se ovde radi i o novom odnosu činjenja i viđenja.<sup>2</sup> Ne bi li zadovoljio svoje potrebe, život mora uzduž i popreko obići lavirint imperije robe, tumarajući prostorima pojavljivanja i stranputicama mnoštva roba. Život je i sam roba, jer se on odriče samoga sebe u nekropoli najamnog rada. Umnožavanje potreba i obaveza čini posredovanje suštinskim. Privatna svojina stupa u neumoljiv dan zajednički podeljenog sveta. Ispoljavanje robe (pa bila to i neka radna snaga) nije prosto nešto sekundarno u odnosu na njenu proizvodnju i potrošnju, već je ono glavna sfera životnih zbivanja, ono je nužnost. Ljudi proizvode tako i zbog toga, iz razloga da se određena roba što pompeznije pojavi na robnoj pozornici; a troše tako i zbog toga, ne bi li njihova potrošnja predstavljala konzumaciju jedne što pompeznije robe. Imperija robe, taj svet prizora, sama je suština. Vredno je navesti još i Debora, koji je odredio spektakl kao usavršavanje fetišizma robe: spektakl „...ne pruža ništa drugo osim tvrdnje da je «sve što se pojavljuje dobro» – i da se «sve što je dobro, pojavljuje».“<sup>3</sup> Spektakl ima monopol pojavljivanja. Budući da je sama roba ono što se pojavljuje, a kapitalizam je, pre svega, imperija fenomenalnosti, Debor govori o tautološkoj prirodi kapitalizma: u pojavljivanju se pojavljuje pojavljivanje. Imperija robe stvara i pomoćnike svoje suštine, tehničare čistog pojavljivanja, čiji je posao da odrede koje će se robe na istaknut način pokazati u kaleidoskopu

---

2 Rancière, J., *The Politics of Aesthetics*, Continuum International Publishing Group Ltd., 2006., str. 44.

3 Debord, G., *La société du spectacle*, Les Éditions Gallimard, Paris, 1992., fragment 12./str. 13.

kapitalizma. „Tehnokrata robne estetike”<sup>4</sup> (Haug) je šampion čistog pojavljivanja, jer neprocenjivost njegove radne snage proističe iz njegovih sposobnosti snalaženja na polju fenomenalnosti. Diktatura pojavljivanja može postati toliko silna, da se roba, kao mogući upotrebnii predmet, prezasiti sekundarnim značenjima prestiža i nesvesnih projekcija želja, pa čak i na štetu upotrebe. Dobro pakovanje je sâmo uživanje, a fenomenalnost robe preuzima kormilo. Vans Pakar piše da se jedan predmet može povući iz upotrebe čak i ako se utiče samo na njegovo pojavljivanje: „namerno ga učinimo demodiranim, pa ako i zadrži svoj funkcionalni kvalitet, prestaće da nam se dopada...”<sup>5</sup> Vrednost robe je njeno blistanje. Reklama kao strategija želje je događaj čistog pojavljivanja; njena semiotika upućuje na jednu autoreferencijalnost u kojoj je uloga upotrebnog predmeta privremena. Reklama, ta „čista konotacija“, predočava ono što *preko* predmeta konzumiramo. Sama fenomenalnost stoji na vrhu piramide potrošnje. Ono pojavno je dobro, a pojavljuje se za nas – i upravo ta banalnost upravlja našom svakodnevnicom. Društveni rad i distribucija, promet i vrednosti, potrebe i potrošnja se konstituišu kroz pojavljivanje. Upravo je ova istorija fenomenalizacije ekonomskog uslov mogućnosti proizvodnje prve rečenice *Kapitala*: „bogatstvo društava u kojima vlada kapitalistički način proizvodnje, *pojavljuje se* kao...” Iako je rad uslov robe, Marks počinje sa analizom robe upravo zbog karaktera vladajuće fenomenalnosti. On polazi od *aisthesis*-a, od čulne neposrednosti kapitalizma. Stoga Marks piše u svojim beleškama za Vagnerovu knjigu: „Ja polazim od najjednostavnijeg društvenog oblika [...], a to je «roba». Ona je predmet moje analize, i to najprije u obliku u kojem se pojavljuje.”<sup>6</sup> Pojavljivanje je ono suštinsko.

\* \* \*

Više analiza Marksove fenomenologije ekonomskog su posebnu pažnju posvetile pitanju vidljivosti/nevidljivosti. Tako je Ransijer u svojoj metakritici prebacio Marksovoj kritici

---

4 Haug, V. F., *Kritika robne estetike*, Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije, Beograd, 1981.

5 Pacard, V., *Les Obsédés du standing*, Calmann-Lévy, Paris, 1960., str. 63. Posebnu pažnju zaslužuje Benjaminov pojam *Ausstellungswert*-a, koji se odnosi na podmuklo pojavljivanje, koje stoji s onu stranu upotrebe.

6 Marx, K., „Bilješke uz «Udžbenik političke ekonomije» Adolfa Wagnera”, u *Glavni radovi Marxa i Engelsa*, Zagreb, 1978., str. 1198.

spektakla da ona nastavlja Rusoov projekat suprotstavljanja slave i pozorišta.<sup>7</sup> Prema kritici spektakla publika hipotetičkog pozorišta je ograničena na puku pasivnost, a istina se nalazi iza scene. Suprotstavljajući mnjenje i doksu, Marksova optika je revolucionarni platonizam. Ransijer, umesto ovog suprotstavljanja, naravno, želi nove načine percepcije... Sa druge strane, Fuko smešta Marksa u onaj oblik moderne episteme koji *cogito* tematizuje kroz ono nemišljeno. Umesto suverene transparentnosti subjekta na delu je govor o bitku koji prevazilazi suverenost. Reč je o tome da se govori o onome u/iznad/pored čoveka što nije bilo dato refleksiji, o nesvesnom. Kada je reč o Marksu, ova zona senke označava noćnu stranu ekonomskog. Ta nesvesna, mračna zona, taj virtuelni diskurs je „slepa mrlja od koje počinje saznanje“.<sup>8</sup> Izvesno slepilo sačinjava konstitutivni deo nedostatka suverenosti. Fuko tako smatra da u tematizacijama nemišljene, mračne zone trebanje sledi iz pukog prepoznavanja mračne zone. Na kraju, Niklas Luman je smestio Marksa u istoriju društvene optike.<sup>9</sup> Naime, on je tvrdio da je Marks prvi stvorio novi stil spoznaje, s one strane spoznaje subjektivnog ili objektivnog: posmatranje samog posmatranja. Ipak, ono što Luman prebacuje Marksu jeste to da on još uvek želi da objasni nedostatak viđenja onima koji ne vide, odnosno da kod Marksa trebanje sledi iz suprotstavljanja neposrednog smisla i racionalizovanih motiva koji nisu doživljeni. Prema tome, i Marksovo mišljenje sadrži jednu slepu mrlju.

\* \* \*

Vredelo bi istaći tendencije koje pokušavaju da značajno promene smisao kritike ideologije, ili da čak diskredituju pojam ideologije. Strategije su različite:

– tvrdi se da smo izgubili apsolutnu istinu koja je služila kao oslonac kritike ideologije (kao da je potrebno posedovanje apsolutne istine da bi se recimo kritikovala ideologija rasizma); navodno, kritika ideologije je moguća samo ukoliko se pretpostavlja jaz između onih koji znaju i onih koji ne znaju; ukazujući na deficite samorefleksije, kritika ideologija se pretvara u elitizam koji veruje u mogućnost radikalne distance, odnosno u mogućnost metadiskursa;

<sup>7</sup> Rancière, J., *Ent tant pis pour les gens fatigués. Entretien*, Éditions Amsterdam, Paris, 2009., str. 619-622.

