

Genealogija potrošnje

Kljub siceršnji konjunkturi razpravljanja o postmodernih potrošniških vzorcih v potrošniško najrazvitejših družbah, pravzaprav ne preseneča, da je stopnja tovrstne refleksije v družbah, ki "tranzitirajo" iz socializma v še neznan varianto kapitalizma, skromna oz. da populistična fascinacija s potrošniškim iluzionizmom še vedno zavira analitičnejše pristope. Prav tako ne preseneča, da takšna klima prija predvsem marketinškemu prerokom, ki po logiki stvari dobro obvladajo tudi samopromocijske prijeme. Glede na splošno šibko refleksivno dispozicijo t. im. tranzicijskih družb (Sztompka 1992) je malo možnosti, da bi se kritičnejša analiza raznovrstnih učinkov ekspanzije množične potrošnje v tem okolju kmalu okrepila. Zato so seveda poizkusi v tej smeri toliko bolj zaželeni, zlasti ker je težko neprizadeto opazovati, kako prostor družbene refleksije zasedajo bolj ali manj marketinško spretni, vendar obrtniško oz. profitno zamejene interpretacije, ki "programirano" spregledujejo mnoge interpretativno zelo zanimive možnosti. Zapis, ki sledi, je poizkus razširjanja pogledov na to, nedvomno vse bolj središčno družbeno prakso. Seveda pa je daleč od tega, da bi celovito predstavil širok spekter interpretativnih možnosti.

Že na ravni vsakodnevnega pogovornega jezika se pokaže, kako zelo širok je nabor možnih interpretacij. Zato se je na začetku smiselno zaustaviti pri terminoloških zadregah, ki v slovenskem jezikovnem okolju obremenjujejo razpravo o tej problematiki. Celotna družina terminov, ki označujejo prakso potrošnje oz. porabe, je zelo nediskriminatorna. V angleškem jeziku je npr. pojem "consumer society"

jasen in že ustaljen, in čeprav vzpodbujata tudi teoretično in ideološko nedvomno močno različne obravnave, na terminološki ravni ni velikih zadreg. Potrošništvo (consumerism) je zgolj končna potrošnja dobrin in storitev oz. gibanje za zaščito potrošnikov.

Pri pisanju o tej tematiki v slovenskem jeziku pa se človek ne more znebiti občutka, da je potrošniška družba pojem, ki ga ne moremo zgolj zapisati, temveč ga je treba venomer znova pojasnjevati glede na kontekstualno določene pomene. Vendar nas običajno prav terminološke zadrege prisilijo v pazljivejše razpravljanje o raznovrstnih pojavnih oblikah potrošnje. Razločevanje potrošnje od "potrošnje", tj. potrošnje kot "normalne" in eksistencialno (v materialnem in duhovnem pomenu) neizbežne oz. "produktivne" prakse, ter "potrošnje" v "neproduktivnem" smislu, kot jo označi Falk (1994: 96), je gotovo prvo in hkrati zelo težko vprašanje. Terminološke zadrege torej ne prikrivajo, pač pa razkrivajo širino problematike, ki sega od temeljnih eshatoloških vprašanj do praktičnega prostorsko-časovnega strukturiranja vsakodnevnika in od meditativnega odrekanja do transcendenčnega smisla po Battaillu. Čeprav nam uporabnikom povzroča nelagodje, se arhaična oz. "predmoderna" zapletenost slovenskega jezika v tem primeru izkaže kot koristna, ker razkriva temeljna konceptualna vprašanja potrošniške družbe, ki jih naše jezikovne konvencije še niso povsem prekrile. Potrošnja kot uporaba in izraba virov in potrošnja, pri kateri pride do pozitivne in seveda tudi negativne sinergije, sta sočasna dopolnjujoča in izključujoča se vidika. Vsakodnevno reševanje te dvojnosti je dejansko temeljno vprašanje ekonomije vsakega posameznika oz. temeljno razvojno vprašanje na višjih agregatnih ravneh, ki prav gotovo sega onkraj racionalnih ekonomskih kalkulacij.

