
*Dražba umetniškega dela**

Jean Baudrillard

MENJAVA/ZNAK IN LUKSUS

Morda se zdi nenavadna odločitev analizirati ideološki proces izven tradicionalnih svetišč, političnih ali kulturnih. Toda prav zato: ker je na meji med ekonomsko močjo in kulturnim poljem, omogoča trgovanje s slikarstvom in prodaja umetnine na dražbi, dešifriranje njegove členitve in s tem procesa ideološkega delovanja. Dražbo, ta topilni lonec, kjer se izmenjujejo vrednosti, kjer se ekonomska vrednost, znakovna vrednost in simbolna vrednost prelivajo po posebnih pravilih igre, lahko razumemo kot ideološko matrico - kot enega izmed velikih prizorišč POLITIČNE EKONOMIJE ZNAKA.

Gre za razvozljanje rojstva znakovne forme, tako kot je v Kritiki politične ekonomije Marx lahko dešifriral rojstvo blagovne forme. Povsod v potrošnji se ekonomska menjalna vrednost (denar) spet spremeni v znakovno menjalno vrednost (prestiž, itd.), to dogajanje pa še vedno podpira alibi uporabne vrednosti. Dražba umetniškega dela je eksemplarična zato, ker se ekonomska menjalna vrednost v čisti obliki splošnega ekvivalenta, denarja, menja za čisti znak, sliko. To je torej eksperimentalni prostor, hkrati kolektiven in institucionalen, za razvozljanje delovanja te znakovne vrednosti¹.

* Članek Jeana Baudrillarda "Dražba umetniškega dela" je prevod poglavja iz njegovega dela, *Pour critique de l'économie politique du signe* (Prispevek k kritiki politične ekonomije znaka), Gallimard, Pariz 1972, str. 127-143. Prispevek je značilna postaja v razvoju Baudrillardovega dela, ko poskuša Marxovo kritiko politične ekonomije dopolniti s semiologijo in tako razviti teorijo, ki bi bila primerna za analizo potrošniške družbe, ki jo ostro loči od produktivističnih družb.

¹ Probleme, ki jih zastavlja analiza uporabne vrednosti, bomo obravnavali v nadaljevanju.

Odločilno dejanje je hkratnost dvojne redukcije, redukcija menjalne vrednosti (denar) in simbolne vrednosti (slika kot umetniško delo), ter njune pretvorbe v znakovno vrednost (podpisana, ocenjena slika, luksus in redek predmet), ki jo opravi izdatek in agonalno potegovanje.

I. Druga plat politične ekonomije

Denar med izdajanjem spremeni smisel. To znano dejstvo dražbe je mogoče kot hipotezo prenesti na vsa področja potrošnje. Akt potrošnje ni nikoli samo nakup (sprememba menjalne v uporabno vrednost), je tudi - vidik, ki sta ga povsem zanemarila tako politična ekonomija kot Marx - strošek, se pravi manifestirano bogastvo in manifestno uničenje bogastva. Ta vrednost, ki je onstran menjalne vrednosti in temelji na uničenju le-te, investira v kupljeni, pridobljeni, prilaščeni predmet svojo diferencialno vrednost znaka. Ni količina denarja tista, ki postane vrednost, tako kot to velja v ekonomski logiki ekvivalence, ampak denar, porabljen, žrtvovan, potrošen po logiki razlike in izziva. Vsako nakupovanje je tako hkrati ekonomsko in transekonomsko dejanje diferencialne produkcije znakovne vrednosti.

