

Szociológiai fogyasztáskutatások. Strukturális meghatározottság, szabadon lebegő életstílusok vagy valami más?

Berger Viktor

Pécsi Tudományegyetem

A TANULMÁNY CÉLJA

Körüljárni a szociológiai fogyasztáskutatások egyik nemzetközi és magyarországi viszonylatokban is meghatározó kutatási kérdésvetését: az életstílusok összefüggését az objektív társadalmi struktúrákkal. Az írásban két a szakirodalomban igen népszerű, ám egymással ellentétes pozíció kerül bemutatásra. A klasszikus álláspont szerint az életstílusok és a fogyasztási mintázatok csupán vagy nagyobb része az objektív társadalmi struktúra következményei, vagyis abból több-kevésbé levezethetők; míg az 1970-es, 1980-as évektől megjelent, majd gyorsan népszerűsége szert tett nézet szerint az életstílusok a pluralizálódási tendenciák és a jólét emelkedése következtében többé-kevésbé függetlenedtek az objektív struktúráktól, azaz önálló tagolódási elvet képeznek. A tanulmány szemügyre veszi, hogy e két pozíció miként jelent meg a hazai életstílus- és struktúrakutatásokban.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Elméleti-összehasonlító diszkusszió.

LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK, ÚJDONSAGOK

Kiderült: a különböző szemléletmóddal rendelkező publikációk hasonló eredményekre jutottak (pl. széles és fogyasztási szempontból is deprivált alsó helyzetű csoportok létezésére), valamint hasonló elméleti előfeltevésekkel rendelkeznek. Utóbbi szempontból az fontos, hogy mindkét pozíció képviselői implicit módon osztoznak abban az előfeltevésben, mely szerint a habitusok strukturálják a fogyasztási mintázatokat, s hogy e habitusok (mint diszpozíciók általánosított rendszerei) egységes elveket követnek és a legkülönbözőbb területekre transzponálhatók (ami az életstílusok különböző területeken megfigyelhető egységességét eredményezi). Az írás zárásképp egy újabb francia életstílus-kutatás jelentőségére kívánja felhívni a figyelmet, amely azzal kecsegtet, hogy másként látatja az életstílusok, habitusok és társadalmi struktúrák kapcsolatát. Bernard Lahire elmélete a pluriszocializáció, a heterogén diszpozíciók, illetve a diszpozíciók aktualizálódása és gátlása felől nézve próbálja meg újragondolni a társadalmi struktúra és a (kulturális) fogyasztás problematikáját. E friss kultúraszociológiai koncepció fényében meghaladható a determinista és az életstílusokat kitüntetett álláspontok szembenállása.

GYAKORLATI JAVASLATOK

A fogyasztás társadalomtudományos kutatása során érdemes az attitűdök és preferenciák homogenitására vonatkozó erős előfeltevést kritikailag felülvizsgálni, s nyitott kérdésként kezelni a diszpozíciók viszonyát.

Kulcsszavak: *életstílus-kutatások, társadalmi struktúra, fogyasztáselméletek*

Az önmagát néha túlzottan komolyan vevő, s a „nagy” kérdések (társadalmi integráció, kapitalizmus, szegénység, egyenlőtlenségek, értékek stb.) iránt érdeklődő szociológia számára a fogyasztás sokáig nem volt kiemelten fontos: ha egyáltalán, akkor is csupán azért vetette fel témaként, hogy e „komoly” kérdésekről tudhasson meg valamit. Szépen látható ez a klasszikusok esetében. Veblennél (1975 [1899]) a hivalkodó fogyasztás témája a 19. század végi amerikai kapitalista társadalom maliciózus kritikájának szolgálatában állt. Weber számára a fogyasztás egyfelől a rendek integrációjához hozzájáruló tevékenységként jelent meg (Weber 1967 [1922]), másfelől negatívan is színre lépett, ugyanis a hedonista fogyasztás minimalizálása (az aszketikus életvitel) a modern kapitalizmus kialakulásának egy fontos tényezőjeként került meghatározásra (Weber 1982 [1904]). A frankfurti iskola számára (vö. Horkheimer és Adorno 2011 [1947]) a fogyasztás, és különösen a tömegkultúra termékeinek fogyasztása gyanús jelenség: a tömegek becsapásának, manipulálásának eszköze.

