

zintă actul său, ea s-a detașat într-un fel de el, căpătînd o viață și o responsabilitate autonome.

Știința, afacerile, politica au pierdut toate fundamentele și toate proporțiile care le confereau un sens uman. Trăim într-un univers de cifre și de abstracții și de acum înainte nimic nu este concret, nimic nu este real. În fapt și pe planul moral totul este posibil. Știința-ficțiune nu mai diferă de știință, coșmarurile și visurile prefigurează evenimentele de mîine. *Omul a fost izgonit dintr-un loc precis de unde își putea conduce viața sa și pe cea a societății.* El este împins tot mai repede, tot mai departe de forțe pe care el însuși le-a pus în mișcare la început. Prins într-un vârtej infernal, el gîndește, calculează, abstrage, îndepărtîndu-se tot mai mult de viața concretă.

b) Alienare

Iată-ne ajunși la punctul central al efectelor capitalismului asupra personalității: fenomenul de alienare. O persoană în stare de alienare se percepe pe ea însăși ca pe un străin, deoarece, într-un fel, ea s-a rupt de sine. Ea nu mai are conștiința de a fi în centrul lumii sale personale și de a crea actele sale proprii. Acestea, cu consecințele lor, au devenit stăpîinii săi; ea le ascultă și le adoră. Persoana alienată nu mai poate stabili un contact real nici cu semenul său, nici cu ea însăși. Orice *relație productivă* îi este interzisă, deși ea continuă să verifice pe cale experimentală lucrurile cu ajutorul simțurilor și al judecății ei.

Semnificația veche a cuvîntului „alienare” se referea la nebunia diagnosticată; precum termenii *aliéné* în franceză, *alienado* în spaniolă. Engleza se mai servește încă de termenul „alienist” pentru a desemna specialistul care-i îngrijește pe nebuni.

În secolul trecut, Hegel și Marx au întrebuințat acest termen pentru a evoca nu o stare de nebunie, ci o formă mai puțin acută de rătăcire, care

lasă „bolnavului” posibilitatea de a acționa rațional în domeniul practic, dar care constituie totuși o infirmitate dintre cele mai grave. Pentru Marx, alienarea le apare oamenilor „nu ca propria lor forță unită, ci ca o putere străină, exterioară, despre care nu știu de unde provine și încotro se îndreaptă, care deci nu mai poate fi stăpînită de ei”³⁸.

Dar dacă în acest sens general întrebuințarea termenului „alienare” este destul de recentă, conceptul pe care îl desemnează este mult mai vechi. Este cel pe care *Vechiul Testament* îl numește *idolatrie*. Va fi mai ușor să percepem sensul alienării dacă înțelegem bine ideea de idolatrie.

Profeții monoteismului, cînd înfierau ca fiind idolatre religiile păgîne, nu o făceau în principal din cauza mulțimii zeilor lor; *numărul* zeilor nu constituie în sine deosebirea fundamentală dintre monoteism și politeism — această diferență era produsul autoalienării. Omul își cheltuiește energia, își exercită facultățile artistice construind un idol, apoi adoră acest produs al propriului său efort uman. Forțele sale vii s-au scurs într-un „lucru”, iar acest lucru, devenind un idol, și-a pierdut natura sa veritabilă pentru a deveni un obiect independent, situat deasupra lui și îndreptat împotriva lui; el îl adoră și i se supune. Să reluăm cuvintele profetului Osea (14, 4): „Asiria nu ne va scăpa, noi nu ne vom mai sui pe cai și *nu vom mai zice către lucrurile mâinilor noastre: «Tu ești Dumnezeu nostru, căci numai la Tine găsește orfanul milă»*”. Omul idolatru se înclină în fața propriei sale opere, iar *idolul reprezintă alienarea forțelor sale vii*.

Dimpotrivă, monoteismul afirmă, în principiu, că omul este infinit, că nu are deloc în el calități ipostatice și că formează un tot complet. Dumnezeu concepției monoteiste este indefinibil și nu poate fi recunoscut. El nu este un „lucru”. Dacă omul este creat după asemănarea lui Dumnezeu,

³⁸ K. Marx și F. Engels. *Opere*, vol. 3, Editura politică, București, 1958, p. 35. — *Nota trad.*

el este purtător de calități infinite, pe cînd în idolatrie el se supune proiecției unei părți din el însuși. El nu se simte ca un centru generator de acte vii, pline de dragoste și de rațiune. După chipul zeilor săi, care sînt lucruri, el devine la rîndul său un lucru și tot astfel se întîmplă cu vecinii săi.

Înseși religiile monoteiste au regresat adesea spre idolatrie. Proiectînd în Dumnezeu propriile sale posibilități de dragoste și de rațiune, omul le-a pierdut din vedere și îl roagă pe Dumnezeu să i le înapoieze. În primele epoci ale protestantismului și calvinismului, atitudinea religioasă riguroasă voia ca omul să se simtă gol și neajutorat și să-și pună speranța în grația divină, adică să aștepte de la Dumnezeu harul calităților cu care El îl împodobise la început.

Orice act de supunere adorantă este, în acest sens, un act de alienare și de idolatrie. Ceea ce se numește adesea „dragoste” nu este altceva decît acest fenomen de alienare; în loc să se reverse asupra lui Dumnezeu sau a unui idol, ea se îndreaptă spre un alt obiect. În acest tip de sentiment, cel care iubește proiectează întreaga sa dragoste, forțele sale și gîndirea sa asupra unei alte persoane, o consideră o ființă superioară și își găsește mulțumirea completă în această supunere oarbă. Individul care iubește astfel nu numai că este incapabil să perceapă întreaga realitate umană a celei sau a celui pe care îi iubește, dar el nu poate nici să se experimenteze cu adevărat *pe sine însuși* în totalitatea sa, cu posibilitățile sale productive. Ca și în cazul idolatriei religioase, el a proiectat toate bogățiile sale asupra unei alte persoane, și nu le mai redescoperă ca fiind ale sale, ci străine lui, proprii altcuiva. El nu poate să intre în contact cu aceste bogății decît prin supunere, abandonare față de o altă persoană. Același fenomen explică atitudinea docilă față de un șef politic sau față de stat. Atît statul cît și șeful politic nu dețin puterea decît prin consimțămîntul celor pe care îi conduc. Ei se transformă

în idoli de îndată ce indivizii proiectează în stat și în politician toate facultățile lor și îi adoră, sperînd să regăsească o parte din puterile lor prin supunere față de aceștia.

În teoria rousseauistă a statului, ca și în unele teorii contemporane, individul este văzut ca renunțînd la drepturile sale și proiectîndu-le în statul care devine singurul arbitru. În societățile totalitare, omul total alienat venerează altarul unui idol, și puțin interesează numele dat acestuia, faptul rămîne identic (fie că se numește stat, clasă socială, colectivitate sau altceva).

Este la fel de legitim să vorbim de alienare sau de idolatrie în raporturile pe care cineva le poate avea cu sine însuși atunci cînd este la discreția pasiunilor sale iraționale. Cel care este ros de setea de putere nu se percepe pe sine în bogăția nelimitată a ființei sale autentice, deoarece el a devenit sclavul unei părți din el însuși, proiectată în scopuri exterioare și care îl „posedă”. Persoana care se abandonează pasiunii exclusive a banului este posedată de această preocupare, iar banii au devenit idolul în fața căruia se prosternează și care intrupează lăcomia sa. Astfel, *nevrozatul este o ființă alienată*. Actele sale sînt ca și detașate de el și, în timp ce păstrează iluzia *voinței*, el este, de fapt, stăpînit de forțe exterioare lui, care acționează fără știrea lui. Într-un fel, el este un străin față de el însuși. El nu poate să se perceapă nici pe sine, nici pe alții în realitatea lor profundă, deoarece îi apar deformați de pulsivitățile inconștiente care acționează în el. Nebunul este *total alienat*; el a pierdut într-un mod absolut și contactul cu el însuși ca centru al experienței sale, și sentimentul identității sale.

Procesul de alienare stă la baza tuturor acestor fenomene, a idolatriei față de Dumnezeu sau a sclaviei pasiunilor iraționale. Practic, *omul este atunci incapabil să se simtă pe el însuși ca fiind posesorul activ al unor facultăți și al unei bogății și devine un „lucru” imputînat, dependent de forțe exterioare persoanei sale, în care el a proiectat propria sa substanță*.

