

Zentai Violetta

# A fogyasztás kultúrája és a történelem

## „Méltányos” érdeklődés

A fogyasztás iránt mutatkozó élénk társadalomelméleti és társadalomtörténeti érdeklődés részévé vált annak a szélesebb vitának, amely a kapitalizmussal szembeni bizalom és gyanakvás érveinek újragondolását jelentette a hetvenes évek végétől kezdődően. A nyugati típusú kapitalizmus ugyanis, amelyet a fogyasztás nem szűnő vágya és egyre bővülő intézményei jellemeznek, minden kisebb és nagyobb válsága ellenére virágozik; a kinyilvánított fenntartások ellenére mind vonzóbb, de legalábbis elfogadható modellé válik a világ legkülönbözőbb pontjain. A nyugati világ társadalomtudományi gondolkodásában végbement paradigmaváltások újabb ösztönzést adtak a fogyasztás jelenségeinek beható vizsgálatához. A különféle gyökerekből táplálkozó posztstrukturalista kísérletek az emberi vágyaknak és a fogyasztói kultúra fogalmának olyan, új értelmezési lehetőségeit vetették föl, amelyek nem mindig illenek a liberális értékrendbe és a kurrens magyarázati sémákba. És megfordítva, a fogyasztás címélyültebb vizsgálata is táplálta azt a vitát, hogy a nyugati világ jellemzésekor vajon lehet-e, kell-e egy új, posztmodernnek, posztindusztriálisnak, posztfogyasztóinak nevezhető korszakról beszélni.

A fogyasztás kritikai magyarázata ugyanakkor nem a közelmúlt terméke, hanem egyidős a társadalom- és morálfilozófiai gondolkodással. Az Arisztotelész-től a középkori skolasztikán, a reneszánszon és a felvilágosodáson keresztül a modern filozófiáig vezető úton minden korszak és befolyásos irányzat megalkotta a maga téziseit az anyagi világ gyarapításának, a gazdagságnak és a fogyasztásnak az erkölcsi következményeiről és kívánalmairól. Bár ezen elméletek többsége nem a ma megfigyelhető fogyasztói bőség és aktivitás közepette formálódott, a bennük

megfogalmazott aggódalmak – és ritkábban remények – túlnőttek az aktuális korszak társadalmi és politikai diskurzusain.<sup>1</sup> A kritikai gondolkodást a huszadik század nagy társadalmi és politikai válságai, kataklizmái is serkentették, amelyekben a kívánatos társadalmi és politikai rendről, a jó életről alkotott fogalmak rendültek meg és születtek újjá. A század második felében pedig a tömegkultúra és a tömegfogyasztás illúziókat leromboló valósága vált megkerülhetetlen tapasztalattá a megfigyelő számára. Szembeötlő, hogy a kapitalizmus mértéktelen szerzésvágyára irányuló kritikával szemben alulmaradtak azok a gondolatok, amelyek a fogyasztásban a társadalom demokratizálódásának, az emberi élet teljesség és szabaddá tételének zálogát látták.<sup>2</sup>

A kritikai gondolkodás hagyománya mellett a fogyasztás, a fogyasztói társadalom teoretikus magyarázatának igénye sem új keletű vállalkozás, sőt e kettő a múlt század végéig természetes módon összekapcsolódott. Az önállóodás útjára lépő közgazdaságtan és szociológia korai művelői már a kapitalizmus, vagy ha úgy tetszik, a polgári társadalom szervező elveit, struktúráit akarták magyarázni; a jelesebb munkák így tartózkodni kezdtek a nyílt morálfilozófiai ítéletektől. Amikor a termelés-központú polgári étosz a nyugati világ mind több társadalmában átadni látszik a helyét egy fogyasztásközpontú társadalmi gyakorlatnak, a klasszikus társadalomelmélet olyan alapmunkái születnek meg, mint Weber *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*, Veblen *A dologtalan osztály elmélete* és Simmel *A pénz filozófiája* című kötete.

Az említett klasszikus szerzők ugyanakkor azért is fontosak, mert a hetvenes évek végétől kibontakozó fogyasztáskutatási vizsgálódások egyik alapgondolata az, hogy a fogyasztás a termeléstől részben független univerzum. Ehhez a megközelítéshez ad muníciót a kulturális antropológia, a kritikai kultúrakutatás és a legújabb társadalomtörténeti irodalom bizonyos része, amennyiben a tárgyak és cselekedetek szimbolikus tartalmát, az anyagi világhoz és a társadalmi szituációkhoz kötődő jelentések formálódását elemzi, és a személyes és kollektív identitás jelentőségét hangsúlyozza a társadalmiszerveződés mechanizmusaiban. Röviden, a kulturális folyamatok és gyakorlatok viszonylagos autonómiáját vagy éppen meghatározó jelentőségét mutatják meg a gazdasági és politikai viszonyok mellett vagy velük szemben. Ebben a megvilágításban a fogyasztás társadalmi, politikai és kulturális gyakorlatok együttese, amelyet valamilyen társadalmi étosz, értékrend vagy ideológia legitimál és inspirál.

A közelmúlt fogyasztáskutatása tehát sokféle diszciplínát mozgósított, rendelt egymás mellé, készített tudományközi határokat átlépő vizsgálódásokra. Számos kortárs szerző szerint (például Agnew 1993; Bocock 1993) a fogyasztói társadalom kialakulásának társadalmi és morális következményeit vizsgálva az 1970-es és 1980-as években előtérbe került egyfajta „méltányos” álláspont. A „méltányos” érdeklődés diskurzusaival egy időben azonban rögtön életbe lépett a megértéssel szembeni kételkedés, vagyis a gyanú dekonstrukciójának dekonstrukciója. Ennek ellenére bátran állíthatjuk, hogy az elmúlt két évtizedben a fogyasztásról szóló elméletek árnyaltabbá váltak, az aggo-

dalom udvariasabb kifejezőmódokat talált, és újabb értelmezési dimenziók nyíltak meg a fogyasztás kutatásában.

Ez az írás olyan historiográfiai irányzatok bemutatására vállalkozik, amelyek a fent jellemzett kultúrák központú megközelítés mellett kötelezték el magukat. A terebélyesedő fogyasztáskutató irodalomból olyan munkákat és kritikákat emel ki, amelyek pregnáns példái vagy ellenlábai valamely karakteres értelmezésnek. Az elemzés kizárólag az angolszász történettudományt tekinti át, amely a klasszikus fogyasztás- és kapitalizmuselméletek megkérdőjelezése, a történettudomány posztstrukturalista kritikája és egyéb – itt most nem elemzett – okok miatt meghatározó jelentőségű a fogyasztás problémájának társadalomtörténeti elemzésében.

## Járt és járatlan utak a történeti elemzésben

A fogyasztás csak a legutóbbi idők óta kedvelt önálló kutatási téma a társadalom- és kultúrtörténet berkeiben. Korábban a kapitalizmus, a piac, az áru- és pénzviszonyok, a kizsákmányolás, a gazdagság, a modernitás vizsgálata, másrészt a család, a háztartás, a mindennapi élet és a művészetek tanulmányozása foglalta magában a fogyasztás formáinak kutatását. Ez utóbbi pályákon keresztül jutott el az angolszász társadalom- és kultúrtörténet azokhoz a megközelítésekhez, amelyek közvetlenebb érdeklődést mutattak a fogyasztás jelenségei iránt, és elkötelezetten igyekeztek eligazodni a kultúra, a viselkedési szabályok és az emberi vágyak kapcsolatának irodalmában. Azt mondhatjuk, hogy a fogyasztás közelmúltbéli értelmezése az eszmetörténet, kultúraelmélet és társadalomtörténet intenzívebb kapcsolatára épül, amely időnként magához engedi a gazdaságtörténet azon munkáit, amelyek nem tartják maguktól értetődőknek a kereslet és kínálat közgazdaságtani racionalitáson nyugvó törvényszerűségeit.

Az angol kapitalizmus klasszikus modellje szerint a technikai fejlődés és az ipari manufaktúrák a korábbi termelési struktúrákkal való radikális szakításhoz vezettek. E fejlődés azután a fogyasztási cikkek soha nem látott bőségét eredményezte, és egy második, immár fogyasztói forradalmat indított el; vagyis a fogyasztás eredetét a kínálat bővülésében kell keresni. A közelmúlt gazdaságtörténeti munkái (Schammas 1990, Thirsk 1978) azonban azt bizonyították, hogy kisebb és lokális fogyasztási piacok már léteztek az ipari forradalom előtt is. De a statisztikai tényeknél nyugtalanítóbbnak tűnt az a paradoxon, hogy miként fogadta el az angol és a németalföldi puritanizmus a fokozatosan bővülő és mind intenzívebbé váló fogyasztás és anyagi gyarapodás tényét. Weber aszkézis-tétele csak csekély meggyőző erővel volt képes magyarázni a fogyasztás legitimitását. A protestáns etika által diktált aszketikus életvezetés bátorította az evilági, hivatás szerint végzett munkát, megengedte a birtoklás természetes élvezetét, a profitésélyek latolgatását, és még a munka jutalmául megszerzett gazdagságot is; de megvetette a hivalkodó fogyasztás minden formáját (Weber 1982).

A weberi elmélet kritikája során megfogant történeti magyarázat két típusát szokták megkülönböztetni (Agnew 1993: 23–24). Az egyik úgy érvel, hogy a nemzetközi kereskedelem és áruforgalom hatására a feltörekvő polgárság egyszerre tulajdonított fontosságot a megtakarításnak és a pénzköltésnek, egyszerre hódolt az aszkézis követelményeinek és a hedonizmusnak (Mukerji 1983; Braudel 1985). A másik magyarázat egy adott ország belső piacán sajtószertűen kibontakozó keresletben látja a fogyasztás motorját (Thirsk 1978; McKendrick 1982). Bár ennél árnyaltabb tagolást alkalmazunk majd, hozzátehetjük, hogy megjelölhető egy harmadik típus is, amely aszkézis és pénzköltés kényes egyensúlyának morális és kulturális legitimitációját értelmezi egy adott ország kultúrájában (Schama 1987). A weberi tézisek érvényességében kételkedők mindenesetre szakítottak azzal a rejtejt morális

1 A fogyasztást elemző modern kritikai elmélet két fontos, még ma is befolyásos irányzatát az angol konzervatívizmussal Carlyle-től Orwellig ívelő vonulata és a baloldali eszmék Marxszal kezdődő és a Frankfurti Iskolában kiteljesedő iskolái adják. Sokak szemében e két irányzat a fogyasztással szembeni, az antikvitásban gyökerező ellenszenv eltérő ideológiai kódolású aktualizálása (Agnew 1993: 20).