<sup>8</sup> Fuko, M., *Reči i stvari*, Nolit, Beograd, 1971., str. 367.

<sup>9</sup> Luhmann, N., “Ich sehe was, was Du nicht siehst”, *Soziologische Aufklärung*, 6, 1995., str. 228-274.

– ili se tvrdi da više nema maskirane stvarnosti koju bi trebalo da razotkrijemo; tako nam Ginter Anders kaže da: „više nije potrebno čak ni lagati”<sup>10</sup>. Sloterdijk smatra da je ciničnom umu itekako dostupna društvena stvarnost; sugeriše se da treba da promenimo staru formulu: „znaju, ali, uprkos tome, i dalje čine...”<sup>11</sup>; sve se nalazi na istoj, svima dostupnoj ravni, sve je transparentno; distorzija se, dakle, ne tiče kognitivnih momenata odnošenja prema svetu;

– dalje, najviše je stigmatizovan izraz „pogrešna svest”; ovaj izraz predstavlja dokaz da je kritika ideologije zastareli reprezentacionalizam; ako se još uopšte koristi reč „ideologija”, ona se shvata kao termin koji se odnosi na nereflektovanu, nesvesnu praksu i habitus; kritika ideologije se pretvara u kvazi-bihejviorističku teoriju ideologije koja više ne treba da uzme u obzir svesna/samosvesna kognitivna mapiranja sveta;

– zatim, ideologija se često zamenjuje diskursom koji ne sme da se tumači kao efekat, već kao čista površina koja određuje odnos prema ekstradiskurzivnoj stvarnosti, pod uslovom da se uopšte smatra da ona postoji; stabilni ideologemi su zamenjeni pokretnim označiteljima čija snaga potiče upravo iz krhkosti; diskurs se karakteriše kao kontingentna konstrukcija koja se može promeniti pomoću ponavljanja izvesnih performativnih akata; kritikuje se teza o dominantnoj ideologiji (i kritikuje se klasni esencijalizam), dok se umesto toga govori o mnoštvu i heterogenosti diskursa;

– potom, kako Fredrik Džejmson kaže: kulturna logika postmoderne predstavlja kraj dubinskih modela, pa tako i onog modela u kojem se govorilo o razlici između suštine i privida; prema ovoj logici, sve se nalazi na istoj površini<sup>12</sup>;

– i, na kraju, kao što se danas govori o refleksivnom nacionalizmu/rasizmu, mogli bismo da govorimo o refleksivnoj deideologizaciji, o refleksivnoj deproblematizaciji sveta; već su se takozvani ideolozi u Francuskoj sučeljavali sa time da su oni sami postali žrtve razotkrivanja: Napoleon je tako govorio o tome da su De Trasi i ostali zaboravili znanje srca i istoriju; paradoksalno, od trenutka kada se stvara narativa o kraju ideologije, do pedesetih godina XX

---

10 Anders, G., *Zastarelost čoveka*, Nolit, Beograd, 1985., str. 196.

11 Sloterdijk, P., *Kritika ciničnog uma*, Globus nakladni zavod, Zagreb, 1992.

12 Jameson, F., *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, 2003., str. 12.

veka, upravo se kritika ideologija razotkriva kao ideologija; reč je o strategiji koja je prisutna i u mikrodešavanjima svakidašnjeg života.

\* \* \*

Šta znači videti/ne-videti u kapitalizmu? Marksova metafora zaslepljivanja nam se čini ključnom za razumevanje Marksove kritike fenomenalnosti, a ona baca novo svetlo i na ulogu kritike ideologije. Najpre ćemo govoriti o značenju slepila i zaslepljivanja u zapadnom mišljenju počev od Platona zaključno sa Vitgenštajnom. Možda će nam ovaj poduhvat pružiti mogućnost da pronađemo jednu metaforu nalik onoj koju bi Hans Blumenberg nazvao apsolutnom, to jest, metaforu koja nije puki retorički višak i koja ne može da se iscrpi kroz prevođenje na pojmovnost. Nakon toga pokušaćemo da ukažemo na mnogostrukost Marksove metafore.

\* \* \*

1. *Slepilo i intenzitet*. Osnovno pitanje glasi: postoji li uopšte slepilo? Tematizujući pojam privacije, antički i srednjovekovni filozofi iznedrili su ontologiju slepila, na tragu Aristotelove metafizike odnosno logike.<sup>13</sup> Slepilo se u logičkim raspravama pojavljuje kao eminentan primer privacije. Ipak, u čemu se sastoji razlika između privacije i negacije? Privacija označava nedostatak nečega što jednom biću po prirodi pripada. Nasuprot tome, negacija se može odnositi i na nebića, i u tom slučaju se tiče, jednostavno, onoga što nekom subjektu ne pripada. Tako nedostatak kada je reč o slepilu ukazuje na to da je slep onaj, ko bi po prirodi mogao da vidi – slepilo je nedostatak sposobnosti koja je svojstvena nekom biću. Kamen ne može da bude slep, za razliku od Sokrata koji to može da bude. Kajetan je u svojim komentarima na delo Tome Akvinskog *De Ente et Essentia* analizirao iskaze o slepilu, upotpunjujući pitanje slepila zanimljivim zapažanjima.<sup>14</sup> Iskaz „Sokrat je slep” ne označava stvarno postojanje slepila kod Sokrata jer, iskazano sholastičkom terminologijom, inherenciju poseduju samo realni akcidenti.

---

<sup>13</sup> *Met.* 1022b22-1023a8; *Cat.* 11b18 – 11b23, 12a26-12b16, 12b17-12b25, 13a3-13a18, 13b12-13b36. Vidi još: *De An.* 413 a; *Phys* I, 6.

<sup>14</sup> Kajetan, T. de V., *Scripta Philosophica – Commentaria in Praedicamenta Aristotelis*, Romae, 1939.

Dakle, Kajetanov radikalni zaključak jeste da slepilo postoji tek kao biće konstituisano od strane razuma (*ens rationis*). Kada je reč o iskazima tipa „Nešto je slepo” (*Aliquid est caecum*) ili „Slepilo jeste” (*Caecitas est*)<sup>15</sup> kopula označava apsolutni predikat slepila i tako jednom *ens rationis*-u pripisuje postojanje. U svakom slučaju, slepilo predstavlja smetnju u funkcionisanju prirode; govoreći o njemu, intelekt konstatuje jedan nedostatak u poretku bića. Na pitanje zašto je baš slepac postao klasičan primer privacije, odgovor bi mogao da glasi i: zato što je u tom nedostatku izražena najupadljivija protivrečnost. U mišljenju one kulture za koju je vid bio eminentno čulo (kako Gadamer kaže: okularnost Grka koja nosi našu pojmovnost...<sup>16</sup>) i u kojoj se živo biće identifikovalo sa viđenjem (u Hadu više nema viđenja), slepilo se moralo pojaviti kao glavni primer nedostatka. Tvrdeći da je slepilo nalik nedostaku sposobnosti mišljenja<sup>17</sup>, Aristotel slepca definiše kao granični fenomen ljudske egzistencije. Slepac se, u nedostatku mišljenja, koleba između čoveka i ne-čoveka, a beda njegovog nedostatnog karaktera je neopisiva.