După cum o demonstrează cazul idolatriei, acest fenomen nu este deloc recent. O simplă schiță a istoriei alienării ne-ar duce cu mult dincolo de cadrul acestei cărți. Ne vom mulțumi să spunem că acest fenomen pare să varieze de la o civilizație la alta atît în privința sferelor pe care le atinge, cît și în gradul în care se manifestă.

În societatea noastră modernă, alienarea este aproape totală. Ea afectează relațiile omului cu munca sa, cu produsele lui de consum, cu statul, cu tovarășii săi și cu el însuși. Omul a creat o lume de obiecte produse de el cum nu s-a mai întîlnit niciodată înainte. El a conceput o mașină socială complicată pentru a administra mașina tehnică ieșită din mîinile sale. Or, ansamblul creațiilor sale se situează de acum înainte deasupra lui; el nu mai are sentimentul că este autorul și centrul lor, ci mai degrabă pe acela că slujește unui Golem pe care l-a fabricat el însuși. Cu cît mai puternice și mai gigantice sînt forțele pe care el le declanșează, cu atît se simte mai slab și mai lipsit de apărare. El se ciocnește de propriile sale forțe întrupate în obiectele creației sale, alienate de el. Stăpînit de ele, el a pierdut controlul asupra lui însuși. A construit un vițel de aur și spune: „Iată zeii voștri pe care i-ați adus din Egipt“.

Ce se întîmplă cu *muncitorul*? Iată judecata profundă a unui observator al scenei industriale: „În industrie, persoana devine un atom economic care reacționează în acord cu un ansamblu atomic. Ea trebuie să se plaseze în cutare punct, să se așeze în cutare mod, să-și deplaseze brațele cu x centimetri într-o rază de cerc y, iar timpul mișcării este fixat la atîtea secunde.

Munca devine mai automată, mai golită de gîndire pe măsură ce previziunile științifice și planurile minuțioase răpesc omului dreptul de a gîndi și de a se mișca liber. Viața își pierde sensul. Nevoia de control personal, creativitatea, curiozitatea și gîndirea independentă sînt împiedicate, iar rezultatul — inevitabilul rezultat — este, în

ce privește muncitorul, eschivarea sau lupta, apatia sau distructivitatea, cu alte cuvinte regresivitatea psihică³⁹.

Rolul *directorului* corespunde și el unei alienări. Este adevărat că cel care conduce supraveghează ansamblul, dar este și el alienat de produsul său în calitatea acestuia de obiect util și concret. Scopul său este de a folosi cu profit capitalurile investite de alții; totuși, trebuie să facem observația că conducerea modernă a afacerilor, pe planul câștigului ce trebuie realizat prin plata dividendelor, este mai puțin interesantă decât vechea formă de administrație unită cu proprietatea, cu operația eficientă și cu dezvoltarea întreprinderii. Este semnificativ că în cadrul conducerii crește importanța celor care răspund de serviciile muncă și vânzări, față de cei care se ocupă de aspectele tehnice ale producției.

Ca și muncitorul, ca fiecare, directorul se confruntă cu uriași impersonali: întreprinderea concurentă, piața națională și piața mondială, consumatorul — pe care trebuie să-l flateze și să-l influențeze —, syndicatele, guvernul. Toți acești uriași au, ca să spunem așa, viața lor proprie. Ei determină activitatea administratorilor și o conduc pe cea a muncitorilor și funcționarilor.

Problema conducerii relevă unul dintre fenomenele cele mai caracteristice ale unei civilizații alienate, cel al *birocratizării*. Întreprinderile particulare și administrațiile de stat sînt conduse toate de o birocrație. Birocrații sînt specialiști în manipularea lucrurilor și a oamenilor. Dată fiind importanța aparatului administrativ și abstracția inevitabilă care decurge din aceasta, relațiile birocratilor cu oamenii sînt complet alienate. Pentru birocrați, publicul este compus din obiecte considerate fără dragoste și fără ură, căruia nu i se arată vreun sentiment personal. În cadrul activității sale profesionale, directorul

³⁹ J.J. Gillespie. *Free Expression in Industry*, The Pilot Press Ltd., Londra, 1948.

birocrat nu trebuie să simtă nimic; el trebuie să manipuleze oamenii ca și cum ar avea de-a face cu numere sau cu lucruri. Deoarece mărimea organizației și extrema diviziune a muncii împiedică un singur individ să controleze totul și deoarece nu există nici o colaborare organică spontană între indivizi sau grupe în cadrul unei industrii, rolul conducător al birocratilor este necesar; fără ei, întreprinderea ar da faliment în scurt timp, deoarece nimeni nu posedă secretul care să o mențină în activitate. Așadar, ei sînt tot atît de indispensabili ca și tonele de hîrtie consumate cu directivele lor. Tocmai pentru că fiecare înțelege, cu un sentiment de neputință, rolul vital al birocratilor, acestora li se acordă un respect aproape sacru. „Dacă nu ar fi ei aici să-și îndeplinească sarcina, totul ar merge la voia întâmplării, iar noi am merge la moarte” — astfel gîndește fiecare. Pe cînd în lumea medievală se credea că conducătorii erau investiți cu o putere conferită de Dumnezeu, lumea capitalistă consacră un cult cu nimic mai prejos birocratiei, indispensabilă supraviețuirii ei.

Marx a definit-o foarte judicios în acești termeni: „Pentru birocrat lumea este un *simpliciter* obiect al activității lui”⁴⁰. Este interesant de semnalat că spiritul birocratic s-a răspîndit nu numai în mediile de afaceri și în administrația oficială, ci și în sindicate și în marile partide social-democrate din Anglia, Germania și Franța...

În ce privește *proprietarul* întreprinderii, capitalistul, care este atitudinea sa? Omul de afaceri a cărui întreprindere este de mică anvergură pare să fie în aceeași situație cu predecesorul său din secolul trecut. El posedă și își conduce întreprinderea; el este în contact direct cu ansamblul activităților comerciale și industriale și în contact personal cu funcționarii și muncitorii săi. Dar, datorită faptului că trăiește într-o lume alienată

⁴⁰ K. Marx și F. Engels. *Opere*, vol. 1, Editura politică, București, 1960, p. 276. (Sublinierea aparține lui Erich Fromm.) — *Nota trad.*

în toate celelalte domenii ale vieții sociale și economice și că suferă presiunea constantă a concurențelor săi mai puternici, el este departe de a fi tot atât de liber cum era bunicul său în cadrul aceleiași întreprinderi.

Dealtfel, ceea ce interesează din ce în ce mai mult în sistemul economic actual este societatea de mari dimensiuni. Așa cum a enunțat pe scurt Drucker: „În definitiv, marea firmă — formă specifică a organizării afacerilor într-o economie pe baza liberei inițiative — rămîne instituția cea mai reprezentativă și cea mai proeminentă pe plan economico-social; ea determină pînă și comportamentul tutungului din colțul străzii, care nu a posedat niciodată nici cea mai mică acțiune și al cărui băiat de prăvălie nu a pus niciodată piciorul într-o uzină. Astfel, caracterul societății noastre este modelat de organizarea structurală a marii întreprinderi, de tehnologia producției masive și de gradul în care credințele noastre sociale și speranțele noastre sînt satisfăcute în aceste mari întreprinderi și datorită funcționării lor”⁴¹.

Care este atunci atitudinea „acționarului” față de marea firmă? Ea se caracterizează printr-o alienare aproape totală. Proprietatea sa constă într-o foaie de hîrtie care reprezintă o cantitate variabilă de bani. Responsabilitatea sa nu este angajată în afaceri, iar el nu întreține nici un fel de relații concrete cu firma. Această atitudine a acționarului în raport cu întreprinderea a fost descrisă foarte clar de Berle și Means: „1. Situația de proprietar, din activă cum era mai înainte, a devenit pasivă. În locul bunurilor fizice reale pe care acesta din urmă le dirija și de care răspundea, acționarul deține în prezent o simplă foaie de hîrtie care reprezintă drepturile și speranțele lui în ce privește întreprinderea. Dar asupra acesteia, ca și asupra proprietății concrete a mijloacelor de producție, nu exercită decît un control minor. De altfel, nu are nici o responsabilitate. S-a afirmat

⁴¹ Vezi Peter F. Drucker. *Concept of the Corporation*, The John Day Company, New York, 1946, p. 8—9.

adeseori că proprietarul unui cal ar răspunde de el, ar trebui să-l hrănească și, dacă moare, să-l îngroape. Nimic asemănător nu se petrece pentru posesorul de acțiuni; practic, el nu poate să acționeze asupra fondului de investiție pe care acestea îl reprezintă.