Razsvetljenski razvojni optimizem je temeljil na predpostavljeni pozitivni sinergiji, tj. pozitivnem končnem rezultatu (positive sum game) trošenja oz. rabe virov. Raba in poraba virov je v tej optimistični optiki predvsem ustvarjanje, konstrukcija novega, tj. predvsem preseganje naravnih zemeljskih omejitev. Ob tej optimistični konstruktivni optiki pa seveda vedno soobstaja tudi tesnobnejši, destruktivni vidik trošenja, porabe in izrabe virov in energije, ki ga najbolj univerzalno izraža neizbežni entropijski zakon. Ta vidik je sicer globoko zapisan v kolektivnem spominu, čeprav obdobja obilja hitro povzročajo svojevrstno družbeno amnezijo. Zato pa neizogibnost drugega zakona termodinamike trdovratno izplava na površje v obdobjih negotovosti, krize, in zelo nazorno opozori, da je raba (potrošnja) naravnih in družbenih virov nepovratna destrukcija, ki ogroža "naravni red" oz. pogoje osnovne reprodukcije življenja.

Konstrukcijski-dekonstrukcijski dualizem je seveda davna, arhetipska civilizacijska dilema, ki se tudi v modernih potrošniških družbah ohranja v raznovrstnih zastavitvah, ki so nemalokrat bližje religijski kot pa ekonomski instrumentalni racionalnosti. Zelo berljiva je ta arhetipska dispozicija v okoljih, za katera je značilna na krščan-

stvu temelječa regulacija zadovoljevanja potreb oz. krotitev želja. Konkretno oblike regulacije so na prvi pogled precej različne, nobenega dvoma pa ni, da religijsko sankcionirana regulacija odnosa med potrebami in željami še vedno močno določa družbeno življenje tudi v najbolj sekulariziranih modernih družbah (Campbell 1987). V predsekularnih družbah pa je religijska regulacija tega odnosa pravzaprav edini oz. vsaj daleč najmočnejši (ekonomski) stabilizacijski mehanizem.

Sodobni analitiki desetletja po Webru tako še vedno ugotavljajo, da religijska regulacija potrošnje dopolnjuje ekonomsko racionalizacijo življenjskih virov (Falk 1994: 96). Na ta način je mogoče smiselno pojasniti tako ritualno uničevanje "bogastva", kot je npr. tudi na Balkanskem polotoku poznani "potlač", ali pa skoraj že povsem univerzalno božično nakupovalno vznesenost. Praznična, za mnoge pa predvsem "ekcesna" potrošniška praksa, je v tej interpretaciji dejansko več kot zgolj profanizacija, je simbolno preseganje naravnega (božjega) reda, tj. ureditve, ki veliki večini zemljanov zapoveduje bolj ali manj intenzivno varčnost pri vsakodnevnem trošenju. Praznik pa je seveda praznik prav zato, ker "vernike" vsaj začasno odveže od te neprijetne omejevalne nujnosti in tako tudi najbolj vnetim puritancem omogoči, da lahko brez slabe vesti nekaj potrošijo. Pri tem gre torej za množično ritualno "obujanje" spominov na "negentropično" mitološko "rajsko stanje", ko se pri uživanju sadov (trošenju) še ni bilo treba ekonomizirati. Povsem razumljivo je, da ima ta praksa tudi močne terapevtske učinke.

