

Kulturális fordulat

A fogyasztáskutatás reneszánsza a hetvenes-nyolcvanas években

A *Replika* immár másfél évtizede rendszeresen jelentet meg a fogyasztás jelenségeit szociológiai, társadalomtörténeti és kulturális antropológiai perspektívából elemző és értelmező tematikus blokkokat.¹ Régi adósságunk, hogy magyarra fordítva bemutassuk azokat a fogyasztásszociológia klasszikusainak tekintett és gyakran hivatkozott írásokat, amelyek a hetvenes évek közepétől a fogyasztáskutatás reneszánszát hozták. A fogyasztás társadalmi jelenségeinek kutatásában és magyarázatában az első nagy korszakot Thorstein Veblen, Georg Simmel és Max Weber munkái jelentették a XIX–XX. század fordulóján (Veblen 1975 [1899]; Simmel 1973 [1904]; Weber 1982 [1905]). A XX. század elejétől azonban közel hetven évig szinte egyáltalán nem foglalkoztak szociológiaielméleti és társadalomtörténeti munkák a fogyasztással. Ebben a rövid bevezetőben amellet érvelünk, hogy a fogyasztáskutatás újbóli felfutásában nagy szerepet játszott az a paradigmaváltás, amit már a nyolcvanas évek óta kulturális fordulatnak neveznek a történetírással és a szociológiával foglalkozó kutatók, és aminek része volt Max Weber megértő szociológiájának újragondolása és a cselekvéselméletek előtérbe kerülése.

A tizenöt évvel ezelőtt megjelent első fogyasztáskutatási tematikus blokkba Colin Campbell *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* (A romantikus etika és a modern fogyasztói társadalom szelleme; Campbell 1987) című fontos könyvéből két fejezet is bekerült: az egyik Weber, a másik Veblen klasszikus téziseihez nyúl vissza, és értelmezi újra azokat.² Az első említett fejezet a XVIII. századi angol fogyasztói forradalom okait vizsgálva arra a megállapításra jutott, hogy a fogyasztói kereslet hirtelen megnövekedésének alapvetően kulturális okai voltak, és talán meglepő módon éppen az a puritán

1 Idetartoznak a *Replika* kritikai kultúrakutatásról szóló 17–18-as száma; a fogyasztás történeti megközelítéseivel foglalkozó 21–22-es száma; a fogyasztói szocializmusról szóló 26-os és 39-es számai; a fogyasztói társadalommal foglalkozó 51–52-es száma; és az anyagi kultúra kutatásáról szóló 63-as száma.

2 Campbell könyvének társadalomtörténeti és motivációkutatási fejezeteit (1996a, 1996b) a *Replika* „Fogyasztás és kultúra” című tematikus blokkja közölte.

hagyománnyal rendelkező társadalmi réteg vitte véghez, amely Weber híres tézise (Weber 1982 [1905]) szerint a protestáns etika által motiváltan az előrelátó gazdasági kalkuláció és a nagy megtakarítási hajlandóság révén létrehozta a kapitalizmus kultúráját. Vagyis a kapitalista termelés megnövekedését elősegítő puritán protestáns etika hatásával párhuzamosan a kapitalista fogyasztás felfutását előidéző romantikus pietista etika is alakította a polgári társadalom gazdasági kultúráját. A pietizmusra pedig már nem a nemesség előjogának tartott hivalkodó, fényűző és zabolátlan fogyasztás jellemző, hanem az egyén személyiségét fejlesztő művelődés kultúrafogyasztása és az érzelmek által irányított, ám fegyelmezetten féken tartott, következképpen folyamatosan újabb és újabb, kielégítetlenül hagyott vágyakat keltő élvezetkeresés.

A másik fejezet a modern társadalomra jellemző fogyasztás motivációinak vizsgálatában először is sorra vette azokat az elterjedt elméleteket, amelyek a fogyasztókat különböző belső és külső kényszereknek engedelmesskédő, önálló döntésre képtelen, passzív bábként állítják be, akiket így vagy biológiai, fiziológiai alapú ösztöneik hajítják, vagy cselekedeteiket kívülről manipulálják, például az egyén érdekeivel ellentétes profitszerzési célokból. Campbell elemezte azt a felfogást is, amely Veblen elméletét követve már aktív szerepet tulajdonít a fogyasztónak döntései meghozatalában, és felhívta a figyelmet arra, hogy a vebleni szemlélet túlságosan nagy figyelmet fordít a státuszahajszolásra: a kívánt társadalmi státusz elérése érdekében mások utánzására vagy éppen a többiektől való mindenáron különbözni vágyásra, miközben nem törődik a telhetetlen fogyasztói vágyak által sarkallt (illetve azokat folyamatosan újratermelő és gerjesztő) *innováció* hatásával. Úgy is megfogalmazhatjuk Campbell egyik legmarkánsabb állítását, hogy az újítás kulturális kényszere és technológiai lehetősége a modern fogyasztói étosz egyik legfontosabb sajátossága.