2. *Valorile spirituale care însoțeau altădată calitatea de posesor au fost îndepărtate.* Proprietatea materială, care putea să modeleze pe proprietar, îi aducea o satisfacție deosebită de cea pe care o procură un simplu venit. Ea reprezenta o formă de dezvoltare a personalității sale. Această posibilitate deținătorul de acțiuni nu o are, așa cum ea s-a îndepărtat și de muncitor în epoca revoluției industriale.

3. *Starea de prosperitate a unui individ depinde tot mai mult de forțe care îi sînt exterioare lui și eforturilor sale personale.* Dimpotrivă, ea depinde de atitudinea luată de cei care conduc întreprinderea, asupra căroră acționarul nu poate exercita nici un control, și de fluctuațiile unei piețe adesea capricioase. Așadar, el este supus capriciilor și operațiilor proprii pieței și suportă oscilațiile importante cauzate de estimările și de previziunile în care se reflectă nivelul general al valorilor în curs.

4. Pe lângă aceste variații inevitabile ale bogăției, mai trebuie să ținem seama de o estimație constant reînnoită. Un individ oarecare poate să urmărească aceste variații dintr-un moment într-altul, și aceasta poate să afecteze simultan soarta profitului său și modul în care e întrebuințat.

5. Bunurile individuale au căpătat o extremă fluiditate pe piețele organizate. Proprietarul lor are posibilitatea de a le schimba la momentul potrivit și, dacă condițiile sînt favorabile, poate reuși operația fără să înregistreze pierderi serioase datorate vânzărilor forțate.

6. Este din ce în ce mai greu pentru un posesor de bunuri să dispună de ele în mod direct. Atunci cînd, de exemplu, este vorba de pămînturi, e întotdeauna posibil să obținem un profit de pe urma lor, chiar dacă valoarea lor oficială este

foarte mică în acel moment. Natura însăși a pământului îl face utilizabil de către proprietarul său, independent de fluctuațiile pieței. Noile forme de bogăție scapă în întregime acestei întrebuintări directe. Ele nu sînt accesibile decît prin operațiile pieței, de care posesorul se simte legat ca niciodată mai înainte.

7. În acest sistem, deținătorul de acțiuni într-o industrie nu posedă, de fapt, decît un simbol al puterii, în timp ce puterea efectivă, responsabilitatea și toate elementele care în trecut constituiau proprietatea au fost transmise unui grup separat care exercită controlul asupra lor⁴².

Un alt aspect al alienării care marchează poziția acționarului este tocmai modul în care el poate să exercite acest control. Din punct de vedere legal, el are dreptul la acesta, adică votează pentru a alege administratorii, ceea ce seamănă mult cu modul cum se fac alegerile într-un regim democratic. Dar el joacă, de fapt, un rol foarte secundar, datorită participării sale minime la proprietatea globală și interesului minor care se acordă prezenței sale în cadrul reuniunilor și participării sale mai active. Berle și Means disting cinci tipuri principale de control: „1) Controlul exercitat datorită posesiunii aproape complete; 2) controlul exercitat de majoritate; 3) controlul exercitat printr-un mijloc legal, fără proprietate majoritară; 4) controlul exercitat de o minoritate; 5) controlul din partea conducerii”⁴³. Dintre aceste cinci tipuri, primele două acționau (după gradul de bogăție) în numai 6% din cele mai importante 200 de companii — aceasta în jurul anilor '30. În restul de 94%, controlul era exercitat fie de conducere, fie printr-un mijloc legal cu o slabă proporție de proprietate sau de o minoritate de acționari. Berle și Means descriu cum s-a realizat acest miracol fără violențe, fără intervenția forței, fără violarea legii.

⁴² Vezi A.A. Berle și G.C. Means. *The Modern Corporation and Private Property*, The MacMillan Company, New York, 1940, p. 66—68.

⁴³ *Op. cit.*, p. 70.

Procesul de *consum* este tot atât de alienat ca și cel al producției. În primul rînd, noi achiziționăm lucrurile datorită banilor pe care-i avem. Obișnuiți cu acest procedeu, îl găsim foarte natural. Or, de fapt, acesta reprezintă un mijloc cu totul special de a obține ceea ce dorești. Banii reprezintă munca și efortul sub o formă abstractă. Nu neapărat munca *mea* și eforturile *mele*, deoarece s-ar putea să-i moștenesc sau să mi-i procur prin fraudă, prin șansă sau prin tot felul de mijloace. Dar chiar dacă fi posed datorită eforturilor mele (uitînd un moment că acestea nu ar fi putut să-mi procure bani dacă nu aș fi angajat oameni), i-am cîștigat într-o manieră specifică, printr-o muncă legată de capacitățile mele și de îndemînarea mea, în timp ce, cheltuindu-i, îi transform într-o formă abstractă a muncii, capabilă de a fi schimbată pe altceva. Din momentul în care am bani, eforturile sau interesele mele nu mai intră în joc cînd e vorba să fac o achiziție. Pot să cumpăr un tablou de valoare, chiar dacă nu sînt deloc înzestrat cu gust artistic, un magnetofon excelent, chiar dacă nu sînt meloman, o bibliotecă, chiar dacă nu o fac decît din vanitate. Pot să-mi plătesc o educație, chiar dacă ea nu-mi servește la nimic în afară de dobîndirea unui plus de valoare socială. Am, de asemenea, posibilitatea să distrug obiectele pe care le-am cumpărat, fără să sufăr altă pagubă decît pierderea banilor. Simplul fapt că dispun de o sumă oarecare îmi dă dreptul să dobîndesc ceea ce îmi place și să folosesc lucrul dobîndit după bunul meu plac. Mijlocul *uman* de a dobîndi ceva ar fi să depun un efort calitativ proporționat cu obiectul dorinței mele. A-mi procura pîine și îmbrăcăminte ar depinde atunci de simplul fapt că trăiesc. Cumpărarea de cărți și de tablouri ar fi legată de aptitudinea mea de a le înțelege și de a le întrebuița. Nu discutăm aici despre mijloacele practice de aplicare a acestui principiu. Important e să constatăm că modul în care obținem lucrurile este străin de modul în care ne folosim de ele.

Rolul alienant al banilor în procesul de acumulare și de consum a fost minunat expus de Marx în acești termeni: „Banii... transformă... *forțele esențiale umane și naturale*, reale în simple reprezentări abstracte, și, de aceea, în *imperfecțiuni...*; după cum, pe de altă parte, transformă *imperfecțiunile și himerele autentice*, forțele esențiale cu adevărat neputincioase, existente numai în imaginația individului, în *forțe esențiale reale...* Ei transformă fidelitatea în infidelitate, iubirea în ură, ura în iubire, virtutea în viciu, viciul în virtute, sluga în stăpîn, stăpînul în slugă, prostia în inteligență, inteligența în prostie...

Cine poate cumpăra vitejia este viteaz, chiar dacă e laș...

Dar dacă-l consideri pe *om* ca *om* și relațiile sale cu lumea ca relații umane, vei putea schimba dragostea numai pe dragoste, încrederea numai pe încredere etc. Dacă vrei să te împărtășești din comorile artei, trebuie să fii un om cu cultură artistică; dacă vrei să exerciți influență asupra altora, trebuie să fii un om cu reală capacitate de stimulare și antrenare. Fiecare din relațiile tale cu omul — și cu natura — trebuie să fie o *exteriorizare determinată*, corespunzătoare obiectului voinei tale, a vieții tale *individuale reale*. Dacă iubești fără să trezești la rîndul tău iubire, adică dacă iubirea ta, ca iubire, nu provoacă sentimentul reciproc, dacă printr-o *manifestare vitală* ca om care iubește nu reușești să devii *om iubit*, iubirea ta e neputincioasă, este o nefericire⁴⁴.