Ta smer interpretacije nas torej pripelje prav na začetek, v prvobitno "potrošniško situacijo". Po Sekori je zgodba o Adamu in Evi zgodba o prvih potrošnikih, in zato naravna začetna točka raziskovanja potrošnje oz. potrošništva (Falk 1994: 97). Praznično zapravljanje, ki ga sicer ni mogoče racionalno ekonomsko opravičiti, ima torej nedvoumne mitološke oz. religijske spodbude in okvire. Prav zaradi tega veselih običajev zapravljanja ni mogoče obravnavati zgolj kot banalne materialistične bakanalije, ki profanizirajo siceršnjo svetost npr. adventnega časa. Takšne površne moralistične sodbe, ki jih radi izrekajo formalni božji pooblaščenca, ne morejo prikriti tega, da je praznična potrošniška euforia dejansko avtentična sprostitvev po dolgem obdobju zatajevanja potrošniških potreb in želja in da so "grešniki" pravzaprav tisti, ki v tem času ne zapravljajo. Seveda pa je za takšno interpretacijo grešnosti treba priklicati v spomin predkrščanske mitologije, npr. kult boga Dioniza.

Podobno lahko interpretiramo tudi drugo plat "neobzirnega in neproduktivnega trošenja", tj. metodično omejevanje trošenja, ki se v skrajni točki razvije v asketizem. V mnogih kulturah oz. religijskih sistemih je asketizem visok ideal zemeljskega življenja. To je praktično tudi edina delujoča metoda, kako se v največji možni meri odlepiti od frustrirajoče omejenih zemeljskih življenjskih virov. Asketski ideal je torej nekakšen zemeljski substitut oz. v zemeljskih

pogojih izvedena simulacija rajske brezbržnosti do sicer zelo obremenilnih preživetvenih vprašanj. Skrajno odrekanje torej zmanjšuje potrebe, in kar je še pomembneje, kroti želje ter s tem odvisnost od omejenih življenjskih virov. Metoda je seveda zahtevna, zato vsaj na “dekadentnem” zahodu nima veliko možnosti, da bi trajno postala del množične kulture.

Seveda je tudi v tovrstnem preseganju zemeljskih omejitev močan heretični naboj. Asket, ki se samoomejitveno poizkuša izogniti odvisnosti od kazensko naloženih težkih naravnih pogojev življenja, se pravzaprav “zvijačno” izogiba božjemu redu, ki je uvedel trpljenje pri zadovoljevanju potreb. Asketovo zadovoljstvo oz. celo užitek je torej s “kazenskega” oz. “pedagoškega” vidika pravzaprav blasfemija.

Potrošništvo je torej v krščanski mitologiji “nevarno” početje zaradi tega, ker spominja na “predrznost”, ki je bila prvič izvedena s “potrošnjo” prepovedanega sadu. Ta dogodek je prišel v zgodovino, ker je ogrozil red oz. vrhovno avtoriteto. Alternativa redu pa je regresija nazaj v kaos (Falk 1994: 96). Transgresivni naboj “ekscenčne” potrošnje kot potrošnje, ki je več kot zgolj najnujnejša reprodukcija, je zato s tega vidika povsem upravičeno še vedno visoko na spisku pregreh. Takšna razlaga nam pomaga razumeti tudi, zakaj sta morala prva dva človeka v izgnanstvo. Tu, v begunstvu, tj. na zemlji, kjer so viri zaradi univerzalnega entropijskega zakona v primerjavi z rajskimi negentropičnimi pogoji bivanja neskončno omejeni, pa je “grešnost” neproduktivne potrošnje zelo konkretno in nadvse dosledno sankcionirana. Skratka, brezglavi, tj. neracionalni potrošniški hedonizem ogroža osnovne pogoje reprodukcije življenja.