A hetvenes-nyolcvanas évek kulturális fordulata

Campbell könyvének említett megállapításai nemcsak Weber és Veblen immár bő százéves téziseinek újragondolása miatt érdekesek a számunkra, hanem azért is, mert a kötet 1987-es megjelenése egyszerre illeszkedett egy jól körülhatárolható társadalomtörténeti és szociológiai paradigmaváltásba, és hatásosan reprezentálta is azt. Ezt a hetvenes évek végén és a nyolcvanas évek elején lezajló paradigmaváltást gyakran, és bizonyos fokig leegyszerűsítve, a „kulturális fordulat” névvel illetik, mégpedig azért, mert a társadalmi jelenségek elemzésében addig széles körben elterjedt *strukturalista* magyarázatokat egyre inkább *kulturalista* megközelítések váltották fel, vagyis a cselekvés intézményes és strukturális meghatározottságainak hangsúlyozása helyett a mindennapi életben folyamatosan változó kulturális gyakorlatok felé fordult a figyelem. A strukturális kényszereknek sokszor nem is tudatosan engedelmesskédő passzív szubjektum helyére tehát a mindennapi életét aktívan alakító cselekvő került.

Ebben az elméleti és egyben módszertani váltást előidéző fordulatban fontos szerepet játszott a kritikai kultúrákutatók (*cultural studies*), melynek elméleti újításaival magyarul először szintén a *Replika* olvasói találkozhattak (During 1995 [1993]; Vörös és Nagy 1995). A kritikai kultúrákutatók többek között azt hangsúlyozta, hogy a társadalmi jelenségek kutatásában a jelentések meglévő *szemiotikai rendszerének* feltérképezése helyett a közösség számára releváns jelentéseket és értelmezéseket létrehozó, gyakran politikai töltetű *folya-*

matokat szükséges tanulmányozni. Ugyanis a jelentések szemiotikai rendszere vagy struktúrája nem állandó és örök érvényű, ezért nem szabad engedni annak a csábításnak, hogy a dolgok jelentését természetesnek és magától értetődőnek tekintsük. Hiszen a jelentések a kulturális és történeti kontextus függvényei, és folyamatosan vita, egyeztetés tárgyát képezik. Azok az alárendelt csoportok például, amelyek számára nem előnyös a jelentések domináns, a mindenkori kulturális főáram szerinti értelmezése, saját élethelyzetüknek megfelelően a mindennapi gyakorlatban a jelentések folyamatos újraértelmezésére törekednek. Hasonlóképpen egy fogyasztási cikk vagy fogyasztói életstílus jelentése is állandóan átalakul: különböző kulturális és történeti kontextusokban más és más társadalmi státuszokat, gazdasági pozíciókat, politikai viszonyokat jelölhet.

A kulturális fordulattal kapcsolatosan sokat szokták idézni Clifford Geertz klasszikus weberianus megfogalmazását arról, hogy „az ember a jelentések maga szötte hálójában függő állat” (Geertz 1994 [1973]: 172), és hogy ez a háló maga a kultúra. Max Weberhez hasonlóan Geertz (és persze Campbell is) a *cselekvő nézőpontjából* próbálja értelmezni a társadalmi jelenségeket. A kultúra feltárása és bebarangolása a társas cselekvés, az interaktivitás alaphelyzetéből indul ki, és ebből a perspektívából a strukturált társadalmi intézmények is felülvizsgálhatóvá, újraértelmezhetővé válnak. A fogyasztásra vonatkoztatva ez azt jelenti, hogy az azt befolyásoló kulturális hatások nem felülvizsgálhatatlan meghatározottságokat jelentenek, hanem a jelentések sűrűjében eligazodást segítő viszonyítási pontokat. A cselekvő nézőpontjába helyezkedés, a társas cselekvést keretező társadalmi struktúrák, totális intézmények és makrofolyamatok mikroperspektívából való vizsgálata már a francia *Annales*-iskola kulturálista történetírói hagyományában is felmerült (vö. Benda és Szekeres 2007). Mégis elsősorban a Geertz által képviselt interpretatív kulturális antropológiai megközelítés hatásának köszönhető a *New Cultural History* néven (lásd Biersack 1989) a hetvenes évek végétől intézményesült paradigmaváltás az angolszász társadalomtörténetben, mellyel párhuzamosan a német és skandináv történetírásban (sőt az etnográfiaiban) is elterjedt a kulturálista megközelítés.