Potiče li snaga metafore slepila i zaslepljivanja samo iz privativnog tumačenja slepila? Možda se metafora slepila može razviti i drugačije, tako da se ono pokaže kao izvanredni intenzitet. Upravo se na takav način metafora slepila pojavljuje kod Platona. Naime, u dobro poznatom mitu o pećini Platon razlikuje dve vrste ne-viđenja. Kada je reč o smetnjama u viđenju, treba postaviti pitanje da li je čovek sa svetlosti dospao u tamu, „ili je iz većeg neznanja došao na svetlost, te je zaslepljen većim bleskom...”<sup>18</sup> Drugo ne-viđenje jeste *dogadžaj* slepila: svetlost sunca zaslepljuje čoveka.<sup>19</sup> Radi se o neobičnom hijazmu viđenja i ne-viđenja, aktivnosti i pasivnosti: toliko vidimo da ne vidimo. Slepilo više nije privacija, nego predstavlja jedan

---

15 Vidi: Sveti Toma Akvinski: *De Malo*, I. 1.; *De principiis Naturae*, II. 3.; *De Ente et Essentia*, I. 1.

16 Gadamer, H-G., *Über das Hören*, u *Hermeneutische Entwürfe*, Mohr Siebeck, Tübingen, 2000., str. 48.

17 *Met.* 1052a5.

18 *Država*, 518 b. Uporedi sa pitanjima bića i obnevidelosti u *Fedonu* (99 d); alternativa koju nudi *Fedon* jeste posredovanje logosa umesto posmatranja Sunca. Analizirajući istoriju metafore svetlosti, Hans Blumenberg piše o tome da, dok je kod Platona privikavanje na izvanrednu svetlost moguće, u neoplatonizmu se pojavljuje apsolutno zaslepljivanje. Istovremeno, slepilo, odnosno sklopjenost očiju može upravo biti način posezanja za natprirodnom svetlošću (po Bonaventuri, na primer, ovo je značaj slepila: „*excaecatio est summa illuminatio*”). Vidi: Blumenberg, H., *Licht als Metaphor der Wahrheit*. Im Vorfeld der philosophischen Begriffsbildung, *Studium Generale* 10, 1957., str. 441.

19 Znajući da slepilo označava teškoću posredovanja, nije slučajno što ono postaje glavni momenat u Hegelovoj kritici Platona. Vidi: Hegel, G. V. F., *Fenomenologija duha*, BIGZ, Beograd, 1986., str. 87-88.



izuzetan višak. Svetlost, koja je uvek medij viđenja, ovde onemogućava viđenje. Noć u podnevnom sjaju.

Istovremeno, smisao slepila može se obrnuti i u drugom pravcu. Ono se kao intenzitet može prikazati i tako, da mu plodnost ne nestane u goloj, opštoj praznini, te da mu snaga bude intenzitet konkretnog. Tako u fenomenologiji Žan-Lika Mariona zgusnuti, saturirani fenomen (*phénomène saturé*) označava fenomen bogatstva davanja (*donation*) koje prevazilazi mogućnosti. Marion, u duhu tradicije francuske fenomenologije, u centar svog mišljenja postavlja jednu afenomenalnu fenomenalnost. Ali saturirani fenomen za njega predstavlja formu davanja kao takvog. Afenomenalnost saturiranog fenomena ogleda se u tome što on ne može da se svede na konstituciju subjekta koji prima davanje i ne može se opisati uobičajenim rečnikom intencionalnosti. Saturirani fenomen nije objekt primaoca, koji bi trebalo da odredi horizont i uslove pojavljivanja, već obrnuto: mnogo pre saturirani fenomen konstituše *ja*, on sazda je darivanog u davanju (ili drugim rečima: provokacija stvara ipseitet *ja*). Primalac je „subjekt lišen svoje subjektivnosti”<sup>20</sup> i zato je saturacija znak elementarne zavisnosti i krhkosti onoga koji vidi. Čisto davanje je ono samo-pokazujuće, transcendencija, drugost, koje zbog svoje nepredvidivosti ima događajni karakter. A da bi mogao da opiše bogatstvo davanja, Marion se služi metaforom zaslepljivanja. Kada u davanju bogatstvo prinosa intenziteta nadmaši mogućnosti, fenomen zaslepljuje (*l'éblouit*) onoga koji vidi. Zaslepljujuća snaga saturiranog fenomena za Mariona predstavlja izobilje u kojem se razotkriva opažajni višak, amplituda iskustva. Isprepletanost viđenja i ne-viđenja sada je stvarna heterogenost, a ne više neposredna, bezsadržajna istost. Fenomen zaslepljuje i u tome je suštinska nužnost pokazivanja fenomena. Na taj način slepilo i zaslepljivanje dospevaju u centar fenomenologije. Tek tako, na retrospektivan način, iz Marionove pozicije, možemo shvatiti zbog čega Sartre piše da je fenomenologija filozofija zaslepljujuće svetlosti. „Filozofija transcendencije baca nas u prašinu puta, u opasnost, u zaslepljujuću svetlost.”<sup>21</sup> Ako je fenomenologija filozofija rasprostiranja na onu stranu svesti, onda je fenomen, u pravom smislu te reči, samo ono što zaslepljuje svojim novumom. Kada Levinas opisuje nasladu kao čisto, slepo iskustvo, on i sam upućuje na ono što se nalazi s onu

---

20 Marion, J. L., *Étant donné. Essai d'une phénoménologie de la donation*, PUF Epiméthée, Paris, 1997., str. 360-361.

21 Sartre, J. P., „Une idée fondamentale de la phénoménologie de Husserl: l'intentionnalité”, u *Situations I.*, Gallimard, Paris, 1947., str. 33.

stranu mogućeg, a što se ne može uklopiti u red pojmova.<sup>22</sup> Merlo-Ponti na sledeći način govori o svesti: „to što ne vidi je upravo ono što joj omogućava vid: slepa vezanost za Bitak...” Odnosno: „isto kao što je slepa mrlja onaj deo mrežnjače sa kojeg polaze nervi koji omogućavaju vid...”<sup>23</sup>. Tu nam je najbliži horizont, horizont nas samih, onaj koji ne možemo da vidimo i kojim ne možemo da gospodarimo; ali je upravo taj nedostatak naš prvi korak u otvorenosti prema svetu. Mogli bismo reći da, ukoliko je skriveni cilj fenomenologije da stvori filozofiju vernu onom spoljašnjem, onda je polazna tačka te filozofije zaslepljivanje. Zaslepljujući sjaj fenomena je uslov mogućnosti svakog pojavljivanja i ne-pojavljivanja.<sup>24</sup> Reč „fenomen” ponovo zadobija prvobitni smisao; odnosno, tek sada zaista predstavlja događaj svetlosti. Zaslepljivanje je kriza onog „odakle” i onog „kuda”. Dilema intromisionog ili ekstromisionog karaktera viđenja se ne računa; zrak svetlosti ne dolazi od onoga koji vidi, ali ne dolazi ni od viđenog, već je on događaj pre bilo kakve međusobnosti. Metafora zaslepljivanja, dakle, može upućivati i na intenzitet, tako da njena bogata plodnost može istovremeno da bude i viđenje (upadljivost) i prikriivanje. Činjenica da se nešto pokazuje kao eminentan, izrazit fenomen, vuče za sobom i neutralizaciju nečeg drugog. Pomoću zaslepljivanja se može opisati pravi kvalitativni ritam iskustva.

2. *Slepilo i praxis*. U novovekovnoj filozofiji više se nije postavljalo pitanje o bitku slepila, već je pažnja u potpunosti preusmerena na sposobnosti *ja*. Slepac koji je nesposoban za ideju svetlosti predstavlja stalnu temu u epistemologiji osamnaestog veka; kao što piše Pol de Man: on je glavni dokaz „univerzalne bede našeg postojanja”.<sup>25</sup> Lok ili Kondijak tematizuju slepilo kako bi ukazali na prave izvore spoznaje, a ujedno i na našu iskonsku izloženost.

