NOWA KRYTYKA 28 ROK 2012
ISSN 0867-647X

Natalia Juchniewicz
Uniwersytet Warszawski

Marksowska koncepcja znaku

Słowa kluczowe: Marks, Hegel, symbol, znak, pieniądz, język, wyobraźnia

Znak, nazwa, symbol należą do podstawowych kategorii opisu zewnętrznego świata w ramach semiotyki. Ernst Cassirer definiuje formę symboliczną, do której zalicza takie obszary twórczej działalności człowieka, jak język, sztuka, nauka, właśnie przez oznakowanie, a dokładnie przypisanie sensu do określonych rzeczy, przez co dochodzi do ich wyodrębnienia z przestrzeni innych przedmiotów, a wręcz do ich ukonstytuowania się w polu zainteresowania podmiotu[1]. Rozważania Cassirera oscylują jednakże w obszarze antropologiczno-kulturowym, akcentując znaczenie takich wytworów jak mity czy religia, powierzchownie podchodząc do sfery ekonomii jako możliwej formy symbolicznej. Na możliwość takiej interpretacji przestrzeni produkcji i dystrybucji towarów zwraca natomiast uwagę Karol Marks, co dostrzega, choć tego wątku nie rozwija, Jacques Derrida w *Białej mitologii.*

Derrida zwraca uwagę na związek między językiem jako formą symboliczno-metaforyczną a ekonomią i „ekonomicznym" sposobem konstruowania

[1] Zob. E. Cassirer, *The Philosophy of Symbolic Forms*, Vol. 1: *Language*, trans. R. Manheim, New Haven 1953, s. 74–75.

dyskursu, jednym z bohaterów „marginesów”[2] czyniąc właśnie Marksa z jego koncepcją fetyszyzmu towarowego. Podążając tropami Ferdinanda de Saussure'a z semiotycznych rozważań *Kursu językoznawstwa ogólnego*, dokonuje Derrida paralelnego zestawienia poziomu języka w obrębie semiologii z ekonomicznym wyrazem kapitalistycznych stosunków produkcji, zauważając, że praca i płaca, jako podstawowe kategorie opisu mechanizmu wytwarzania produktów i ich wymiany, nie są niczym innym jak znaczonym i znaczącym w metajęzyku, a pojęciem, które stanowi fundament możliwości takiego zestawienia, jest wartość. Istota i złożoność pojęcia wartości w koncepcji Marksa nie podlega u Derridy egzegezie, ale już samo wskazanie na związek dyskursywności i metaforycznego języka filozofii ze sferą ekonomiczną sytuuje Derridę w polu zainteresowania semiotyczno-estetycznym wymiarem samej ekonomii.

Ekonomia jako forma komunikacji, a dokładniej: obszar wymiany ekwiwalentów znakowych, bardzo wyraźnie widoczna jest przy analizie znaczenia pieniądza rozumianego jako towar. Już młody Marks w *Rękopisach ekonomiczno-filozoficznych z 1844 r.* dokonuje szczegółowej prezentacji procesu alienacji pracy oraz wyobcowania robotnika w procesie pracy, wskazując równocześnie na wewnętrzną poietyczność pieniądza i jego wpływ na kształtowanie się (ontologii) bytu społecznego. Potraktowanie pieniądza jako znaku-komunikatu staje się możliwe przez włączenie semiotyki Hegla, która wydaje się mieć zasadniczy wpływ na konstrukcję metajęzyka dotyczącego procesów społecznych u samego Marksa. Zbieżności pojęciowe obecne są jednakże nie tylko na gruncie pism młodzieńczych, ale także w *Kapitale*, co sugeruje pewną ciągłość w krytyce tego poziomu dyskursywności. Marks demaskuje bowiem ideologiczność ekonomii politycznej (i ideologii w ogóle) właśnie przez krytykę sfery semiotyczno-estetycznej. Generowane w procesie produkcji, określonym przez dane stosunki społeczne, znaki-symbole okazują się swoistymi oglądami-obrazami, które kształtują wymiar przestrzenny życia społecznego. Posługując się nomenklaturą Hegla, Marks przedstawia, w jaki sposób przestrzenność jest uwikłana w swoiście rozumianą estetyczność, która zdefiniowana jest przez odniesienie do przyrody jako źródła materiału zmysłowego dla oglądów tworzonych przez wyobraźnię. Z przestrzennością związana jest równocześnie określona koncepcja czasu, zdefiniowanego jako czas przyrody, a więc czas tego, co zewnętrzne, co wskazuje

