

Barbara Tomšič

Colin Campbell: Romantična etika in duh sodobnega porabništva.

Ljubljana: Studia Humanitatis, 2001

382 strani (ISBN 961-6262-29-7), 4.500 SIT

prevod Gregor Moder, spremna beseda Jože Vogrinc

Weber z »duhom kapitalizma« misli etično obarvano maksimo življenjskega sloga, ki ima za cilj pridobitništvo. Pri tem je denar motiv, ki je samemu sebi namen in si človeka podredi tako, da človek postane orodje svojega dela. Ta razlaga je v nasprotju s Sombartovo, kateri sledi Campbell, ki ima duh kapitalizma za produkt kapitalizma in pridobitništvo za sredstvo zadovoljevanja materialnih življenjskih potreb. Za temelj modernega gospodarstva je Weber postavil ekonomski racionalizem. Kapitalizem je nazorska opredelitev, ki določa način življenja družbenih skupin, prilagojen svoji naravi. Duhovne orientacije teh skupin v protestantizem so posledica in ne vzrok tega pojava, kot trdi Campbell. Etos kapitalističnega duha po Webru vsebuje lastnosti, kot so zaupanje, vztrajnost, storilnost, omejevanje udobja in uživanja življenja, ki so blizu asketskemu načinu življenja. Cilj tega je zveličanje (bogu všečno življenje je tisto, ko izpolnjujemo posvetne dolžnosti, kakor se porajajo iz našega življenjskega položaja in je to izpolnjevanje naš poklic). Marljivo opravljanje poklica (ob predpostavki po-klicanosti, ki je znamenje predestiniranosti oziroma božje izbranosti) in posvetna askeza predstavljata etični temelj in oporo. Poklic pomeni konkretno poslanstvo, ki temelji na božjem ukazu, ki ga je odmerila božja previdnost. Vera je morala biti delotvorna (»fides efficax«), poklicanost za zveličanje pa dejaven poklic. Iz tega sledi, da je proizvod asketskega protestantizma racionalno oblikovanje celotnega etičnega življenja. Ni naključje, da je Campbellovo delo parafraza Webrove slavne Protestantske etike in duha kapitalizma iz leta 1947, čeprav gre za besedno igro, ki »protestantsko zamenjuje z »romantično« in doda »sodobno« kot časovni okvir. Campbell je poudarjal porabniško kulturo kot neizbežen rezultat (nekontroliranega) razvoja kapitalizma v času, ko »veda o porabništvu« v sociologiji še ni bila aktualna, namreč proti koncu 80-tih let dvajsetega stoletja (knjiga je izšla leta 1987). Paradokсно, istega leta je Daniel Miller izdal knjigo z naslovom *Material Culture and Mass Consumption*, s katero je opozoril, da porabništvo prežema svet, v katerem živimo. Vendar Campbellova preroškost (svojo teoretsko pozicijo imenuje novowebrovska) ni bila merodajna, saj v predgovoru pove, da je zaradi načina sprejema s strani svojih kolegov rahlo razočaran. Večina kritik je bila usmerjena na prvi del, ki obravnava sodobni hedonizem kot ključni pojav sodobnega porabništva, drugi del, romantična etika, pa kritikam ni bil izpostavljen. S tem je bil spregledan avtorjev poskus, razumeti sodobno človeško delovanje, opredeljeno z asketsko etiko (utemeljitelji so Baxter, Spener in Barclay). Askeza je pomenila racionalno oblikovanje celotne eksistence, prilagojene božji volji. Eno izmed katoliških npravstvenih pravil je bilo sistematično odklanjanje trošenja in kopičenja materialnih dobrin na račun poduhovljenosti. Nasprotno pa protestantizem, še posebej kalvinizem, velja za »drevesnico kapitalističnega gospodarstva«.

Campbell ravno na primeru porabniške revolucije v Britaniji v 18. stoletju pokaže, kako se je potrošnja blaga razširila z vladajočih na nove družbene sfere in postala del vsakdanjega življenja. To obdobje se nadaljuje z oblikovanjem produkcijskih, demografskih, komunikacijskih in socialnih pogojev za množično produkcijo in distribucijo blaga ob koncu 19. in začetku 20. stoletja, zaključki pa z obdobjem, ko porabništvo zajame tudi do tedaj deprivegirani delavski razred, ki postane enakovreden akter na trgu množičnih dobrin. Potrošnja postane sprejeta kot »zahodna« kulturna praksa, kjer se z množično produkcijo hitro zabriše meja med potrebo in presežkom oziroma med nujnim in nenujnim. »Kulturalizacija potrošnje je notranji imperativ kapitalističnega razvoja«.

pravi v spremni besedi Jože Vogrinc, kar pomeni, da postane potrošnja splošno sprejeta vsakdanja življenjska praksa množic.