2 A század elején a gazdaság fejlődése, a fizetések emelkedése azzal a reménnyel kecsegtetett még a kontinensen is, hogy mind szélesebb rétegek számára válik elérhetővé a bőség, a szabadidő növekedése, a jólét. A szabadidő demokratizálódása azonban két ellentétes koncepciót rejtett: a nem piaci alapú, nem öncélú fogyasztás, az emberi kiteljesedést célzó szabad tevékenység gondolatát és a fogyasztás és a bőség teljes körű kiterjesztésének és szabadságának elvét. Az optimista elméletek bíztak abban az antropológiai előfeltevésben, hogy az ember mind több szabadidőre vágyik. Ehelyett azt kellett tapasztalniuk, hogy a fogyasztási javak határtalan bősége a „sok munka, sok fogyasztás” kultúráját teremtetten meg (Cross 1993: 3–14).

ítélettel is, amely szerint a fogyasztás térhódítása eltérítette a polgárt a produktív termelőmunkán alapuló étosztól (Tierstein 1993).

Mind a weberi elméletben, mind annak kritikájában megmutatkozik, hogy a fogyasztói társadalom eredetének problémája természetesen összekapcsolódik az emberi cselekedetek motivációinak kutatásával. A kortárs történeti irodalomban a fogyasztás mögött keresendő motivációkat vizsgáló elméletek négy axiómára támaszkodnak. Az első azt mondja, hogy a fogyasztói vágyak olyan, az emberi nemre jellemző szükségletekből táplálkoznak, amelyek minden társadalomban egyaránt fellelhetők. Ilyenfajta érvelés tiszta formában ritkán fordul elő. A második axióma Veblen társadalomfilozófiai tételeit tükrözve a másokkal való versengésben látja az emberi vágyak forrását. Noha a történészek általában önálló teóriaként kezelik a vebleni gondolatot, tulajdonképpen az első axióma egy speciális változatával állunk szemben, amely a versengést az emberi lényeg részének tekinti. A harmadik axióma az uralkodó normák, értékrend, étosz által megformált emberi motivációkat hirdeti, ennek klasszikus formája a weberi elmélet. A negyedik szerint pedig tudatos kínálatnövelő erők alakítják a fogyasztási vágyakat – ez a tétel a Frankfurteri Iskola és számos marxista megközelítés sajátja. Mint majd látni fogjuk, ezek az axiómák általában valamilyen kombinációban jelennek meg a történeti munkák érvéskésztésében.

Az elmúlt két évtizedben ismertté vált új megközelítések szakítani szeretnének bizonyos értelmezési tradíciókkal és módszerekkel, elfogadott társadalomelméleti alapvetésekkel és morális meggyőződésekkel. Az elszakadás, továbblépés vágya azonban adott keretek között értendő. A fogyasztáskutatás fellendülésével nagyjából egyidős, legújabb történetfilozófiai kritika kíméletlenül bírálja az értékmentesség és objektivitás doktrínáját, de gyakran még a hermeneutikai megértés lehetőségét is kétségbe vonja. Bár a pozitivizmus már nem feltétlenül kötelező, a társadalom- és kultúrtörténet művelői még mindig hisznek az érték- és érdekmentes tudomány lehetőségében, a körültekintő módszerrel feltárt igazságokban. A narratív igazság Hayden White által kimunkált teóriája és a transzferencialitás La Capra által elemzett problémája felhívta a figyelmet arra, hogy a történész a múlt jelenségeit jelentésekkel ruházza fel, és különféle fogalmakba szorítja be; majd jelentőségük szerint csoportosítva és meghatározott időrendbe foglalva őket történeteket, igazságokat konstruál (White 1981; La Capra 1985). A magyarázatok teremtik meg a történeti idő folyamatosságát, a biztonságosan felfogható kapcsolatot múlt és jelen között.<sup>3</sup>

Ezek a gondolatok egyelőre nem bizonyultak átütő erejűnek a társadalom- és kultúrtörténetben, noha vannak kivételek. Egyes új irányzatok, például az új historicizmus, önreflexív módon próbálják saját normáikat és kritikai álláspontjukat nyilvánossá tenni, mielőtt társadalomtörténeti vizsgálódásokba bocsátkoznának (Greenblatt 1990). Tisztában vannak azzal, hogy vizsgálódásaik rendszereket, egységeket, oksági kapcsolatokat létesítenek ott, ahol a történész valószínűleg esetlegességek sorozatával áll szemben. A de Certeau-féle komplex tudományos tevékenység egymás mellett gyakorol történetfilozófiát, társadalomelméletet és kultúrtörténetet, egyszerre próbál meg szétszedni hagyományokat, és valamit újraépíteni a helyükön (de Certeau 1984, 1988). Az angolszász társadalom- és kultúrtörténeti irodalom nagy része azonban óvatosabban keresi a haszontalan tradícióktól való elszakadás lehetőségét.

3 Ezeket az elméleteket részletesen tárgyalja Braun Róbert (1995) könyvének első fejezete.

## A fogyasztói vágyak eredete – az európai kontinens narratívái

A közelmúltban három narratíva született a fogyasztói társadalom eredetéről. Ezek a történeti elemzés háromféle útját jelenítik meg. Az eltérés több ponton is megragadható, közülük számunkra az alkalmazott kultúrakonceptió és a vállalt vagy megkérdőjelezett társadalomelméleti tradíció lesz a fontos. Mindhárom megközelítéssel kapcsolatban megállapítható viszont, hogy olvasóik – egyetértők és bírálók egyaránt – valamilyen szempontból eredetinek tartják őket.

### 1. McKendrick – a mérföldkő

Az elmúlt másfél évtized kritikus olvasói szerint McKendrick, Brewer és Plumb *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England* című munkája mérföldkőnek bizonyult a fogyasztás társadalomtörténeti kutatásában annak ellenére, hogy nagyobb az elégedetlenkedő bírálók száma, mint a lelkes egyetértőké. McKendrick és szerzőtársai azt állítják, hogy a 18. század angol társadalmi fogyasztói forradalmat élt át; az egy főre eső fogyasztás ugrásszerűen megnőtt az arisztokrácián kívüli társadalmi rétegekben is. „... [a] 18. század második fele a szerzés és költés olyan lüktetésének... a termelési és értékesítési technikák olyan robbanásszerű fejlődésének lett szemtanúja, melynek következtében a társadalom különféle rétegei korábban nem látott mértékben élvezhették a vásárlás örömeit...” (McKendrick, Brewer, Plumb 1982: 9). A könyv leszögezi, hogy megkezdődött valaminek a fejlődése, amit a *fogyasztói társadalom* fogalmával lehet megnevezni, megjelölte az időpontot és a helyet a történelemben, és kidolgozta e fejlődés okainak magyarázatát. A magyarázat azt a kérdést próbálja megválaszolni, hogy milyen erők formálták az állandóan bővülő és újratermelő fogyasztói vágyakat. A műről elismerően nyilatkozó kiemelik, hogy McKendrick és szerzőtársai példás munkát végeztek annak bemutatásában, hogyan hatott a kereslet növekedése a piaci viszonyok fejlődésére. A szerzők összekötötték a fogyasztási javakkal kapcsolatos vágyak születését az önmegvalósítás polgári értékeivel, s így a polgári értékek természetes folyamánának tekintették a fogyasztás kultúráját. Megközelítésük aláasta a termelés és fogyasztás dichotómiáját sugalló magyarázatok érvényességét, a termelő és fogyasztó polgár identitásának kettősségét (Tierstein 1993: 121–126).

A) A bírálók egyik csoportja, amely nem kételkedik történelmi trend, ok-okozati viszonyok kijelölésének lehetőségében, azt firtatja, hogy volt-e valójában fogyasztói forradalom, és ha igen, vajon akkor következett-e be, amikor a könyv szerzői állítják, végül pedig igazolható-e McKendrickék érvei a megnövekedett fogyasztási kedv okairól.

A gazdaságtörténet újabb, árnyalt módszereit alkalmazó történészek szerint a statisztikák segítségével igen nehéz lenne bizonyítani a fogyasztói forradalom megtörténtét. Az egy főre eső reálbérek ugyanis nem növekedtek a 17. század végi és 18. század eleji Angliában, bár a háztartások relatív vásárlóereje határozottan bővült. A vásárlóerő növekedését elvileg a női és a gyermekmunkának a családi jövedelemtermelésbe való intenzív bevonása segíthette, ez viszont már egy évszázaddal előbb megkezdődött. A háztartások életvitelében, a nemek közötti munkamegosztásban történt változások valóban átrendezték a család vásárlóerejét és hajlandóságait, de nem forradalmi módon, és nem akkor, amikor McKendrickék állítják (Jan de Vries 1993). Más gazdaságtörténészek úgy vélik, hogy azok a jelenségek, amelyek a tömeges fogyasztás elengedhetetlen feltételeit jelentették, vagyis a csökkenő árak, a bérmunka növekvő aránya, a hitelre történő vásárlás, már mind ismertek és elterjedtek voltak a 17. század végén is. A fogyasztást szolgáló intézmények és kulturális gyakorlatok

változásában kell tehát keresnünk a fogyasztás tömegessé válásának okát: így például a kereskedők és vásárlók vizuális kultúrájának fejlődésében (design, katalógusok, hirdetések stb.) (Styles 1993). Ezek a gazdaságtörténetesek azonban sokkal pallérozottabbak a kritika gyakorlásában, mint az alternatív magyarázatok argumentálásában.

Megint más bírálók szerint a fogyasztás kiteljesedése, forradalma nem is a 18. század elejére tehető, hanem például a reneszánsz városállamok virágkorára vagy a Németalföldi Köztársaság 17. századi fejlődésének idejére. Végül vannak, akik szerint a fogyasztás forradalmáról csak a tömegfogyasztás megjelenésének értelmében beszélhetünk, amely viszont egyértelműen 20. századi fejlemény (Brewer és Porter 1993).

Chandra Mukerji *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism* című műve 1983-ban, egy évvel McKendrickék munkájának megjelenése után látott napvilágot. Mukerji szerint a fogyasztói társadalom kialakulásának kutatásához valójában a 15. és 16. századig kell visszamennünk, és azokat a jelenségeket kell megvizsgálnunk, amelyek egyrészt elindító, másrészt termékei voltak a reneszánsznak. A nemzetközi kereskedelem korábban soha nem látott kitágulásával megnőtt az anyagi javak gazdagsága, láthatósága, forgalma az európai társadalmak életében. Az anyagi gyarapodással együtt megváltoztak a tárgyak használatával kapcsolatos szokások – közöttük is az a legfontosabb, hogy mozgásba lendült a divat intézménye, amely átvette az öltözködési kánon szerepét. A tárgyak elterjedése és beáramlása nemcsak az élet különféle tereit alakította át, hanem az emberek gondolkodását is. A modern materializmus így egy viszonylagos autonómiával rendelkező erővé nőtte ki magát, amely a fogyasztási kedv növekedésének forrását adta és irányát is megszabta. Mukerji szerint tehát nemcsak az emberi gondolatok válhatnak társadalomformáló erővé, hanem a tárgyak is szert tehetnek az emberi gondolkodást alakító képességre.<sup>4</sup>

A materializmus korai formája olyan anyagi sokszínűséget teremtett, amely elementáris hatást gyakorolt a vásárlók fantáziájára és a kereskedők eladási módszereire – érvel Mukerji. A kereskedők olyan figyelemfelkeltő és meggyőző technikákat alkalmaztak, amelyek vásárlásra készítették a vevőket, akik pedig választásaikkal informálták a kereskedőket arról, hogy mely tárgyak értékesek és fontosak számukra. Vagyis a termelés és a fogyasztás egyaránt hozzájárult a fogyasztás legitimitációjához szükséges értékek megteremtéséhez (Mukerji 1993: 2–16). A korai materializmus gondolata fontos érvnek látszik, de Mukerji antropológiai magyarázata meglehetősen hézagos a tekintetben, hogy milyen jelentéseket tulajdonítanak az emberek a tárgyknak, illetve hogyan befolyásolják a tárgyak az emberek gondolkodását. A materializmus kulcsfontosságú a magyarázatban, mégsem rajzolódik ki világosan, hogy a szerző tárgyközpontúságot, anyagiasságot, anyagelvűséget vagy valami mást ért rajta. Egy tág értelemben vett materializálódásról beszélhetünk-e vajon, amelyben a tárgyak használatának jelentősége nem csak az élvezetek növekedésében mutatkozik meg, hanem az emberek közötti kommunikáció megváltozásában is? Nem tudjuk tehát, milyen is az a materializmus, amely elhozta a fogyasztás forradalmát.