Dar, pe lîngă metoda de dobîndire, cum întrebuițăm lucrurile odată ce le posedăm? Pentru numeroase obiecte, problema utilității lor nici nu se pune măcar: le-am cumpărat ca să le *avem*. Posesiunea lor ne satisface prin ea însăși. Costisitorul serviciu de masă sau vaza de cristal de care nu ne servim pentru a nu o sparge, palatul particular cu camere nefolosite, mașinile și servitorii supranumerici, ca și îngrozitoarele vechituri ale

⁴⁴ K. Marx și F. Engels. *Scrieri din tinerețe*, Editura politică, București, 1968, p. 605—606. — *Nota trad.*

famiiliilor mic-burgheze sînt tot atîtea exemple de plăcere de a poseda independent de utilitate. Acest gen de satisfacție era, totuși, mai răspîndit în secolul al XIX-lea. Astăzi lumea preferă mai degrabă să aibă lucruri de care să se servească decît obiecte pe care să le păstreze. Aceasta nu schimbă cu nimic faptul că satisfacția pe care o procură prestigiul este un factor de bază al plăcerii de a poseda. Autoturismul, frigiderul, televizorul sînt întrebuințate, desigur, pentru calitățile lor intrinseci, dar și pentru a arunca praf în ochi. Ele constituie o dovadă a bunăstării posesorului lor.

Cum ne servim de lucrurile pe care le cumpărăm? Să vedem mai întîi ce se întîmplă cu mîncarea și băutura. Consumăm o pîine fără aromă și lipsită de valoare nutritivă deoarece aceasta flatează gusturile noastre de bogăție și de distincție — este atît de albă și atît de „proaspătă“! De fapt, noi „consumăm“ propria noastră fantezie și am pierdut contactul cu alimentul real. Cerul gurii, corpul nostru sînt excluse de la un act care le vizează într-un mod esențial. Bem etichete. Odată cu sticla de coca-cola absorbim imaginea fermecătorilor tineri pe care îi vedem pe hîrtia ambalajului, bem sloganul: „Faceți o pauză răcoritoare“ și ne acomodăm cu obiceiul american. Nu gustăm cu cerul gurii noastre. Acest lucru este mai rău atunci cînd e vorba de articole a căror realitate ține mai ales de compania publicitară care le-a lansat, precum săpunul sau pasta de dinți recomandate ca fiind „sănătoase“.

Exemplele ar putea fi înmulțite la infinit, dar acest lucru nu-i necesar. Nu vreau decît să subliniez principiul subiacent: actul de consum ar trebui să fie un act uman concret, la care să participe simțurile noastre, nevoile noastre corporale, gustul nostru estetic, adică *noi* în totalitatea noastră. Acest act ar constitui atunci o experiență semnificativă. Există însă puține asemenea acte în civilizația noastră. A consuma înseamnă pentru noi a satisface unele fantezii stimulate artificial, un act alienat de persoana noastră reală.

În domeniul consumului trebuie să mai semnalăm și o altă formă de alienare. Sîntem înconjurați de lucruri cărora nu le cunoaștem nici natura, nici originea. Telefoanele, radiourile, magnetofonele și alte mașini complicate sînt aproape tot atît de misterioase pentru noi ca și pentru un primitiv. Cunoaștem modul în care funcționează în măsura în care știm ce buton să învîrtim, dar ignorăm principiul de funcționare, cu excepția cîtorva termeni foarte vagi, învățați odinioară în școală. În ce privește obiectele străine principiilor dificile ale științei moderne, ele ne sînt aproape tot atît de necunoscute. Nu știm cum se face pîinea, cum se țese stofa, cum se fabrică o masă, din ce este compusă sticla. Consumăm, așa cum producem, fără nici o relație concretă cu obiectele cu care avem de-a face. Trăim între lucruri cărora nu le cunoaștem decît modul de a le manipula sau de a le consuma.

Rezultatul este că nu sîntem niciodată satisfăcuți, deoarece nu persoana noastră concretă, autentică întrebuintează un lucru real și concret. Sîntem deci împinși de o nevoie constantă să dobîndim mai multe obiecte și să consumăm mai mult. Cît timp nivelul de viață al unei populații rămîne sub un minim rezonabil, de aici decurge o nevoie naturală. Este tot atît de exact că la oamenii dezvoltați din punct de vedere cultural apare o nevoie legitimă, nevoie mai rafinată pentru o hrană mai bună, pentru plăceri artistice, cărți etc. Dar apetitul nostru actual a pierdut orice relație cu nevoile autentice ale omului. La origine, ideea de a consuma mai mult și lucruri mai bune avea ca scop să permită oamenilor o viață mai fericită și mai satisfăcătoare. Era un mijloc care concura aparent la fericire, dar care a devenit un scop în sine. Înmulțirea continuă a nevoilor noastre ne obligă la un efort tot mai mare și ne face dependenți de oameni și de instituții care ne ajută să le satisfacem. „Fiecare om urmărește să-i creeze celuiilalt o trebuință *nouă*, pentru a-l constrînge la un nou sacrificiu, pentru a-l arunca în-

tr-o nouă stare de dependență și a-l ademeni pe calea unei noi *plăceri* și deci pe calea ruinării economice... Odată cu mulțimea obiectelor crește deci și imperiul esențelor străine cărora omul le este rob⁴⁵.

Omul modern este fascinat de puterea de a cumpăra mai mult, lucruri mai bune și mai ales noi. El se simte un consumator neînfrînat. Cumpărarea și consumul au devenit o preocupare exigentă, irațională, pentru că sînt un scop în sine, fără o legătură foarte clară cu utilitatea sau cu plăcerea. A cumpăra ultimul *gadget*, ultimul model în materie de indiferent ce, acesta este visul fiecăruia, pe lângă care plăcerea reală trece pe planul al doilea. Dacă omul modern ar îndrăzni să-și exprime concepția sa despre cer, el l-ar descrie ca cel mai mare magazin din lume, plin de obiecte noi și de *gadget-uri*, și s-ar închipui pe sine însuși în mijlocul lor, cu buzunarele pline, ca să le poată cumpăra. S-ar vedea rătăcind prin acest paradis, „cu gura căscată“, dornic numai să aibă mereu noi articole și, eventual, ca vecinul lui să aibă ceva mai puțini bani decît el.

Într-un mod semnificativ, una din trăsăturile cele mai vechi ale claselor mijlocii, *atașamentul față de posesiune și de proprietate*, a suferit modificări profunde. În atitudinea care lega pe om de bunurile sale exista și o anumită afectivitate. Acest sentiment creștea odată cu cantitatea lor. El era mîndru de ele, le păstra cu mare grijă și suferea cînd era obligat să se despartă de ele pentru că deveniseră inutile. Din acest sentiment al proprietății n-au mai rămas astăzi decît puține elemente. Omul actual iubește noutatea obiectului, fiind gata să-l părăsească de îndată ce un articol mai nou apare pe piață.

Pentru a exprima aceeași schimbare în termeni de caracterologie, ne putem referi la observațiile care au fost făcute în legătură cu instinctul de *tezaurizare*, preponderent în secolul al XIX-lea. Spre jumătatea secolului al XX-lea, această

⁴⁵ *Op. cit.*, p. 586. — *Nota trad.*

tendință a fost înlocuită printr-o orientare *receptivă*, îndreptată spre a primi, a se lăsa „îmbibat“, a fi în permanență în contact cu noul, a trăi, într-un anumit fel, „din plin“. Această tendință receptivă este amestecată cu orientarea spre piață, în timp ce în secolul al XIX-lea, gustul acumulării mergea mână-n mână cu simțul exploatării.

Atitudinea noastră alienată cu privire la consum depășește acest punct de vedere și cuprinde și problema petrecerii timpului liber. Ce așteptăm noi? Dacă un om muncește fără să aibă o relație autentică cu ceea ce face, dacă cumpără și consumă produse într-o stare abstractă și alienată, eum ar putea el să-și întrebuinteze timpul liber într-o manieră activă și semnificativă? El rămîne consumatorul pasiv și alienat. Se dedică jocurilor sportive, absoarbe filme, devorează ziare, cărți, reviste, audiază conferințe, frecventează reuniuni, asistă la spectacole în aer liber în aceeași stare de alienare și de abstracție care îi este specifică. În toate acestea el nu joacă un rol activ, ci dorește numai să profite de toate cît mai mult posibil, să primească partea sa de plăceri, culturale și de alt fel, la maximum. De fapt, el nu este liber să se „bucure“ de timpul său. Distracțiile sale sînt dependente de industrie, ca și produsele pe care le cumpără. Gusturile sale sînt influențate, el este realmente condiționat. Distracția constituie o industrie ca oricare alta, iar clientul este dresat să-și procure amuzamente, după cum este incitat să achiziționeze diferite articole. Valoarea unei distracții este legată de succesul ei pe piață, și nu de un fapt care poate fi evaluat pe plan uman.