---

22 Lévinas, E., *Totalité et infini*, Martinus Nijhoff, 1971., str. 170.

23 Merleau-Ponty, M., *Le visible et l'invisible*. Gallimard, Paris, 1964, str. 301. Merlo-Ponti, kao fenomenolog percepcije, govorio je o „slepom prepoznavanju”: Merleau-Ponty, M., *Phénoménologie de la perception*. Gallimard, Paris, 2006., str. 226. Vidi još: ibid. str. 267-271. Pozivajući se na Merlo-Pontija, Lakan je u svom seminaru *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*, ne-viđenje odredio kao uslov viđenja.

24 Žil Delez, inače neprijateljski nastrojen prema fenomenologiji, piše da „fenomen blista upravo u razlici...” odnosno: „svaki fenomen je tipa «vile blistavih očiju», a smaragd ga čini mogućim.” Takođe: „razlog čulnog, uslov onoga što se pojavljuje, nisu prostor i vreme, već Nejednako po sebi, disparacija [*disparation*] onako kako se razume i određuje u razlici u intenzitetu, u intenzitetu kao razlici.” Delez, Ž., *Razlika i ponavljanje*, Fedon, Beograd, 2009., str. 102, 360, 361. Uporedi sa Novalisom, kod kog je blistanje, otprilike kao treći entitet, transcendentalni uslov svetlosti i senke. O tome: Kurzke, H.,: *Novalis*. C.H. Beck, München, 1988., str. 14.

25 Man, P. de, *Aesthetic ideology*, University of Minnesota Press, Minneapolis/London, 1997., str. 39. *Blindness* igra važnu ulogu kod de Mana.

Međutim, postoji i jedan mislilac koji izvrće opis slepila kao bede i stavlja naglasak na ono što se u njemu može afirmisati. Didro odnos viđenja i slepila koristi kao polaznu tačku svog *Pisma o slepima*. Cilj jeste da filozof *kao* slepac razmišlja o tom odnosu. Slepac i od „veka filozofskog duha” detaljnije ispituje predrasude, a slepilo predstavlja radikalizaciju prosvetiteljstva. Sada ćemo se koncentrisati na jedan momenat ovog teksta: na odnos slepila i *praxis*-a.

Didroov pristup doseže svoj vrhunac kada se dotakne odnosa slepila i moći. Naime, slepcu vidljivost moći ništa ne znači. „Vanjski znaci vlasti, koji se nas tako živo doimaju, slijepcima ne ulivaju nikakvo poštovanje. Naš je slijepac došao pred policijskog činovnika kao pred sebi ravna.”<sup>26</sup> Zbog odsustva opažanja vizuelnih reprezentacija, moć ne može uticati na slepe koji svojim porama prijanjaju uz svet. Kada govorimo o panopticismu, o nevidljivom viđenju, obično ističemo skrivanje moći, premda je nužni preduslov stvarne efektivnosti nadziranja upravo vidljivost Bentamovog tornja. Kontingencija vizuelne strategije moći se razotkriva upravo u slepilu – bez vidljivih znakova moć doživljava kolaps. Tako se i na reči gospođe De Blasi („kada bih videla, ubrzo se niko o meni ne bi starao”) projektuje drugačije svetlo: moć treba da obrati posebnu pažnju na one koji ne vide, jer njihovo potčinjavanje zahteva alternativne metode, novi tip nadziranja, novi tip staranja. Slepac voli red; njemu je prvo da vrati na mesto pomerene predmete, jer se inače ne bi snašao ni u vlastitom, najbližem okruženju. Ali u odnosu prema poretku moći upravo je on taj koji se čini manje podjarmljenim. Naime, mesto moći za njega ne može biti ni prazno niti zauzeto – on ga jednostavno i ne percipira. Međutim, Didro nam skreće pažnju na to da slepac, iako imun na ritualnu optiku moći, jeste na izvestan način ipak izložen. Ta izloženost se manifestuje u njegovoj averziji prema krađi. Slepac se sa lakoćom može pokrasti, dok je lako primetiti kada on krade. Slepac, dakle, nije ponajviše izložen moći, već njemu nevidljivoj i nedostupnoj krađi. Ako je zaista slep, onda se i ne može radovati nastupanju noći, koja bi ga mogla učiniti ravnim drugima, jer je ne može razlikovati od dana. Njemu čak ni ona jednakost, koju mu osigurava tama, nije od pomoći. Možda je slepac zato i spreman da se priključi prudonistima, kako bi se njegova kritička delatnost mogla usmeriti na ono što je njemu samome najgnusnije na svetu.

3. *Volja za slepilom*. Organ čula vida se upravo iz istih razloga može opisati kao organ moći, odnosno kao mesto ispoljavanja plemenitosti duha. Oko je distancirana aktivnost. Viđenje

---

26 Didro, D., *Pismo o slijepcima*. Državno Izdavačko Poduzeće Hrvatske, Zagreb, 1950., str. 17.

ostavlja predmet da slobodno postoji, a i ono sâmo pri tom ostaje netaknuto; viđenje i predmet odlikuje zatvorenost jednog prema drugom, nedostatak uzajamnosti. Između onoga koji vidi i onog viđenog postoji jedna svojevrsna, kauzalna indiferencija, takoreći jedan ne-odnos. Objektivizam viđenja nije neka slučajna greška – „duh se uputio onuda, kud mu je viđenje pokazalo”. Istovremeno treba istaći i da viđenje upravo stoga može poslužiti i kao metafora za prikazivanje kakvoće moći. Kada simultanitet viđenja zahvati koegzistentne delove vidnog polja, oko nije prinuđeno da prati (kao, na primer, uvo); ono u stanju mirovanja ovladava tim jednovremeno mnogostrukim. Nasuprot nasilnim čulnim organima, oko je čulni organ moći: ono ne menja viđeno, ali ga pažljivo motri i gospodari svojim pogledom. U plemenitosti vida i u viđenju kao mogućnosti vladanja očitava se jedna te ista struktura viđenja. Međutim, ukoliko je oko medij vladanja nad stvarima i nad ljudima, kako je onda moguća volja za slepilom? Zašto postoji ljubav prema slepilu, amaurofilija?

Sartr je opisao mazohizam kao pokušaj bitka-za-sebe da sebe samoga učini ništavnim, da se transformiše u puki objekat koji se u potpunosti podaje subjektivnosti Drugog. Međutim, Sartrova analiza prikazuje mazohizam kao odgovor na opštu napetost odnosa prema Drugom. Drugi me gleda, raspolaže meni nedostupnom privilegijom daljine, poznaje tajnu moje egzistencije. Nastojanje da se stekne sloboda Drugog traži oslobađanje od ove izloženosti. Želim u sebe da asimilujem Drugog, kao Drugog koji me gleda. Njegovu privilegiju, distancirajuću vlast nad mojom egzistencijom mogu ukinuti tek ako sebe svedem na potčinjenu slobodu. Tako je, na primer, zavođenje postavljanje moje predmetnosti za Drugog. U Sartrovoj ekonomiji mazohizma se nastavlja upravo navedena strategija: u ugovoru mazohiste ekvivalentna vrednost novca predstavlja ukidanje Drugog, a slobodni akt razmene predstavlja ukidanje slobode. No pre nego što se upusti u analizu mazohizma, Sartr, kao jednu opštu mogućnost, prikazuje strategiju u kojoj ja vlastitu subjektivnost gradim na nestajanju subjektivnosti Drugog. „Ovaj stav nazvaćemo *ravnodušnošću prema drugom*. Dakle, tu je reč o jednoj vrsti *slepila* prema drugima. Ali termin »slepilo« ne sme da nas zavara: ne podnosim ovo slepilo kao jedno stanje; svoje sam vlastito slepilo u pogledu drugih a to slepilo obuhvata implicitno razumevanje bitka-za-drugog, to jest transcendencije drugog kao pogleda.”<sup>27</sup> Slepilo je samoodbrana: branim se od pogleda

---

27 Prilagođen prevod. Sartr, Ž. P., *Biće i ništavilo (II)*, Nolit, Beograd, 1983., str. 381. Pišući o tome da slepilo nije ništa drugo do zauzeti mesto Drugog i neutralisati njegovu transcendenciju, Liotar gotovo doslovno ponavlja Sartrovu definiciju slepila. Vidi poglavlje *Raskola* koje govori o dužnosti (169. fragment).