Mukerji szerint téves az az elképzelés is, amelyet Lawrence Stone képvisel, és amely a fényűző fogyasztás megjelenését az ellenreformáció és a nyomában előrenyomuló katolicizmus kulturális és gazdasági hozadékának tekintette (Stone 1973). Történeti elemzések bizonyítják, hogy a feltörekvő polgárságnak semmit sem kellett elfojtania fogyasztási vágyaiból a protestáns etika és a szigorúan

tevékeny e világi életvezetés érdekében. Vagyis az anyagi felhalmozás két fajtája nem áll diametrikusan szemben egymással – állítja Mukerji. Nagyon sokféle fogyasztási cikk megvásárlása olyan beruházás volt tudniillik, amely egyszerre szolgált élvezeti és felhalmozási célokat (lakóház, értékes kép stb.), és jól megfért a protestáns etikának az anyagi javakkal szemben tanúsított szigorúan tartózkodó álláspontjával. Bár Mukerji elsősorban a weberi és a stone-i interpretációt bírálta, érvei a McKendrick-féle értelmezést is megkérdőjelezzik: nem lát ugyanis fogyasztói forradalmat a 18. században.

Grant McCracken, a történeti irodalomban igen járatos antropológus szerint egy fogyasztói forradalom nem rekonstruálható, de tetten érhető kisebb fellendülések a fogyasztás elterjedésében. Ezek együttesen gyakoroltak hatást a társadalmi interakciókra és az egyéni motivációkra, amelyek továbbnőveltek a fogyasztási vágyakat. Az első epizód a 16. század végére tehető, amikor Erzsébet uralkodása alatt az angol királyi ház a fényűző fogyasztáson keresztül, szimbolikus eszközökkel kommunikálta politikai üzeneteit. A nemesség is átvette ezt a szokást társadalmi státusza és rangja megjelenítésére. A második epizód nagyjából megfelel a McKendrick és szerzőtársai által lefestett 18. századi angliai fogyasztási fellendülésnek – ezzel kapcsolatban McCracken a bírált munka érvei mellé felsorakoztatja Campbell modern hedonizmusról szóló elméletét is (lásd alább). Az így kiegészült történet már meggyőzően mutatja be, hogyan változott meg a személyiség definíciója a 18. század Angliájában, és hogyan változott ezzel összefüggésben a legitim emberi vágyak koncepciója. A 19. század egésze jelenti a harmadik epizódot, amikor a fogyasztás folyamatosan alakult a mindennapi élet szervező elvévé, sőt olyan képzeletvilágot teremtett, amely nemcsak megjelenítette a polgári aspirációkat, hanem kárpótlást nyújtott a modernizáció lelki és morális kényelmetlenségeiért is (McCracken 1990: 10–28).

Azok az esztétorténeti érvek sem kerülhették el a bírálatot, amelyekkel McKendrick és társai alátámasztani szándékozták azt a gondolatot, hogy miért éppen a 18. században következett be a fogyasztói forradalom. McKendrick segítségül hívja Appleby-t, aki szerint a 17. század végére felerősödtek azok a hangok, amelyek a növekvő fogyasztás hasznos és kívánatos következményeire hívták fel a figyelmet. A Mandeville-féle gondolat, amely a magánbűnököt nemcsak elnézi, hanem a közjó érdekében egyenesen szükségesnek is tartja, előkészítette az utat a skót felvilágosodás számára. A skót gondolkodók jelentős szerepet vállaltak annak képviseletében, hogy az emberi életkilátásokat nem lehet többé pusztán a létfenntartás szükségleteinek szögéből nézni, és hogy a gazdagság nem vezet feltétlenül erkölcsi romláshoz. Bár ezek a tételek még nagy ellenállást váltottak ki a korabeli angol társadalomkritikusok nagy részéből, McKendrick szerint áttételes módon előkészítették a talajt a fogyasztói forradalom számára, hisz beszéltak a konvencionális meggyőződéssel. Az angol felvilágosodás ugyanis az erkölcsi romlásból következő politikai zsarnokságtól félt, de igazából nem vetette meg azokat a városi örömeket, amelyeket a kereskedelem és a növekvő javak kínáltak. A köznyelvben megjelent a *komfort* szó, amelynek tartalma valahol félúton van az elemi szükséglet és a luxus között. A 18. század óta az angolszász világban mindenképpen legitimitást nyert egy sajátos típusú fogyasztás: nevezetesen az, ami a tisztas család életéhez kapcsolódott. A családi élet szentimentalizálása a fogyasztás ellenőrizhető és biztonságos útját követte ki (Appleby 1993).

Colin Campbell szerint azonban be kell látnunk, hogy a fényűző és mértéktelen fogyasztás hasznos társadalmi következményeiről szóló politikai gazdaságtani érvek nem jelentették a magukat Arisztotelész óta rendületlenül tartó morális aggodalmak morális tartalmú ellentételezését. Más szóval, a fogyasztás társadalmi következményeinek tudomásul vétele nem azonos a morális legitimitációval. A fenti érvelés tehát nem elégséges egy esztörténeti kontextus és egy társadalmi változás kapcsolatának igazolására. A campbelli kritikával szemben azonban felvethető, hogy nem

4 Annak a folyamatnak, amelyben a tárgyak beáramlottak az emberek életébe, sajátos fejezete a nyomtatás és a (papírra, kelmére stb.) nyomtatott tárgyak, termékek tömeges elterjedése. Nemcsak azért izgalmas kérdés a nyomtatás, mert az első, valóban tömegtermelésre alkalmas technika hozta létre, hanem azért is, mert önmagán kívül az anyagi világ más tárgyairól is tájékoztatta az embereket. Mukerji szerint a könyv olyan tárggyá vált, amely a maga végességében a világ megismerésének végtelen lehetőségeit hordozta, szimbolizálta (Mukerji 1983).

elégséges legitimáció-e, ha az emberi vágyakat adottnak tételezik, és megengedhetőnek tartják, hogy az emberek jó lelkiismerettel kövessék őket.

**B)** Más bírálatok szerint a megnövekedett fogyasztói hajlandóság mögött megbúvó *emberi motívációk* változásának magyarázata áll gyenge lábakon McKendrickék munkájában.

McKendrick szerint már az ipari forradalom háttérben is „a megnövekedett fogyasztói hajlandóságot” kell keresnünk, tehát a szükségletek megnövekedése idézte elő a termelés forradalmát. McKendrick az univerzális és „látens szerzészvágyszabódításáról” beszél, vagyis arról, hogy az emberi szükségletek már azt megelőzően léteznek, mielőtt a termékek iránti keresletben konkrétan megnyilvánulnának (McKendrick 1982: 35, 63). Ezzel az érvrendszerrel szemben az a legáltalánosabb ellenvetés, hogy nem ad kielégítő magyarázatot az emberi vágyak sokrétűségére és változékonyságára, valamint a fogyasztási szokások sokszínűségére a különféle társadalmakban (Campbell 1987: 17–35; magyarra fordítva lásd e szám 99–115. oldalán).

McKendrick és társai szemében a fogyasztás ugyanúgy jellemzi a korai modern kor emberét, mint a modern korét; következképpen ugyanazon emberi vágyak mozgatják mindkét korszak fogyasztóját. A forradalom szó azt jelzi, hogy a vágyak kielégítésére szolgáló eszközök és gyakorlatok sokasodtak meg, váltak tömegessé a 18. században. McKendrickék szerint olyan kereskedelmi technikák váltak elterjedté ebben a korban, amelyek korábban legfeljebb elvétve léteztek, és amelyek hatására a versengési vágy fokozottabb fogyasztási kedvben teljedett ki. Azokról a tudatos kereskedői fogásokról (reklám, kirakat stb.) van szó, amelyek az elmúlt kétszáz évben rendületlenül manipulálják a fogyasztó vágyait és döntéseit. De vajon nem akarták-e a kereskedők mindig is vásárlásra serkenteni a vevőket? A passzív fogyasztói akarat gondolatát pedig megcáfolja az a felismerés, hogy nincs garantált üzenetközvetítő mechanizmus kereskedők és fogyasztók között, valamint hogy az üzenet eljuttatása még nem azonos az emberi igények megkonstruálásával.

A lappangó szerzészvágyszabódítását McKendrick kiegészíti a társadalmi versengés és az utánzó divatkövetés vebleni modelljével. Úgy véli, az angol társadalom nyitottsága kedvezett a Veblen által szellemesen-ingerülten esztelent társadalmi versengésnek. E versengés egyik legfontosabb megnyilvánulása a középosztály fáradhatatlan igyekvése volt az arisztokrácia fogyasztási szokásainak utánzására, átvételére. Ezért a 18. század a divat eladdig példátlan gyorsasággal történő változását hozta meg. Társadalomtörténeti munkák bizonyítják azonban, hogy a 18. században az angol társadalom különféle rétegei nagyon eltérő fogyasztási szokásokkal rendelkeztek, amelyek nem mindig fedték le a jövedelembéli különbségeket, más szóval, az egyes társadalmi rétegek motivációi túlmutattak a Veblen által tárgyalt és oly hatásosan kigúnyolt primér utánzási és utolérési vágyon. Veblen meglehetősen leegyszerűsíti a fogyasztás elméletét, amikor azt állítja, hogy minden társadalmi réteg a fellelte állót kívánja utolérni, és ennek eszköze a fogyasztás bővítése. A versengés terminus említése McKendrickék könyvében minden komoly bírálót arra sarkall, hogy elverje a port Veblen szellemes, magával ragadó, ámde felszínes elméletén, egyszersmind azonban nagyobb jelentőséget is tulajdonítanak Veblen gondolatainak, mint amekkorát McKendrickék valóban vállalnak (Campbell 1987: 49–57; magyar fordítását lásd e szám 117–137. oldalán). Maga McKendrick azonban világossá teszi, hogy az utánzási, utolérési vágy nem kizárólag a 18. század jellemzője; így tehát működniük kellett más erőknek is, amelyek különösen intenzívvé tették a fogyasztásban kibontakozó versengést.