Predvsem po Webrovi zaslugi je v sociologiji nadpovprečno obdelana asketska varianta krotitve potrošniških potreb, želja in fantazij oz. predvsem “deviantne” posledice neracionalne potrošnje (Simmel, Veblen). Temeljna je prav gotovo Webrova teza, da je potrošniško samoomejevanje religiozno podprt mehanizem, ki ureja temeljne eshatološke zagate in pomaga pri reševanju individualnih ekonomij. Na evropskem zahodu so ta mehanizem najbolj dosledno operacionalizirale nekatere protestantske skupine. Njihova dosledna, religiozno spodbujena življenjska metodika jim je omogočila “ustvarjanje kapitala z asketsko varčevalno prisilo” (Weber 1988: 195). Puritanizem je na ta način vsaj začasno rešil moralno in versko zagato prvih bogatašev, ki je nastala zaradi takojšnje produkcijske uspešnosti pionirskih kapitalistov. Kot vemo, je problem spričo velikih razvojnih potencialov “metodičnega in sistematičnega” dela ter “asketskega” trošenja hitro naraščal in povzročil nove religiozne zaplete, ki pa jih Weber sploh ne obravnava.

Bistveno vprašanje, na katerega Webrov pristop k analizi kapitalizma torej ne daje zadovoljivega odgovora, pa je, kako je asketska protestantska etika sprejela duh kasnejšega kapitalizma, ki je ne samo omogočil ekspanzijo trošenja, ampak je od naraščanja neasket-

skega in neutilitarnega trošenja tudi odvisen. Težko se je zadovoljiti zgolj z lakoničnim odgovorom, da sta puritanski asketizem in utilitarizem po opravljeni nalogi prepustila mesto "naravnim" hedonističnim motivom oz. brezobzirnemu pridobitništvu, ki "notranje ni bilo povezano z nobeno normo, in je obstajalo v vseh časih zgodovine, kjer in kadar koli je bilo to v resnici sploh mogoče" (Weber 1988: 47).

Webrova analiza nastanka kapitalizma očitno zanemara komplementarno sfero, ki v nasprotju od asketizma dopušča oz. celo spodbuja sproščen odnos do potrošniških užtkov. Zdi se, da je tako kot puritanci sami, tudi njihov sicer nedvomno pronicljiv analitik zane-maril drugo, tj. potrošn(išk)o plat kapitalističnega duha. Skratka, podcenil ali pa zanemarl je nepuritansko romantično transgresivno etiko kapitalizma, "etiko, ki nas privede do razumevanja duha modernega potrošništva" (Campbell 1987).

Stranski in manj zaželeni učinek vplivne Webrove konceptualizacije je torej bil, da je v precejšni meri zamejila sociološko razpravljanje o potrošnji in posredno preprečevala ali vsaj zavirala alternativne konceptualizacije potrošnje. Tudi zaradi te enostranskosti so interpretativni prostor lažje zasegli drugi, neprimerno manj pronicljivi, zato pa marketinško motivirani interpreti. Zaradi tega so očitki, da je slabo razvita sociološka refleksija potrošništva predvsem posledica enostranske marksistično motivirane usmerjenosti v analizo proizvodnje in prezira potrošnje, precej nepopolni. Res je marksistični diskurz in vse iz njega izhajajoče interpretativne veje pri dihotomiji proizvodnja-potrošnja dajal prednost prvemu polu. Delo, tj. proizvodnja, je zavzemalo središčno mesto v "osvobajajanju" (emancipaciji) posameznikov in cele družbe. In čeprav je tudi marksizem polarni odnos med proizvodnjo in potrošnjo "dialektično" zabrisal (gl. Grundrisse str. 24), je bila proizvodnja postavljena "nedosegljivo" visoko nad potrošnjo. Trošenje je bilo "dopustno" zgolj kot reprodukcija, tj. kot obnavljanje pogojev za ponovno proizvodnjo. Lahko bi celo rekli, da je tudi glede odnosa do tega sklopa vprašanj med marksizmom in krščanstvom prišlo do kar očitne resonance. V obeh primerih je potrošnja "neavtentična" profana praksa, ki vodi stran od območja svobode.