Drugog da bi moj vlastiti bitak bio nepokolebljiv u nedostatku odnosa. No time ja ujedno i postajem izložen: „jer slepoća u pogledu drugog istodobno čini da nestane svako doživljeno razumevanje moje *objektivnosti*. [...] jer sam viđen bez mogućnosti da iskusim da sam viđen i da se pomoću istog tog iskustva branim protiv svog »viđenog-bitka«.”<sup>28</sup> Šta u slučaju mazohiste znači volja za slepilom? Vezujem oči, stoga, nadalje ne mogu da percipiram pogled Drugog. Odričem se svog bitka-za-sebe kako bih Drugog zatvorio u odnos prema sebi. Plaćam mu da bih bio njegov ravnodušni predmet; dajem mu novac da bi on nestao u anonimnosti za mene. Znamo da i u ugovoru Zaher-Mazoha sa Vandom stoji rečenica: “vi ste slepo sredstvo u mojim rukama...” Žil Delez (koji je ukazao na asimetriju sadizma i mazohizma) pokazuje zašto mazohista uvek želi ugovor.<sup>29</sup> Zaher-Mazoh u novinama traži ženu za bičevanje. Mazohista je kroz ugovor potčinjen Zakonu. Ukoliko smo svakako potčinjeni Zakonu, onda mazohista želi ugovor da bi on sam postao žrtva potčinjavanja. Ovo je mazohistički humor, ironija: pošto je Zakon *per definitionem* zabrana želje, on sa željom za samim potčinjavanjem dekonstruiše mehanizam Zakona. Želja za negacijom želje je rupa u Zakonu. Mazohista postaje rob na slobodan način i to je njegova siromašna uteha. Amaurofilija, ljubav prema slepilu je izraz ironije prema moći: ionako sam izložen moći, ali bar ja sâm želim ovu izloženost kroz ugovor.

Volja za slepilom jeste, dakle, odgovor na izazov Drugog. Slepilo je uteha, jer transformišem Drugog u nevidljivu anonimnost, te ne vidim odakle dolazi bičevanje. Patnja je podnošljivija ukoliko nema transcendencije. Mazohista je ironičan: on u ugovoru postaje roba među robama, objekat među objektima – „u slobodi”. Slepilo je autodefanzivni akt, pošto slepac živi u pripajanju svom društvenom bitku, odričući se time razumevanja vlastitog postojanja.

4. *Slepilo kao simbolička mašina*. Viđenje jeste odnošenje prema spoljašnjosti, usmerenost-ka-spolja, konstantno prelaženje u drugost. Viđenje je uslov postavljanja ciljeva, uslov rasprostiranja izvan nas samih. Sa druge strane, slepilo je, sledstveno tome, besciljnost, neproduktivno ponavljanje datog u ritmu tam-tama. Samô slepilo ne otvara mogućnost drugačijeg, a egzistencija tavori u besciljnoj repetitivnosti, u oskudnosti onog „ovde”. Time se može objasniti da se slepilo pojavljuje zajedno sa značenjima mehaničkog, ponavljajućeg

<sup>28</sup> Prilagođen prevod. *Ibid.* str. 382.

<sup>29</sup> Delez izričito skreće pažnju na suštinsku društvenost mazohizma, na bujno prisustvo manjina Monarhije u delima Zahera-Mazoha, te na suštinsku ulogu novca, posedovanja i države. Deleuze, G., *Présentation de Sacher-Masoch. Avec le texte intégral de La Vénus à la fourrure*, Les Éditions de Minuit, Paris, 1967., str. 102.

kretanja . U tom smislu se još od renesanse upotrebljava izraz „slepo mišljenje” (*cogitatio caeca, pensée aveugle*). Lajbnic je, na primer, govorio o slepom mišljenju da bi na odgovarajući način mogao izraziti automatsko izvršenje čisto sintaktičkih logičkih radnji.<sup>30</sup> U indiferentnosti prema značenju lakše je prepoznavanje greške, lakša je kontrola. Ova misao slepe kombinatorike pojavljuje se i u Bečkom krugu, a potom, u novom ruhu, dospeva u oblast informatike. Međutim, automatizam slepila se javlja i u sasvim drugačijim kontekstima. Andre Breton, zagovornik bezličnog viđenja, nazvao je automatsko pisanje pravom fotografijom mišljenja, a fotoaparat slepom spravom.<sup>31</sup> Nova, umetnost bez sujete je slepilo, kao vid automatskog stvaranja. Derida je za *différance* tvrdio da je to „strategija bez cilja, koja bi se mogla nazvati i slepom taktikom...”<sup>32</sup> *Différance*, kao kretanje ne samo više reprezentativnih znakova, označava i postajanje-nemotivisanim, ali i udaljavanje od namere. Žil Delez na stranicama svoje *Razlike i ponavljanja* rađanje umetničkog dela opisuje kao slepi zadatak (*tache aveugle*).<sup>33</sup> Bacanje kocke književnosti (ili, koristeći Delezov omiljeni izraz: književna mašina) jeste funkcionisanje slepila, kao aleatorno nastajanje označitelja. Za poznog Vitgenštajna presudnu ulogu imaju izrazi slep za aspekt (*aspektblind*) i slep za značenje (*bedeutungblind*).<sup>34</sup> Reč je o čoveku koji nije u stanju da pravi razliku između označitelja i označenog, odnosno o čoveku koji ne može da zna istovremeno za više značenja. Radi se, kaže Vitgenštajn, o automatizmu mišljenja u kojem je jedan označitelj u neposrednoj vezi sa jednim jedinim označenim. Dakle, slepilo može da ukazuje i na jedno mehaničko kretanje, to jest, na jedan ponavljajući automatizam. Postajanje slepim je sumrak označenog, nestanak semantike. Lišavanjem znakova viđenja označenog, nemilosrdnošću jedne mašine dolazi se do njihove autoindukcije. A unutar ovog automatizma nema pravog posredovanja. U živom svetu, diferencijalnost može da se meri sposobnošću

---

30 O ovome vidi: Eco, U., *The search for the perfect language*, Blackwell, Oxford, 1995., str. 279-284. Kant mehaničko sećanje definiše kao „slepo majmunisanje”. Weinrich, H., *Lethe. The Art and Critique of Forgetting*, Cornell University Press, 2004., str. 72.

31 O ovome: Sontag, S., *On Photography*, RosettaBooks LLC, New York, 2005., str. 68.

32 Derrida, J., „*La différance*”, u *Marges de la philosophie*, Les éditions de Minuit, Paris, 1972., str. 7.

33 Delez, Ž., *Razlika i ponavljanje*, str. 322-323. Delez u fusnoti spominje analizu Solera i Faja o slepilu kao osnovnoj pogonskoj snazi književnosti (*Tel Quel*, no. 17., 1964).