Seveda so v sedanji potrošnji specifični (in kot bomo videli, tudi temeljni) vidiki prodaje na dražbi: doživeto tekmovanje, izzivanje, agonalna skupnost paritet itd., ki ta čaroben trenutek približujejo vzdušju partije pokra ali praznika, vse bolj zabrisani. Kljub temu ostaja v nakupu (ali v ponovni individualni prisvojitvi uporabne vrednosti) v trenutku porabe, ki tudi v vsej svoji banalnosti vsebuje nekaj tekmovanja, skrit zastavek, izziv, žrtev in torej virtualno skupnost paritet ter aristokratsko merilo vrednosti. Nikar se ne slepimo: to, ne pa "zadovoljitev potreb", je tisto, kar potrošnjo kdaj pa kdaj spremeni v strast, očarujočo igro, v nekaj drugega kot ekonomsko in funkcionalno ravnanje: tekmovalno polje uničevanja ekonomske vrednosti v prid nekega drugega tipa vrednosti.

Proces produkcije in sistematizacije ekonomske menjalne vrednosti so opisovali kot bistven, in tak dejansko tudi je: politična ekonomija je dejansko obsežna pretvorba vseh vrednosti (dela, znanja, družbenih odnosov, kulture, narave) v ekonomsko menjalno vrednost. Vse se abstrahira in se vpija v nek svetovni trg in v eminentno vlogo denarja

kot splošnega ekvivalenta. Tej plati analize smo doslej (iz zgodovinskih razlogov, ki niso bili vedno povezani z "znanstveno objektivnostjo", in bi jih zato morali podvreči ideološki analizi, tudi pri Marxu) dajali prednost, precej pa smo zanemarjali prav tako pomemben, prav tako posplošen proces - proces, ki ni ne nasprotje, ne ostanek, ne prenos procesa "produkcije", ampak obsežen proces pretvorbe ekonomske menjalne vrednosti v znakovno menjalno vrednost. Proces potrošnje kot sistem znakovne menjalne vrednosti. Nikakor ne potrošnja, kot jo je definirala tradicionalna politična ekonomija (ponovno spreminjanje ekonomske menjalne vrednosti v uporabno vrednost, trenutek proizvodnega ciklusa), ampak kot spreminjanje ekonomske menjalne vrednosti v znakovno menjalno vrednost. Nenadoma se polje politične ekonomije, izraženo le z dvema vrednostima, z ekonomsko menjalno in uporabno, razleti, in ga je treba v celoti znova analizirati v smislu posplošene politične ekonomije, ki bo produkcijo znakovne menjalne vrednosti vključevala na enak način in v istem gibanju kot proizvodnjo materialnih dobrin in ekonomske menjalne vrednosti. Analiza produkcije znakov in kulture se torej v odnosu do analize materialne produkcije ne vsiljuje kot zunanja, dodatna, "superstrukturna", ampak kot revolucija same politične ekonomije, ki se je posplošila s teoretičnim in praktičnim vdorom politične ekonomije znaka.

Vsak poskus avtonomizacije tega polja potrošnje (se pravi sistematične produkcije znakov) kot objekta analize je zavajajoč: vodi naravnost v kulturalizem. Treba pa je vedeti, da gre pri poskusu avtonomizacije polja materialne produkcije kot določujočega procesa za isto ideološko mistifikacijo. Tisti, ki kulturo (produkcijo znakov) specificirajo, da bi jo zajeli kot superstrukturo, so nevede prav tako kulturalisti: opravljajo namreč enak rez kot idealisti kulture, in tudi polje politične ekonomije ožijo enako samovoljno. Če naj kulturo, potrošnjo, znake, analiziramo kot ideologijo, tega ne smemo storiti tako, da jih izločimo, jih obsodimo na neko zunanje polje, ampak jih moramo integrirati v same strukture politične ekonomije. To pa pomeni, da se tradicionalni okviri te politične ekonomije, kanonizirani tako s pomočjo meščanske ekonomske znanosti kot marksistične analize, razletijo. Nasprotovanja so precejšna, saj so vseh vrst: teoretična, politična, fantazmatska. Toda le posplošena politična ekonomija lahko danes definira revolucionarno teorijo in prakso.