Ahogy az egy paradigmaváltástól elvárjuk, a kulturális fordulat a szociológia klasszikus kérdéseit is sorra újszerűen, új területekre fókuszálva, újfajta módszertani megközelítéssel teszi fel; és ahogyan a szociológia történetében már megszokhattuk, a klasszikus szerzők újraértelmezéséből kiindulva formálja a maga képére az eszmetörténeti hagyományt. Így kerül az elemzések középpontjába az eddig elhanyagolt, a termeléshez képest korábban másodlagos jelentőségűnek tekintett fogyasztás, amely az egyre inkább elidegenedett munkavégzés helyett válik az identitás kifejezésére alkalmas cselekvések terepévé. És így lett megtermékenyítő hatású a weberi életműben addig a racionalitás-, bürokrácia- és uralomelméletek árnyékában megbúvó étosz mint kulcsfogalom. A szociológia alapkérdéseinek megfelelően az új paradigma kutatói elemzik a fogyasztás társadalomalakító funkcióját; a történelmi ívű változásokban betöltött szerepét (ahogyan azt a XVII–XVIII. századi átalakulásokkal kapcsolatos történészvitákban tapasztaltuk, és ahogyan a jelen válogatásban Jackson Lears teszi ezt); vizsgálják a társadalmi struktúra és a fogyasztás viszonyát (ahogy a német miliókutatók teszik, alapvetően Pierre Bourdieu-nek az itt részleteiben közölt alpművével vitatkozva³);

3 A német miliókutató szociológusok és társadalomtörténészek munkáival foglalkozott a *Replika* „Autonóm életstílus. Társadalmi rétegződés és életstílus” című tematikus blokkja a 64–65. számban. Ebben különösen Vester (2008 [1998]) tanulmánya gondolta újra Bourdieu hagyományát.

vagy a fogyasztásnak a kapitalizmus ellenmondásait újrastrukturáló hatásmechanizmusát fejtik meg Marshall Sahlins és Michel de Certeau most bemutatott szövegeire hivatkozva (lásd például Miller 2005 [1994]).

Marshall Sahlins – a fogyasztással kapcsolatos közgazdasági előfeltevések felülvizsgálata

A XX. század első kétharmadában a fogyasztás kutatása a közgazdaságtan felségterületének számított, és elsősorban a fogyasztói magatartást szabályozó racionális döntések elemzése szempontjából volt érdekes. Az elmélet szerint a fogyasztók olyan termékeket választanak, amelyek maximális megelégedést nyújtanak számukra, ezért a termelőknek csak arra kell figyelniük, hogy ilyen termékeket hozzanak létre. A közgazdaságtan főárama, mely a felvilágosodás individualista és racionalista hagyományaira épült, feltételezi, hogy a fogyasztás egyéni döntésekből áll, a kulturális és társadalmi szempontok pusztán az egyéni mérlegelés és a racionális kalkuláció figyelembe vehető változóit képezik. Ezzel szemben minden olyan gazdaságtani iskola, a politikai gazdaságtantól a gazdaságszociológiáig, amely a gazdasági tevékenységek társadalmi beágyazottságát és morális meghatározottságait hangsúlyozza, rámutat arra, hogy az egyén fogyasztói magatartását különféle kulturális hatások és társadalmi folyamatok befolyásolják – akár ütköztetve is különböző, egymásnak ellentmondó racionalitásokat. A neomarxista és strukturális marxista kritika például azt emeli ki, hogy a modern társadalom tömegfogyasztóiként természetesnek vesszünk bizonyos fogyasztói döntéseket, és nem vesszük észre, hogy a kapitalizmus profitorientált logikája hogyan manipulálja vágyainkat és szükségleteinket. Ebbe a kritikai vonulatba tartozik bizonyos fokig Jean Baudrillard, aki a hatvanas és hetvenes évek fordulóján született szemiológiai elemzéseiben azt hangsúlyozta, hogy a fogyasztás tulajdonképpen nem egymástól független tárgyak, hanem a tárgyak jelentésteli rendszerének fogyasztása; és hogy a jelentések tömegmértű manipulálásán keresztül a fogyasztók valódi döntési szabadsága és kreativitása is korlátok közé szorul (lásd például Baudrillard 1987 [1968]).

A neomarxista megközelítésektől eltérő kritikát fogalmaztak meg azok az antropológusok, így például az amerikai Marshall Sahlins (ebben a blokkban) és a brit Mary Douglas, akik a közgazdasági gondolkodás több évszázados előfeltevéseit elemezték a kulturális antropológia felhalmozott ismereteinek tükrében. Mary Douglas egy közgazdással, Baron Isherwooddal közösen írott, az először 1978-ban megjelent *The World of Goods* (A javak világa) című kötetében a fogyasztás társadalmi beágyazottságát és a fogyasztói magatartás kulturális meghatározottságait hangsúlyozza.⁴ Azt, hogy a fogyasztás nem valamely áruban található érték kivonása a társadalmi körforgásból, hanem a társas viszonyok és normarendszerek *szimbolikus újratermelésének* módja, már Thorstein Veblen és mások is megírták, de talán Douglas volt az első, aki a fogyasztás különböző formáiban olyan *rituálékat* látott, amelyek a mindennapi élet megszervezésének idő- és térbeli rendjét alkotják újra. A fogalmi szinten létező rendképzetek és a tárgyak szimbolikus rendszerének kölcsönös megfeleltetése

⁴ A könyv „A javak használatának változatai” című harmadik fejezetének magyar fordítását lásd Douglas és Isherwood (2003).

a strukturalista antropológia megközelítését⁵ idézi, ám a javak kulturálisan kódolt használata lehetővé teszi azt is, hogy a fogyasztásukat tudatosan és aktívan alakító cselekvők maguk között új közösségeket hozzanak létre.