34 TS 245: 170. MS 131: 162-163. Uporedi sa značenjem *blindism*-a u psihologiji koje označava prinudno ponavljanje pokreta. Vidi Kasirerovu analizu asimbolije gde se neprestano upotrebljava metafora slepila: Kasirer, E., *Filozofija simboličkih oblika. Treći dio: Fenomenologija saznanja*, Dnevnik/Književna zajednica Novog Sada, Novi Sad, 1985., str. 180-247.

zahvatanja distance; što kasnije i što teže usledi reakcija na draž, to je živo biće dalje od ravnodušnosti neorganske prirode. Slepac je bitak bez distance; on je, zbog svog mehaničkog karaktera, živi mrtvac.

\* \* \*

Marks piše: „[buržoaski grubi pogled političkog ekonomiste] gleda da se spase objašnjavanja mističnog karaktera zlata i srebra podmećući na njihova mesta manje zaslepljujuće robe [*minder blendende Waren*] i verglajući s vazda novim zadovoljstvom katalog čitavog onog robnog plebsa koji je u svoje vreme igrao ulogu robnog ekvivalenta. On i ne sluti da već i najprostiji izraz vrednosti, kao 20 aršina platna = 1 kaput, omogućuje rešenja zagonetke ekvivalentnog oblika.”<sup>35</sup> Ovi izrazi istovremeno tvrde to da su zlato i srebro više zaslepljujućeg karaktera, ali i to da su nove vrste ekvivalentne vrednosti kao robe i dalje izraz zaslepljujućeg karaktera. Reč je, prema tome, o tipologiji zaslepljivanja. Derida je u *Marksovim sablastima* upotrebio izraz „hiperfenomenalnost” za onu fenomenalnost koja nije puko pojavljivanje jednog fenomena, nego koja utiče i na pojavljivanje drugih fenomena.<sup>36</sup> Kada jedna posebna roba postaje opšta ekvivalentna vrednost, ona napušta svoju uobičajenu fenomenalnost u imperiji roba – međutim, baš od tog trenutka ona postaje medij jedne hiperfenomenalnosti: u njenom ogledalu se ulepšava svaka roba. Razmenska vrednost predstavlja pojavni oblik neke sadržine koja se od nje same razlikuje, a upravo time jedna upotrebna vrednost postaje pojavni oblik svoje suprotnosti, razmenske vrednosti. Ta dvostruka fenomenalnost, dvostruka refleksija, jeste glavni događaj čudne ontologije razmenske vrednosti: upravo ono *puko* fenomenalno omogućava *pojavljivanje* predmenosti. Filozofija novca Georga Zimela pomaže nam da razumemo na koji način se odvija to fenomenološko kolebanje od pojavljivanja do skrivanja: ako je materijalna supstancija novca isuviše vredna, ona više ne može da bude sredstvo reprezentacije, a funkcija novca se gubi; sa druge strane, ukoliko vrednost novca bude isuviše apstraktna, ona će se materijalno isprazniti. Svima se čini da roba kroz zlato izražava svoju vrednost zato što je ona po svojoj prirodi novac, a ne obrnuto. Zlato *kao rezultat* nestaje u ekonomskom ekspresivizmu koji sve izražava upravo

---

35 Prilagođen prevod. Marks, K., *Kapital. Kritika političke ekonomije I-III*, str. 57.

36 Derrida, J., *Spectres de Marx*, Éditions Galilée, Paris, 1993., str. 204.

putem zlata. Zaslepljivanje je ovde, pre svega, materijalnog karaktera, ono je događaj intenziteta u prostoru roba. Kada je Hilferding kritikovao generalizaciju teorije fetišizma, tvrdeći da u cirkulaciji papirnog novca više nema postvarenja, te da je posredovanje čistih označitelja već medij samosvesne regulacije<sup>37</sup>, onda je on ipak znao samo za materijalno zaslepljivanje. Međutim, Marks tvrdi da je roba kao takva zaslepljujućeg karaktera.

Nije li jedno „pojavljuje se kao“ suština fetišizma? Vrednost postaje društveni hijeroglif, jer izgleda kao da iz prirode kristalizovane Stvari sledi da je ona sama razmenska vrednost. Fenomenalnost kapitalizma je takva da se Stvar *pojavljuje kao* konstituens odnosa, dok se odnosi *pojavljuju kao* Stvari. Svejedno je da li je ona zlato koje zaslepljuje i sa svojom materijalnošću ili je čisti označitelj – Stvar svakako zaslepljuje na *imaterijalan način*. Stvar kao natčulna čulnost je intenzitet u prostoru ekonomskog, realna apstrakcija zbog koje toliko vidimo da ne vidimo. Nije slučajno što Marks pomoću slepila opisuje iskustvo kapitalizma: teorijsko čulo oka odgovara apstraktnom karakteru kapitalizma. Funkcija novca u procesu Novac–Roba–Novac guta materijalni bitak, zato Marks i tvrdi da je čudo novca koje stvara novac kod mnogih nacija izazvalo istiskivanje dimenzije posredujuće materijalne proizvodnje. Realna određenost kapitala radom postaje afenomenalna. Adorno piše: „...zaslepljenost prema proizvodnji vodi tome da se proizvod smatra datim.“<sup>38</sup> Nastaje privid da Stvar određuje vlasnika, ovaj kristal pozajmljuje svetlost ekonomskim akterima. Isak Iljič Rubin analizirajući fetišizam kaže sledeće: „[...] kapitalista svetli svetlošću odraženom s njegovog kapitala...“<sup>39</sup> Ova luminalna logika stvara utisak da je Stvar po prirodi kapital, budući da je posedovanje Stvari uslov stvaranja odnosa proizvodnje. Kada je reč o zaslepljivanju Stvari-kristala tada su svojina, istoričnost, klasa i akumulacija, u najboljem slučaju, od sekundarnog značaja. Izuzetno je važno to što Marks tvrdi da na početku kapitalizma fetišizma još nije ni bilo. Marksova teorija, dakle, pretpostavlja jednu teoriju o zgusnutosti znaka, o kvantitetu u iskustvu. Kvantitativna promena se transformiše u kvalitativni novum i tako nastaje intenzitet zaslepljivanja.

---

37 O ovome: Rubin, I. I., *Ogledi o Marxovoj teoriji vrednosti*, Stvarnost, Zagreb, 1978., str. 18.

38 Adorno, Th. W., *Zur Metakritik der Erkenntnistheorie*, Frankfurt, 1956., str. 151.

39 Rubin, I. I., *Ogledi o Marxovoj teoriji vrednosti*, str. 30. Uporedi sa načinom na koji Delez i Gatari opisuju privatne osobe kao slike slika, kao drugorazredne simulakrume funkcija kapitalizma: Delez, Ž. – Gatari, F., *Anti-Edip*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, 1990., str. 314-315.