A fogyasztói forradalom McKendrick-féle magyarázatában felbukkanó egyes elemek (fogyasztási hajlandóság, kereskedelmi technikák, divat) kritikáján túl bíráló tárgya lett a közöttük lévő kapcsolat értelmezése is. Campbell olvasatában a magyarázat tautologikus. A megnövekedett fogyasztási kedvet a versengés motiválja, és a kereskedelmi technikák erősítik; e megnövekedett fogyasztási kedv gyorsítja a divat változását, ami tovább ösztökéli a versengést. Ez a kör mindazonáltal nem tűnik tautologikusnak, legfeljebb elégtelennek: McKendrick ugyanis alapjában véve mégis a vebleni

versengésből eredőnek vagy önmagából táplálkozóknak tekinti a fogyasztási kedvet. Agnew árnyaltabb értelmezésében McKendrickék – Braudel nyomán – azt állítják, hogy a nyugati világ történetében mindig jelen van a fogyasztásra való hajlandóság, melyet az aktuális történeti konstellációnak csak mozgásba kell hoznia. Ezt történt meg a 18. század Angliájában a növekvő bérek, a társadalmi mobilitás lehetősége, a polgárság versenyszelleme és a kereskedelem kirakatként működő nagyvárosok együttes hatására. Csak kellett egy lendítő erő, egy karmester eme konstellációba: a rafinált kereskedő, aki a vevő vágyaiból rábeszéléssel valós keresletet csinál. Sőt, nem csak keresletet, hanem állandóan kihunyó, majd újraéledő vágyakat (Agnew 1993).

**C)** McKendrick gondolatmenetének egyes bírálói alapvető elméleti problémát látnak a fogyasztói társadalom gondolatában, illetve annak *kiterjesztésében* a 18. századra.

Tény, hogy McKendrick és társai a jelen forrásait keresik a múltban: szerintük a 18. század csiráiban már hordozta azt a modern fogyasztói világot, amelyet napjainkban tapasztalhatunk. Egy kurrens történetfilozófiai munkákra hivatkozó bíráló, Mark Poster szerint ez a gondolat egyszerű dedukcióval próbál a mából kiindulva egy egyenes vonalú, modellszerű történeti trendet leírni. A „születés” metaforát annak leírására használják a szerzők, hogy valami létrejött, aminek „az emberek tömege vált szemtanújává”, így létét többé nem lehet tagadni. McKendrick a korabeli megfigyelőket idézve állítja, hogy valami korábban nem látott dolog volt készülődőben, noha a fogyasztói társadalom kategóriát még jó ideig nem használták. Poster úgy véli, hogy a születés metafora használata önmagában, a fogyasztói társadalom elmélete nélkül hitelesíti a ma ismeretes fogyasztói társadalom kialakulásának történetét. A fogyasztás tömegessé válása és a fogyasztói társadalom koncepciója ily módon összecsiszódik. McKendrickék nem veszik észre, hogy a jelenből, amely – mint tudjuk – a fogyasztói társadalom közhelyeiben látja a világot, látszik a múlt egy részlete éppen forradalomnak (Poster 1992).

Poster meglehetősen önállóan és kritikátlanul kapaszkodik de Certeau életművébe, de valós problémákat vet fel McKendrickék könyvével kapcsolatban. De Certeau a historiográfia további művelése reményében kritizálja a társadalomtörténet gyakorlatát. Röviden összefoglalva: a posztstrukturalista kritika általában tagadja az idősíkok között racionálisan mozgó, kontextuális elemzés és textuális szerkesztés legitimitását, vagyis a modern történettudomány epistemológiáját. De Certeau azoktól az intézményes keretektől akar elszakadni, amelyek ezt az epistemológiát legitímálják. Ha az elszakadás sikeres, a történész a múltba visszalépve immár megtarthatja annak ambivalens, többértelmű természetét, hisz a narratívának nem kell bizonyítania, hogy nem narratíva. A történészek által elmesélt narratívák realitáseffektust teremtenek, nem fikciót – állítja de Certeau. Poster ugyan nem jut el ide, de a fenti érvekből két stratégia következhet a fogyasztói forradalom kutatásában. Beszélhetünk fogyasztói forradalomról, de tudnunk kell, hogy az milyen szemszögből látszik forradalomnak. Vagy nem beszélhetünk forradalomról, csak különféle és esetlegesen összekapcsolódó gyakorlatokról.

McKendrick és szerzőtársai tulajdonképpen a liberális gazdaságtörténet pandanját teremtik meg, amennyiben a termelés racionális bővítéséről szóló elméletével szembeállítják a fogyasztás racionális bővítéséről szóló történetet. E történet azonban vékony, hiányzik belőle a fogyasztói társadalom lényege, a vágyakkal rendelkező szubjektum elméleti vizsgálata – figyelmeztet a fenti bíráló. Figyel-münkbe ajánlja viszont a de Certeau-féle „taktika” gondolatát. De Certeau ugyanis nem a racionálisan kalkuláló, szilárd önképpel rendelkező szubjektumban hisz, hanem különféle gyakorlatokban, „taktikákban”, amelyek korlátozóak és/vagy felszabadítóak lehetnek. A fogyasztás magyarázatának alapkategóriái a mindennapi élet nemlineáris, szerteágazó, nem-látványos cselekedeteiből származnak: az egyén pozícióinak változásából (de Certeau 1984). Kérdés azonban, hogy a modern szubjektum univerzális elmélete mennyiben alkalmas a fogyasztói társadalom történeti elemzésére. A múltban esetlegesen összekapcsolódó gyakorlatok is csak olyan fogalmakkal ragadhatók meg, amelyek a történész saját, jelenbeli világában gyökereznek.

## 2. Campbell – egy új irányjelző

Érdemes röviden áttekintnünk McKendrickék egy olyan bírálójának munkáját, aki nem osztja a posztstrukturalista aggodalmakat és meggyőződéseket. S bár a fogyasztás forradalmáról szóló alappondolattal egyetért, McKendrickék narratíváját elégtelennek és hiteltelennek találja. A könyv címe tudatosan rimel Weber munkájának címére: *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*.

Campbell szerint célszerű megvizsgálni, milyen kapcsolat alakult ki a protestáns etika és a fogyasztói forradalom között. Arról az etikáról van szó, amely köztudottan elítélte a hivatkozást, a fényűzést, a féktelen örömszerzést, és amely Weber szerint a racionális, e világi és hivatásszerűen végzett vállalkozást morális szempontból legitímálta. Campbell, aki vallásszociológusként kezdte a pályáját, kifejti, hogy a protestantizmus két áramlatot rejtett: a kálvinizmust és a pietizmust, melyeket már Weber is megkülönböztetett. A kálvinizmusban gyökerezik az utilitarianizmus és a racionalizmus, a pietizmusban pedig a szentimentalizmus és a romantika. Mindkettő mélyesen idealista etikai rendszer volt, és látszólagos szembenállásuk ellenére egyszerre válhattak részévé az erényes életet élő, termelő és fogyasztó polgár gondolkodásának. Az egymást látszólag tagadó dimenziók nem vezettek meghasonlott személyiséghez és identitáshoz. Mivel a protestáns etika mindvégig magában hordozta e kettősséget, nem beszélhetünk arról, hogy a fogyasztás merész növekedésével párhuzamosan erkölcsi tartalmú változás, átrendeződés ment volna végbe.

Az angliai puritanizmus vizsgálatának mégis magyaráznia kell valahogy azt a meglepő tény, hogy éppen a puritanizmus védőbástyáját képező, kereskedőkből, kézművesekből és agrárvállalkozókból lett a fogyasztói forradalom legaktívabb szereplője – állítja Campbell. Jeles történészek próbálták már értelmezni e jelenséget, közöttük például Lawrence Stone, akinek interpretációjában a középosztály folyamatos versenyfutásban volt az arisztokráciával. A versenyfutás egyik fontos eszköze volt annak bizonyítása, hogy a középosztály bármikor képes a régi elit szórakozás- és luxusorientált életmódját reprodukálni. E magyarázat azonban megfelelkezik arról, hogy a feltörekvő angol középosztály megvetése az arisztokrácia iránt mély vallási meggyőződésből táplálkozott. El tudjuk képzelni különben, hogy nem egészen száz évvel az elkeseredett politikai és fegyveres harc után Cromwell kerekfejeiinek utódai sietve próbálják legádázabb ellenségüket utánozni? – teszi fel a kérdést Campbell. Bár voltak olyan pillanatok, amikor az arisztokrácia értékrendje mértékadó volt a polgárság számára, nem kétséges, hogy a fogyasztói forradalom korára a középosztály vált a társadalom ízlésformáló rétegévé. Nem az arisztokrácia utolérésének vágyában kell tehát keresnünk a polgári fogyasztási étosz megerősödésének forrásait (Campbell 1987: 32–33).

Campbell szerint fel kell tárnunk azokat az átfogó kulturális változásokat, amelyek a fogyasztói forradalom gerincét alkotó, feltörekvő polgárság különféle rétegeit mozgatták meg. A középosztály élenjáró ugyanis az emberi élet fenntartásán túlmenő tevékenységek rítusainak, szokásainak, tárgyi világának kialakításában. Már Plumb, McKendrick szerzőtársa is felhívta a figyelmet arra, hogy a 18. és 19. század fordulóján Angliában végbement egy kulturális átalakulás, amelynek része volt a szórakozás formáinak megváltozása. A kialakuló kedvelt időtöltések közül a történészek, érdekes módon, viszonylag kevés figyelmet szentelnek a regényolvasás elterjedésének és általában, a rendszeresen olvasó közönség kialakulásának. A regényolvasás elterjedése azt tükrözi, hogy megváltozott az emberi vágyak szerkezete az angol polgári forradalmat követően. Jó oka van annak, hogy a regények közül is mindenekelőtt a romantikus tárgyú regény vált a polgári olvasóközönség kedvencévé. Campbell azt állítja, hogy a romantika teremtette meg az egyén mítoszát; a romantikus egyén hordozta az önmagából kiinduló tapasztalat örömét, alakította ki a vágyakozást mint folyamatos állapotot. Lawrence Stone hívja fel a figyelmet a romantikus szerelem kialakulásának jelentőségére: a (roman-

tikus) szerelem először lett alapja a házasságnak a történelemben. Az érzelmek kultusza, az örökké kielégítetlen és újratermelő vágyak inspirálták a fogyasztás bizonyos formáit, amelyek azután állandósították a soha be nem teljesülő vágyakozást. Ilyen módon a romantika tekinthető a *modern hedonizmus* közvetlen kulturális előzményének – érvel Campbell (Campbell 1987: 173–201).