O activitate productivă și spontană provoacă la cel care citește, care asistă la un spectacol sau care conversează cu prietenii o reacție interioară. El nu mai este același după această experiență; ceva s-a petrecut în el. În forma alienată a plăcerii nu se întîmplă nimic. Omul consumă cutare sau cutare lucru fără a simți nici un efect; nu-i rămîne decît amintirea a ceea ce a făcut. Unul

dintre cele mai frapante exemple ale acestui gen de plăcere este cel pe care îl oferă fotografia, această activitate foarte apreciată în prezent. Reclama firmei „Kodak”: „Dumneavoastră apăsați pe buton și noi facem restul”, care a contribuit atât de mult la popularizarea fotografiei în lume după 1889, este simbolică. Ea a fost una dintre primele care a declanșat magia apăsării pe buton. Nu-i nevoie să faci și să știi nimic; e suficient să apeși pe buton. În prezent, procedeul instantaneului constituie una dintre expresiile cele mai caracteristice ale alienării percepției vizuale, ale consumului pur și simplu. „Turistul” înarmat cu aparatul său de fotografiat reprezintă însăși încarnarea relațiilor alienate ale omului cu lumea. Preocupat constant să fotografieze, turistul nu vede, de fapt, absolut nimic decât prin aparatul său. Acesta vede în locul lui, iar bilanțul acestei călătorii de agrement se va materializa într-o colecție de fotografii, înlocuind experiența pe care călătorul ar fi putut s-o facă, dar pe care nu a trăit-o.

Omul este, de asemenea, alienat de *forțe sociale* care condiționează societatea noastră și existența pe care o ducem în cadrul ei.

Neputința noastră reală în fața forțelor care ne guvernează se relevă mai tragic în aceste catastrofe sociale, denunțate de fiecare dată ca accidente deplorabile, dar care, totuși, continuă să se producă: *crizele economice și războaiele*. Aceste fenomene capătă aspectul unor cataclisme naturale, în timp ce ele sînt, uneori, evenimente provocate de oameni, dar fără intenție sau fără să le vrea în mod conștient.

Natura anonimă a forțelor sociale ține de structura modurilor de producție capitaliste.

Spre deosebire de majoritatea altor societăți, în care legile sociale sînt explicite și bazate pe puterea politică sau pe tradiție, capitalismul nu are asemenea legi clar formulate. El se bazează pe principiul că, în măsura în care fiecare luptă pentru sine pe piață, rezultatul va fi bincle co-

mun, ordinea, și nu anarhia. Piața e guvernată de legi economice, dar ele acționează în spatele indivizilor, care sînt preocupați numai de interesele lor private. Putem încerca să descoperim aceste legi, așa cum un calvinist genevez depunea eforturi ca să ghicească dacă Dumnezeu l-a destinat salvării sau damnării. Însă legile pieței sînt situate dincolo de posibilitățile noastre cognitive.

Dezvoltarea capitalismului a demonstrat în mare măsură că acest principiu funcționează efectiv. Este un adevărat miracol că această cooperare antagonistă între entități economice independente permite avîntul unei societăți în expansiune. Constatăm că sîntem conduși de legi pe care nu le controlăm și pe care nici măcar nu dorim să le controlăm, ceea ce constituie o dovadă patentă a alienării noastre. *Noi* sîntem la originea structurilor noastre socio-economice și în același timp ne declinăm orice responsabilitate, cu plăcere și cu entuziasm, și așteptăm, cu speranță sau cu neliniște — după caz —, ce ne va aduce viitorul. Actele noastre se exprimă în legile care ne guvernează, dar aceste legi sînt deasupra noastră și noi sîntem sclavii lor. Statul uriaș și sistemul economic nu mai sînt supuse conducerii omului. Oamenii se reîntorc la starea de sălbăticie și fiecare din șefii lor este comparabil cu un călăreț pe un cal în galop, mîndru că se ține în șa, chiar dacă nu reușește să stăpînească animalul.

În ce constau relațiile omului modern cu semenii lui? Ele se stabilesc ca între abstracții, ca între mașini vii care se utilizează reciproc. Patronul se servește de angajații lui, vînzătorul de clienții lui. Fiecare dintre noi îl consideră pe vecinul său ca pe un articol pe care trebuie să-l menajeze și să-l trateze cu o oarecare prietenie, căci, dacă nu-l poate întrebuița imediat, acest lucru se poate întîmpla ulterior. Astfel, relațiile umane sînt lipsite de dragoste și ură. Ele au o aparență de prietenie și o spoială de sinceritate, dar în realitate nu sînt decît răceală și indiferență, la care se adaugă o destul de puternică doză de suspi-

ciune subtilă. Când un om îi declară altuia: „Vorbiți de John Smith; e un om cumsecade“, el urmărește să combată o neîncredere generală. Dragostea însăși, ca și relațiile dintre sexe prezintă acest caracter. Marea emancipare sexuală care a urmat după primul război mondial a fost o încercare disperată de a substitui plăcerea sexuală împărtășită cu un sentiment mai profund de dragoste. Când această experiență s-a dovedit falsă, polaritatea erotică dintre sexe a fost redusă la minimum și înlocuită printr-o complicitate amicală, stratagemă îngustă care trebuia să ofere un ajutor mai eficient în lupta vieții și un remediu împotriva solitudinii și izolării.

Alienarea raporturilor umane vine din suprimarea legăturilor sociale care caracterizau societatea medievală, ca și majoritatea celorlalte comunități precapitaliste⁴⁶. Societatea modernă este formată din „atomi“ — pentru a relua termenul grec echivalent individului —, mici particule străine unele față de altele, dar reunite prin interese egoiste și prin necesitatea de a se servi reciproc. Dar *omul este o ființă socială dotată cu nevoia profundă de a comunica, de a ajuta, de a se simți membru al unui grup*. Ce s-a întâmplat cu aceste pulsuni sociale la om? Ele se manifestă în sfera *publică*, separată foarte clar de domeniul privat. Raporturile noastre individuale cu semenii sînt marcate de semnul egotismului: „Fiecare pentru sine, Dumnezeu pentru toți“, afirmație total opusă învățăturii creștine. Individul este condus de un interes egocentric, și nu de un sentiment de solidaritate și de dragoste față de alții. Aceste tendințe pot să se manifeste prin inițiative izolate, prin acte de filantropie sau de bună-tate, dar ele nu servesc drept bază relațiilor noastre sociale. De o parte se desfășoară viața personală a fiecăruia ca individ, de cealaltă parte se afirmă viața sa socială în calitate de „cetățean“.

⁴⁶ Vezi conceptul de „comunitate“ (Gemeinschaft) față de cel de „societate“ (Gesellschaft) în accepția pe care o are în *Toennies' usage*.

Statul reprezintă în acest caz concretizarea existenței sociale. Se presupune că cetățenii demonstrează — și, în general, ei o fac — că au sentimentul datoriei lor civice. Ei își plătesc impozitele, votează, respectă legile și, în caz de război, sînt gata să-și sacrifice viața. Ce exemplu ar ilustra mai bine această dihotomie între viața publică și viața privată decît următorul fapt: același om care ar refuza să cheltuiască 100 de dolari pentru a ajuta un necunoscut nu și-ar risca oare viața pentru a-l salva pe acesta dacă împrejurările i-ar transforma în soldați îmbrăcați în aceeași uniformă? Uniforma este simbolul naturii noastre sociale, haina civilă — simbolul egotismului nostru.