Zaradi tega seveda ne preseneča, da se marksistična analiza transcendenčne potrošnje (še) ni pojavila (?). Zato pa obstaja v Webrovi protestantski etiki analogen odgovor na to vprašanje. V knjigi *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* ga ponuja Colin Campbell (1987). Osnovna ideja njegove analize je ugotovitev, da se je sočasno s protestantsko asketsko racionalno etiko, ki je tolerirala oz. dopuščala zgolj delovno produktivno usmerjanje posameznikovih energij, razvijala tudi "ona druga, hedonistična protestantska etika" (Campbell 1987: 99), ki ji prav tako lahko izsledimo religiozne korenine. Campbell ugotavlja, da sta druga ob drugi obstajali dve nasprotujoči in vendarle komplementarni družbeni etiki. Prva, delovna etika je omogočala in legitimizirala

proizvodnjo, druga, "romantično hedonistična" etika pa potrošnjo (Campbell 1987: 8). Campbellova interpretacija razvoja protestantizma nas torej privede do uživanja, ki je povrh vsega še znak božje, tj. "dionistične" naklonjenosti. To se zdi na prvi pogled radikalno nasprotje puritanskemu asketizmu, ki vsaj navzven ni dopuščal "pravnikakršnega sproščenega uživanja" (Weber 1988).

V modernih sekularnih družbah pa seveda vprašanja potrošnje in potrošništva lahko smiselno in produktivno obravnavamo tudi, če pustimo religiozna oz. temeljna eshatološka vprašanja v ozadju in se zadovoljimo z manj globinsko laično analizo. Med najbolj uveljavljenimi analitičnimi pristopi je prav gotovo "simulacijski" (Baudrillard 1983), ki se lepo dopolnjuje z "distinktivnim" (Bourdieu 1984). V obeh primerih je glavni usmerjevalec oz. motivacija potrošnje iskanje "avtentične" lastne podobe oz. lastnega sveta, kar je v sekularnih družbah eden večjih problemov in motivira precejšnje individualne energetske potenciale. Množično potrošnjo tako poganja nostalgija po magičnem predmodernem svetu, ki ga je nadomestila hiperkompleksna, vendar suhoparna oz. dolgočasna racionalno kalkulabilna moderna. Potrošnjo kot zadovoljevanje življenjskih potreb in želja poganjajo selektivni, tj. predvsem nostalgični spomini na "začarano očarljivost" predmodernega stanja. Pravzaprav gre za fantazijski poizkus zmanjšanja kompleksnosti oz. za domišljjsko dediferenciacijo. Iluzionistična moderna video tehnologija je pri tem zelo učinkovita in stalno ponuja nove in novejšje pakete simulirane resničnosti po različnih, "za vse sprejemljivih cenah". Marketinška obrt ima tako na voljo vedno bolj dovršene simulacijske tehnologije.

Učinkovitost posnemanja iluzionistično ustvarjenega "paralelnega" sveta lahko že dalj časa od blizu spremljamo tudi v t. im. "tranzicijskih" družbah, kjer je množična simulacija zahodnega glamourja še vedno najučinkovitejša metoda potrošniške orientacije. Verjetno ni veliko možnosti, da bi bilo sploh kako drugače. Desetletja dolgo je Zahod obdeloval, tj. fasciniral in zapeljeval Vzhod prav z razkošno potrošnjo. Demonstracijski učinek, tj. fascinacija Vzhoda z zahodnim potrošniškim bliščem, je še ne tako davno povzročal prav groteskne pojave, ki so bili najbolj vidni na kontrolnih točkah ob množičnem "tihotapljenju" zahodnega potrošniškega blaga na vzhod. O politični propagandni vojni med Zahodom in Vzhodom je bilo veliko napisanega, malo analiz pa se je ukvarjalo z vprašanjem, koliko je k zmagi v hladni vojni prispevala potrošniška propagandna bitka, v kateri pa je bil Vzhod praktično brez prave obrambe. Redka izjema je tekst F. Novalića (1990), ki predstavlja in komentira zelo pragmatična navodila J. Brzezinskega za vodenje specialne potrošniške vojne. Učinkovitost tovrstne propagande je seveda še dodatno narasla v kriznih osemdesetih letih, ko se je že sicer skromna preskrba s potrošnim blagom zaradi hudih ekonomskih problemov še poslabšala. V Jugoslaviji, ki je bila od vseh bivših socialističnih družb daleč najbolj odprta, je v teh kriznih letih legalni, polegalni in nele-