Campbell emlékeztet arra is, hogy a korlátlan vágyak, a „kielégíthetlenség erotikája” nem volt ismeretlen az emberiség számára a fogyasztói forradalom előtt sem. Elterjedt gyakorlatnak számított bizonyos termékek szenvedélyes fogyasztása. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a vágyak minden korban pontosan ugyanolyan intenzitással formálták az emberek cselekedeteit; így különbséget kell tenni tradicionális és modern hedonizmus között. Campbell szerint az érzelmek féken tartásából fakadó kielégíthetlenség és a fogyasztói vágyak állandó újratermelődése a modern kor újdonsága. Az újratermelődések eredményeképpen a fogyasztási érdeklődés tárgya is állandóan változik, és vég nélkül növekszik. A modern hedonizmus tulajdonképpen a fogyasztó önmanipulációja, mert a vágyképek és álmok által formált fogyasztói választás valósága nem hozhat megelégedést; így állandó hiányérzetben folyik a vágy és a valóság közötti szakadatlan ide-oda mozgás. Megszűnik a weberi dichotómia és sorrend az elhalasztott vágyak és a jövőben történő üdvözülés között. Megmarad viszont a bensőséges és finom kapcsolat az érzelmek felfedezése és elnyomása között a modern ember személyiségében. Campbell – Veblenhez és Mary Douglasshoz hasonlóan – felhívja a figyelmet a tárgyak szimbolikus jelentésére, de számára ez a jelentés bensőséges, személyes és rejtett. Az új fogyasztói társadalmat tehát az érzelmek által irányított élvezetkeresés mozgatja (Campbell 1987: 202–227).

Campbell szerint tehát megtörtént egy kulturális változás, s nyomában a fogyasztás kiteljesedése, de a magyarázatot nem egy értékrend elavulásában kell keresnünk, hanem egy összetett kulturális tradíció belső átrendeződésében. Campbell komplex vallás-, eszme- és társadalomtörténeti érvrendszerét mindenki tisztelettel kezeli, még ha egy-egy szakterület avatottabb képviselői találnak is lehetőséget elmarasztaló ítéletre. Az bizonyos, hogy a nagy erudícióval megalkotott elmélet méltó súlyú ellenirata lehet a weberi, vebleni teóriáknak. A könyv közvetlen kritikát gyakorol a McKendrick-félc magyarázattal szemben is. Az erkölcsi kérdésekben semleges megközelítés nem is ostorozza, és nem is dicséri a fogyasztói társadalom emberének motivációit. Miután vitathatatlan rokonságot lát a mai és a kétszáz évvel ezelőtti ember vágyai között, e történetben nemigen lehet történelmi esetlegességről beszélni. Módszeréről szólva Campbell úgy érzi, hogyha a helyes életről szóló irányelveket keressük az emberi cselekedetek motivációjában, elkerülhetjük azt az elterjedt kritikai álláspontot, amely szerint a fogyasztói társadalomban a fogyasztás öncélúvá válik, és nem vesz tudomást semmilyen erkölcsi kívánalomról. Hisz a modern hedonizmus az érzelmek szigorú kontrollját, egy ideális életnek és személyiségnek való megfelelés vágyát hordozza magában.

## 3. Schama – a példászerű

Simon Schama *The Embarrassment of the Riches* című könyvének célkitűzései meghaladják a fogyasztás szokásainak és kulturális környezetének vizsgálatát. Az angol és az amerikai szellemi életben egyaránt jelen lévő, a kapitalizmus történetének titkait kutató történész őszinte tisztelettel, majdhogynem lelkesedéssel végzi a holland aranykor vizsgálatát. Arra kíváncsi, miben rejlik annak a sikeres fejlődésnek a záloga, amelyet a holland társadalom a 17. században elért, s mindez hogyan nyitkozik meg kultúrájának különféle formáiban. A könyv, amely a korabeli Európa leggazdagabb társadalmát vizsgálja, öt évvel McKendrickék műve után jelent meg. Köszönetnyilvánításában Schama – más jeles angol esztétikustörténészek mellett – szellemi mesterei között emlegeti Sir John Plumb-ot, McKendrick szerzőtársát.

Schama a kultúra fogalmát antropológiai értelemben használja. Definícióját – saját bevallása szerint – a brit szociálintropológiától, jelesen Mary Douglastól kölcsönözte, aki szerint „a kultúra különféle tudások rendszerbe foglalt együttese” (Douglas 1978). Schama könyvének címe viszont mintha szándékosan visszhangozná az antropológia amerikai tradícióját fémjelző geertzi alpmunka címét: *The Interpretation of Cultures* (Geertz 1973). Megközelítésének is legalább annyi köze van az amerikai antropológus interpretív elméletéhez, mint a brit antropológus strukturalista gyökereihez. Schamának az a meggyőződése, hogy a holland protestáns család kulturális reakciói nem különböztek más nemzetek polgári étoszától. Amennyiben mégis beszélhetünk a holland társadalom sajátosságairól, azok a durkheimi kollektív tudatban keresendők – állítja. Ennek ismeretében nem meglepő a durkheimi alapokon nyugvó brit szociálintropológia iránti tisztelete. A kollektív tudat megragadására Schama inkább társadalmi szokásokat, mint formális intézményeket vesz szemügyre. A szokásokat a kultúra különféle formái, képi és szöveges megnyilvánulásai alapján rekonstruálja, értelmezi. A kollektív tudat általában mereven értelmezett fogalma – szerencsére – csak a bevezető fejezet kötelező teoretikus köreinek része. Schama ugyanis avatott kézzel teremt kapcsolatot kultúra és szokások között, vagyis meghagyja azt az értelmezési lehetőséget, hogy a kultúra nem közvetlen lenyomata és irányítójá a társadalmi gyakorlatnak. Módszere viszont – saját értékelése szerint – szegyetlenül eklektikus (Schama 1987: 3–11).

A rotterdami születésű, szókimondó Mandeville szerint, aki részben még szemlélője, részben már reflexív elemzője volt az aranykornak, a hollandok szívesen gondolják magukról azt, hogy gazdagságukat elődeik szorgalmának és takarékoságának köszönhetik; ám fegyelmeztségük inkább háborúkból és járványokból fakadó kényszer, mintsem tudatos megfontolás eredménye. Inkább racionalitás, mint hitbuzgóság, inkább a humanizmus, mint a kálvinizmus értékei azok, amelyek páratlan fejlődésüket segítették. Schama sokban finomította a kortárs értékelő által alkotott képet, de a holland aranykor magyarázatát ő is azzal kezdi, hogy az abszolutizmussal és a természeti erőkkal való küzdelem és a küzdelmek gondosan ápolta emlékei rendkívüli erőt adtak a civil erények, a közösségekbe tartozás és a morális hagyomány tudatának.

A veszélyben lévő közösség összetartó erején túl, a 17. század kortárs megfigyelői között közhelynek számított az is, hogy a hollandok a fényűzéssel szembeni legendás ellenállásuknak köszönhetik a gazdagságukat. Schama azonban rávilágít a korabeli eszmei és morális viták megosztottságára: míg a közgazdasági írók nagy része meggyőződéssel hirdette, hogy a fejlődés záloga a takarékoság, egy lelkes kisebbség azt állította, hogy a fogyasztói vágyak megjelenése és érvényesülése nem összeegyeztethetetlen a társadalom felemelkedésével. Azt is megtudhatjuk, hogy ugyanazon század holland moralistái nem győztek panaszkodni az e világi örömei és pazarló luxus republikánus értékeket romboló hatásairól. Úgy tűnt, hogy a tudós és morális vitákkal szemben az általános közgondolkodás jóval kiegyensúlyozottabb viszonyt teremt az egymással szembevető értékek között (Schama 1987: 290–310).

Schama meggyőzően állítja, hogy a pénzköltésből és a megtakarításokból kinövő gyarapodás nem egymást kizáró, hanem egymást erősítő gazdasági fejlődési pályát teremtett Hollandiában. Mind az üzletvezetés, mind a fogyasztás finom morális egyensúlyt tudott teremteni a legparlagibb anyagi vágyak és a legemelkedettebb hitbéli követelmények között. Az életvitelt vezérlő értékek és elvek azonban nem tisztán a protestáns tanításokban gyökereztek; legalább ilyen fontos hatást gyakorolt a kálvinizmust megelőző humanista gondolkodás, amely a materializmust nem megszüntetni kívánta, hanem átítani morális értékekkel. Mind az elit és írott kultúra, mind a népi bölcsesség megpróbált bizonyos korlátokat emelni a kapitalizmus és a szabad piac gyakorlása elé, és megpróbálta kijelölni az erényes kereskedelemhez vezető utat.

Schama bemutatja, hogy a protestáns egyház elég gyámoltalanul érvényesíthette szigorú dogmáit a gyakorlatban. A társadalomról és a gazdaságról szóló tanításainak valójában csak kiegészítő szere-

pe volt a világi intézmények működése mellett. Két fontos területen segítette a világi intézményeket: az illegálisnak tekintett gazdasági tevékenységek szankcionálásában és a holland polgárság védelmében a szabadpiaci kapitalizmussal szemben. Az egyházi és a világi hatalom együttesen képes volt arra, hogy biztosítsa egy ellentmondásos értékrend működését és érvényesülését, azaz hogy összebékítse a szerzésvágy és az aszketizmus egymásnak szegülő követelményeit. A világi hatalom szívesen fogadta az egyháznak azt a törekvését, hogy a kapitalizmus nyereségorientáltságát korlátozó etikával szelídítse, az egyházi hatalom pedig felismerte, hogyan használható a földi gazdagság Isten országának megteremtéséhez és emelkedett céljai megvalósításához.

Schama leírásában a holland kapitalizmus jól kiépített belső védettségi rendszerekre épült, vagyis jobban hasonlított a középkori és reneszánsz kori kapitalizmusra, mint egy piaci gazdasági rendszerre. A nagy kockázat kerülése nemcsak praktikus megfontolás volt, hanem egybevágott a visszafogottságot és fegyelmezettséget követelő hivatásetikával. A holland kereskedelem nem az egyéni vállalkozások bonyolult egymásra hatásából nőtt ki, hanem szorosan ellenőrzött engedélyezési rendszerek és privilégiumok folyamánya volt. Az egyház nem támadta a kialakult monopóliumokat, hisz közös elenséggel néztek szembe: a szabadon mozgó pénztökével. A piac átláthatóvá tétele érdekében a világi hatóságok ellenőrizték a csődjelzásokat, saját bankok működtetésével kívántak elől járni az üzleti mértékletességben. A gazdaságban fontos szerepet betöltő tőzsde fenyegető erővel mutatta meg a holland polgárságnak, hogy milyen törekény az a piac, amelyet nem szabályoznak. Schama úgy látja, hogy a holland kapitalizmus leglármásabb védelmezői is inkább a kapitalizmus megzabolozására törekedtek, mintsem racionalizálására (Schama 1987: 339–342).