Această teză este strălucit expusă în opera lui S.A. Stouffer ⁴⁷. Iată întrebarea care a fost adresată unui anumit număr de oameni, reflectînd ansamblul opiniei americane: „În ce privință vă faceți cele mai mari griji?”. În marea majoritate a răspunsurilor au fost menționate probleme de ordin personal, economic, sanitar sau de alt fel. Numai 8% se preocupau de marile probleme mondiale, printre care și războiul; iar 1% se temeau de pericolul comunist sau de pierderea libertăților civile. Și, totuși, o parte din această populație crede că comunismul reprezintă un grav pericol și că războiul constituie cu adevărat o amenințare. Aceste date sociale nu sînt, așadar, resimțite ca realități personale, ceea ce explică indiferența, dar nu exclude, desigur, intoleranța. Tot atît de interesant este să observăm că, dacă jumătate sau aproape jumătate dintre oameni cred în Dumnezeu, nu se întîlnește aproape nimeni care să se neliniștească de sufletul său, de salvarea sa, de evoluția sa spirituală. Dumnezeu este tot atît de alienat ca și lumea. *Ceea ce alertează spiritul oamenilor și îi ține treji este partea personală și privată a vieții lor, și nu domeniul social, universal, cel care îi leagă de ceilalți.*

⁴⁷ S.A. Stouffer. *Communism, Conformity and Civil Liberties*, Doubleday & Co., Inc., Garden City, New York, 1955.

Separarea dintre comunitate și statul politic i-a făcut pe oameni să proiecteze în stat toate sentimentele lor sociale; ei l-au transformat astfel într-un idol, într-o putere care există și acționează deasupra lor. Ei s-au supus statului, văzută ca întruchipare a propriilor lor sentimente, și îl venerază ca pe o putere alienată în raport cu ei. În viața lor particulară, ei suferă din cauza izolării și a solitudinii care rezultă firesc din această separare. Cultul statului poate dispărea numai cu condiția ca oamenii să-și reappropriate forțele sociale și să edifice o comunitate în cadrul căreia sentimentele lor sociale să nu fie *suprapuse* vieții lor particulare, ci să cuprindă într-o aceeași existență unificată partea individuală și partea socială.

Care este relația *omului cu el însuși*? Am descris în altă parte acest gen de relație, folosind expresia „orientare mercantilă”⁴⁸. În această tendință, omul se percepe pe sine însuși ca pe un obiect care trebuie să-și găsească o întrebuințare reușită pe piață.

El nu se simte ca o ființă activă, înzestrată cu posibilități umane: el este alienat în raport cu ele. Dornic să se vîndă cu succes, el nu desfășoară activitatea unui individ care gîndește și iubește — el joacă un rol economic și social. Dacă lucrurile ar putea să vorbească, la întrebarea: „Ce sînteți?”, o mașină de dactilografiat ar răspunde: „Sînt o mașină de dactilografiat”, la fel cum un automobil ar spune: „Sînt un automobil” sau, mai bine: „Sînt un «Ford»...”, un «Buick»..., un «Cadillac»...” Cînd întrebați pe un om: „Ce sînteți?”, el răspunde: „Sînt un fabricant”, „Sînt un funcționar...”, un medic” sau: „Sînt un bărbat căsătorit”; „Sînt

⁴⁸ Conceptul de alienare nu este identic cu cel de orientare a caracterului: productivă, receptivă, exploatare, teaurizantă și mercantilă. Alienarea poate să marcheze oricare din orientările neproductive, dar ea prezintă afinități particulare cu orientarea mercantilă. Ea este legată, în aceeași măsură, de personalitatea stigmatizată de Riesman; aceasta, deși constituie o parte din orientarea mercantilă, este totuși un concept diferit în punctele esențiale. (Vezi D. Riesman. *The lovely Crowd*, Yale University Press, New Haven, 1950, p. 23.)

tată a doi copii“, și toate aceste răspunsuri au aceeași semnificație ca și cum ar emana din *lucruri*. Acesta este modul în care omul se simte el însuși, nu ca un individ apt de dragoste, de teamă, de convingeri, de îndoieli, ci ca o abstracție, alienată de natura sa autentică, însărcinată să îndeplinească o funcție precisă în sistemul social. El se judecă după reușita sa; dacă poate fi angajat în bune condiții, dacă poate să urce treptele ierarhiei, aceasta înseamnă succesul. Corpul, spiritul și sufletul său reprezintă capitalul său, iar sarcina lui constă în a le investi favorabil, în a avea de pe urma lor cel mai mare profit. Calitățile umane, cordialitatea, curtoazia, bunătatea sînt privite ca mărfuri, ca bunuri personale ce-i pot spori valoarea pe piață. Dacă individul eșuează în această plasare avantajoasă a persoanei sale, el trage concluzia că *el însuși* este un eșec; dacă reușește să parvină, *el* este o reușită. Simțul valorii sale proprii depinde clar de factori care îi sînt exteriori, de judecata versatilă emisă pe piață, care evaluează oamenii ca și cum aceștia ar fi mărfuri. *Oricare ar fi importanța serviciilor pe care le-ar putea face în realitate, omul nu are deci valoare comercială decît în măsura în care își găsește cumpărător pe piață.* Persoana alienată care se vede oferită în această manieră nu poate să nu piardă într-o mare măsură simțul demnității sale, atît de caracteristic individului uman chiar în civilizațiile cele mai primitive. Ea trebuie să-și piardă aproape total simțul identității sale. Acest sentiment, care îmi permite să mă simt ca o entitate unică și inimitabilă, izvorăște din persoana mea luată ca subiect al experiențelor *mele*, al ideilor, sentimentelor, deciziilor, judecății și actelor *mele*. Dar aceasta presupune ca experiența mea să fie autentică, și nu alienată. *Lucrurile* nu au simțul „eului“, iar indivizii deveniți lucruri nu pot să-l aibă nici ei.

Această lipsă a sentimentului de identitate a fost privită ca un fenomen natural de către unul dintre cei mai înzestrați și mai originali psihiatri

din epoca noastră, H.S. Sullivan. El aprecia că psihologii care, ca mine, văd în pierderea acestui sentiment un accident patologic sînt oameni stăpîniți de o iluzie. Pentru el identitatea nu reprezintă decît succesiunea rolurilor pe care ni le asumăm față de ceilalți; aceste roluri ar avea ca scop să atragă aprobarea și să îndepărteze angoasa care ia naștere din dezaprobare. Ce deteriorare uluitoare de rapidă a conceptului de „eu“ după secolul al XIX-lea, după epoca în care Ibsen a ales această temă pentru critica făcută de el omului modern în Peer Gynt! Acest personaj este descris ca un om pornit în urmărirea profitului material, care constată din întîmplare pierderea individualității sale și se vede ca o ceapă, format din straturi suprapuse și lipsit de inimă. Ibsen descrie vertijul neantului ce-l cuprinde atunci pe Peer Gynt, panica ce-l împinge să prefere infernul haosului întunecat al neantului. Cu experiența „eului“ dispare simțul identității, și cel care îl pierde ar deveni nebun dacă nu și-ar dobîndi un *simț secundar despre el însuși*. El operează această înlocuire văzîndu-se aprobat, stimat, util, plin de succese, pe scurt, considerîndu-se astfel un produs comercial care este *el*, deoarece alții îl văd ca o entitate, nu unică, ci conformă cu un model curent.

Nu se poate aprecia pe deplin natura alienării dacă nu se ia în considerație și următorul aspect specific al vieții moderne: *rutina și efectul ei negativ în raport cu conștientizarea problemelor esențiale ale existenței umane*. Abordăm aici o problemă universală—omul trebuie să-și cîștige existența, sarcină care îl preocupă tot timpul. El trebuie să se consacre nevoilor cotidiene, de multe ori repetate, care îi absorb energia, este prins în capcana rutinei necesare satisfacerii lor. El construiește o ordine socială făcută din convenții, din idei și din deprinderi care îl ajută să acționeze și să trăiască cu aproapele lui fără prea multe fricțiuni. Fiecare civilizație modelează o lume artificială suprapusă universului natural. Totuși omul nu poate să se realizeze decît dacă rămîne

în contact cu datele fundamentale ale existenței sale, dacă are posibilitatea să cunoască exaltarea dragostei și a solidarității, ca și tragismul solitudinii sale și caracterul fragmentar al existenței sale. Dacă rămîne prizonierul rutinei, dacă nu vede nimic dincolo de aparențele artificiale ale lumii, el pierde în același timp contactul și înțelegerea față de lume și de el însuși. Conflictul tradițional dintre rutină și încercările de a reveni la surse a inspirat arta și religiile, care vor să favorizeze această reîntoarcere, dar se împotmolesc adesea — acest lucru este valabil pentru religii — într-o nouă formă de rutină.