galni individualni uvoz potrošniških dobrin dosegel višek. Prav nič pretirana ni ugotovitev, da je promocija zahodnega blaga na vzhodu dosegla absolutno prevlado že precej pred padcem berlinskega zidu. Zahodna, ameriška popularna kulturna industrija (predvsem filmi) je izredno učinkovito demonstrirala premoč zahodnega življenjskega stila. Praktično ves Hollywood je še danes ogromna oglaševalna agencija. Padec berlinskega zidu je v tem pogledu res zgolj simbolna prelomna točka. Dejansko je bila prevlada zahodnega življenjskega stila nad potrošniško siromašnim vzhodnim vsakdanom dosežena že veliko pred tem.

Navkljub razglašenemu individualizmu modernih družb pa prav silna privlačnost enostavnih potrošniških vzorcev najbolj dokazuje, da je modernistični individualizem pretežno fikcija. Moderne družbe skoraj brez odpora podlegajo množičnemu iluzionizmu. Industrijsko kloniranje potrošniških potreb in želja pa je že dolgo časa ena najbolj profitnih industrij. Izražanje in še bolj uveljavljanje individualnih razlik se znotraj določenega družbenega sloja giblje zgolj v mejah, ki jih določa narcisizem majhnih razlik. Nezmožnost individualne avtentične potrošniške želje je torej večinoma neizbežna. Na vzhodu razvoj potrošnje še ni v tej fazi, vendar je le še vprašanje časa, kdaj bodo tudi vzhodni potrošniki zapadli "blase sindromu". To se pravzaprav med delom nove elite že dogaja (Gronow 1993).

Prizadevanje za drugačnost je druga oz. višja faza iskanja potrošniške "avtentične" identitete. Šele tu prihaja do izraza marketinška iznajdljivost in prepričljivost ponujanja novih variant istega izdelka. Nastajanje novega pospešuje razočaranje ob vsakokratnem spoznanju, da je novo velikokrat zgolj rahlo prikrita varianta starega. V tej točki preti nevarnost neverjetne pospešitve, kar "turbo" dinamike povpraševanja in seveda takojšnjega ponudbenega odzivanja. Frenetično preizkušanje novega se izteka v ponavljajoča razočaranja zaradi majhne oz. nikakršne potešitve. Le malokaterim uspe umik iz te spirale z zavestno samoomejitvijo na relativno enostaven in neekspanziven potrošniški vzorec. Tudi razločljivost kot motiv trošenja nas torej namesto do avtentične identitete privede do "avtentičnega iluzionizma". Z vidika okoljskih posledic pa je seveda katastrofalna predvsem posledica eksponencialnega naraščanja izrabe omejenih naravnih virov.

Posnemovalno-razločevalna konceptualizacija oz. interpretacija potrošniške dinamike je ta hip zelo vplivna, verjetno tudi zaradi tega, ker je za razliko od "težkih" eshatoloških zastavitev neposredno uporabna oz. vnovčljiva. Na tej osnovi je nastala vrsta različnih tipologij oz. poizkusov razvrstitve potrošniških vzorcev, ki jih bolj ali manj uspešno uporabljajo praktiki, ko nagovarjajo različne kategorije potrošnikov (gl. npr. Leiss, Kline, Jhally 1990). Kljub ugotovitvam, da je trošenje vedno manj ekonomska dejavnost, pa te tipologije še vedno v precejšnji meri upoštevajo socialno ekonomske determinante trošnje oz. ekonomske dejavnike potrošniških slogov. V manj

¹ *Seveda pa Beck vztraja pri laičnih prizadevanjih in zgolj opozarja na možnost regresije v religiozno odzivanje, če se bo trend odkrivanja novih tveganj nadaljeval (Beck 1997: 6). Sicer pa so na te možnosti pred njim opozarjali že drugi (Offe 1987).*

razvitih modernih družbah pa je ekonomija prav gotovo še vedno najpomembnejši orientacijski dejavnik pri vrsti in količini trošenja.