Weber aszkézis-téziseivel szemben Schama azt állítja, hogy a tizenhetedik századi holland polgárság fogyasztási szokásai nem mutattak lényeges különbséget Velence, Antwerpen vagy London polgárainak életviteléhez képest. A holland polgári fogyasztás csak a reneszánsz és barokk udvari kultúra, valamint az itáliai típusú reprezentáció fényében tűnhetett minden fényűzést nélkülözőnek. Semmi sem támasztja alá, hogy a gazdagság utáni vágy, a testek és az épületek díszítésének szokása kevésbé motiválta a holland polgárság bármely rétegét a kálvinista szentbeszéd hatására. A szigorúságot és örömmegtágadást sugalló történelmi klisének nemigen felelt meg a kontinensen páratlanul számító díszítő- és alkalmazott művészetek hollandiai piaca. A korabeli üzleti leltárak, építési tervek, engedélyezési dokumentumok is számot adnak a városi építészetben megmutatkozó, e világi örömeiket szolgáló helyek fontosságáról (üzletek, paloták, lakóházak, kereskedelmi épületek). A kifelé valóban mértékertartó holland háztartások belső berendezése aprólékos figyelemmel kezelte a részleteket; erről szólnak a korabeli képi ábrázolások mellett az itáliai művészetek elemeit alkalmazó lakberendezési kézikönyvek. Természetesen, szembeötlő különbségeket lehet megfigyelni az ország különböző régiói között a ház és a lakás díszítésének szokásaiban. Bár a díszítés mindenképpen túlnőtt a puritanizmus korlátain, de nem vált törvényszerűen a hivalkodó gazdagság megnyilvánulási formájává. Az ez idő tájt kibontakozó tulipánmánia komplex példája a korabeli holland fogyasztási szokásoknak. Az importált luxus, mint könnyen reprodukálható termék, az izlés demokratizálódását hozta magával, bár mindvégig megmaradt elegáns, extravagáns, díszítő kelléknek is (Schama 1987: 301–323).

A gazdagok azonban nem élhettek zavartalan boldogságban bőségükkel – szűri le a következtetést Schama. A gazdagság miatti lelki kényelmetlenség nem a reformációban gyökerezett. Az antik és a korai keresztény, luxusellenes dogmákból is táplálkozó, észak-európai humanizmusban kell keresnünk azt a fajta gondolkodásmódot, amely nem akart visszavonulni az anyagi világ áldásaitól, hanem azokkal szembesülve kívánta az emberi gyarlóságot kordában tartani. A nyereség tisztátalanságának percepciója paradox módon intenzív költekezést szült. Ennek egyik formája volt a közösségi és jótékonyági célokra történő adakozás. A jótékonyág, persze,

részben őszi civil felelősségből fakadt, másrészt abból az aggodalomból, hogy azt, aki nyereségre tesz szert, a társadalom önzőnek, pénzéhesnek láthatja, végül a gazdagság miatti rosszérzésből – állítja Schama. Ugyanakkor a lelki kényelmetlenség kompenzálására a holland polgár további nagyvonalú, személyes élvezeteket nyújtó pénzköltésekbe is fogott. A többféle fogyasztási motiváció gyakran összeolvadt ugyanabban a cselekedetben; a közkedvelt lottó intézményében felfedezhető volt a közcélú adakozás önzetlen gesztusa és a nyereszkeskedés primér vágya egyaránt (Schama 1987: 326–335).

Schama magyarázatában itt-ott felbukkan az a gondolat, hogy a 17. századi holland polgár első sorban citoyen volt, és csak másodsorban volt homo oeconomicus; a civil felelősség határozta meg vállalkozói döntéseit és fogyasztói választásait. A történész nem szentel különösebb figyelmet annak, hogy a közösségi kötelem és az önérdék kettőssége, valamint a pénzköltés és a megtakarítás ellentéte egymással összefüggő, de más tradíciókban gyökerező morális probléma. Interpretációjából mindenesetre az látszik, hogy a holland polgári étosz a közösségi szerepvállalásban és az egyéni szabadság gyakorlásában egyaránt szabályozta a megtakarítás és pénzköltés egyensúlyát. A gazdagság azonban nem volt a közösség ellen való támadás, a takarékoság viszont lehetett illegitim civil magatartás.

Campbelltől eltérően, Schama nem szószólója annak a gondolatnak, hogy az, ami a tudományos és morális vitákban elkülönülő irányzatokként mutatkozik, a polgári élet mindennapjaiban egy rendszerbe szerveződő étosz lehet. Campbell szerint aszkézis és hedonizmus kulturálisan valóban egymásnak ellenszegülő értékei jól megférnek a modern polgári identitásban és életvezetési elvekben. Schama viszont azt a következtetést szűri le a holland aranykor társadalmának clemzéséből, hogy az *ellentétes értékek közötti lavírozás*, azok egymás mellett tartása, a szent és a profán elvek közötti manőverezés a titka a polgári fejlődés sikerének. Ebben a fejlődésben az egyéni öntudat nagyon is egymást sebző dimenziókra tagolódik, különféle helyszínek, rítusok, intézmények legitimálják a fényűzést, költsékezést, pazarlást, és ellensúlyozzák az ezek miatt megjelenő rosszérzést, kényelmetlenséget, bűntudatot. Nem is a protestáns etika irányzatai állnak egymással szemben, hanem humanizmus és protestantizmus, egyház és világi hatalom, északiak és déliek, pénztőkésék és hagyományos vállalkozók, magánélet és közélet dichotómiái szerveződnek bonyolult és egymást kiegyensúlyozó rendszerekbe.

#### 4. Összegzés

McKendrick és társai fogyasztói társadalom kialakulásának magyarázatában a kultúra minden fontos elemét számba veszik különösebb integráló szándék nélkül. A fogyasztói motivációk belső vágyak, erkölcsök és külső befolyásoló erők közös eredője – vallják. A fogyasztói társadalommal szemben nincs erkölcsi fenntartásuk, legalábbis nem teszik nyilvánvalóvá. McKendrickék módszere a kontextuális elemzés, amely egyfajta komplexitásra törekszik. A minden jelentős mozzanatot feltérképező stratégia azonban sebezhetővé teszi a művet a kritikusok előtt: minden egyes clemzési réteg viszonylag könnyen bírálható. Társadalomtudományi utóéletében bírálók és méltatók egyaránt otthagynak mérőfogókat tekintik a könyvet.

Campbell könyvének bevallott szándéka Weber téziseinek elméleti és történeti cáfolata. A kultúra értelmezésében mindazonáltal Webert követi, amennyiben értékek és normák alakulásával magyaráz társadalmi gyakorlatokat, történelmi változásokat. Kapitalizmusmagyarázata viszont lényeges elmozdulásokat tartalmaz: a társadalmi étosz – amely egymáshoz harmonikusan illeszkedő motivációkat ébreszt – ellentétes értékekre is épülhet. Campbell értékelése hűvösen emelkedett, és elhatárolódik az erkölcsi meggyengülést feltételező fogyasztáskritikától. Ol-

vasói nemcsak történeti magyarázatként, hanem fogyasztásméleti munkaként forgatják művét, amelyet csak vele azonos súlyú elméletekkel lehet bírálókat kereszttüzébe állítani.

A Schama-féle elemzés a kultúra legszofisztikáltabb értelmezését adja. Így ellentétes értékrendeknek megfelelő emberi motivációkat és társadalmi intézményeket érzékel, amelyek együttes hatása alakít ki újra meg újra megkérdőjelezett, de hosszabb távon elfogadott cselekvési pályákat. Ez a kultúraértelmezés valószínűleg modell lesz sokak számára. A történelem ok-okozati viszonyokon alapuló, de partikuláris és olykor esetleges természetű lényegét totális társadalmi tényekben értelmezi, mint amilyen például egy adott ország kultúrája. A fogyasztói társadalom korai formájával szemben „méltányosan megértő” álláspontra helyezkedik.

## A terapeutikus étosz az amerikai fogyasztói társadalom értelmezése

Míg az eddig bemutatott munkák a fogyasztás történeti gyökereit, a fogyasztói társadalom előzményeit kutatták az európai kontinensen, az amerikai társadalom- és kultúrtörténet egy jelentős vonulata az amerikai fogyasztói társadalom fejlődését kívánja értelmezni. Azét a társadalomét, amelyet az európai közgondolkodás a szilárd individualizmuson alapuló, prosperáló piacgazdaság és liberális demokrácia mintaállamként ismer. Az amerikai társadalom- és kultúrtörténet a korábban vizsgált művek tárgyához képest egy későbbi és ennél fogva más tartalmú változást akar megragadni: a tömeges fogyasztás átalakulását a fogyasztás társadalmává. A tengerentúli vállalkozások ennek ellenére rokonságot mutatnak azokkal a munkákkal, amelyek a megnövekedett fogyasztói kedvet vizsgálják a 18. századi Angliában. Így például az érzelmek ellenőrzése és a modern hedonizmus campbelli elmélete nem áll nagyon messze attól a narratívától, melyet az amerikai történészek vetettek papírra az amerikai fogyasztói társadalom morális és kulturális alapjairól. A modern amerikai fogyasztási kultúrát a fegyelmzés és vágyakozás dialektikája jellemzi (Agnew 1983, 1993). Míg Campbell történetében az önmegtartóztatás és az örömféltetés legitimitása együtt érvényesül a vizsgált kultúrában, amerikai kollégái régi értékek és új vágyak ellentmondásairól beszélnek, és többé-kevésbé egyetértenek abban, hogy a századfordulón végbement változás során a termelés étoszát fölváltotta a fogyasztás étosza.

A vizsgált amerikai történeti irányzat egyik példaértékű terméke a Richard Fox és Jackson Lears szerkesztette *The Culture of Consumption* című tanulmánykötet. Érdeemes tudni, hogy az irányzat kulcsfigurája, Jackson Lears, még a szóban forgó kötet előtt megírta monográfiáját a századforduló antimodern szellemi kísérleteiről. A monográfia fogadtatásából ítélve Lears a századforduló amerikai kultúrájának avatott ismerője. A kötet bevezetőjében és kulcsstanományában – korábbi meglátásaira is építve – megállapítja, hogy a 19. század végén a relatív jólét és biztonság az autentikus élmények hiányát, a súlytalanság érzetét hozta az amerikai polgárságnak. Emellett eleven maradt a piac intézményeitől és a bizonytalanságtól való félelem is. A jog növekvő racionalitása és a piac kiszámíthatatlan vibrálása külön-külön is nyomasztó élménynek bizonyult, hát még egymással való szembenállásuk! A papírpénz – a gazdasági félelmeken túl – az alak nélküli identitás, a forma nélküli ember rémét jelentette meg. A modernizáció drámájának egyik fontos történése a kontinens hallatlanul gyors urbanizációja. Az urbanizációban megjelenő kozmopolita kultúra behatolt a kisközösségekbe is. A protestáns etika a modernitás kihívásai következtében szekularizálódott, átadta a helyét

a személyes öntudat, az individualizmus sajátos koncepciójának – vázolja fel a változások láncolatát Lears (Lears 1981, 1983).