A szociológia elméleti tradíciójának eme tendenciája csupán azért problémás, mert a „nagy horderejű” kérdések vonatkozásában tárgyalt fogyasztást jó ideig kevésbé tudták saját logikája alapján megragadni, s emiatt sokáig tisztázatlan maradt a társadalmi életre gyakorolt befolyása.¹

A fogyasztás a szociológiát az 1970-es, de még inkább az 1980-as évektől kezdve foglalkoztatja intenzíven, s ez nem kis mértékben a diszciplinán kívüli impulzusoknak köszönhető: egyrészt az empirikus (piac)kutatásoknak (vö. Andics 2010; Hetesi – Andics – Veres 2007; Kozák 2011: 104–135; Wessely, in Babarczy *et al.* 2001), másrészt, olyan teoretikusoknak, akik a korábbi elfogódottságokkal szemben valóban odafordultak a jelenség felé (pl. De Certeau 2010 [1980]). Mindezek következtében manapság már kiterjedt fogyasztászociológiai irodalom létezik. A szociológiai fogyasztáskutatásra ennek következtében a nézőpontok és a kérdésfeltevések roppant pluralitása jellemző. A fogyasztás kreatív tevékenység, vagy a manipuláció eszköze? Milyen szerepet tölt be a fogyasztás a globálissá vált társadalomban? Mi a jelentősége az egyéni és a csoportidentitások létrejöttében és fenntartásában? Miként segíti strukturálni a mindennapokat? Miként értelmezhető a fogyasztói élmény a *shopping mall*okban? Milyen térbeli vonatkozásai vannak a különféle fogyasztási

gyakorlatoknak, s miként szerveződnek át bizonyos helyszínek e helyek/terek fogyasztása révén? – Hogy csak néhányat említsék.

Mindazonáltal a szociológiát a legitimitívebben az a kérdés foglalkoztatja, hogy összefügg-e a fogyasztás és az általa keletkező életstílusok a társadalmi szerkezettel (s ha igen, miként). Hogy tehát a társadalmi osztályok vagy rétegek egyben fogyasztási-életstílusbeli közösségek is, vagy az életstílus-csoportok szerinti tagozódás független a „kemény” mutatók segítségével létrehozott felosztásoktól. A struktúra és életstílus viszonyának szociológiai elemzéseit értelmezve amellet fogok érvelni, hogy érdemes a hagyományos dichotómiákon túllépni.

STRUKTÚRA ÉS ÉLETSTÍLUSOK

A társadalmi struktúra és az életstílusok összefüggése tekintetében két karakteres álláspont kristályosodott ki a szociológiában. A klasszikus álláspont szerint az osztály- vagy rétegszerkezet többekévé meghatározza az életstílusokat azáltal, hogy az egyenlőtlen helyzetek jelölik ki a lehetőségeket és az ízlést (lásd: Veblen 1975 [1899]; Bourdieu 2010 [1979]; Vester *et al.* 2001). Ugyanakkor a 90-es évektől kezdve felemelkedett egy olyan diskurzus, mely szerint az életstílusokat immár alig határozzák meg az osztályok és rétegek közti különbségek. E vonulat képviselői szerint az életstílusok viszonylag szabadon bontakoznak ki, s úgy tűnik, mintha a fogyasztás, az életstílusok és a mentalitások „leváltak” volna a társadalmi struktúráról. Sőt egyesek szerint az életstílusok szerinti tagolódás az elsődleges a késő modern társadalmakban (pl. Schulze 1992; Michailow 2008 [1996]; vö. Berger 2007; Éber 2008).

A Magyarországon a TÁRKI körül csoportosulnak azon kutatók, akik inkább azon álláspont felé hajlanak, miszerint ugyan lehet relevanciája az életstílus- vagy miliótipológiáknak, ám ez nem jelenti azt, hogy le tudnák váltani az osztály- vagy rétegződésmoделleket (lásd pl. Fábán és tsai. 1998; Fábán és tsai. 2000a, 2000b; Kolosi – Keller 2010; Róbert 2000). Alapvetően vertikális modellekről van szó, melyek a fogyasztást is többnyire hierarchikusan értelmezik, minthogy a több-kevesebb logikáját, s nem pedig a „finom” különbségeket (vö. Bourdieu 2010 [1979]) veszik alapul. Ennek következtében a fogyasztás vagy fogyasztói szint egy hierarchikusan értelmezhető egyenlőtlenségi aspektusként (dimenzióként, változóként) jelenik meg.

¹ Az üdítő kivételek közé tartozott Georg Simmel (2001 [1911]), aki képes volt finomabban megragadni a problémát.

Szemléltető példaként érdemes szemügyre venni Fábian és társai (1998) tanulmányát. Kutatásuk során státuscsoportokat hoztak létre egyrészt a jövedelmi helyzet, másrészt a megtakarítások mértéke, harmadrészt a vagyoni helyzet és végül a tartós fogyasztási cikkekkel való ellátottság alapján. Mindegyik dimenzió esetében vertikális különbségeket tettek. Majd ezt követően annak a kérdésnek jártak utána, hogy a státuscsoportokban mi a domináns társadalmi miliő. A miliőket egyrészt a hagyományos elvek szerint képezték, mivel figyelembe vették a társadalmi-gazdasági jellemzőket (lakóhely településtípusa, háztartásfő neme, végzettsége, életkora, gazdasági aktivitása, foglalkozási csoportja, foglalkozási presztízse, munkahelyének nemzetgazdasági ágazata). Másrészt – s e helyen került képbe a tágabban értelmezett életstílus szempontja – a miliők megkülönböztetése során „szubkulturális” jellemzőket is tekintetbe vettek, mint pl. a vallásosság, az idegenellenesség, a lelki jóllét, az anomikus tünetek, az osztályazonosulás, a szubjektív mobilitás, az elégedettség vagy a tekintélyelvűség (Fábian, Róbert, Szívós 1998: 76).