Marshall Sahlins gazdaságantropológiai írásaira nemcsak Baudrillard kapitalizmuskritikája hatott, hanem Douglashoz hasonlóan a strukturalista antropológia is. A francia kapcsolat hangsúlyosságát mutatja a *Replika* jelen tematikus blokkjába válogatott Sahlins-szöveg, amely már címében is egyfajta tisztelgés Claude Lévi-Strauss munkássága előtt.⁶ Az étkezési tabuk például értelmezhetők a strukturalista antropológia bináris oppozíciói, a kultúra alapját képező fogalmi ellentétpárok alapján: az ehető és a nem ehető dolgok közötti fogalmi megkülönböztetés kulturálisan meghatározott, és kultúránként különböző módon csoportosítja a növényeket és az állatokat – vagyis az ehetőség nem az étel belső tulajdonságaiból, hanem a kulturális kategóriákból adódik.

A hatvanas évek végére jellemző amerikai öltözködési szokások vizsgálatával Sahlins a korábban csak az egzotikus törzsi társadalmakban megfigyelhető jelenségek magyarázatában alkalmazott strukturális elemzést a modern kapitalista társadalomra vetíti, és ezzel megnyitja a fejlett nyugati társadalmakat is az antropológiai értelmezés előtt. Ez a lépés fontos mozzanata a hetvenes évek elején a kulturális antropológián belül formálódó paradigmaváltásnak is, amennyiben immár nem a kutatás *terepe* (az egzotikus vagy archaikus társadalmak), hanem *szemlélete* (kulturális relativizmus) és *módszere* (a kultúrának mint a cselekvés kontextusának a feltárása) válik a diszciplína sajátos megkülönböztető jegyév. A kapitalizmus kultúrájának relativizálása pedig lehetővé teszi azt, hogy a nyugati haszonelvű közgazdaságtan alapját képező racionális döntések elméletét a sok alternatíva közül csak egy lehetséges, kulturálisan meghatározott racionalitásra épüljön tekintsük. Ezt támasztja alá Sahlins egy korábbi írásában (Sahlins 1972) kifejtett állítása is, mely szerint az egyéni szabadságot korlátozó *szűkösség* zsidó-keresztény kultúrkörben elterjedt fogalmának és a *hatékony erőforrás-gazdálkodás* szűkösségből fakadó kényszerének nincs értelme egy – akár az erőforrásokkal való pazarlást is megengedő – természeti és kulturális környezetben (például Fiji szigetén, de akár a busmanok között sem). Azaz elmondhatjuk, hogy a nyugati közgazdasági gondolkodás, akármennyire is hatásos világszerzte, mégis csak egy a sok kulturális értelmezési alternatíva közül.

Pierre Bourdieu – a fogyasztás strukturálása és a habitus

Míg Marshall Sahlinst elsősorban a szűkösség nyugati civilizációban elterjedt fogalmának, illetve a hasznosság közgazdasági elméletének a kritikája, illetve a fogyasztás kulturális meghatározottságai érdekelték, addig a szociológus Pierre Bourdieu számára a fogyasztásnak a társadalmi egyenlőtlenségek újratermelésében betöltött szerepe volt az érdekes. Sahlinshez hasonlóan azonban Bourdieu is épít a strukturalizmus elméleti alapjaira, sőt korai, az algériai kabilok között folytatott kutatásaira támaszkodó etnológiai munkái kimondottan a

5 Abban az értelemben, hogy a strukturalista antropológia egymástól elválasztja, majd egymásnak megfelelteti a fogalmi szint alapstruktúráját és a társadalmi viszonyok felépítményét.

6 Sahlins Lévi-Strauss *La pensée sauvage* (A vadak gondolkodása) című, sokak által a francia antropológus főművének tartott kötetéről van szó, mely a totemizmus vizsgálata révén a fogalmi és az anyagi világ közötti strukturális megfeleltetésekre hívja fel a figyelmet.

klasszikus strukturális antropológiai elemzést példázzák. A francia szociológiában is meg­lévő strukturalista tendenciáktól azonban ő a cselekvés és a gyakorlat fontosságának, sőt struktúraformáló szerepének hangsúlyozása irányában tért el.⁷

A fogyasztás kulturális jelenségeivel és intézményeivel kapcsolatos elemzéseinek kulcsfo­galma a *habitus*, amelynek különböző írásaiban számos definícióját adta attól függően, hogy honnét göngyölytette gondolatmenete fonalát. A mostani válogatás szempontjából az a meg­fogalmazás a releváns, amely szerint a társadalmi térben elfoglalt pozíciók és a léthelyzetek a mindennapi élet gyakorlata során bizonyos meghatározott beállítódásokat, cselekvési disz­pozíciókat generálnak. Mivel minden egyén többféle társadalmi térben, közben foglal el különböző helyeket, cselekvési diszpozícióinak sajátos együttese egy jellemző habitus kiala­kulását teszi lehetővé. A habitus fogalma egybegyűrja az egyénit és a tipikust: a beállítódások és cselekvési diszpozíciók viszonylatában egyrészt lehetővé teszi a léthelyzetek egyénenként eltérő realizálásait, másrészt kifejezi a léthelyzetben rejlő meghatározottságok tipikus kü­lönbségeit is. Habitusáról felismerhető az egyén, aki ugyanakkor ezáltal tipizálható is.