[2] W tym przypadku „marginesy” należy rozumieć zarówno przenośnie, jak i dosłownie, gdyż uwagi te znajdują się zasadniczo w przypisach tekstu. Zob. J. Derrida, *Biała mitologia*, [w:] *Marginesy filozofii*, przeł. A. Dziadek, J. Margański, P. Pieniążek, Warszawa 2002.

na przejęcie przez Marksa Heglowskiej krytyki oświeceniowej krytyki religii. Fetyszyzm towarowy i znaczenie pieniądza dla kształtowania relacji społecznych wskazują na znaczenie semiotyki i estetyki dla ideologii, która przejawia się przede wszystkim w sferze tego, co przestrzenne. Ideologiczność opiera się bowiem na wyobraźni społecznej, na przetworzeniu procesu produkcji w spektakl utowarowionej pracy i pieniądza. Myślenie wyobrażeniowe w ramach dialektyki ducha subiektywnego u Hegla znajduje się jednakże na poziomie rozsądku (*Verstand*), wymaga tym samym przekroczenia ku sferze rozumu (*Vernunft*). W ramach takiej optyki koncepcja rewolucji u Marksa okazuje się koniecznym elementem w wewnętrznej dialektyce bytu społecznego, jako wyjście z ograniczeń narzuconych sferze społecznej przez ideologizowane kategorie przestrzeni i czasu, co wskazuje na obecność w koncepcji zarówno młodego, jak i dojrzałego Marksa Heglowskich schematów pojęciowych. Związki ekonomii z językiem, które ujawnia Derrida, analizując metaforyczność języka filozoficznego, nie mają zatem niewinnego charakteru czystej estetyzacji dyskursu, a stanowią przyczynę ograniczeń w myśleniu i wskazują na trudności z przekroczeniem schematów poetycko-religijnych zarówno w ramach teorii, jak i praktyki społecznej.

Hegel w ramach rozważań poświęconych językowo-estetycznemu wymiarowi relacji społecznych definiuje znak jako arbitralny sposób nadawania znaczenia i odniesienia przedmiotowego. „*Znak* jest jakimś dowolnym bezpośrednim oglądem, który przedstawia pewną treść całkiem inną od tej, którą ma on jako wzięty dla siebie”[3]. Znak zostaje odróżniony od symbolu, gdyż w konstrukcji symbolu „znaczenie jest punktem wyjścia dla świadomości, która dopiero potem, dla wyrażenia swoich wyobrażeń rozgląda się za [nadającymi się do tego] pokrewnymi postaciami”[4], określony przedmiot zatem może stać się symbolem wtedy, gdy sam posiada cechy, które ma zastępować. Znak natomiast jest wyrazem arbitralności w określaniu sfery bycia-u-siebie. Jest on formą oglądu, gdyż w tej formie udostępniany jest inteligencji, ale także inteligencja sama produkuje właśnie znaki-obrazy jako wyraz aktywności wyobrażeniowej.

> W tej mającej swoje źródło w inteligencji jedności *samoistnego wyobrażenia* i *oglądu* materia tego ostatniego jest początkowo czymś otrzymanym, czymś bezpośrednim albo danym (np. barwa kokardy itd.). Ale *ogląd* nie ma w tej tożsamości znaczenia czegoś pozytywnego i przedstawiającego siebie samego, lecz

[3] G.W.F. Hegel, *Encyklopedia nauk filozoficznych*, przeł. Ś.F. Nowicki, Warszawa 1990, § 458, s. 470.

[4] Ibidem.

> jedynie znaczenie czegoś przedstawiającego *coś innego*. Jest on obrazem, który przyjął w siebie *samoistne* wyobrażenie inteligencji jako duszę, jako swoje *znaczenie*. Ogląd ten jest *znakiem*[5].

Hegel określa ponadto znak jako piramidę, co ujawnia znaczenie języka dla kształtowania samej struktury społecznej, gdyż piramidalna konstrukcja społeczeństwa w Heglowskiej koncepcji państwa umożliwiona jest dzięki intersubiektywności, jaką udostępnia język. Państwo i język okazują się mieć tę samą strukturę i przenikają się wzajemnie[6].

Wszelkiego typu znak jest obrazem i w tym sensie tworzy estetyczność relacji społecznych. Wyobraźnia wykorzystuje bowiem w konstrukcji znaków materiał zmysłowy (wrażenia), który następnie formuje i udostępnia jako ogląd. Język dzięki zakorzenieniu w zmysłowości stanowi swoistą manifestację wolności inteligencji w opisywaniu i określaniu rzeczy, a wręcz jest właściwym narzędziem samej możliwości poznania jako jednoczesnej konstrukcji przedmiotów. Oznakowanie to ponadto najdoskonalszy sposób wzięcia rzeczy w posiadanie, będący podstawą możliwości wytworzenia prawa i pojęcia własności, co jest w kontekście polityczno-społecznych rozważań Hegla kolejnym wyrazem określania przestrzeni bycia u siebie na drodze arbitralnej wolności.