Posebej glede tržišča slikarstva pa lahko rečemo: prav prilastitev platen kot znakov igra vlogo dejavnika legitimacije ekonomske in družbene moči. To nam prav nič ne pomaga. Še zmeraj smo v politični vulgati: kultura, ki si jo je prisvojil in zmanipuliral vladajoči razred. To naj bi veljalo tudi za "potrebe", "potrošnje", prosti čas ali spolnost. Vladajoči razred naj bi imel na nek način pravico do prve noči kulture. Ker ni zadovoljen z izkoriščanjem "nahajališč delovne sile", naj bi izkoriščal tudi nahajališča znakov, vrednostnih sistemov, s tem pa vnašal nered v razredni boj in zapeljeval proletarsko zavest. Toda od kod prihajajo ti znaki? So že v stvareh, v naravi družbe, tako, da se jih je treba le polastiti? Čaroben obet. In kako se lahko znaki, miti, izrazijo v objektivnih družbenih in ekonomskih razmerah in jim kalijo pomen? Nikar naj nam ne predavajo o "zavesti"! Sicer pa, zakaj bi vladajoči razred potreboval kulturo, če je ekonomsko zares določujoča instanca?

Še bolj temeljito: kaj je pomen? v kakšnih družbenih odnosih nastaja? kakšen je način produkcije pomenov? "Kapitalističen" način proizvodnje? Nesmisel.

Znakovne vrednosti proizvajajo določen tip družbenega dela. Toda proizvajati razliko, diferencialne, hierarhične sisteme, ni isto, kot izsiliti ekonomsko presežno vrednost, in tudi ni posledica le-tega. Med obema posreduje nek drug tip dela, ki spremeni vrednost in ekonomsko presežno vrednost v znakovno vrednost: luksuzno početje, delovanje potrošnje in preseganja ekonomske vrednosti v skladu s korenito drugačnim tipom menjave, ki pa na nek način tudi proizvajajo neko presežno vrednost: dominacijo, ki pa nikakor ni isto kot ekonomski privilegiji in profit. Ti so na nek način surovina in odskočna deska politične preobrazbe moči s pomočjo znakov. Dominacija je torej povezana z ekonomsko močjo, vendar iz nje ne "emanira" na samodejen in čudežen način, ampak skozi predelavo ekonomske vrednosti. Ker je pozabila na to specifično delo, se je marksistična analiza danes znašla v ideološkem polju, tako kot so meščanski ekonomisti pred Marxom (in od Marxa naprej) zašli v polje materialne produkcije: spretno se izogiba resničnemu viru vrednosti in resničnemu produkcijskemu procesu. Iz pozabe tega družbenega dela produkcije znakov črpa ideologija svojo transcendenco, na ta način se znaki, kultura ovijajo v "fetišizem", v skrivnostnost, ki je enaka in sočasna s tisto, ki je značilna za blago.

Kritični teoretiki politične ekonomije znaka so redki. Odrinjeni, pokopani pod marksistično (neomarksistično) teroristično analizo. Veblen in Goblot² sta velika predhodnika kulturne analize razredov, ki onstran "dialektičnega materializma" proizvodnih sil upošteva logiko potrošniških vrednosti, le s pomočjo katere si lahko vladajoči razred zagotovi dominacijo in jo s kodo tudi ohranja, tako, da jo s to "transsubstanciacijo" vrednosti na nek način zaščiti pred revolucijami ekonomskega reda in njihovimi posledicami v družbenih odnosih.

V ekonomski ureditvi je bistveno obvladovanje akumulacije, prilastitev presežne vrednosti. Na področju znakov (kulture) gre za obvladovanje potrošnje, se pravi transsubstanciacije ekonomske menjalne vrednosti v znakovno menjalno vrednost, in sicer s pomočjo monopola koda, ki je odločilen. Vladajoči razredi so si zmeraj - ali takoj zagotovili svojo dominacijo nad znakovnimi vrednostmi (arhaične in tradicionalne družbe) - ali pa so skušali (v kapitalistično-meščanskih družbah) preseči, transcendirati, žrtvovati svoje ekonomske privilegije privilegijem znakov, ker ta poznejši stadij pomeni zaključni stadij dominacije. To logiko, ki je zamenjala razredno, in se ne določa več z lastnino produkcijskih sredstev, ampak z nadzorom procesa pomenjanja - to logiko, ki vpeljuje radikalno drugačen način produkcije od materialne (in se zato izmika "marksistični" analizi), najdemo v celoti, četudi mikroskopsko, v prodaji umetniških del na dražbah.