Skoraj v celoti pa posnemovalno-razločevalna optika spregleda najbolj naravno oz. "zemeljsko" omejitvev potrošniške dinamike, ki je v "nosilni sposobnosti" okolja oz. v nevzdržnosti globalne razširitve obstoječih najbolj zaželenih potrošniških praks (Spaargaren 1994). Čeprav natančen račun seveda ni mogoč, je povsem nedvoumno, da je ekstrapolacija potrošniških vzorcev, obstoječih v ekonomsko najbolj potentnih okoljih, na globalno raven nevzdržna oz. da bi zelo hitro preseгла nosilno sposobnost zemlje. Hladnokrvnost pri tem spoznanju ohranja zgolj cinična predpostavka, da bo preteklo še veliko časa, preden bodo ekonomsko manj razviti sposobni doseči sedanje potrošniške kapacitete najrazvitejših. Tisti s slabimi živci (Sklair 1993) se kljub temu že sedaj s strahom ozirajo v Kitajsko in njeno že nekajletno več kot 10 % gospodarsko rast ter ustrezno naraščanje okoljskih obremenitev (Brown 1994).

Čeprav je mogoče vedno pogosteje slišati, da potrošnja sploh ni več ekonomska kategorija, ekonomske omejitve tudi v najbolj razvitih okoljih še vedno relativno močno regulirajo količine trošenja, v določeni meri pa tudi cenzurirajo potrošniške želje. Navkljub cinizmu pa drži tudi ugotovitev, da ekonomske omejitve niso več tolikšne, da bi preprečevale dolgoročno nevarno prekomerno obremenjevanje okolja. To je nemara tudi temeljni vzrok, da oživljajo zahteve po nadomestnih oblikah omejevalne regulacije od ekonomskih zavor vedno bolj neodvisne potrošnje. Kljub temu da vsakodnevno nastaja obsežna znanstvena argumentacija o posledicah podaljševanja obstoječih trendov, nekateri (Bocock 1993) ne vidijo boljše poti, kot da omejevalno regulativno funkcijo ponovno prevzame religija, ki naj bi bila še vedno edina sposobna krotiti dinamiko potrošniških želja. Znanost kot osnovni sistem zagotavljanja racionalne argumentacije opazno izgublja mobilizacijski potencial. Še več, odzivi na moderno znanost so vedno pogosteje negotovi, nezaupljivi in odkrito odklonjivi. Zaradi tega tudi prvi analitik modernega tveganja razmišlja o potrebi nove "reformacije" (Beck 1997) kot gibanja, ki bi iznašalo novim razmeram ustrezne regulacijske mehanizme¹. Ustrezno skromni in zelo počasni so tudi premiki pri normativni regulaciji negativnih okoljskih vplivov potrošnje na nacionalni in globalni mednarodni ravni. Tudi to obotavljivo nastajanje globalne regulacije okoljskih obremenitev je voda na mlin ponovnemu oživljanju predmodernih religijsko motiviranih prizadevanj za zaščito narave. Dejansko je te motive mogoče zaslediti pri velikem številu okoljskih gibanj (Eder 1996), pri nekaterih pa sta religijska motivacija in način delovanja povsem eksplicitni. Tudi predstavniki najmočnejše politične elite na svetu se pri iskanju možnih izhodov namesto v znanost ponovno zatekajo v religijo (Al Gore 1994). Skratka, če se bo ta trend krepil, se bodo marketinški "guruji" vse pogosteje soočali tudi z religijsko

motiviranimi interpretacijami, ki bodo v njih prepoznavale le v moderna oblačila oblečene prastare demonske skušnjavce. Pravzaprav pa se to že dogaja (Taylor 1991).