Semiotyczno-estetyczne rozważania Hegla ujawniają się również w sferze społeczeństwa obywatelskiego, a dokładniej w kontekście znaczenia pieniądza dla sfery dystrybucji dóbr. W *Zasadach filozofii prawa* stwierdza Hegel, że pieniądz jest posiadającą egzystencję ogólną wartością rzeczy i świadczeń[7]. Za sprawą pieniądza możliwe jest zastosowanie słusznej miary dla określonych transakcji i opłat, a owa miara – co istotne z punktu widzenia Hegla – zapewnia sprawiedliwość i równość w podtrzymywaniu politycznych struktur państwa przez obywateli. Bardziej skomplikowany jest natomiast wymiar ogólnej wartości rzeczy, jaki ujawnia się w akcie zdefiniowania ich za sprawą pieniądza:

> Pieniądz reprezentuje wszystkie rzeczy, ale ponieważ nie przedstawia potrzeby samej, lecz jest tylko jej znakiem, to pieniądz sam rządzony jest przez tę specyficzną wartość, którą on jako abstrakcyjny tylko wyraża[8].

---

[5] Ibidem, § 458, s. 469–470.

[6] Zob. N. Juchniewicz, *Państwo i język czyli o odwróconej piramidzie u Hegla*, „Przegląd Filozoficzno-Literacki" 2010, nr 2 (27), s. 179–195.

[7] G.W.F. Hegel, *Zasady filozofii prawa*, przeł. A. Landman, Warszawa 1969, s. 293.

[8] Ibidem, § 63, *Uzupełnienie*, s. 363.

Pieniądz stanowi tym samym znak o podwojonym odniesieniu, gdyż z jednej strony zastępuje rzecz, a właściwie wszystkie rzeczy, ale z drugiej odnosi się do rzeczy przez pierwotny wyraz podmiotowej potrzeby. Jest pośrednikiem między podmiotem i rzeczami, między skłonnościami i możliwością ich realizacji, stanowi emblematyczny wyraz społecznego systemu wymiany i podziału dóbr.

Marksowska analiza znaczenia pieniądza związana jest z Heglowską interpretacją. Jednakże Marks demaskuje ponadto wymiar reifikacyjny systemu pieniężnego i ujawnia jego fetyszyzację. W *Kapitale* Marks powie wręcz:

> ponieważ pieniądz może być zastąpiony w pewnych funkcjach przez proste, wyobrażające go znaki pieniężne, powstało inne błędne mniemanie, jakoby był tylko *znakiem*[9].

Paradoksalność przestrzeni towarowej, jako zbudowanej na arbitralnych znakach, może wskazywać na swoistą dowolność określania przestrzeni społecznej praktyki, a zatem wolność działania i wytwarzania. Tak jednak u Marksa nie jest, gdyż estetyczno-symboliczny wymiar komunikacji towarowej skrywa swoją tajemnicę, której ujawnienie odczarowuje, albo raczej zdziera maskę pozornej konieczności istnienia określonych stosunków produkcji i wymiany. Tak jak dla Hegla opatrzenie rzeczy znakiem jest wyrazem władzy podmiotu nad rzeczami, tak dla Marksa znakowość pieniądza stanowi już nie tylko władzę nad rzeczami, ale także nad człowiekiem.

Marks definiuje podmiotowość człowieka przez kategorię pracy i stosunek wytwórcy do własnego produktu. Człowiek jest istotą poietyczną, jego praca to wszechstronna produkcja, formowanie przyrody wedle praw piękna[10], a *de facto*, wszelka fabrykacja okazuje się właściwą kreacją przyrody. „Produkcja ta jest [...] czynnym życiem gatunkowym. Dzięki niej przyroda staje się jego [człowieka – N.J.] dziełem i jego rzeczywistością”[11]. Marks wskazuje tym samym, w jaki sposób tworząc przedmioty, człowiek definiuje sferę bycia-u-siebie i jednocześnie konstytuuje siebie samego jako podmiot. Indywidualność potwierdza się bowiem w tym, co społeczne, i sam sposób kształtowania rzeczy, praca i wreszcie forma życia, uzależnione są od bytu społecznego.

---

[9] K. Marks, *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej*, Warszawa 1951, t. I, ks. I, s. 96.

[10] Zob. K. Marks, *Rękopisy ekonomiczno-filozoficzne*, [w:] *Pisma wybrane. Człowiek i socjalizm*, wyboru dokonał J. Ładyka, Warszawa 1979, s. 103.

[11] Ibidem.