Istoria cea mai primitivă ne arată că omul s-a străduit întotdeauna să pătrundă în miezul realității prin intermediul creației artistice. Nemulțumit de funcția utilitară a armelor și uneltelor sale, el caută o cale de a o transcende, decorându-le pentru a le înfrumuseța. „Ritul“, luat în sensul larg al termenului, face aceeași încercare. Acest cuvînt poate să desemneze aici o manifestare străină de actele religioase, precum jocul în drama greacă. Care era funcția acesteia din urmă? Problemele esențiale ale existenței umane erau prezentate în ea sub o formă dramatică, iar spectatorul, care atunci era mai activ decît cel de astăzi, participa la jocul artistic, scăpa de rutina vieții sale cotidiene și revenea astfel la rădăcinile înseși ale existenței sale. Pus în contact direct cu umanul, el sorbea din acest joc o vigoare nouă. Fie că este vorba de drama greacă, de „Misterele“ medievale sau de un dans indian, fie că ne gîndim la ritualurile creștin, ebraic sau hindus, sîntem în prezența formelor diverse în care sînt transpuse problemele fundamentale ale existenței umane, așa cum le găsim exprimate în filosofie și teologie.

Ce rămîne din această dramatizare în cultura modernă occidentală? Aproape nimic. Omul evadează cu greu din imperiul convențional al lucrurilor și depășește rar rutina, cu excepția eforturilor grotești continuate în loji și în frății. Singurul fenomen apropiat de semnificația ritului este

participarea spectatorilor la manifestările sportive. În acest caz este exprimată o problemă vitală: cea a luptei dintre oameni și experiența substitutivă a victoriei și a înfringerii. Dar ce punct de vedere îngust și ce experiență fragmentară în raport cu bogăția vieții umane!

În caz de incendiu sau de accident de mașină într-un mare oraș, zeci de gură-cască se opresc să privească. Milioane de oameni sînt fascinați de reportajele și de comentariile cotidiene care tratează despre crime și acțiuni ale poliției. Ei merg regulat la cinematograful să vadă filme ale căror teme favorite sînt crima și suferința.

Acest interes și această fascinație nu vădesc numai prostul gust și atracția pentru senzațional, ci și o tendință profundă spre o dramatizare a fenomenelor ultime ale existenței umane — viață și moarte, crimă și suferință, lupta omului împotriva naturii. Dar dacă drama greacă se confrunta cu aceste probleme pe un plan artistic și metafizic elevat, dramele și riturile noastre moderne sînt fruste și fără efect catartice. Totuși, toate aceste gusturi pasionate relevă nevoia de a străpunge stratul superficial al rutinei, în ciuda sărăciei extreme a mijloacelor întrebuintate.

Orientarea mercantilă este strîns legată de preeminența *nevoii de schimb* la omul modern. Chiar într-un sistem economic primitiv, bazat pe o formă rudimentară de diviziune a muncii, oamenii schimbă mărfuri între ei în cadrul tribului lor sau cu membrii triburilor vecine. Cel care confecționează țesături le schimbă pentru grîne, sau pentru seceri ori cuțite, în funcție de ceea ce vecinul său a produs sau fabricat. Diviziunea muncii accentuîndu-se, ea merge mîna-n mîna cu un schimb sporit de mărfuri, dar acest schimb nu este decît un mijloc care vizează un scop economic. Or, în societatea capitalistă, *schimbul a devenit un scop în sine*.

Nimeni altul nu a dezvăluit rolul fundamental al nevoii de schimb și nici n-a știut să-l explice ca o pulsione esențială a omului mai bine decît Adam

Smith. Să-i dăm cuvîntul: „Această diviziune a muncii, din care derivă așa de multe avantaje, nu este la originea ei efectul vreunei înțelepciuni omenești care să prevadă și să urmărească belșugul general pe care ea îl realizează. Ea este consecința necesară, deși foarte lentă și treptată, a unei anumite înclinări a naturii omului, care nu are în vedere o astfel de largă utilitate, anume înclinarea de a face troc, de a trafica, de a schimba un lucru pentru altul.

Dacă această înclinare este unul din principiile ce derivă din natura omenească, asupra căreia nu se pot da explicații; sau dacă — ceea ce pare mult mai probabil — ea este consecința inevitabilă a facultăților rațiunii și graiului, nu intră în cadrul subiectului de față. Ea este comună tuturor oamenilor și nu se găsește la alte specii de animale, care se pare că nu cunosc nici schimbul și nici vreun alt fel de contracte... Nimeni nu a văzut niciodată un cîine făcînd cu altul un schimb de oase echitabil și deliberat“⁴⁹.

Principiul schimbului aplicat la o scară din ce în ce mai vastă este în realitate unul din stîlpii pe care se bazează economia capitalistă, dar Adam Smith prevede că el este chemat să devină unul din resorturile psihice cele mai importante ale personalității alienate a omului modern... Schimbul și-a pierdut funcția sa rațională de simplu mijloc; el a devenit un scop în sine și s-a extins la domeniile extraeconomice. Fără să fi vrut, însuși Adam Smith indică, prin exemplul său citat mai sus, natura irațională a acestei nevoi. În această operație nu poate fi vizat nici un scop realist; sau cele două oase sînt identice și nu există nici o rațiune de a le schimba, sau unul din ele este mai avantajos decît celălalt și cîinele care îl posedă nu va voi să-l cedeze. Exemplul nu este deci valabil decît în măsura în care schimbul este o nevoie în sine însăși, chiar dacă el nu

⁴⁹ Adam Smith. *Acușia națiunilor. Cercetare asupra naturii și cauzelor ei*, vol. 1, Editura Academiei R.P.R., București, 1962, p. 13. — *Nota trad.*

servește nici un scop practic — aceasta este, de altfel, opinia lui Adam Smith.

Așa cum am spus deja, dragostea pentru schimb a înlocuit-o pe cea pentru posesiune. Se cumpără o mașină sau o casă cu intenția de a le revinde la prima ocazie. Dar faptul cel mai important este că această pulsione joacă un anumit rol în relațiile dintre persoane. Adeseori, dragostea nu este decît un schimb favorabil între două persoane care obțin cota maximă din ceea ce pot aștepta, avînd în vedere valoarea lor pe piața personalității. Fiecare persoană este un „pachet” a cărui „personalitate” reprezintă ansamblul diferitelor aspecte ale valorii ei de schimb, pus în evidență prin calitățile ei de bun vînzător. Aspectul exterior, educația, venitul, șansele de succes sînt tot atîtea elemente din care fiecare face eforturi să obțină cel mai mare profit posibil pe piață. Chiar faptul de a se duce la o serată sau de a întreține relații sociale își are importanța sa. Insul urmărește să întâlnească alte „pachete” mult mai bine cotate, în speranța unei operații avantajoase. El urmărește să schimbe poziția sa socială — adică pe sine însuși — pentru o alta mai elevată, și această operație cuprinde, de asemenea, prietenii, obiceiurile și sentimentele, pe care el le va schimba pe altele noi, așa cum ar face cu un „Ford” pentru un „Buick”. Adam Smith vede în această nevoie o tendință inerentă naturii umane, pe cînd ea este, de fapt, un simptom al alienării și al abstractizării proprii caracterului social al omului modern.