LITERATURA:

- BAUDRILLARD, J. (1983): **Selected Writings**, ed. M. Poster, Polity Press, Cambridge.
- BECK, ULRICH (1992): **Risk Society**, Sage, London.
- BECK, ULRICH (1995): **Ecological Politics in an Age of Risk**, Polity Press, Cambridge.
- BECK, ULRICH (1997): **The Reinvention of Politics**, Polity Press, Cambridge
- BECK, GIDDENS, LASCH (1994): **Reflexive modernization**, Polity Press, Cambridge.
- CAMPBELL, COLIN (1987): **The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism**, Basil Blackwell, Oxford.
- BOURDIEU, PIERRE (1992): **Distinction: A Social Critique of Judgment of Taste**, Routledge, London.
- FALK, PASI (1994): **The Consuming Body**, Sage, London.
- GIDDENS, ANTHONY (1990): **The Consequences of Modernity**, Polity Press, Cambridge.
- GIDDENS, ANTHONY (1994): **“Risk, trust, reflexivity”**, v: BECK, GIDDENS, LASCH: *Reflexive modernization*, Polity Press, Cambridge .
- GRONOW, JUKA (1993): **What Is Good Taste?**, v: *Social Science Information*, London.
- HARVEY, DAVID (1989): **The Condition of Postmodernity**, Basil Blackwell, Oxford.
- KOS, DRAGO (1993): **Racionalnost neformalnih prostorov**, FDV, Ljubljana.
- KOS, DRAGO (1995): **Globalizacija netrajnostne potrošnje**, v: *Osamosvajanje in povezovanje v evropskem prostoru*, ur. Z. Mlinar, FDV, Ljubljana.
- LASCH, CHRISTOPHER (1979): **The Culture of Narcissism**, Warner Books, New York.
- LASCH & WYNNE (1992): **“Introduction”**, v: *Beck: Risk society*, Sage, London
- LEISS, W., KLINE S., JHALLY, S. (1990): **Social Communication in Advertising**, Routledge, London.
- MOL, A. in SPAARGAREN G. (1994): **“Konec narave – narava v okolju refleksiune moderne in družbe tveganja”**, *Časopis za kritiko znanosti*, št. 168/169, Ljubljana.
- NOVALIĆ, F. (1990): **Potrošačko ponašanje i specijalni rat** (doktorska disertacija), Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani.
- OFFE, CLAUDIUS (1987): **“The utopia of zero-option: modernity and modernization as normative political criteria”**, *Praxis International*, vol. 7, št. 1.
- SIMMEL, GEORG (1964): **The Sociology of Georg Simmel**, ed. K. H. Wolf, Free Press, New York.
- SPAARGAREN, GERT (1994): **Environment and Consumption: Sustainable Lifestyle and Consumer Culture**, referat na ISA konferenci, Bielefeld.
- SKLAIR, LESLIE (1993): **Consumerism Drives the Global Mass Media System**, v: *Media Development*, no. 2.
- ZSTOMPKA, PIOTR (1992): **Civilizational Incompetence: The Trap of Post-Communist Societies**, v: *Zeitschrift für Soziologie*, J. 22, Heft 2, Stuttgart.
- TAYLOR, BRON (1991): **The Religion and Politics of Earth First!**, v: *The Ecologist*, vol. 21, no. 6, Sturminster Newton, Dorset.
- VEBLEN, THORSTEIN (1925): **The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions**, George Allen and Unwin, London.

WYNNE, BRIAN (1996): *“May the Sheep Safely Graze? A Reflexive View of the Expert-Lay Knowledge Divide”*, v: LASH, SZERSZYNSKI, WYNNE (ur.): *Risk, Environment & Modernity*, Sage, London.