Šta znači ovaj izvanredni intenzitet svetlosti u slučaju forme novca zbog kojeg Marks govori o zaslepljivanju?<sup>40</sup> Novac je kraj početnih izvora. Nema mnemotehnike kojom bismo mogli da se setimo šta je bila njegova ekvivalentna vrednost. Zaslepljivanje je nestanak označenog, sumrak semantike. Prividno intimna autodiferencijacija vrednosti prikriva konstitutivni karakter uslova proizvodnje. Izgleda kao da se kapital *de natura* razlikuje od samoga sebe, i da se društveni odnosi rada *pojavi*ju kao društveni odnosi kapitala. Fenomenalizacija ekonomskog kulminira u opštoj konkurenciji: u novoj ontologiji, stvorenoj od strane logike kapitala, neposrednost i posrednost, uslov i rezultat, stvaranje i parazitizam zamenjuju mesta. Proces N-R (gde je N novac, a R radna snaga), koji predstavlja specifičnost kapitalističkog načina proizvodnje, stvara novu vrstu razmene. Sama osoba se pokazuje kao roba koja želi da potpiše ugovor, dok je plata dokaz za to da je reč o poštenoj razmeni. Novac je sumrak semantike, areferencijalnost, dok u recipročnosti razmene višak rada nestaje. Zaslepljujuća jednakost kapitaliste i radnika u slobodnom ugovoru jeste uslov nevidljivosti klase. Unutar fenomenalnosti kapitalizma nestaje groteskni karakter forme, u skladu sa kojom se stvaraocu vrednosti daje ekvivalentna vrednost. Bez pravnog fetišizma ličnosti, o kojem je pisao Pašukanis<sup>41</sup>, nema ni ekonomskog fetišizma. Stvar-kristal i Čovek-kristal, asubjektivna mašina i subjekat Slobode se pojavljuju držeći se za ruku. Stvari su prirodni nosioci vrednosti, Čovek je prirodni subjekat Slobode – tako zaslepljuje društveni panfetišizam.

Teorija zaslepljivanja je, zapravo, *metauslov* govora o materijalnom pojavljivanju zlata i srebra, o fetišizmu robe i novca, o prividu u konkurenciji, o prividu slobodnog ugovora. Kristali su intenziteti konkretnog. Ekonomska Stvar je takva da toliko vidimo da ne vidimo – na delu je svojevrsni hijazam fenomenalnosti i afenomenalnosti. Govorili smo o momentima značenja slepila: o slepilu kao slojevitom intenzitetu konkretnog, o slepilu i *praxis*-u, o volji za slepilom i o slepilu kao simboličkoj mašini... U Marksovoj metafori zaslepljivanja se izražava jedna disharmonija, mogućnost koja se krije u svakoj metafori. Zaslepljujući ekonomski i pravni kristali su hiperfenomeni koji nešto afenomenalizuju. Između ostalog, prividna sloboda u

---

40 „...valja, dakle, popratiti razvitak izraza vrednosti koji se sadrži u odnosu vrednosti roba, počev od njegovog najprostijeg, najneuglednijeg lika, pa do zaslepljujućeg novčanog oblika. A s tim će ujedno otpasti i zagonetka novca.“ „Zbog toga je zagonetka novčanog fetiša samo zagonetka robnog fetiša koja je postala vidljiva u zaslepljujućoj formi.“ „Stvaranje viška vrednosti pomoću vrednosti nije izraženo samo kao alfa i omega procesa, već izričito u zaslepljujućem novčanom obliku.“ Prilagođen prevod. Marks, K., *Kapital*, str. 50., 81., 592.

41 Pašukanis, B. E., *Opšta teorija prava i marksizam*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1958.

ugovoru dozvoljava ironiju današnje ideologije prema simboličkim fikcijama. I na kraju, autonomizacija razmenske vrednosti jeste zaslepljivanje simboličke mašine, kao sumrak semantike odnosa proizvodnje. Reč je o “acentralnoj, anonimnoj, impersonalnoj sili”, o ljubavi prema slepilu. Amaurofilija je uteha.

Metakritičari Marksove kritike viđenja/slepila su često naglašavali način na koji Marksov pristup ponavlja napetost kritičke autopsije kao takve: kako je moguće viđenje, ako je ne-viđenje strukturalni efekat? Često se govorilo o tome da je kod Marksa na delu demarkaciona linija između mračne zone ne-viđenja i istinitosti viđenja. Međutim, upravo metafora zaslepljivanja pokazuje da Marks govori o ne-viđenju koje je imanentno samom viđenju. Afenomenalnost je imanentni nabor same fenomenalnosti, sâmo ekonomsko skriva svoju suštinu. Marksov model fenomenalnosti nije ni jednostavno suprotstavljanje suštine i fenomena, ali nije ni puko traženje suštine u pojavi *kao* pojavi. Iz hiperfenomenalnosti kristala ne sledi jednostavno odvajanje prostora znanja/znanog od prostora ne-znanja/ne-znanog. Reč je o finijoj diskurzivnoj strategiji koja identifikuje ono lažno u istinitom, i ono istinito u lažnom. Subjekt divljeg iskustva kapitalizma i vidi – to nije pasivna kontemplativnost, već viđenje *kao* aktivnost. Zaslepljeni nisu žrtve, nego su delatni releji hiperfenomenalnosti, a pravni fetišizam svakog dana slavi njihove vrline. Bez poznavanja semiotike ekonomskog sistema pravni fetišizam ne bi ni mogao da funkcioniše. Hermeneutika sumnje je moguća samo zbog toga što su svakidašnji interpretatori ekonomskog uvek već na delu. U ekonomskoj multiluminalnosti ljudi nisu u publici, nego su, kao decentralizovani subjekti, aktivni odrazi intenziteta svetlosti. Struktura pojavnog sveta nije potpuna koincidencija sa suštinom – pojava skriva suštinu, ali i upućuje na nju. Zaslepljivanje predstavlja rezultat jedne istorije, ono je događaj intenziteta, hijizam viđenja i ne-viđenja. Zaslepljivanje nema puko pasivno, epistemološko značenje. Analize teorije fetišizma uvek ukazuju na to da puka dijagnoza ne ukida objektivnu iluziju (*gegenständlicher Schein*). Noćna strana ekonomskog je uvek više od bitka koji treba da se misli. Kritika filozofije naglašava upravo to da puko mišljenje ostaje u distanci. Stoga se nužno pojavljuje pitanje o tome kako su moguće alternativne luminalne strategije, da bi se došlo do zaključka prema kojem fenomenalnost kapitalizma nije puka epifenomenalna iluzija. Fenomenalnost kapitalizma nije jednostavno subjektivno verovanje koje bi jedno pozitivno znanje moglo da otkloni. Sama stvarnost je ideološkog karaktera, a u kapitalizmu stvarnost i ne može a da se ne pojavi na ovakav način. Društveni oftalmolog ne sme da potcenjuje privid i fikciju, pošto su oni delatni

momenti objektivne kohezije. Kako Sara Kofman kaže: nije reč o tome da se *camera obscura* transformiše u *cameru lucidu*.<sup>42</sup> Adorno tvrdi da je ideologija istovremeno lažna i istinita, normativna i ne-normativna – u skladu sa tim sledi da je delimična koincidencija ideološkog sa društvenom stvarnošću nužna.<sup>43</sup> Roba je sopstvena ideologija – kaže Adorno. Fetišizam, činjenica da Stvar vrši posredovanje između ljudi, da se strukturalni efekat pojavljuje kao neposredno svojstvo Stvari, jeste fantazmagorija same stvarnosti, snaga ideologije je snaga stvarnosti. Teorija istovremeno postaje samokritika teorije: puko obrazloženje postojećeg je lišeno sposobnosti da se svet doista promeni. Osobenost kritičkog mišljenja jeste da ono kritikuje *theorein* kao oblik apstraktnog viđenja, ali zahteva transformaciju vidljivosti ekonomskog. Kritičko mišljenje mora da reflektuje svoj nedostatni karakter, jer ono mora da hvali ono što njega samog prevazilazi. Ova napetost ima bogatu recepciju: ona se smešta među narativama o „kraju filozofije“, ili se konstatuje da se promenila grčka hijerarhija čulnog i teorijskog viđenja, ili se tvrdi da je na delu rejudaizacija eshatologije naspram pukog unutrašnjeg izbavljenja *à la* Jakob Taubes: kada jerusalimski rabin gleda kroz prozor na trg pijace nakon što je čuo glas šofara, promena bi trebalo da bude očigledna da bi mogao da zaključi da je mesija doista stigao. Revolucija je uvek i jedan zajednički fenomenološki poduhvat, ikonoborstvo i izgradnja nove društvene optike. Poznate su kritičke varijacije 11. teze: „Do sada su filozofi promenili svet, došlo je vreme da ga očuvamo“ ili „Nije dovoljno promeniti svet. To ionako činimo. I umnogome se to događa i bez našeg učešća. Tu promenu moramo i tumačiti...“