Întreg procesul vieții este condus într-un mod asemănător cu cel al unei investiții profitabile de capital. Cumpărătorul care cumpără o bucată de săpun sau o livră de carne se așteaptă, de bună seamă, ca valoarea mărfii să corespundă sumei cheltuite. El vrea ca ecuația „atîta săpun = atîția bani” să se integreze logic în structura prețurilor în curs. Dar această așteptare vizează în prezent toate formele de activitate. Cînd un om se duce la concert sau la teatru, el se întreabă mai mult sau mai puțin explicit dacă spectacolul merită banii dați pe bilet. Întrucît această problemă a

căpătat un sens marginal, ea nu mai are unul fundamental, deoarece în ecuație sînt puse două valori fără un criteriu de comparație posibilă. Plăcerea de a asculta muzică nu poate fi exprimată în termeni monetari; nici concertul, nici faptul de a-l asculta nu sînt mărfuri. Același raționament se aplică celui care întreprinde o călătorie de agrement, asistă la o conferință, dă o recepție sau se apucă de orice altă activitate unde intervine necesitatea de a cheltui o sumă de bani. Nevoia de a evalua în date cuantificate actele ființelor vii apare și în această deprindere de a întreba dacă cutare lucru „ar valora timpul pierdut și banii cheltuiți“. O seară petrecută de un tînăr în compania unei tinere, o vizită la prieteni și multe alte acțiuni care comportă sau nu o cheltuire de bani pun problema de a ști dacă acestea ar justifica timpul sau banii puși în joc⁵⁰. În fiecare din aceste cazuri individul încearcă să justifice activitatea sa în termeni care corespund celor ai unor operații financiare profitabile — aici, investiția de energie. De asemenea, igiena și sănătatea trebuie să servească acest scop. Plimbarea matinală este considerată tot mai mult ca un bun plasament pentru sănătate, mai curînd decît ca o activitate agreabilă și suficientă în sine. Această atitudine își găsește expresia cea mai frapantă în conceptul de plăcere și de durere expus de Bentham. Plecînd de la aserțiunea că scopul vieții este căutarea plăcerii, Bentham sugerează un fel de contabilitate care ar arăta cantitatea de plăcere sau de durere generată de fiecare acțiune: acolo unde plăcerea domină, actul merită să fie realizat. Viața s-ar asemana astfel cu o afacere a cărei balanță comercială, evaluînd plăcerea, ar indica ceea ce este profitabil.

Dacă ideile exprimate de Bentham nu mai sînt la preț, atitudinea pe care ele o desemnează s-a

⁵⁰ Vezi la Marx descrierea critică a omului în societatea capitalistă: „Timpul este totul; omul nu mai este nimic; el este cel mult întruchiparea timpului“. (K. Marx și F. Engels. *Opere*, vol. 4, Editura politică, București, 1958, p. 88. — *Nota trad.*)

stabilit destul de solid⁵¹. O întrebare nouă a încolțit în spiritul omului modern, aceea de a ști dacă „viața merită osteneala să fie trăită” și, în consecință, dacă propria sa viață este un succes sau un eșec. Această idee se bazează pe conceptul că viața este o întreprindere din care trebuie să se obțină un profit. La fel ca pentru o bancă, falimentul se produce atunci când pierderile sînt mai mari decît cîștigurile. Această viziune a lucrurilor este absurdă. Putem să fim fericiți sau nu, să realizăm anumite scopuri, să ne lipsim de altele; dar nu există un criteriu real pentru a determina dacă viața este demnă de a fi trăită. Probabil că, după bilanțul său, nici o viață nu merită să fie trăită. Ea duce cu necesitate la moarte; majoritatea speranțelor noastre sînt înșelate. Cunoaștem durerea și efortul; din acest punct de vedere s-ar părea că este aproape mai bine să nu te fi născut niciodată sau să fi murit în copilărie. Dar, pe de altă parte, cine poate spune dacă un moment de dragoste fericită, dacă bucuria de a respira și de a te plimba într-o dimineață strălucitoare și plină de miresme nu justifică toate necazurile existenței? Viața este un dar unic și un fel de sfidare, incompatibilă cu toate măsurile obișnuite, și nici un răspuns pertinent nu poate fi dat acestei întrebări, care ea însăși nu are nici un sens.

Această concepție despre viață, considerată ca o întreprindere, pare să servească drept bază unui fenomen caracteristic modern, fenomen care a făcut deja să curgă multă cerneală: *creșterea ratei de sinucideri* în societatea noastră occidentală. Între 1836 și 1890, numărul sinuciderilor a crescut cu 140% în Prusia, cu 355% în Franța. Între 1836 și 1845, Anglia recunoștea existența a 62 de cazuri de sinucideri la 1 000 000 de locuitori și a 110 între 1906 și 1910. În aceeași perioadă,

⁵¹ În principiul plăcerii exprimat de Freud și în vederile sale pesimiste vizînd predominanța durerii asupra plăcerii în societatea civilizată se poate vedea influența gîndirii lui Bentham.

Elveția trecea de la 66 la 150⁵². Cum putem explica această evoluție, avînd în vedere prosperitatea crescîndă din secolul al XIX-lea?

Este în afară de orice îndoială că motivele sinuciderii sînt de cea mai mare complexitate și că nici unul dintre ele nu poate fi considerat drept singura cauză. În China se întîlnește sinuciderea din spirit de răzbunare; sinuciderea melancolicilor este răspîndită în lumea întreagă. Dar nici una din aceste motivații nu joacă un mare rol în răspîndirea sinuciderii din secolul al XIX-lea. În opera sa clasică, Durkheim vedea cauza acestei răspîndiri în fenomenul pe care el îl numea „anomie“. Prin aceasta el înțelegea distrugerea tuturor legăturilor sociale tradiționale, preeminența acordată statului asupra celorlalte organizații colective și suprimarea oricărei vieți sociale autentice⁵³. El îi vedea pe oameni trăind în statul politic modern ca „o puzderie dezordonată de indivizi“⁵⁴. Explicația sa merge în sensul acestei lucrări, și eu voi reveni mai tîrziu la această discuție. Cred că plictiseala și monotonia vieții create prin modul nostru alienat de a trăi sînt un factor suplimentar. Cifrele privind sinuciderile pentru țările scandinave, Elveția și S.U.A., adăugate la cifrele pentru alcoolism, par să confirme această ipoteză⁵⁵. O altă cauză a fost ignorată de Durkheim și de alții. Ea se leagă de această concepție a bilan-

⁵² Extras din *Les causes du suicide* de Maurice Halbwachs, Félix Alcan, Paris, 1930, p. 92 și 481.

⁵³ Vezi Emile Durkheim. *Le Suicide*, Félix Alcan, Paris, 1897, p. 446.

⁵⁴ *Op cit.*, p. 448.

⁵⁵ Toate cifrele indică, de asemenea, că în țările protestante există mai multe sinucideri decît în țările catolice. Acest lucru se poate datora unui anumit număr de factori inerenți diferențelor dintre cele două religii, precum o mai mare influență exercitată asupra vieții credincioșilor de către catolicism, sau mijloacele mai adecvate întrebuițate de biserica catolică pentru a da un sens ideii de păcat etc. Dar trebuie să ținem seama și de faptul că țările protestante sînt cele în care capitalismul este cel mai dezvoltat și a modelat mai mult caracterul populației, astfel încît diferențele dintre țările catolice și țările protestante corespund gradelor diferite de evoluție a capitalismului modern.

țului, care privește viața sub unghiul unui faliment posibil. Numeroase sinucideri se datoresc sentimentului că „viața a fost un eșec“, că ea „nu mai merită să fie trăită“, iar sinuciderea devine astfel echivalentul unui faliment declarat, când pierderile sînt definitive.

c) Diverse alte aspecte

După ce am descris procesul de alienare modernă în diferitele lui aspecte, aș vrea să studiez aspectele specifice ale caracterului social contemporan care sînt apropiate de acest fenomen. Voi prezenta deci acest studiu în mai multe părți separate, ceea ce îl va face mai clar și mai accesibil.

1. *Autoritatea anonimă și conformismul*

Primul din aceste aspecte este atitudinea omului modern față de *autoritate*.

Am studiat cele două forme de autoritate, una rațională și dinamică, cealaltă irațională și inhibitoare, și am admis că societatea occidentală din secolele al XVIII-lea și al XIX-lea se caracteriza printr-o îmbinare a acestor două forme. Trăsătura lor comună este că ambele reprezintă o *autoritate declarată*. Se știe de unde emană ordinele și interdicțiile: tatăl, stăpînul, patronul, regele, ofițerul, preotul, Dumnezeu, legea, conștiința morală. Comandamentele și interdicțiile pot fi raționale sau nu, suple sau rigide, iar cei cărora li se adresează pot să le respecte sau să se răzvrătească împotriva lor. Oricum ar fi, autoritatea rămîne evidentă, clar definită în natura și în voința ei, și se știe ce va rezulta din supunere sau din revoltă.

Dar la jumătatea secolului al XX-lea autoritatea nu mai are același caracter; ea a devenit *anonimă, ocultă*, este o *autoritate alienată*. Nimeni nu dă ordine directe: nici un individ, nici o idee, nici o lege morală. Și totuși, sîntem cu toții mai