A morális és kognitív válaszok, többek között, visszatérést sürgettek a természetbe és az őszinteségbe, azaz a múlt elképzelt világába. A háztartás szentsége és kultusza egyebek között a menekvés és a bizonyosság megragadásának a lehetőségét adta. Az otthon szentimentalizmusa az egyszerű emberi kapcsolatokban való megkapaszkodást és a személyesség bizonyosságának visszanyerését ígérte. Lears, Agnew és mások is dokumentálják, hogy a tradicionális protestantizmus és a represszív moralitás meggyengülése magával hozta a világban való tájékozódáshoz szükséges fogódzók elvesztését. A természet és az otthon – amúgy az amerikai kultúrában mélyen gyökerező – témái csak részleges vigasztaló és megtartó erőt szolgáltattak a megzavarodott polgároknak. Ezért a múlt század utolsó harmadában új orientáló értékekre, útmutatásokra volt szükség. Ebben a megújulásra áhító elbizonytalanodásban bontakozik ki a terapeutikus étosz, amely újjáélesztette az észak-keleti polgárság uralkodó értékeit a piac modern intézményei segítségével (Fox és Lears 1983).

A protestáns etika és a hiányában kivirágzó különféle vágyálmok, miszticizmusok versengése az érzelmek embere ideáljának megjelenését hozta – folytatja az érvelést Lears. A személyes önmegvalósítás lehetősége – az autentikusság hiányában – a széttöredezett, üresség érzetét teremtette, s paradox módon az autonóm személyiség elvesztésével fenyegetett. A terapeutikus étosz a lélek ápolását ajánlta különféle eszközökkel: mesterséges öntudatnövelő stratégiákkal és a fogyasztással. Az előbbiért a tudomány, az utóbbiért a piac lett a felelős. Mindkettő a maga eszközeivel és egymással együttműködve kínált megoldást az elveszettségre, az intenzív élmények hiányára. Egyszerre ajánlották az archaikus pásztori békét és a technológia vívmányait, valamint a gyermeki ártatlanságot és a polgári érettséget a súlytalanság lelki állapotában szenvedők figyelmébe. Az autonóm személyiség helyébe a személyes vonzalommal és mások megnyerésének képességével rendelkező egyén képe került (Lears 1983). Ez az étosz a fogyasztás során elérhető és használható tárgyak segítségével javasolta a vágyott lelki békét és morális harmóniát megteremteni. A fogyasztás e racionalizált világban az exotikus, a játékos, a teátrális világban tett kaland lehetőségét is kínálta. A fogyasztás, a szükségletek mesterséges formálása az étosz fenntartásának és folyamatos újatermelésének is alapvető eszköze lett. A fogyasztás serkentését célzó reklám üdvözölte és egyben korlátozandónak ítélte az egyéni hedonizmust. A reklám feltörésével a megállapodott polgári rendben megjelent egy liminális vagy karneváli élmény, amely visszautalt a vásári varázslók és mutatványosok világára, de előrevetítette a későbbi évtizedek hipermodern és bürokratizált fogyasztói környezetét is. A terapeutikus étosz tehát természetes módon találkozott össze a piac profitnövelő törekvéseivel (Lears 1992).

A súlytalanság állapotának leküzdése azonban még intenzívebb súlytalanságot hozott. A terapeutikus étosz az emberi viselkedés és gondolkodás finoman szőtt ellenőrző rendszereit szervezte újjá különféle szakemberek és szervezetek segítségével. Emellett az irodalom és a kultúra más formái is igazolták, legitimálták és szentimentalizálták mind a rossz érzéseket, mind a megoldási módokat. A szerzők szerint a terapeutikus étosz kulturális hegemoniát teremtett, amennyiben a polgárság felső rétegeinek értékrendjét rendelte a mindennapi élet vezérlő elvévé az egész társadalom számára. A hegemonia megteremtése azonban nem volt minden lépésében tudatos folyamat. Azok, akik a közgondolkodást formálták, maguk is ambivalensnek és bizonytalanoknak tűntek fontos kérdésekben.

Ezenközben a klasszikus republikánus tradíció nem veszítette el állásait, továbbra is gyanakvoan tekintett a termelés bővülésére, a jólétre, a bőségre. Nem halkultak azok a hangok, amelyek a középkori korlátozó törvények szellemében a bőség negatív társadalmi hatásaitól óvtak:

a jólétben is megmaradó, öncélú versengéstől, a tömegfogyasztás lapos és sivár kultúrát teremtő hatásaitól, a kényelemnek az ember morális tartását erodáló következményeitől.

A Learsszel több kötetben is publikáló és még a korábban említett angol történészek által is „befogadott” Agnew valamelyest más irányból közelít a fogyasztás megértéséhez. Úgy véli, hogy azok a társadalmak, amelyek bonyolult piacgazdaságot működtetnek, a társadalmi kapcsolatok átláthatatlan szövetével rendelkeznek. Ezért a szubjektivitás problémája újult erővel tört föl a polgári értékrend megszilárdulását követően. A strukturalista antropológia és nyelvészet nyomában Agnew kifejti, hogy a fogyasztási cikkek a szimbolikus jelentések gazdag tárházát alkotják, és képesek emberi minőségek, intenciók, vágyak megjelenítésére is. De a piac véletlenszerűen vagy szisztematikusan megszabadítja a tárgyakat a rájuk rakott jelentésektől. A szimbolikus jelentések promiskuitása a jelentéstulajdonítás újabb köreit indítja el, és így állandó fogyasztási kedvet indukál. A fogyasztási cikkek szimbolikus jelentése révén a fogyasztó kielégíti a „kognitív étvágyát” is, amennyiben információkat kap az őt körülvevő társadalmi hálók és viszonyok szövetéről (Agnew 1983: 67–76).

Agnew több írásában foglalkozik a fogyasztói étosz magyarázatával. A Fox és Lears szerkesztette kötet után megjelent önálló munkájában arról értekezik, hogy piac és színház intézményei és metaforái hogyan kapcsolódnak össze az angolszász kultúrában. Itt kapcsolja össze gondolatait Simmelnek a pénzről kifejtett elméletével.<sup>5</sup> Simmel tézisei arról szólnak, hogy a pénz miként válik végtelen rugalmasságú és távlatú, célracionális gondolkodást és kulturális szabadságot eredményező jelenséggé. A mind inkább teret nyerő pénzviszonyok sajátos kulturális változásokat hoznak; a fogyasztás aktusa felnyitja egyén és piac aktuális viszonyát. Agnew előhívja azokat a simmeli érveket is, amelyek szerint a választás szabadsága a fogódzók hiányát is hozza; izgalmat és gyűlöletet kelt a világ dolgaival és a társadalom tagjaival szemben. A szubjektivitás bizonytalanságai és a simmeli modernség jelenségei keretbe foglalják a Lears által leírt morális elbizonytalanodás történelmi láncolatát, de elhintik vele kapcsolatban a kételkedés magvait is (Agnew 1986: 1–16).

A kételkedés később rendszeresen kifejtett bírálattá állt össze. Agnew önkritikus írásában leszögezi, hogy a gyanakodás öntudatlanul is ott kísért abban a vállalkozásban, amelyet a *The Culture of Consumption* szerzői és szerkesztői végeztek. Bár különféle elméleti indíttatásból vezérelve a szerzők nagyjából ugyanazt a történeti narratívát fogalmazták meg: a termelés étoszát felváltotta a fogyasztás étosza, a megváltás gondolatát felváltotta a terápia gondolata, a közösségi diskurzust pedig a reklámüzenetek áradata. Mindezen tételek azt mutatják, hogy a jellemző megközelítés nem tudott szakítani sem a kínálat-orientált vizsgálati nézőponttal, sem az egydimenziós, magatehetetlenül sodródó ember képével (Agnew 1993: 21–22). Agnew másutt is megerősíti e gondolatot annak kimondásával, hogy az angolszász kultúrakutatásban a kultúra és a piac mindig is két különálló világnak számított. Nem feladatunk megvédeni az amerikai történezetet saját kritikáinktól, de az egyoldalú kínálatközpontúság már csak a fentiek ismeretében sem áll. Bár való igaz, hogy a századforduló morális és kulturális elbizonytalanodásában Lears és társai meglehetősen kiszolgáltatott és önállótlannal emberi viselkedést rekonstruáltak, és gondolkodásukban tetten érhető a Frankfurti Iskola első generációjának és a kritikai marxisták doktrínáinak hatása, elemzésük nem nélkülözi az éleslátást és a magyarázó erőt. Ezen amerikai történészek sajátosan viszonyulnak elemzésük tárgyához: ők is „méltányos” megértéssel kezelik

5 Simmel gondolataiból a történészek számára főként a divatról és a nagyvárosi mentalitásról szóló tézisek váltak izgalmassá.

a fogyasztás étoszának kialakulását, de nyilvánvalóan nem szimpatizálnak azokkal a következményekkel, amelyek megváltoztatták az állampolgár és a civil erények felfogását az amerikai társadalomban. És az is világos, hogy bár nem rajongnak az olyan kulturális tradícióért, amely teret enged a fogyasztói vágyak manipulatív formálásának, de nem érvelnek a korábbi represszív protestáns etikai hagyomány visszaállítása mellett – még burkolt formában sem.

## Előfeltevésekről utólag

A vizsgált történeti megközelítések számára általában az eredet magyarázata, a megfigyelt jelenség forrásának megtalálása a feladat. Látszólag nem szükségszerű, hogy az eredet kérdése valamilyen elkötelezett nézőponthoz, világlátáshoz, ideológiához kötődjék. A fogyasztás esetében azonban a jelenség forrásának kutatása természetesen módon kapcsolódik össze az emberi vágyak formálódásának dilemmáival. E vágyak a kultúra és az uralkodó társadalmi étosz hatására formálódnak a vizsgált megközelítésekben. Ezekről a fogalmakról azonban nem könnyű ítéletkezés nélkül beszélni, hisz a kultúra nevez meg értékeket, alkot jelentéseket, teremt rendet a dolgok tágabb lehetőségei között, és az étosz rögzíti a legalapvetőbb emberi normákat, együttélési szabályokat. Emellett a fogyasztói társadalom világa, társadalmi és politikai következményeivel együtt a jelen valósága is, amelyről a múlt professzionális megfigyelői is rendelkeznek ítéletekkel. Mindezen gondolati erőket két jellemző pályát jelölnek ki a múlt jelenségeinek értelmezésében: vagy eltávolítanak a jelentőtől, és annak ellenképét keresik egy távolabbi időpontban, vagy épp analógiák, illetve oksági kapcsolatok feltárásával már a múltban felfedezni vélik a jelen valóságát és elkerülhetetlenségét. Mind az ellenkép, mind az elkerülhetetlenség – még ha óvatosságból nem mondatnak is ki e fogalmak – értékelő mozzanatot tartalmaz. A fentiekben bemutatott történeti munkák általában az elkerülhetetlenség mellett érvelnek.<sup>6</sup>

Sokszor már a fogyasztás koncepciója maga árulkodik arról, hogy a magyarázat szerzőjét mennyire jellemzi kiábrándultság vagy éppen reménykedés a fogyasztás jelenségeivel kapcsolatban. A fogyasztásról, a fogyasztói társadalomról különbözőféle elképzelések ismeretesek: vannak, akik elsősorban kitüntetett termékek fogyasztásáról, mások az ember és a tárgyak viszonyának sajátosságairól, megint mások meghatározott társadalmi érintkezési formákról beszélnek. Figyelmet érdemel, hogy az elemzett munkák nem nagyon törekednek a fogyasztás fogalmának tisztázására. McKendrickék leginkább a fogyasztás tömegesség válásával foglalkoznak: a társadalom mind nagyobb része kezd el létszükségletein felül is fogyasztani. Az amerikai történészek figyelmének középpontjában a fogyasztói társadalom működése áll: a fogyasztás intézményei veszik át a mindennapi élet szervezését, a társadalmi interakciók alakítását; a fogyasztás már nemcsak eszköze, hanem célja is az egyéni létezésnek. Campbell morális alapokon nyugvó, modern fogyasztói vágyakról beszél. Schamánál a fogyasztás azt jelenti, hogy a tömeges fogyasztás a közmorál által elfogadott gyakorlattá vált. Az, hogy a fogyasztás más értelmes emberi cselekedetek mellett milyen szerepet játszik a hatalmi viszonyok, a politikai intézmények és a civil felelősség szerveződésében, a vizsgált irányzatok közül csak az amerikai történészeket foglalkoztatja. Nyilvánvaló, hogy e kérdések tárgyalása nyíltabban vállalt politikai vagy morális kiinduló elvekhez kötődik.

