
Kuczi Tibor

A hazai szociológia egyik fő állítása a hetvenes-nyolcvanas években az volt, hogy a hivatalos ideológia közösségi értékeket hangsúlyozó valóságképevel szemben a magyar társadalom valójában individualizált, racionális, érdekkövető egyénekből áll. A szakirodalom és a publicisztika a magatartás meglétét, működését főként a második gazdasággal illusztrálta.

A szociológiai közgondolkodás a második gazdaságnak tényleges ökonómiai súlyát meghaladó jelentőséget tulajdonított: a leszorított, gyakran az illegalitásba kényszerült polgárosodást szimbolizálta. Azt jelentette, hogy a hatalom minden törekvése ellenére sem tudja ellenőrzése alá vonni az egyéni viselkedést, mivel az emberek nem azonosulnak a kollektivistikus értékekkel, hanem a saját érdekeiket követik. Az önérdék, az önzés ebben az értelmezési klímában heroizálódott, legalábbis megnemesedett. A háztájiók és kiskerttulajdonosok, kisiparosok és a fusizók anyagi gyarapodásukkal a maguk módján szabadságharcukat vívták az államszocializmussal szemben. A polgár — marxi értelmezés szerinti — kettősségből a burzsoá magasztalódott fel a citoyennel szemben.

Ma viszont a "magántulajdon", a "piac" fogalmak a hivatalos ideológia részévé váltak, s ezzel a racionális érdekkövetés, az önzés elveszítette a szembenállás pátoaszát. A valóság értelmiségi interpretációjában a burzsoá szó kezdi visszanyerni azt a jelentését, amely Marxtól származik. Különösen a humán értelmiség érzi a bőrén, hogy a kollektív értékek — főként ha ezek a magaskultúra jelrendszerében fejeződnek ki — és a piaci érdekek nem egyeztethetők össze; a racionálisan kalkuláló, egyéni-gazdasági érdeket követő ember nem versfogyasztó. Ennek következtében a "polgár" kifejezés használatmódja eltolódik a citoyen jelentéstartományára felé. Ez utóbbival azonosítódik a "polgár" fogalma.

Úgy tűnik, hogy a "polgár" hetvenes-nyolcvanas évekre jellemző ideologikus használatmódját (azaz a fennálló kritikai leírását) az önzés utópikussá nemesített pozíciójából ma egy másik, szintén ideologikus használatmód váltja fel. Ezek magva viszont a *polgár* múlt századi jelentése, amely szabadversenyos gazdaságot feltételez, illetve a versenyben szembenálló, önző emberek politikai és kulturális integrációját. A gazdaság világában való részvétel valami részlegest, esetlegest valósít meg, a politika, a nyilvánosság ezzel szemben egyének (és csoportok) felett állót, a nemzetit, vagy az összemberit testesíti meg.

.....

A "polgár", "polgárosodás" fogalmak elkerülhetetlenül magukban hordják a múlt században gyökerező dichotómiát: az individualitás és kollektivitás szembeállítását; az embernek mint gazdasági aktornak (vállalkozó) és politikai személyiségnek (állampolgár) a kettős-ségét. Ha ezeket használjuk a jelen értelmezésére, akkor ebbe belevetítjük a 19. század önértelmezését, illetve az erre vonatkozó utópikus elvárásainkat; a szociológia leíró értelmező funkciója helyett ideologikussá válik.

Véleményem szerint a ma zajló változások nem azon a törésvonalon haladnak, amelyet a "polgár", "polgárosodás" szavak kijelölnek. A múlt század klasszikus modelljétől eltérően manapság *nem* a "polgár" szó jelentésmezőjében értelmezhető integrációk, identitások formálják a társadalmat, mivel a kulturális és szimbolikus integrációk új rendszere van létrejövésben. Megszűnik talán az egyes és az általános szembenállása (még akkor is, ha ez ma nyilvánvaló politikai kifejezésformát kap), és a különösségek világa alakul ki. Elég a menedzserkurzusokra, vállalkozásképző tanfolyamokra gondolni, ahol nemcsak technikai ismeretet adnak át, hanem az önmegjelenítésnek, a viselkedésnek, a világról való vélekedésnek egy új filozófiáját is, ahol olyan új integrációt kreálnak, mely sehogyan sem fér bele a burzsoá — citoyen (egyes—általános) dichotómiába. De gondolhatunk a reklámokra is, amelyek — közismert dolgot mondok — nem pusztán egy árucikk eladását segíthetik, hanem az állampolgári általánosság helyébe új részuniverzumokat teremtenek. Nem úgy szólítanak meg bennünket a nyilvánosságban, hogy "polgártársak", hanem ezt halljuk naponta: "Ha én Mazda lennék...". Ezt a reklám sugallta feltételezést nem tudom elhárítani, ha a polgárosodásról gondolkodom.