> Człowiek przeto, jakkolwiek jest jednostką *szczególną* i ta szczególność właśnie czyni go jednostką i prawdziwie *indywidualną* istotą *społeczną*, jest zarazem w równej mierze *całością*, idealną całością, subiektywnym bytem dla siebie myślanego i zmysłowo doznawanego społeczeństwa, podobnie jak i w rzeczywistości istnieje on zarówno jako ogląd i rzeczywiste używanie bytu społecznego, jak również jako całość ludzkiego przejawiania życia. Dlatego myślenie i byt są wprawdzie czymś innym, ale równocześnie stanowią *jedność*[12].

W ramach kapitalistycznych stosunków produkcji dochodzi do alienacji pracy i samego życia, a w szczególnym sensie dochodzi do ograniczenia samej możliwości odnalezienia się robotnika w procesie i produkcie pracy przez utowarowienie zarówno samego produktu, jak i robotnika. Jak podkreśla Marks:

> *popyt na ludzi reguluje w sposób konieczny produkcję ludzi, jak każdego innego towaru*. [...] Robotnik stał się towarem i jest dla niego szczęściem, jeśli uda mu się znaleźć nabywcę[13].

Analiza kondycji robotnika wyrażona w *Rękopisach*... wskazuje na zmianę paradygmatu wytwarzania w nowożytnych warunkach kapitalistycznej produkcji, a zatem na przejście w ramach społecznej praktyki od *techne* do techniki.

Greckie pojęcie *techne* związane jest bowiem z myśleniem o pracy rzemieślniczej jako o pewnej sztuce, sprawności, zdolności czy wręcz dzielności. Rzemieślnik w swojej pracy pozbawiony jest kreatywnej swobody i stanowi jedynie narzędzie w odkrywaniu immanentnie tkwiącego w określonym materiale piękna. Jego działalność przynależy do *poiesis* obok *ponos* (pracy niewolniczej oraz pracy reprodukcyjnej kobiet). Nowożytny przełom w myśleniu o sztuce związany jest, po pierwsze, z odkryciem wolności jako arbitralności oraz z potraktowaniem rzemieślnika jako artysty, a także z ujawnieniem *poiesis* jako reprodukcji, co eksponuje prymat techniki i odkryć naukowych. Techniczność sprawia, że w ramach relacji społecznych odsunięta zostaje sfera *praxis* jako czystej polityczności w sensie greckiego działania, a kluczowy staje się obszar *oikos*, a więc tego, co prywatne, rodzinne, produkcyjne, ekonomiczne.

U młodego Marksa akcentowana jest przede wszystkim praca i robotnik jako towar, a więc alienacja podmiotowa. W *Kapitale* jednakże rozwija Marks aspekt wyobcowania i fetyszyzacji samych rzeczy, co związane jest z wprowadzeniem swoistego metapoziomu w ramach prowadzonego wywodu. Opis sto-

[12] Ibidem, s. 131.

[13] Ibidem, s. 58.

sunków społecznych w ramach języka wyobrażeniowo-ekonomicznego ujawnia wymiar symboliczno-estetyczny, gdyż, jak stwierdza Marks, tłumacząc tajemnicę formy towarowej:

> aby więc znaleźć analogię, trzeba się przenieść w mgławice świata religii. Tu produkty ludzkiej głowy wydają się obdarzone własnym życiem, samodzielnymi postaciami, pozostającymi w stosunkach z sobą i z ludźmi. Podobnie dzieje się w świecie towarów z produktami ludzkiej ręki. Nazywam to fetyszyzmem, który przylgnął do produktów pracy, odkąd są wytwarzane jako towary, i jest nieodłączny od produkcji towarowej[14].

Fetyszyzm jako stosunek wytwórcy do własnego wytworu, ale przede wszystkim jako relacja między rzeczami w społecznej dystrybucji, wskazuje na ujawnienie się paradoksalnego poziomu komunikacji osadzonej na wymianie znaków-obrazów, jakimi są towar i pieniądz.

Towar jest przedmiotem zaspokajania potrzeb innych ludzi, posiada tym samym wartość użytkową, jednakże w formie społecznej przejawia się przede wszystkim jego wartość wymienna, a więc: „*stosunek ilościowy*, proporcja, w jakiej wartości użytkowe jednego rodzaju wymieniane są na wartości użytkowe innego rodzaju”[15]. Produkt ludzkiej pracy staje się towarem w momencie, gdy posiadając formę naturalną, ujawnia również formę wartości[16]. Wartość towaru zostaje ugruntowana na „substancji wartościotwórczej” – pracy, ta zaś mierzona jest czasem, jaki okazuje się niezbędny do produkcji danej rzeczy. Ostateczna wartość danego towaru uosobiona jest we wspólnej mu z innymi produktami pracy formie pieniężnej.