Bourdieu a fogyasztás kulturális gyakorlatát az *ízlés* fogalma segítségével elemzi. „A habi­tus alapjául szolgáló két képesség, vagyis a gyakorlatok és osztályozható produktumok előál­lításának, valamint a gyakorlatok és produktumok megkülönböztetésének és értékelésének képessége (vagyis az ízlés) között fennálló viszony jelöli ki az ábrázolt társadalmi világot, vagyis az *életstílusok terét*” (Bourdieu 2010 [1979]: 50, kiemelés az eredetiben). Az ízlés tehát különbségtétel, melynek segítségével a dolgok (tevékenységek és azok termékei) minőségi­leg megkülönböztethetők egymástól. Ennek eredményeként a léthelyzetek közötti objektív különbségek és a dolgok közötti szimbolikus különbségtételek egymást leképezik: leegyszerűsítően fogalmazva, az osztálykülönbségek az életstílusok különbségein keresztül nyilván­ulnak meg. A társadalomban elfoglalt pozíciók terének és az életstílusok terének kölcsönös megfeleltetése, összecsúsztatása révén világossá válik, hogy bizonyos társadalmi csoportokat milyen jól megkülönböztethető életstílus és ízlés jellemez. Bourdieu empirikus elemzésében mindezeket a fejtegetéseit úgy támasztja alá, hogy az életstílusokat fogyasztási szegmensekre bontja: italok és ételek, komolyzene és művészetek, rádióállomások, újságok és folyóiratok fogyasztási szokásai szerepelnek a változók között – egyszóval a *kultúrafogyasztás* dimenzióit vizsgálja.

Bourdieu arra a következtetésre jut, hogy a fogyasztási szokások mindennapi, rutinszerű újratermelésén keresztül az emberek maguk erősítik meg a társadalom szimbolikus teré­ben elfoglalt helyüket, osztályhelyzetüket. Ugyanakkor Thorstein Veblen követőjeként azt is elismeri, hogy a hatalmon lévők határozzák meg az ízlés kánonjait: ők hozzák létre az ízlés főáramát, a domináns esztétikát. Mindebből az következik, hogy az ízlés hatalmi kérdés is, hiszen nem minden léthelyzet ad egyenlő lehetőséget az ízléssel kapcsolatos vélemények hatásos megfogalmazására, a dolgok nem minden megkülönböztetése képes egyenlő súllyal alakítani az életstílusok terét. A hatalom fogyasztói kultúrára és a mindennapi élet fogyasztói döntéseire gyakorolt hatásának vizsgálata pedig, más-más módon, jellemző Michel de Certeau és Jackson Lears megközelítésére is.

⁷ A kabilok között végzett antropológiai terepmunka anyagát Bourdieu több körben is feldolgozta, és az egyik magyarul megjelent, az algériai parasztok időfelfogásáról és időkezelési attitűdjeiről szóló tanulmánya jól mutatja, hogyan jutott el a kozmológiai rendeket feltáró strukturális elemzéstől a mindennapi élet gyakorlati megszervezésének vizsgálatáig (Bourdieu 1990 [1976]).

Michel de Certeau – a fogyasztás mint ellenállás

A fogyasztással foglalkozó szövegek között felszabadító hatású de Certeau írása. Nem, nem a közérthetősége miatt. Lacan tanítványaként de Certeau elsajátította azt a stílust, amit méltán irigyelnek az angolszász, megértésorientált írásmód kényszere alatt felnőtt szerzők. Ahogy Lacan jellemezte ezt a közlésmódot: „Van valami aberráltság abban az ötletben, hogy beszéljek úgy, mintha idiótáknak kellene megérteni engem. (...) Ne gondolják, hogy a nagyközönségnek beszélek. Azokhoz beszélek, akik hozzáértők, a nem-idiótákhoz, a feltételezett analitikusokhoz” (Lacan 1990 : 3).⁸ Ha túltesszük magunkat azon, hogy esélyünk sincs az írás valamennyi asszociációját, utalását, szándékos vagy szándékolatlan kétértelmű megfogalmazását megérteni, akkor egy olyan olvasói kalandban lesz részünk, ami felszabadítóan hathat a gondolkodásunkra. Hiszen ez az egyik, ha nem is a fő célja valamennyi posztstrukturalista írásnak, és de Certeau láthatóan megküzd azért, hogy az övé is ezekhez tartozzon. Az elemzés egy darabig a strukturalista megközelítés jól ismert mezsgyéjén halad, előkerül a nyelv és beszéd közötti saussure-i megkülönböztetés, mint unalomig ismert analógia, de aztán szétfeszül, sőt szétrobban ez az elemzési keret, a nyelvészeti hasonlatokat felváltják a hadtudományiak: stratégiák és taktikák kerülnek egymással szembe, csapások és ellencsapások különbségei fogalmazódnak meg. Végül persze de Certeau is feladja azt a strukturalista célt, hogy a különböző taktikák szépen rendszerbe illeszkedő szemiotikáját megalkossa, s pusztán a fogyasztás hétköznapi gyakorlatának megértéséhez keres szempontokat. És miközben eláraszt minket a metaforacunami, lassan kialakulhat az a gyanúnk, hogy szerzőnk játszik velünk: ezen szöveg értelmezésekor pontosan azt a felhasználói, taktikai, szétolvasói attitűdöt kell elsajátítanunk, amelyről maga a szöveg szól.