II. Razlika z ekonomsko menjavo

1. Kot pri igri (poker, itd.) gre tudi tukaj zmeraj hkrati za obredni in enkratni dogodek. Pravila so arbitrarna in stalna, pa vendar nikoli natančno ne vemo, kaj se bo zgodilo, niti kasneje, kaj se je zgodilo - saj gre za dinamiko osebnega spopada, za algebro oseb, v nasprotju z ekonomsko operacijo, kjer se vrednosti zamenjujejo brezosebno, po aritmetiki števil.

2. Ta osebni značaj menjave vsebuje enotnost kraja: sodelovati ne moremo dopisno - in predvsem konkretno enotnost procesa: čas, red, ritem, tempo so bistveni elementi dražbe. V prerekanju in višji ponudbi

² Veblen, *La Théorie de la classe de loisir*; Goblot, *La Barrière et le niveau*.

je vsak trenutek odvisen od prejšnjega in od vzajemnega odnosa partnerjev. Od tod tudi poseben potek dražbe, drugačen od abstraktnega časa ekonomske menjave.

3. Na dražbi ni, kot na trgu, igre ponudbe in povpraševanja s kar največjim približevanjem ponujene menjalne vrednosti pričakovani uporabni vrednosti. Takšna vrsta tržne dražbe, ki pripelje do točnega ravnotežja med ponudbo in popraševanjem, je, na primer, ribji trg. Toda tukaj v trenutku dražbe menjalna in uporabna vrednost nista več soodvisni v skladu z ekonomskim računom. Pričakovana uporabna vrednost (če sploh obstaja) med dražbo ne narašča. Dejansko igra dražbe vzpostavlja poseben odnos in poteka zunaj uporabne vrednosti. Ker je ta iz igre izključena, tudi menjalna vrednost ni ponujena (v zameno za), ampak je vključena v igro. V trenutku neha biti menjalna vrednost in celotna situacija se premesti zunaj ekonomskega. Pri tem pa ne neha biti menjava: ne več tip ponudbe in popraševanja, ampak tip vzajemnega zastavka. Dražba torej hkrati vzpostavlja:

- pretvorbo vrednosti in ekonomskih koordinat,
- nek drug tip družbenega odnosa.

Pretvorba vrednosti

V odločilnem trenutku dražbe je denar kot deljiva menjalna vrednost zanikan in preko porabe transsubstantiviran v nedeljivo luksusno vrednost. Tako postane homologen enkratnemu in nedeljivemu predmetu, ki je slika kot znak. Med denarjem, ki je z izgubo svoje ekonomske menjalne vrednosti postal luksusna snov, in platnom, ki je postalo prestižni znak (element omejenega korpusa, kakršen je slikarstvo) z izgubo svoje simbolne vrednosti³, se pravitako ne vzpostavi ekvivalenca, ampak aristokratska pariteta⁴.

³ Prim. tu spodaj: Simbolna vrednost in estetska funkcija.

⁴ "Cena, za katero prodajo sliko, ni merilo njene vrednosti na enak način, kot to velja za potrošniško blago. Ta cena ima pomen le v trenutku prodaje, zaradi potegovanja, v katerem je relativni ekvivalent pomenov in absolutnih vrednosti, na katere slika napoti" (P. Dard in J. Micner, *Etude sur l'échange de valeur*). Dejansko to ni več cena, to je zastavek. Pri pravih igralcih ostaja denar, dobljen z igro, z njo zaznamovan, in ga ne bi hoteli porabiti v koristne, ekonomske namene: treba ga je ponovno vrniti, preliti nazaj v igro, "flambiranega" - to je na nek način Batailleov "prekleti delež".