Młody Marks przedstawia ontologię pieniądza, wskazując na jego wyjątkowe zdolności twórcze w przekształcaniu bytu. Pieniądz jako swoiście rozumiany znak umiejscawia wyobraźnię i jej wytwory w rzeczywistej – a nie wyobrażeniowej – przestrzeni społecznej i sprawia, że to, co jest jedynie fantazmatem podmiotu, staje się rzeczywistością. W ten zawoalowany sposób już przy samej analizie oznakowania, jakie niesie ze sobą pieniądz, wskazuje Marks na ideologiczność jako ograniczenie tym, co wyobrażeniowe.

---

[14] K. Marks, *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej*, op.cit., s. 77.

[15] Ibidem, s. 38.

[16] Zob. ibidem, s. 50.

Pieniądz jest przede wszystkim absolutną możnością, potencjalnością wymagającą aktualizacji w procesie urzeczywistniania wyobrażeń człowieka co do własnych potrzeb i pragnień.

> Wszystko, co ekonomista zabiera ci z życia i człowieczeństwa, zwraca ci w *pieniądzach* i w *bogactwie*, i wszystko, czego ty nie możesz, może twój pieniądz: może jeść, pić, chodzić na bale i do teatru, może podróżować, potrafi (zdobyć) sobie sztukę, uczoność, rzadkości historyczne, władzę polityczną – wszystko to *może* tobie przyswoić; może to wszystko kupić; jest on prawdziwą *możnością*[17].

Owa potencjalność, jaką jest pieniądz, przyjmuje formę towaru w akcie nabywania i używania, który możliwy jest przez ruch ku wypełnieniu braku będącego w istocie żądzą posiadania. Pieniądz jest magnesem dla innych przedmiotów, ma zdolność przyciągania i w związku z tym powiada Marks, że pieniądz jest przedmiotem *par excellence*[18], obejmuje sobą wszystkie inne przedmioty i generuje wręcz samą możliwość ich odrębnego bycia.

„Pieniądz występuje w roli *rajfura* między potrzebą i przedmiotem, między życiem i środkiem do życia człowieka”[19], jest „pośrednikiem między mną i moim życiem, jest też *dla mnie pośrednikiem* między mną a istnieniem innego człowieka”[20]. Marks określa pieniądz „więzią wszystkich więzi”[21], tym, co spaja podmioty i przedmioty jest właśnie magnetyczna siła pieniądza wytwarzająca jednocześnie określone praktyki społeczne. Spajająca moc pieniądza jest jednocześnie jedynym podłożem możliwej, powszechnej separacji, dlatego pieniądz ukazuje swe janusowe oblicze, będąc jednocześnie warunkiem wytwarzania określonych formacji społecznych, jak i środkiem ich przezwyciężenia.

Pieniądz umożliwia wytwarzanie rzeczywistości, w zgodzie z wyobrażeniami danego człowieka

> przeobraża moje życzenia ze stanu wyobrażenia, przenosi je z bytu myślowego, w wyobraźni, w pragnieniu – w byt *zmysłowy*, *rzeczywisty*, z wyobraźni w życie, z bytu wyobrażonego w byt rzeczywisty. Jako ten pośrednik pieniądz jest siłą *prawdziwie twórczą*[22].

[17] K. Marks, *Rękopisy ekonomiczno-filozoficzne*, op.cit., s. 147 i n.

[18] Zob. ibidem, s. 168.

[19] Ibidem.

[20] Ibidem.

[21] Ibidem, s. 170.

[22] Ibidem, s. 171.

Poietyczne zdolności pieniądza sprawiają, że możliwe jest tworzenie przekraczające naturalne ograniczenia człowieka – kreowanie artefaktów życia społecznego i przedmiotowego, odwracanie porządku przyrody. Marks określa pieniądz mianem widzialnego bóstwa, które swoją generującą moc objawia przez odwracanie reguł i wyznaczanie nowych zasad – „przeistacza wszystkie cechy ludzkie i przyrodnicze w ich przeciwieństwo, podmienia i wywraca na opak wszystkie rzeczy; łączy przeciwieństwa"[23]. W tym sensie pieniądz jest zarówno bóstwem, jak i wszetecznicą świata.