De Certeau szövegének a kivételessége abban áll, hogy a fogyasztásra nem úgy tekint, mint az elemzők döntő többsége: nem a fennálló társadalmi viszonyok további fennmaradásának eszközeként, hanem az ellenállás terepeként azonosítja. A fogyasztó nehezen beilleszkedő bevándorlóként él a hatalmi stratégiák rendszerében, és használati taktikáival átértelmezi azt: a stratégiai szándékokat szétolvasva saját világot alkot belőlük. A hatalom mindenütt jelenvalóságának Foucault-i tétele megkapja de Certeau-tól az ellenállás mindenütt megszülethetőségéről szóló ellenpárját. A kritikai kultúrakutatás fentebb hivatkozott szövegei azt mutatják, hogy konkrét elemzéseket is inspirál ez a fajta megközelítés: a populáris kultúra, a fogyasztás, a szabadidős tevékenységek, a szubkultúrák vizsgálata során a kritikai kultúrakutatás képviselői ott is ellenállásra, közvetett vagy közvetlen hatalmi működéssel szembeni harcra lelnek, ahol mások szimplán ízlésbeli eltérést találnak (vö. Ang 1995 [1993]; During 1995 [1993]; Hebdige 1995 [1979]).

Adódik az összehasonlás Bourdieu hasonlóan strukturalista kiindulású elemzésével is. Ahogy a habitus, úgy a taktikák sem értelmezhetőek az egyéni cselekvők tudatos döntései felől, a módszertani individualizmus számára hozzáférhetetlenek, hiszen reflektálatlan kulturális hatások is befolyásolják. Ugyanígy kibicsaklik az intézményi megközelítés. És pontosan ez, az egyéni és az intézményi szint közötti hatótényezők világa, ami mind Bourdieu-t, mind de Certeau-t igazán érdekli. Csak amíg Bourdieu elemzésében a játéktér rögzített, a marxi osz-

8 Unoka Zsolt fordítása.

tályelméletből adódó társadalmi helyzetben a szereplők önállósága arra korlátozódik, hogy miként sajátítják el a világukat, addig de Certeau-nál a társadalmi struktúra kényszereit is át lehet írni a stratégiákkal szembenelő taktikákkal.

Jackson Lears és a fogyasztás második forradalma

Míg a fenti három szerzőt a fogyasztásnak alapvetően a társadalmi-hatalmi rendszer fenntartásában, illetve megkérdőjelezésében betöltött szerepe foglalkoztatta, a történész Jackson Lears itt közölt szövege a fogyasztói társadalom kialakulását vizsgáló, annak okait feltáró tudományos vitába illeszkedik. A társadalomtörténész és szociológus Campbellhez hasonlóan, aki a weberi mintát követve a protestáns etikának és a romantikus étosznak a felemelkedő polgárság fogyasztói szokásaira gyakorolt hatásait vizsgálta, Lears is az étosz változásában látja a fogyasztói kultúra kialakulásának kulcsát. Ő azonban egy sajátos amerikai századfordulós étosz, az általa „terapeutikus étosznak” nevezett jelenség beazonosítására és megfogalmazására építette az 1981-es *No Place of Grace: Antimodernism and the Transformation of American Culture, 1880–1920* című könyvében⁹ megírt reklámtörténetét.¹⁰ Weber nyomán Lears abból a későbbi campbelli elemzéshez képest leegyszerűsítőnek tűnő, a protestantizmus különböző irányzatait azonosnak tételező alapállításból indul ki, hogy „az önmegtartóztatás révén megváltást ígérő protestáns etika átadta helyét az önmegvalósítást hangsúlyozó terapeutikus étosznak. Ez az étosz majdhogynem megszállottan hirdette a hangzatos fogalmakkal megragadott lelki és fizikai egészség eszméjét” (Lears 2010 [1983]: 110).

Nem bízza az olvasóra az alapfogalom, az étosz meghatározását, hanem gondosan megkülönbözteti a hasonló funkciót betöltő kulcskategóriáktól, elsősorban a Gramsci által kidolgozott hegemoniától. Mindezt úgy igyekszik véghezvinni, hogy közben ne veszítse el a gramsci elemzés legnagyobb értékét, a hatalom működésének vizsgálhatóvá tételét: „Az uralkodó csoportok, mindenfajta összeesküvés nélkül, olykor eltérő célokat szem előtt tartva, folytonosan újjáformálják a domináns érzésvilágot, miközben többé-kevésbé saját, változó társadalmi élményeiket fejezik ki” (Lears 2010 [1983]: 111).