Družbeni odnos

V potrošniškem dejanju je denar zanikan kot splošni ekvivalent, kot oblika in torej kot poseben (kapitalistični) družbeni odnos, ki ga upravlja ta oblika. Družbeni odnos, ki ga vzpostavlja dražba, je tudi v tem primeru aristokratska pariteta (med partnerji). V nasprotju s komercialnim delovanjem, ki vzpostavlja odnos ekonomske konkurence med posamezniki na temelju formalne enakosti, kjer ima vsakdo svoj individualni prilastitveni račun, pa dražba, kot praznik ali igra, vzpostavlja konkreten prostor-čas in konkretno skupnost menjave med ljudmi iste vrste. Kdorkoli bo zmagovalec izziva, bistvena funkcija dražbe je vzpostavitev skupnosti privilegiranih, ki se kot taki definirajo prek agonalne špekulacije glede omejenega korpusa znakov. Tekmovanje aristokratskega tipa potrjuje njihovo pariteto (ki nima nič skupnega s formalno enakostjo ekonomske konkurence) in torej kolektivno prednost njihove kaste pred vsemi drugimi, od katerih jih ne loči njihova zmožnost nakupa, ampak kolektivno in luksuzno dejanje produkcije in menjave znakovne vrednosti⁵.

V tem je ideološka matrica, v koherentni logiki sistema produkcije, menjave in družbenih odnosov, ki je bistveno drugačen od sistema produkcije, menjave in družbenih odnosov, ki temeljijo na ekonomskem. Ideologija ni neka skrivnostna goljufija zavesti, ampak socialna logika, ki nadomešča neko drugo (in rešuje njena protislovja) tako, da spreminja samo definicijo vrednosti. Če se ne umestimo na to raven logične strategije, smo prepuščeni sramotni psihologiji "ponotranjenja". Toda od kod prihaja ta nenavadna sprijenost "zavesti", ki se mistificirajo, ki se prepuščajo "ideološkim vrednotam", medtem ko družbeni dejavniki (subjekti teh "zavesti") še naprej producirajo njihov "objektivni" družbeni odnos? Sicer pa občasno tudi zavest preskoti na stran "objektivnega" (revolucionarnega!): to je "prebujenje zavesti"! Nenavaden meščanski roman je ta psihologija - do temeljev prežema revolucionarno teorijo.

⁵ "Znotraj te skupnosti platna krožijo na temelju potegovanja med enakovrednimi osebami, medtem ko gre s stališča globalne družbe za zadrževanje slikarstva v in s strani te skupnosti - se pravi, da slednja deluje na temelju družbene diskriminacije. Kljub temu pa se ta skupnost prikazuje kot odprta zaradi tekmovalnega vidika pridobivanja... To so meje strategije dominacije, kjer možnost individualne gibljivosti prikriva družbeno diskriminacijo." (P. Dard in J. Micner, *ibid.*)

Dejansko se tudi to, kar imenujemo "psihologija" ljubitelja umetnosti, takoj v celoti izvije iz sistema menjave. Enkratnost, ki jo pričakuje, ta fetišistična strast do predmeta, razumljena kot elektivna podobnost, temelji na priznavanju njegove enakovrednosti pri potegovanju v skupnosti privilegiranih. Poistoveti se s platnom, katerega enkratna vrednost temelji na odnosu paritete, statusnega privilegija, ki ga kot znak vzdržuje z drugimi člani omejenega korpusa slikarstva. Od tod "elitna" podobnost med ljubiteljem slikarstva in platnom, ki psihološko konotira s samim tipom vrednosti, menjave in aristokratskega družbenega odnosa, ki ga vzpostavlja dražba. Ljubiteljeva strast izvira iz latentnega poziva, neprestane in razburjljive obsedenosti vseh drugih ljubiteljev, tako kot fetišizirano vrednost slike, njeno mano, sestavlja:

- njeno diferencialno napeljevanje na vse druge slike na istem tenkočutnem področju statusa;
- njen rodovnik, genealogija, se pravi podpis in cikel zaporednih lastnikov.