Pośredniczący wymiar pieniądza, stałe odniesienie pieniądza do innego przedmiotu, zastępowanie rzeczy i wypełnianie potrzeby sprawiają, że pieniądz sam w sobie okazuje się znakiem w ramach ekonomicznego dyskursu. Pieniądz jest symbolem wartości rzeczy, a wręcz jako społeczny fetysz okazuje się wartością samą w sobie. Owo osadzenie wartości w arbitralnym znaku pieniądza ujawnia szczególny, komunikacyjny wymiar ekonomii jako praktyki społecznej. Jak stwierdza Marks w *Kapitale*:

> wartość nie ma więc na czole napisu głoszącego, *czym* jest. Co więcej, wartość przeobraża każdy produkt pracy w społeczny hieroglif. Później ludzie starają się odcyfrować znaczenie hieroglifu, odkryć tajemnicę swego własnego społecznego produktu, gdyż określenie przedmiotów użytku *jako wartości* jest tak samo społecznym produktem *ludzi* jak mowa[24].

Według Hegla hieroglif jako najprymitywniejsza forma zapisu językowego „za pomocą przestrzennych figur oznacza *wyobrażenia*"[25]. Marksowski stosunek do fetyszyzacji pieniądza ujawnia więc świadomość, że ekonomiczne formy symboliczne osadzone są w wyobraźni społecznej, której aktywność przejawia się w tworzeniu oglądów-obrazów ucieleśniających określony ekonomiczny sens – wartość, dlatego ekonomia jest formą estetycznej komunikacji. Hieroglificzność wskazuje jednakże na związek myślenia z przyrodą ujmowaną w obrazach, co z punktu widzenia dialektyki Hegla znaczy, że podmiot nie jest w stanie oderwać się od tego, co zewnętrzne i nie jest wolny w konstrukcji własnych kategorii.

Pieniądz odnosi się zatem do sfery wyobraźni, sięga do szybu inteligencji[26], w którym przechowywane są zmysłowe treści będące materiałem do tworzenia

[23] Ibidem, s. 171.

[24] K. Marks, *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej*, op.cit., s. 79.

[25] G.W.F. Hegel, *Encyklopedia nauk filozoficznych*, op.cit., § 459, s. 472.

[26] Zob. J. Derrida, *Szyb i piramida*, [w:] *Marginesy filozofii*, op.cit., s. 101–149.

oglądów-obrazów. Fetyszyzacja jest formą oznakowania przestrzeni i możliwa jest właśnie za sprawą estetyczności, która uobecnia się w języku. Fetyszyzm wskazuje również na swoiście religijny poziom funkcjonowania sfery ekonomicznej i nieprzypadkowo znakowość jako językowość jest fundamentalnym elementem symbolicznej[27], przestrzenno-estetycznej struktury komunikacji. Marks wykorzystuje bowiem Heglowski podział na sztukę, religię i filozofię wraz z odpowiadającą im treścią, ujawniając, na jakim poziomie w procesie stawania się ducha znajduje się społeczeństwo kapitalistyczne. Sztuka jest u Hegla oparta na zmysłowości, w tym sensie jest najprostszą formą symboliczną, gdyż dokonuje przekształcenia w obrębie wrażeń, których źródłem jest przyroda. Religia opiera się natomiast na elemencie wyobrażeniowym, czego przekroczeniem jest filozofia posługująca się pojęciami. Wyobraźnia jest narzędziem ukonstytuowania się religii, w związku z czym porównanie przez Marksa utowarowienia do fetyszyzmu wskazuje odpowiedni moment w materialistycznej dialektyce. Fetyszyzm to forma religii, ta zaś jest oparta na wyobraźni, która w konstrukcji oglądów uwikłana jest dialektycznie w uprzednią wobec niej zmysłowość sztuki. Czynnik przyrodniczy jako przestrzenność jest stale obecny w myśleniu religijnym, co ujawnia się zwłaszcza w ramach oświeceniowej koncepcji czasu, który jest formą synchronicznej naoczności zmysłowej uzależnioną od przestrzeni. Marks wskazując na fetyszyzację pieniądza, ukazuje równocześnie alienację pieniądza jako praktyczny odpowiednik alienacji religijnej[28]. Wyobcowanie związane z poziomem semiotyczno-estetycznym staje się tym samym kategorią opisującą przestrzeń, którą należałoby nazwać nie-byciem-u-siebie. Już Hegel w wykładach z lat 1803/1804 wskazując na system potrzeb społecznych i związany z nimi system pracy, ukazuje czysto strukturalny, pusty znaczeniowo charakter pracy i pieniądza:

> Te *różnorodne* prace, wytwarzające rzeczy na użytek potrzeb, muszą tak samo realizować swe pojęcie, swą abstrakcję; zaś ich ogólne pojęcie musi być tak samo rzeczą jak one, ale taką, która jako coś ogólnego przedstawia je wszystkie. *Pieniądz* jest tym właśnie materialnym, istniejącym pojęciem, tą formą jedności czy też możliwości wszelkich rzeczy jako przedmiotów potrzeby. Potrzeba i praca podniesione do tej ogólności, same dla siebie tworzą przeto w wielkiej społeczności olbrzymi system wspólnoty i wzajemnej zależności – owo poruszające się w sobie samym życie tego, co martwe, które w swym ruchu ślepo i żywiołowo

[27] W sensie Ernsta Cassirera.