<sup>6</sup> Egy jelenség, folyamat eredetének magyarázata továbbá nagyon is beágyazódik a saját történelem jelentőségéről az adott, hazai historiográfiái tradíció értékeiről vallott nézetekbe, amelyekkel itt nem foglalkozunk.

## Merre tovább?

Amióta napvilágot láttak McKendrick és társai, Campbell, Schama, Lears és Agnew munkái, különösen a 19. századdal és a 20. század első felével foglalkozó kutatások jeleskednek a fogyasztói társadalom koncepciójának kitágításában. Olyan, korábban hézagosan feltárt problémákkal is foglalkoznak, mint a polgári identitás sajátos változatainak megalkotása, a társadalom nem polgári vagy a polgári étosz periferiáján elhelyezkedő csoportjainak bekapcsolódása a fogyasztásba (munkásosztály, nők, etnikumok), a nemzetállamok kialakulása és a fogyasztás kapcsolata. A társadalomtörténet új iskolái, mint például a munkásság kultúrájának kutatói vagy a baloldali elkötelezettségű kortárs kritikai kultúrakutatás, a Campbell által leírt bensőséges polgári vágyakozáshoz képest a fogyasztási vágyak társadalmi viszonyaira, következményeire helyezik a hangsúlyt, az osztály, a nemek és a nemzedékek által megrajzolt különbözőségek artikulálására. Amerikai társadalom- és munkatörténészek elemzései arra mutatnak rá, hogy az amerikai kontinens etnikai sokszínűsége alternatív jelentésalkotó tevékenységet és kulturális ébredést tett lehetővé a fogyasztás kiteljesedése során.

Többen felhívják a figyelmet arra, hogy a tömegfogyasztás látványosan homogenizáló és minden társadalmi viszonyt meghatározó tapasztalata előli menekülés egyik megnyilvánulása a tárgyak világának, a fogyasztói termékek sokaságának vizsgálata, amelyet divatosan a térképezés kategóriájával definiálnak. Egy másik irány a fogyasztó olyan új hősként, főszereplőként való megjelenítése, akiknek autonóm kulturális munkája új teoretikus távlatokat nyithat (Agnew 1993: 29). Mindkét iránynak vannak már előzményei és követői a társadalomtörténetben. Ezek a törekvések nem szakítanak a fogyasztói kapitalizmus struktúrájának eleve elrendezett koncepciójával, de megőrzik az emberi cselekvés bizonyos szabadságelemeit. E szabadság a fogyasztási tárgyakhoz és szokásokhoz kötődő jelentések teremtésében gyakorolható, ami az antropológiai értelemben vett kultúra esetlegességét, többértelműségét eredményezi. Ezzel összefüggő változás, hogy a fogyasztói társadalomról szóló történeti elemzésekben az étosz kategóriája átadni látszik a helyét az *identitás*nak. Az identitás legújabb elméletei az önazonosság megteremtésének örökös átalakulásban lévő folyamatát, az egyén és közösség, emberek és tárgyak közötti határok állandó átrendeződését hirdetik.

A „múltányos” megértésen alapuló gondolatokkal együtt megszaporodtak a szkeptikus hangok is. Egyesek azért panaszkodnak, mert a szemiológiai és strukturalista kultúrakutatások képviselői indirekt módon azt sugallják, hogy a tárgyak mindig jelentésekkel ruházódnak fel, attól teljesen függetlenül, hogy a fogyasztásnak mely formája érvényesül. Mások amiatt viselkednek ellencézésekkel a fogyasztás kutatása iránt, mert abban még mindig a múlt teleologikus olvasatát vélik felfedezni: a modernitás korlátlan kiterjesztését elmúlt időkre (Brewer, Porter 1993). Ismét mások úgy vélik, hogy a történeti irodalom a fogyasztást csak partikuláris történeti pillanatokban elemzi. A fogyasztás expresszív természetének, az identitással való kapcsolatának fölismerése többek szerint egyoldalú megközelítéshez vezetett, amely szem elől veszítette a politikai, gazdasági és társadalmi tényezők fontosságát (Tierstein 1993).

A megfogalmazott bírálatok ellenére a kortárs társadalom- és kultúrtörténet sokat tett, sokat tesz annak bemutatására, hogy a fogyasztás a piaci társadalmakban emberi szükségletek egész sorát elégti ki, szociális köteleket teremt, egyszersmind pedig az emberi kreativitás és önmegvalósítás eszköze. Felhívja a figyelmet arra is, hogy a modern történelem nem pusztán a mind nagyobb bőségben, a racionalizmuson és materializmuson alapuló társadalmi rend fejlődésének univerzális folyamatoként értelmezhető.

Az elmúlt tíz év társadalomtörténete a fogyasztás újragondolásában igen termékenyen mutatkozott, de állíthatjuk-e, hogy feltett már minden fontos kérdést, és válaszolt is rájuk? Aligha.

## Hivatkozott irodalom

- Agnew, Jean-Christophe (1983): The Consuming Vision of Henry James. In *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880-1980*. Richard Fox és Jackson Lears szerk., 65-100. New York: Pantheon.
- Agnew, Jean-Christophe (1986): *Worlds Apart. The Market and the Theater in Anglo-American Thought, 1550-1750*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Agnew, Jean-Christophe (1993): Coming up for Air: Consumer Culture in Historical Perspective. In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 19-39. London: Routledge.
- Appleby, Joyce (1993): Consumption in Early Modern Thought. In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 162-173. London: Routledge.
- Bocock, Robert (1993): *Consumption*. London: Routledge.
- Braudel, Fernand (1985 [1979]): *Anyagi kultúra, gazdaság és kapitalizmus a XV-XVIII. században*. Budapest: Gondolat.
- Braun Róbert (1995): *Holocaust, elbeszélés, történelem*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Brewer, John és Roy Porter (1993): Introduction. In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 1-15. London: Routledge.
- Campbell, Colin (1987): *The Romantic Ethic and the Spirit of Consumerism*. Cambridge: Blackwell.
- Campbell, Colin (1993): Understanding Traditional and Modern Patterns of Consumption in Eighteenth-Century England: A Character-Action Approach. In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 40-57. London: Routledge.
- Certeau, Michel de (1984): *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Certeau, Michel de (1988): *The Writing of History*. New York: Columbia Press.
- Cross, Gary (1993): *Time and Money*. London: Routledge.
- Douglas, Mary (1978): *Cultural Bias*. London: Royal Anthropological Institute.
- Douglas, Mary és Baron Isherwood (1978): *The World of Goods: Towards and Anthropology of Consumption*. New York: W.W. Norton and Co.
- Fox, Richard és Jackson Lears (szerk.) (1983): *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880-1980*. New York: Pantheon.
- Geertz, Clifford (1974): *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Greenblatt, Stephen (1990): Resonance and Wonder. In *Learning to Curse*. 161-183. London: Routledge.
- Hirschman, Albert O. (1977): *The Passions and the Interests: Political Arguments for Capitalism before Its Triumph*. Princeton: Princeton University Press.
- La Capra, Dominick (1985): *History and Criticism*. Ithaca: Cornell University Press.
- Lears, Jackson (1981): *No Place for Grace. Antimodernism and the Transformation of American Culture 1880-1920*. New York: Pantheon Books.
- Lears, Jackson (1983): From Salvation to Self-Realization: Advertizing and the Therapeutic Roots of the Consumer Culture, 1880-1930. In *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880-1980*. Richard Fox és Jackson Lears szerk., 1-38. New York: Pantheon.
- Lears, Jackson (1992): *The Magic Wand. The History of Advertisement*. Kézirat. Rutgers University.
- McCracken, Grant (1990): *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press.
- McKendrick, Niel, John Brewer és J. H. Plumb (1982): *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. London: Europa Publications.
- Mukerji, Chandra (1983): *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. New York: Columbia University Press.
- Porter, Roy (1993): Consumption: Disease of the Consumer Society? In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 58-81. London: Routledge.
- Poster, Mark (1992): The Question of Agency: Michel de Certeau and the History of Consumerism. In *Diacritics*, 22(2): 94-107.
- Schama, Simon (1987): *The Embarrassment of the Riches. An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*. London: Harper Collins Publishers.
- Schammas, Carole (1990): *The Pre-Industrial Consumer in England and America*. Oxford: Clarendon Press.
- Simmel, Georg (1990[1900]): *The Philosophy of Money*. London: Routledge.
- Stone, Lawrence (1973): *Family and Fortune*. London: Clarendon Press.
- Stone, Lawrence (1977): *The Family, Sex and Marriage in England, 1500-1800*. London: Weidenfeld and Nicholson.
- Styles, John (1993): Manufacturing, Consumption and Design in Eighteenth-Century England. In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 527-554. London: Routledge.
- Thirsk, Joan (1978): *Economic Policy and Projects: The Development of a Consumer Society in Early Modern England*. Oxford: Clarendon Press.

- Tierstein, Lisa (1993): Redefining Consumer Culture: Recent Literature on Consumption and the Bourgeois in Western Europe. In *Radical History Review* 57: 116-159.
- Veblen, Thorstein (1975 [1904]): *A dologtalan osztály elmélete*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Vries, Jan de (1993): Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe. In *Consumption and the World of Goods*. John Brewer és Roy Porter szerk., 85-132. London: Routledge.
- Weber, Max (1982 [1905]): *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*. Budapest: Gondolat.
- White, Hayden (1981): The Value of Narrativity in the Representation of Reality. In *On Narrative*. W. J. T. Mitchell szerk., 1-23. Chicago: University of Chicago Press.