Ni torej psihološki odnos posameznika do predmeta tisti, ki sproža fetišizem in ki vzdržuje načelo menjave. Menjave načelno nikoli ne vzdržuje "fetišizem do predmeta", ampak družbeni princip menjave, ki podpira fetišizirano vrednost predmeta.

III. Ekonomska moč in dominacija

Druga ideološka redukcija: tista, ki dela iz slike zgolj in preprosto tržno blago. Ne: v tem primeru ne gre za razširjeno reprodukcijo kapitala in za kapitalistični razred, ampak za produkcijo kaste s kolektivno ustrezljivostjo igre znakov in za produkcijo teh znakov z uničenjem ekonomske vrednosti. V tem je nekaj tiste menjave luksusa in tistega aristokratskega, a oslabiljenega in pomanjšanega modela, ki ga je opaziti v vsakem potrošniškem sistemu in ki ga dela ideološko učinkovitega. Zdi se absurdno govoriti o logiki "demokratizirane" kaste. Pa vendar se na tem modelu agonalne menjave znakovne vrednosti vzpostavlja potrošnja, na menjavi razlik, posebnega materiala in torej virtualne skupnosti, ki se, pa naj je je ostalo še tako malo, ali pa prav zato, ker je je ostalo tako malo, še zmeraj kaže v fikciji aristokratske paritete. Razlika - kapitalna - med aristokratskim potlatchem in potrošnjo je, da

so razlike danes proizvedene industrijsko, programirane birokratsko, v obliki kolektivnih modelov, ne pa več z osebno recipročnostjo izziva in menjave. Zdaj, ko je masmedializirana, ni nič drugega kot simulacrum tekmovanja, ki poteka na ravni statusne konkurence. Ta nima več resnične razločevalne funkcije, ki jo je še imela pri Veblenu: veliki dinozavri wasteful expenditure so se prelevili v brezštevne posameznike, posvečene parodiji žrtvovalne potrošnje, kot potrošnike pa jih je mobiliziral red produkcije. "Izdatek" je torej korenito spremenil smisel. Res pa je, da je zaradi dejstva, da se v njej v masmedializirani potrošnji reaktivira kolektivni fantom izgubljenih (luksusnih) vrednosti, to prakso mogoče individualno doživeti kot nagrado, kot svobodo, izpolnitev - in s tem deluje kot ideologija. Celo simulacrum diferencialnega aristokratskega koda še zmeraj močno učinkuje kot dejavnik povezovanja, nadzora, kot sodelovanje pri istih "pravilih igre". Prestiž na vsakem koraku obseda naše industrijske družbe, katerih (meščanska) kultura ni nikoli nič drugega kot fantom aristokratskih vrednosti. Povsod se onstran ekonomske vrednosti in izhajajoč iz nje kolektivno reproducira magija koda, magija izvoljene in selektivne skupnosti, prežete z enakimi pravili igre in enakimi sistemi znakov. Ta proces je povsod prešel razredne spore, povsod je - upočasnen na celotnem družbenem polju in ne glede na to, kakšen je ekonomski status in položaj razreda - igral v korist vladajočega razreda. Je ravnotežnostna točka dominacije. Ne revolucionarna logika produkcijskih sil, ne "dialektični" proces kapitala ali tradicionalna kritika politične ekonomije ga samodejno ne uničijo.