Ahhoz, hogy a terapeutikus étosz eluralkodhasson, a valótlan, a valóságtól való elszakadás érzetét kell fő fenyegetésnek beállítani, és ehhez három tényező egyszerre jelentkező hatása készíti elő a terepet. Az első és legfontosabb tényezőként a társadalomtudósok kedvenc hatóoka, az urbanizáció és ikertestvére, az iparosodás bukkan fel. Lears hatásosan mutatja be, hogy a modernizációnak ez a már szinte közhelyszerű szociológiai tétele Amerikában sajátos többlettartalommal töltődik fel: az amerikai alapító mítosz főszereplői, a földfoglaló, természetet igába hajtó pionírok hogyan adják át helyüket a tömegtársadalom társasági eseményein előnyösen megmutatkozó polgároknak. Ugyanakkor az autonóm személyiség normái lassabban változtak: az új polgárság az előző generációk életmódjához igazodó elvárásoknak nem tudott megfelelni, így egyre üresebbnek, súlytalanabbnak érezte magát, kapaszkodókat keresett. A második tényező, az időközben bekövetkező szekularizáció megakadályozta, hogy ez a kapaszkodó a vallás legyen. Végül a harmadik tényező jelölte ki az

⁹ A válogatásban olvasható írás ennek az összefoglaló tanulmánya.

¹⁰ Az amerikai fogyasztói társadalom kialakulásának kultúrtörténeti elemzéseiről, köztük a Jackson Lears és Richard Fox körül szerveződő történeti irányzatról lásd még Zentai (1996: 153–156).

egyetlen járható utat: az egyre erősödő piacgazdaság az igazi élet utáni sóvárgást a fogyasztás, a szórakozás legkülönbözőbb formáival elégítette ki. Mindezek együttesen hívták életre az új, terapeutikus étoszt, amely „nagyraoszt a modern személyiség dilemmáiban gyökerezett, de világias szemlélete a születőben lévő nagyvállalatok tulajdonosainak és menedzsereinek érdekét szolgálta egy újonnan formálódó kultúrában” (Lears 2010 [1983]: 117).

Lears könyve részletesen foglalkozik az 1900-as évek első két évtizedének legfontosabb áramlataival és alakjaival; lelki vezetők, pszichológusok, írók, társadalomtudósok és természetesen a reklámpiar szakemberei hogyan veszik rá az embereket arra, hogy az „egészség” és a „fejlődés” varázsfogalmi köré szerveződő életvezetési tanácsok szerint éljenek. És mint egy igazi weberiánus elemzés, Lears fejtegetése is arra a végkövetkeztetésre jut, hogy a terapeutikus étosz a kinyilatkoztatott céljaival szöges ellentétben álló eredményhez vezet. Miközben a kapitalizmus egyre erősödő racionalizmusával szemben a „valódi” élet élményét, a kiüresedett polgárság szellemi és érzelmi újratöltekezését ígerte, valójában nagyon is a kapitalizmus egyre kiterjedtebb, az üzleti racionalitás szemléletét általánosító, normalizáló működését alapozta meg.

Mindennek a reklámpiar kialakulása és működése a legszebb példája, ezért Lears ezt vizsgálja esettanulmányyszerűen a legrészletesebben. Természetesen a reklámszakma intézményesülésének történetét nem Learstól fogjuk megtanulni, a konkrét eseményekkel és jelenségekkel való pepecselés nem az ő asztala, sokkal inkább a terapeutikus étosz működéséhez keres illusztrációkat, és természetesen meg is találja azokat. Ugyanakkor pontosan ezzel tudja megragadni a modern fogyasztás forradalmi változásának lényegét. Ha a Campbell által bemutatott elemzést elfogadjuk, és elhisszük neki, hogy a XVIII. század második fele a modern hedonikus fogyasztó romantikus étoszba pácolt kialakulásának forradalmi időszaka, akkor Lears elemzését követve a XIX–XX. század fordulóját tekinthetjük a terapeutikus étosz hatására burjánzó fogyasztói vágyakat manipuláló, fogyasztásra serkentő intézmények (reklámpiar, marketing) kialakulása forradalmának.

A strukturalizmustól a kulturális fordulat felé

A tematikus blokkban közölt írások első megközelítésre heterogén képet mutatnak. A kulturális antropológia (Sahlins), a szociológia (Bourdieu), a kritikai társadalomelmélet (de Certeau) és a társadalomtörténet (Lears) egy-egy képviselőjétől válogatott tanulmányok mégis hasonlóképpen jelzik azt a paradigmaváltást, amelyben a társadalom működését és a társadalmi viszonyok újratermelődését alapvetően meghatározónak tekintett *termelést* központba állító megközelítéseket felváltotta a *fogyasztás* kultúraformáló hatásainak elemzése.