[28] Zob. A. Ochocki, *Dialektyka i historia: człowiek i praca w twórczości Karola Marksa*, Warszawa 1980, s. 62.

> biegnie we wszystkie strony, i jak dzika bestia wymaga surowego nadzoru i ciągłego poskramiania[29].

Marks demaskuje ideologię właśnie jako poskramianie bestii.

Aspekt estetyzacji przestrzeni społecznej przez kreowanie obrazów językowych jest, z jednej strony, wskazaniem właśnie na estetyczno-semiotyczne pole analizy ekonomicznych struktur społecznych, z drugiej, na co wskazuje Marks, nie może pozostać tylko czystym opisem struktury, a jednocześnie powinno być sposobem demaskacji ideologicznego podłoża określonych stosunków produkcji.

> Z drugiej strony tkwiło w tym mniemaniu przeczucie, ze forma pieniężna rzeczy jest czymś czysto zewnętrznym, że jest tylko *formą przejawiania się* ukrytych za nią stosunków ludzkich. W tym znaczeniu każdy towar byłby znakiem, gdyż jako wartość jest tylko *rzeczową powłoką* wydatkowanej nań pracy ludzkiej. Gdy jednak maski społeczne nadane rzeczom przez określony sposób produkcji, czyli maski *rzeczowe* nadane *społecznym określeniom pracy* na gruncie danego sposobu produkcji, uznajemy za proste znaki, to tym samym czynimy je dowolnym produktem ludzkiego rozumu[30].

Chociaż towary jako fetysze są produktami samego człowieka, a i sam pieniądz okazuje się towarem, to generowanie przez podmiot artefaktów sztuki produkcyjnej w sensie produkcji znaków jako wytworów wolnej wyobraźni, nie jest tylko czystą kreacją znaków, a tym bardziej, nie jest wolną kreacją. Odkrycie przez Marksa estetyczności jako ideologizującej przestrzenności zmusza do podjęcia wysiłku jej przekroczenia czy zniesienia w sensie *Aufhebung*, a także wskazuje na paradoksalny wymiar samej estetyczno-semiotycznej sfery życia społecznego – na realny jej wpływ na byt społeczny.

> Ludzie są wytwórcami swoich wyobrażeń, idei itd., ale ludzie rzeczywiści, ludzie działający, uwarunkowani przez określony rozwój ich sił wytwórczych i odpowiadających tym siłom stosunków aż do najwyższych ich form włącznie[31].

Duch obarczony jest materią, ale jednocześnie, w dialektycznym ruchu w obrębie reprodukcji życia społecznego, to właśnie formy symboliczne, takie

[29] *Realphilosophie*, t. I, s. 239 i n., za: G. Lukacs, *Młody Hegel*, przeł. M. Siemek, Warszawa 1990, s. 590.

[30] K. Marks, *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej*, op.cit., s. 97.

[31] K. Marks, *Ideologia niemiecka*, [w:] *Pisma wybrane. Człowiek i socjalizm*, op.cit., s. 244.

jak język, sztuka i nauka podtrzymują określone praktyki społeczne. W *Rękopisach*... Marks podkreśla:

> nie tylko materiał mojej działalności – nawet sam język, którym posługuje się myśliciel – jest mi dany jako produkt społeczny, ale mój własny byt jest działalnością społeczną; dlatego też to, co daję z siebie, daję z siebie za społeczeństwo, będąc świadomym siebie jako istoty społecznej[32].

Derrida, choć w pewnym oddaleniu od szczegółowych badań nad znakowością w filozofii Marksa, wskazuje na związek filozoficznego myślenia z językiem metafor zawartych w kategoriach ekonomicznych, a przez to – na ideologizujący wymiar myślenia opartego na wyobrażeniowych przenośniach. Ekonomia wdziera się w poetycko-semiotyczny poziom rozważań filozoficznych na trzech zasadniczych poziomach: po pierwsze, metafory same w sobie stanowią ekonomizację wypowiedzi filozoficznej i w tym sensie są narzędziem sprawnego wyrazu refleksji; po drugie, w ramach metafor zauważalne są szczególne „ekonomizujące" metafory związane z motywem monety, metalu, złota i srebra; po trzecie, sam język ekonomii okazuje się językiem metaforycznym, gdyż osadzony jest na myśleniu wyobrażeniowym. Metafizyka jako biała mitologia, mitologia Zachodu, sama uwikłana jest w ograniczające ją wewnętrznie przenośnie i jednocześnie aspiruje do traktowania własnych konstruktów jako uniwersalnych. Metafizyka jako ideologia (jak dodałby Marks „niemiecka") sama ujawnia swoją ograniczoność:

> biała mitologia – metafizyka sama zatarła w sobie baśniową scenę, która ją tworzyła, a która mimo wszystko pozostała żywa, poruszająca; scena zapisana białym atramentem, rysunek niewidzialny i skryty w palimpseście[33].