Le kritika politične ekonomije znaka lahko analizira, kako se je način dominacije sposoben spet ujeti, vključiti in hkrati igrati na vse načine produkcije - ne le na kapitalistični način proizvodnje, ampak tudi na "prejšnje" in "arhaične", ne- ali transekonomske načine proizvodnje in menjave. Kako ta način dominacije v osrčju ekonomskega ponovno izumlja (ali reproducira) logiko in strategijo znakov, kast, segregacije, diskriminacije, fevdalno logiko osebnih odnosov ali logiko menjave/darovanja in vzajemnosti, ali agonalne menjave - da bi povsod hkrati preprečil in kronal "moderno", socio-ekonomsko logiko razreda. Morda pa ekonomsko izkoriščanje in dominacija "razreda" nista v bistvu nič drugega kot "zgodovinska" inačica in vrnitev v velikansko genealogijo oblik družbene dominacije. Mogoče postaja sedanja družba spet predvsem družba znakovne dominacije. Od tod tudi splošna zah-

teva po "kulturni revoluciji", ki implicira celoten proces produkcije ideologije - in kateri lahko le politična ekonomija znaka da teoretične temelje.

Simbolna vrednost in estetska funkcija

In kaj se je po vsem tem zgodilo s simbolno vrednostjo, vrednostjo, ki je lastna "umetniškemu delu"? Nikjer je ni videti. Je zanikana, odsotna. Hkrati s povzdignjenjem ekonomske menjalne vrednosti v znakovno vrednost je prišlo do redukcije simbolne vrednosti v znakovno vrednost. Z ene in druge strani ekonomska menjalna in simbolna vrednost izgubljata svoj status in postajata satelita znakovne vrednosti. Na ravni platen, manipuliranih kot superznakov, se simbolna vrednost stopi v estetski funkciji, se pravi, da nastopa le še med vrsticami, v ozadju delovanja znaka, kot referenca-alibi, kot tenkočutna racionalizacija delovanja luksusa⁶.

Ker je zanikano kot simbolno delo, nastopa platno kot:

- distinktivni material, opora "plemeniti" in omejeni menjavi;
- kot univerzalna "estetska" vrednost - podvaja se v ideji slikarstva, ki služi legitimaciji delovanja v absolutnem.

Toda to absolutno je alibi. Resnična vrednost platna je, kot smo videli, vrednost njegove genealogije (njegovo "rojstvo": podpis, in avreola zaporednih transakcij: njegov "rodovnik"). Tako kot krog zaporednih darovanj v primitivnih družbah predmetu vse bolj dviga vrednost, tako potuje platno, kot plemiški naziv, od dediča do dediča, pri tem pa mu v toku njegove zgodovine ugled vse bolj narašča. Tako iz kroženja znakov nastaja neke vrste presežna vrednost, ki jo je treba ostro ločiti od ekonomske presežne vrednosti. Ta namreč ne proizvaja profita, ampak legitimnost, in nanjo stavi ljubitelj na dražbi s svojo ekonomsko žrtvijo. Za predstavnike razreda torej ni drugih realnih vrednosti kot tiste, ki se producirajo in menjavajo znotraj kaste (enako velja za Goblotovo meščanstvo, pri katerem izvirnost, krepost, genialnost itd.,

⁶ Tudi ekonomsko lahko služi racionalizaciji. Trg platen se uvršča zdaj pod znak "ljubezen do umetnosti", zdaj pod znak "dobra naložba".

vse "univerzalne" vrednote ne štejejo, ko gre za "razločevanje", za specifično vrednost razreda - ali kaste).

Kasta partnerjev v bistvu ve, da resnični status, resnična legitimnost, reprodukcija družbenega odnosa in torej ohranjanje vladajočega razreda v "njegovi biti", nastaja z aristokratsko manipulacijo umetniških del kot snovi znakovne menjave. V bistvu prezira "estetiko", "umetnost", simbolno, "kulturo", ki so koristne le kot "univerzalne" vrednosti, za kolektivno potrošnjo. Estetski užitek, trgovanje z umetninami, tako imenovane "absolutne" vrednosti, vse to je prepuščeno tistim, ki nimajo dostopa do privilegirane potlatcha⁷.