Sahlins és Bourdieu írása megmutatja azt az utat, ami a társadalmi jelenségek elemzésének strukturalista megközelítéseitől a kulturális meghatározottságok vizsgálatáig tart. De Certeau fejtegetésének kiindulópontjában is megfigyelhető a strukturalista hatás, melyet azonban nem a kultúra cselekvést befolyásoló kereteinek, az étosznak a feltárása irányába bont le, hanem az egyéni cselekvésben mutatja ki a hatalommal szembeni ellenállás taktikai mozzanatait. Tagadhatatlan ugyanakkor, hogy a hatalmi stratégiákkal és a kulturális főáramokkal szembeni taktikai ellenállás nem csak atomizált lehet, hanem hatására szubkultúrák is szerveződhetnek, így de Certeau elméleti megközelítésének is létezik kulturalista olvasata.

Bourdieu és de Certeau tanulmányai a társadalmi gyakorlat elemzésének két különböző szemléletét képviselik: míg előbbinél nagyobb hangsúly helyeződik a társadalmi egyenlőtlenségek strukturált rendszereinek kulturális újratermelődésére, addig de Certeau nagyobb szabadságfokot ad az egyéni olvasatok, értelmezések, használatok számára – melyek lehetőséget teremtenek akár a strukturális kényszerek között lavírozó taktikai, esetenként fel-forgató egyéni gyakorlatok kialakítására is. Noha Lears társadalomtörténeti munkája leginkább Campbellnek a *Replika* korábbi számában megjelent tanulmányaival vethető össze, a hatalom fogyasztói kultúrára és a mindennapi élet fogyasztói döntéseire gyakorolt hatásának vizsgálata tekintetében adódik az összehasonlítás Bourdieu és de Certeau itt közölt írásaival is.

Végül természetesen Sahlins és Lears tanulmányaiban is találhatunk kölcsönös áthallásokat, és nem csak azért, mert mindkét írás az amerikai fogyasztói társadalom történetének két különböző korszakával foglalkozik, hanem azért is, mert az étosz Webernél, Campbellnél, Learsnél használt fogalmának és a kulturális antropológia Geertz és Sahlins által képviselt kultúrafogalmának jelentéstartománya alapvetően egybevág.

Hivatkozott irodalom

- Ang, Ien (1995 [1993]): A Dallas és a tömegkultúra ideológiája. *Replika* 17–18: 201–214.
- Baudrillard, Jean (1987 [1968]): *A tárgyak rendszere*. Budapest: Gondolat.
- Benda Gyula és Szekeres András (szerk.) (2007): *Az Annales. A gazdaság-, társadalom- és művelődéstörténet francia változata*. Budapest: L'Harmattan.
- Biersack, Aletta (1989): Local Knowledge, Local History. Geertz and Beyond. In *The New Cultural History*. Lynn Hunt (szerk.). Berkeley: University of California Press, 72–96.
- Bourdieu, Pierre (1990 [1976]): Gazdasági gyakorlat és idő. In *Időben élni. Történeti szociológiai tanulmányok*. Gellériné Lázár Márta (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó, 48–59.
- Campbell, Colin (1987): *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Campbell, Colin (1996 [1987]): A 18. századi angol fogyasztói forradalom okai. *Replika* 21–22: 99–115.
- Campbell, Colin (1996 [1987]): A modern fogyasztói étosz rejtélye. *Replika* 21–22: 117–137.
- Douglas, Mary és Baron Isherwood (2003 [1978]): A javak használatának változatai. In *A kultúra szociológiája*. Wessely Anna (szerk.). Budapest: Osiris–Láthatatlan Kollégium, 150–159.
- During, Simon (1995 [1993]): A kritikai kultúrakutatás történetéről. *Replika* 17–18: 157–180.
- Geertz, Clifford (1994 [1973]): Sűrű leírás. In *Az értelmezés hatalma. Antropológiai írások*. Budapest: Századvég, 170–199.
- Hebdige, Dick (1995 [1979]): A stílus mint célzatos kommunikáció. *Replika* 17–18: 181–200.
- Lacan, Jacques (1990): *Television*. New York: W. W. Norton.
- Miller, Daniel (2005 [1994]): A fogyasztás mítoszai. *Replika* 51–52: 239–256.
- Sahlins, Marshall (1972): The Original Affluent Society. In *Stone Age Economics*. Chicago: Aldine-Atherton, 1–39.
- Simmel, Georg (1973 [1904]): A divat. In *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Budapest: Gondolat, 473–507.
- Veblen, Thorstein (1975 [1899]): *A dologtalan osztály elmélete*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Vester, Michael (2008 [1998]): Osztálytársadalom osztályok nélkül. *Replika* 64–65: 79–113.
- Vörös Miklós és Nagy Zsolt (1995): Kultúra és politika a mindennapi életben. *Replika* 17–18: 153–156.
- Vörös Miklós (1996): Fogyasztás és kultúra. *Replika* 21–22: 77–79.
- Weber, Max (1982 [1905]): *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*. Budapest: Gondolat.
- Zentai Violetta (1996): A fogyasztás kultúrája és a történelem. *Replika* 21–22: 139–159.