Zaradi množične produkcije in široke dostopnosti/razpoložljivosti dobrin na množičnem trgu se je odprl pomenski prostor, odprt za individualne in/ali kolektivne variacije pomenov in smisla, ki ga potrošniki polagajo v akt nakupovanja. Trošenje je, še več, postalo eden izmed načinov utrjevanja identitete skozi ciljno skupino izdelkov, katerih simbolni pomen nam je pisan na kožo. Tako kot v 18. stoletju, ko se začne v Angliji potrošnja prestižnih (tj. razkošnih in ne-nujnih) izdelkov med predstavniki srednjega razreda, kot je nakupovanje igrač, modnih dodatkov, vzpon romana z idejo romantične ljubezni, udeleževanje zabav, gledaliških predstav in plesov, sugerira dinamiko razvoja etičnih drž, ki so pripeljale do porabniške revolucije. V Angliji je bil hedonizem družbeno in kulturno upravičen zaradi etike protestantizma, nikakor pa to ne velja za katoliške dežele, kjer je bila vsaka oblika uživanja a priori stigmatizirana.

Hedonizem je eden izmed osrednjih pojmov, s katerim operira Campbell. Vključuje neskončne potrebe ljudi po novem. Potrebe postanejo zaradi užitka, inherentnega dela potrošnje, odvečne in razkošne. Za hedonistično vedenje je značilno, da izhaja iz poželenja, tj. motivacijske pripravljenosti, da bi izkusili užitek. Poželenje sproži navzočnost priznanega (izkušene) vira užitka v okolju. Zadovoljitev je končno in trenutno stanje, ki ga da doživetje užitka. Nasprotno nastane občutek potrebe iz stanja prikrajšanosti, zadovoljitev pa pomeni uspešno iskanje tistega, kar zapolni oziroma odpravi primanjkljaj. Če je zadovoljitev potrebe notranji »poriv« k dejanju, ki obnovi ravnovesje, gre pri poželenju za »poteg« od zunaj k izkušnji večje vzdraženosti. Razkošje v obliki preobilja (na primer zaloge hrane, ranovrstnost dobrin) lahko pomeni zavarovanje pred pomanjkanjem in posledično neravnovesjem, in dokaz moči in bogstva sebi in drugim.

Po Campbellu je bilo iskanje užitka v preteklosti racionalizirana oblika delovanja, saj je izhajalo iz spoznanja, da posameznik doseže največji užitek, če lahko dražljaje ustvari in nadzoruje sam. Čustva omogočajo avtonomni nadzor in povežejo telesne dražljaje z duhovnimi podobami. Na tem mestu nas začudi avtorjeva trditev, da »ni čustev, ki ne bi mogla dati užitka« (str. 108). Še več, v spremljevalni opombi nadalje pravi: »ni rečeno, da čustva, kot so jeza, strah ali bridkost, v pravih okoliščinah ne morejo biti vir užitka« (op. 21, str. 108). V katerih, kakšnih okoliščinah in kdaj so lahko negativna čustva vir užitka? Iz psihologije vemo, da se čustva delijo na enostavna in sestavljena, vendar avtor govori mimo te opredelitve. Ne strinjamo se tudi s trditvijo, da »čustvo lahko ponazorimo kot dogodek, ki je ponavadi »zunaj« (nav. C.C.) človekovega nadzora«, saj čustva niso neobvladljivi del človekove narave. Poznamo primere zatiranja in neizražanja, tudi potlačevanja čustev v določenih situacijah (več o tem Freud, ki ga je sicer Campbell zanikal z oznako, da je popolni iracionalist). Lahko bi sprejeli tezo, da so čustva »vedenjski vihar, ki ga človek preživlja«, vendar so izjeme – čustva niso *izključno* nekaj, kar človeka doleti.

Pomemben premik za razumevanje hedonizma pomeni prehod od razumevanja čustev kot dela vidika stvarnosti k odčaranju sveta in umik v svet posameznika. Čustev ne določa več okolje (kar je značilnost primarnih kultur), ampak se preselijo v človeka kot stanje, ki izžareva iz notranjega vira. Na primer »jaz« in »genij« postaneta žarišče prizadevanj umetnikov v 18. in 19. stoletju; zanimiv je primer bohemov, ki ga Campbell navaja kot alternativo družbenemu »mainstreamu«, zaradi gojenja romantične drže do sveta in odklanjanja materialnih dobrin in njihove estetsko dovršene pojave, dandyjev. Sodobni človek nadzoruje pomen dražljajev in tako nadzoruje užitek, ki mu ga dajejo. Poleg tega ima moč, da si priključuje dražljaje tudi brez od zunaj sproženih občutkov. Campbell ugotovi, da je sodobno iskanje užitka do konca racionalizirana oblika samoiluzivnega hedonizma. Gre za sanjarjenje in fantaziranje na podlagi notranjega užitka ob ustvarjenih notranjih podobah, ki so izrazito samovšečne. Poplava izdelkov in neskončne možnosti izbire omogočajo posamezniku sanjarjenje preko diskurza nujnih potreb in puščajo dovolj maneverskega prostora za investicijo osebnih fantazij in sanj. Tako se je potrošnja osamosvojila od vprašan produkcije in distribucije, in postala poseben dejavnik oblikovanja posameznikove identitete.