Paradoksalność mitologii, wyobrażeniowości, estetyczności polega właśnie na tym, że są one pozorem decydującym jednakże o realnym życiu.

Ontologia bytu społecznego nie może tym samym obejść się bez analizy języka, który będąc zmysłowej natury[34], generuje jednocześnie zmysłowe oglądy-obrazy, które określają przestrzeń intersubiektywności. Wyraźnie widoczne jest to właśnie w sferze ekonomicznej produkcji, gdyż stanowi ona fundament wszelkiej pojęciowości albo jest z nią równoczesna. Jeśli bowiem świadomość

---

[32] K. Marks, *Rękopisy ekonomiczno-filozoficzne*, op.cit., s. 130.

[33] J. Derrida, *Biała mitologia*, op.cit., s. 267.

[34] Zob. K. Marks, *Rękopisy ekonomiczno-filozoficzne*, op.cit., s. 139.

jest określana przez byt, a „mowa istnieje od tak dawna jak świadomość”[35], to język stanowi nie tylko odbicie struktur społecznych, ale równoczesny warunek ich możliwości. Wydobycie czynnika obrazowo-estetycznego w ramach komunikacji na poziomie produkcji ujawnia, że pojęcie praktyki społecznej zanurzone jest albo przesłonięte przez swoistego typu spektakl towaru i pieniądza. Uwypukla ten aspekt Debord, stwierdzając:

> Spektakl to uwieńczenie zasady fetyszyzmu towarowego, społecznego panowania „rzeczy jednocześnie zmysłowych i nadzmysłowych”. Świat zmysłowy zastępują wybrane obrazy, które istnieją ponad nim, a jednocześnie domagają się uznania jako to, co *par excellence* zmysłowe[36].

Ekonomia i związany z nią określony proces produkcji zostają zatem włączone w obszar analizy semiotyki i estetyki, co wskazuje na możliwość potraktowania ich jako form symbolicznych w definicji Ernsta Cassirera, przekroczenie jednakże poziomu religijno-wyobrażeniowego okazuje się konieczne ze względu na wewnętrzną logikę dialektyki.

Zastosowanie do analizy fetyszyzmu towarowego oraz ontologii pieniądza u Marksa pojęciowości semiotyczno-estetycznej Hegla odsłania tym samym złożoność samego problemu fetyszyzmu, ale przede wszystkim ukazuje ideologiczny wymiar produkcji towarowej jako swoiście rozumianej konstrukcji przestrzenności odniesionej do czasu przyrody. Ideologia ujawniona na poziomie zarówno praktyki, jak i teorii ekonomicznej wskazuje na możliwość interpretowania procesu pracy jako swoiście rozumianej komunikacji, ale równocześnie odsłania mitologiczno-metaforyczne zagrożenia związane z estetyzacją sfery społecznej produkcji i wymiany. Marks dokonuje demaskacji ideologii właśnie przez krytykę kapitalizmu, a szczegółowa rekonstrukcja jego stosunku do Heglowskiego idealizmu na poziomie analizy znaczenia wyobraźni w konstrukcji bytu społecznego zdradza głębokie zależności pojęciowe nie tylko we wczesnych pismach, ale także w dojrzałym *Kapitale*.

---

[35] K. Marks, *Ideologia niemiecka*, op.cit., s. 250.

[36] G. Debord, *Społeczeństwo spektaklu oraz Rozważania o społeczeństwie spektaklu*, przeł. M. Kwaterko, Warszawa 2009, s. 45–46.

THE THEORY OF SIGN ACCORDING TO MARX

Summary

Keywords: Marx, Hegel, symbol, sign, money, language, imagination

The main thesis of the paper is that the conception of Marx's fetishism and the ontology of money reveal the level of imagination as ideology. Imagination interpreted in the language of Georg Wilhelm Friedrich Hegel is a source of signs-pictures which create the social sphere of aesthetics and semiotics. Aesthetization of social sphere is connected with spatial thinking which is based on the reference to nature and connected – in the philosophy of Hegel – with art and religion. Religion should be transgressed by the philosophy and Marx shows this dialectical moment in the social condition of work and workers in capitalism. Aesthetic and discourse can be important for economic analysis foreshowing the distribution of signs, but also as a negative element of social being.