\* \* \*

Međutim, Marks ne govori jednostavno o čulnosti ekonomskog, već njegov poznati izraz glasi: „ne-čulna čulnost“. Alfred Son-Retel je tako, na tragu Marksa, govorio o tome da u kapitalizmu vladaju realne apstrakcije. Budući da je kapitalizam kao takav apstraktan (a eksploatacija nije biološkog ili ličnog karaktera, ona je strukturalna, dakle, nevidljiva i bezlična), borba protiv kapitalizma je moguća jedino pomoću teorije. Radi se o snažnoj tezi: reč je o *prvom* emancipatorskom poduhvatu koji ne može da bude efektivan bez teorije. Istorijski gledano, može se reći da je antikapitalistička borba do sada bila uspešna jedino u predkapitalističkim društvima

---

42 Kofman, S., *Camera obscura ideologije*, Studentski centar Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1977., str. 23.

43 Adorno, T. W., Beitrag zur Ideologienlehre, u *Soziologische Schriften I*, Gessamelte Schriften 8., Frankfurt a.M., Suhrkamp, 1972.

– dakle, ona je bila uspešna samo tamo gde je postojala vidljiva klasa, vidljiva dominacija kao mogući predmet *ressentiment*-a, kao jasan neprijatelj. Pravi izazov delatnosti bi bio sadržan u pitanju: kako je moguće delanje protiv sveta „ne-čulne čulnosti”? Kritičar političke ekonomije je stoga, čini nam se, osuđen na kolebanje između teorije i prevazilaženja teorije.

## Literatura

Adorno, T. W., Beitrag zur Ideologienlehre, u *Soziologische Schriften I*, Gessamelte Schriften 8., Frankfurt a.M., Suhrkamp, 1972.

Adorno, Th. W., *Zur Metakritik der Erkenntnistheorie*, Frankfurt, 1956.

Anders, G., *Zastarelost čoveka*, Nolit, Beograd, 1985.

Blumenberg, H., Licht als Metaphor der Wahrheit. Im Vorfeld der philosophischen Begriffsbildung, *Studium Generale* 10, 1957.

Debord, G., *La société du spectacle*, Les Éditions Gallimard, Paris, 1992.

Deleuze, G., *Présentation de Sacher-Masoch. Avec le texte intégral de La Vénus à la fourrure*, Les Éditions de Minuit, Paris, 1967.

Delez, Ž. – Gatari, F., *Anti-Edip*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, 1990.

Delez, Ž., *Razlika i ponavljanje*, Fedon, Beograd, 2009.

Derrida, J., „*La différance*”, u *Marges de la philosophie*, Les éditions de Minuit, Paris, 1972.

Derrida, J., *Spectres de Marx*, Éditions Galilée, Paris, 1993.

Didro, D., *Pismo o slijepcima*. Državno Izdavačko Poduzeće Hrvatske, Zagreb, 1950.

Eco, U., *The search for the perfect language*, Blackwell, Oxford, 1995.

Fuko, M., *Reči i stvari*, Nolit, Beograd, 1971.

Gadamer, H-G., Über das Hören, u *Hermeneutische Entwürfe*, Mohr Siebeck, Tübingen, 2000.

Haug, V. F., *Kritika robne estetike*, Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije, Beograd, 1981.

Hegel, G. V. F., *Fenomenologija duha*, BIGZ, Beograd, 1986.

Jameson, F., *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, 2003.

Kajetan, T. de V., *Scripta Philosophica – Commentaria in Praedicamenta Aristotelis*, Romae, 1939.

Kasirer, E., *Filozofija simboličkih oblika. Treći dio: Fenomenologija saznanja*, Dnevnik/Knjževna zajednica Novog Sada, Novi Sad, 1985.

Kofman, S., *Camera obscura ideologije*, Studentski centar Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1977.

Kurzke, H.,: *Novalis*. C.H. Beck, München, 1988.

Lévinas, E., *Totalité et infini*, Martinus Nijhoff, 1971.

Luhmann, N., "Ich sehe was, was Du nicht siehst", *Soziologische Aufklärung*, 6, 1995.

Man, P. de, *Aesthetic ideology*, University of Minnesota Press, Minneapolis/London, 1997.

Marion, J. L., *Etant donné. Essai d'une phénoménologie de la donation*, PUF Epiméthée, Paris, 1997.

Marx, K., „Bilješke uz «Udžbenik političke ekonomije» Adolfa Wagnera”, u *Glavni radovi Marxa i Engelsa*, Zagreb, 1978.

Marks, K., *Kapital. Kritika političke ekonomije I-III*, Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd, 1971.

Merleau-Ponty, M., *Le visible et l'invisible*. Gallimard, Paris, 1964.

Merleau-Ponty, M., *Phénoménologie de la perception*. Gallimard, Paris, 2006.

Pacard, V., *Les Obsédés du standing*, Calmann-Lévy, Paris, 1960.

Pašukanis, B. E., *Opšta teorija prava i marksizam*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1958.

Rancière, J., *Ent tant pis pour les gens fatigués. Entretiens*, Éditions Amsterdam, Paris, 2009.

Rancière, J., *The Politics of Aesthetics*, Continuum International Publishing Group Ltd., 2006.

Rubin, I. I., *Ogledi o Marxovoj teoriji vrednosti*, Stvarnost, Zagreb, 1978.

Sartre, J. P., *Biće i ništavilo (II)*, Nolit, Beograd, 1983.

Sartre, J. P., „Une idée fondamentale de la phénoménologie de Husserl: l'intentionnalité”, u *Situations I.*, Gallimard, Paris, 1947.

Sloterdijk, P., *Kritika ciničnog uma*, Globus nakladni zavod, Zagreb, 1992.

Sontag, S., *On Photography*, RosettaBooks LLC, New York, 2005.

Weinrich, H., *Lethe. The Art and Critique of Forgetting*, Cornell University Press, 2004.

Ključne reči: fenomenologija ekonomskog, metaforologija slepoće, kapitalizam, Marks, (ne)vidljivost

Apstrakt: U ovom radu se tematizuje (ne)vidljivost kapitalizma iz aspekta fenomenologije ekonomskog. Metafora slepoće služi kao ključ za razumevanje Marksove fenomenologije. Ova metafora istovremeno dozvoljava da se baci novo svetlo i na kritiku ideologije. Autor analizira napetost između pojavljivanja i suštine, razliku između teorije i prakse, mogućnost otpora, fenomenalnost robe i tipologiju slepila.

The Eye of the Philosopher *versus* Optical Unknown

Key words: phenomenology of economics, metaphorology of blindness, capitalism, Marx, (in)visibility

Summary: This paper discusses the (in)visibility of capitalism from the viewpoint of a phenomenology of economics. The metaphor of blindness serves as a key to the meaning of Marxian phenomenology. This metaphor also allows us to shed a new light on the critique of ideology. The author analyzes the tension between appearance and essence, the difference between theory and practice, the possibility of resistance, the phenomenality of the commodity and the typology of blindness.