Celoten ideološki proces torej poteka v hkratni operaciji:

- omejenega sistema menjave, v omejenem korpusu in na način aristokratskega paritetnega potegovanja;
- sistema menjave univerzalnih vrednosti, ki so na voljo vsem, na način formalne enakosti.

V tem smislu je, še vedno na področju slikarstva, zanimiva primerjava vzajemne funkcije institucije trga in dražbe z institucijo muzeja. Pomislili bi, da muzej, ki temu vzporednemu zasebnemu trgu jemlje umetniška dela, da bi jih "nacionaliziral", umetninam povrne neke vrste kolektivno lastništvo in njihovo "avtentično" estetsko funkcijo. Dejansko pa muzej deluje kot varščina aristokratske menjave. Dvojna varščina:

- tako, kot so potrebne zlate rezerve, javno kritje, Francoske banke, da bi prišlo do kroženja kapitala in zasebnega prekupčevanja, tako je potrebna trdna rezerva muzeja, da bi lahko delovala znakovna menjava umetniških slik. V politični ekonomiji slikarstva igrajo muzeji vlogo bank;
- ker muzeju ta vloga organske varščine za prekupčevanje z umetnostjo ni všeč, deluje kot instanca, ki zagotavlja univerzalnost slikarstva in torej estetski užitek (vrednost, ki je, kot smo videli, družbeno nepomembna) vseh drugih.

⁷ V enakih razmerjih ta ista diskriminacija pri potrošnji namenja veliko večino uporabni vrednosti, funkcionalnemu užitku, ki ga omogočajo proizvodi - vladajoči razred si strateško prihranja manipulacijo z menjalno vrednostjo, kapitalom in presežno vrednostjo.

Sklep

Na primeru dražbe in umetniškega trga smo hoteli pokazati neke vrste nucleum strategije vrednosti, neke vrste konkreten prostor - čas, strateški trenutek in matrico v ideološkem procesu, ki je zmeraj produkcija znakovne vrednosti in kodirane menjave. Ta ekonomija vrednosti, ki zdaleč presega ekonomski račun, in ki zadeva vse procese pretvorbe vrednosti, prehode (ki jih je producirala družba in jih je mogoče odkriti na določenih krajih in institucijah) ene vrednosti v drugo, ene logike vrednosti v drugo - in torej stičišče in implikacija različnih sistemov menjave in načinov produkcije, ta ekonomija vrednosti je politična ekonomija. Kritika te splošne politične ekonomije vrednosti je edina, ki lahko danes na globalni ravni spet povzame Marxovo analizo. In edina je, ki lahko teoretično prikaže ta onstran vrednosti, na katerem je mogoče praktično utemeljiti prevrat te politične ekonomije.

N.B. Seveda lahko na enak način analiziramo tudi druge predmete, ne le slik: vednost. Institucionalni prostor-čas tekmovalne skupnosti je v tem primeru izpit, še boljje natečaj. Prav tu pride do tiste "transsubstanciacije profane" v posvečeno vednost, do tistega "birokratskega krsta vednosti" (Marx), katerega funkcijo je zelo dobro analiziral Goblot na primeru mature, družbenega praga kaste. Enako pretvorbo vrednosti kot znakovne vrednosti, kot plemiškega naziva, spremlja enaka legitimacija, enaka diskriminacija vseh paritet, ki sodelujejo pri tej beli maši, pri tem zakramentu. Lahko bi analizirali tudi kongres (znanstvenikov, intelektualcev, sociologov), kot prostor prenosa, dedne reprodukcije inteligence in privilegirane skupnosti na temelju agonalnega razvrata znakov. - Kongresi služijo napredku znanosti prav toliko kot konjske dirke in stave razvoju konjske pasme (konji in dirke bi bili sicer kot vzporedni trg luksuznih vrednosti zanimiv predmet študije).