Az életstílusok szempontja tehát egy alapvetően vertikális társadalomkép keretében bukkan fel. Ezzel szemben az ezredfordulón Kovách Imre körül megjelent több olyan szerző, akik kritikusabbak voltak az osztály- és rétegmodellekkel szemben, s az életstílusok társadalomstrukturáló erejét hangsúlyozták (Csigó 2006; Csité és tsai. 2006; Kapitány és tsai. 2007; Kovách 2006). A korábbiaknál nagyobb jelentőséget tulajdonítottak a horizontalitásnak, és így már nem csak a több-kevesebb, magasabb vagy alacsonyabb szintű fogyasztás, azaz a mennyiségi aspektus iránt érdeklődtek, hanem a fogyasztás minőségi különbségei is érdekessé váltak. Erősebben kihangsúlyozták, hogy a fogyasztásnak csoport- vagy rétegeképző hatása van.

Jól szemlélteti mindezt Csité és társai (2006) tanulmánya, melynek életstílus-tipológiájához olyan változókat használtak fel, melyekben a fogyasztási módok közti nominális (azaz nem hierarchikus) különbségek is szerepet kaptak. Az írásban felhasznált 1998-as és 2004-es felmérések olyan változókat tartalmaztak, mint például a szabadidő-eltöltési szokások (tánc, sport,

barkácsolás, klasszikus művészetekkel foglalkozás, barkácsolás, autópótlás, varrás, kertészkedés, szakkönyvnyolvasás, számítógépezés), az érdeklődési területek (egészséges életmód, divat, film, színház, befektetés, számítógép, politika, gazdaság, főzés, operett), az írott sajtó termékeinek olvasása (mit? milyen gyakran?), illetve a tévézési és rádióhallgatási szokások (csak 2004). Az ezen adatok alapján felállított miliőtípológia nem pusztán vertikális jellegű, benne a fogyasztás megnövekedet elméleti szerepe tükröződik. Az egyes miliők elnevezései (pl. újságolvasó, klasszikus, fiatal, női, férfi, közéleti, bulvár, balliberális, jobbos) pedig a fogyasztás és a mentalitások csoportképző erejére utalnak.

Ezek mellett léteznek olyan, a szociológiai és a marketingtudományos megközelítést termékenyen ötvöző fogyasztáskutatások is, amelyek a fogyasztási tipológiájukban egyaránt tekintetbe veszik a vertikális és a horizontális dimenziót is, s ily módon a két pólus között állnak (pl. Kozák 2011; Veres és tsai. 2010).

Mindazonáltal a megközelítések divergálása ellenére is vannak közös elemek az eredményekben. Minden vizsgálat szerint magas azoknak az aránya, akiknek a fogyasztási szintje alacsony vagy minimális. Néhány fontos tanulmány áttekintése tükrében e populáció népszerűségi aránya 25% és 59% közé tehető (*1. táblázat*). A két szélsőérték közti nagy különbséget több tényező is okozza. Minden bizonnyal közrejátszanak a felmérések közti időbeli különbségek. Ugyanakkor az is lényeges, hogy a publikációk alapján mely csoportokat könyveltem el az alsó fogyasztási szegmenshez tartozónak, ahogyan az is, hogy maguk a kutatók milyen kritériumok alapján határozták meg a csoportokat. Egy komolyabb metaanalízisnek szofisztikáltabb módszereket kellene alkalmaznia, azonban e helyütt elégséges az ebből a nyers összehasonlításból is kinyerhető belátás, miszerint Magyarországon a lakosság igen nagy aránya egyszerűen nem él azon az anyagi életszínvonalon, hogy szabadon választhassa meg életstílusát, s ennek lehetősége inkább a középhelyzetekben, valamint azoktól „felfelé” jelenik meg.

1. táblázat. A fogyasztási depriváltak aránya Magyarországon különböző kutatásokban

Szerző (megjelenési év)	Fogyasztási depriváltak aránya	Elnevezések
Fábián – Róbert – Szívós (1998)	34%	Képzetlen alsó osztályi miliő, falusias nyugdíjas miliő
Fábián – Kolosi – Róbert (2000)	59%	Deprivált szegény, jólakású deprivált
Bukodi (2006)	30%	Leszakadók, konzisztensen szegények, jó lakású szegények
Csibe – Kovács – Kristóf (2006)	25%, 30%	Ritkán fogyasztók (1998, 2004)
Csigó Péter (2006)	46%	Leszakadók, kizártak
Tardos Róbert (2008)	39%	Túlélés, harmónia
Kolosi – Keller (2010)	27%	Alsó fogyasztási csoport
Sági Matild (2010)	48%	Nélkülözők
Veres – Andics – Hetesi – Kovács – Prónay – Vajda (2010)	38%, 45%	Otthonülő leszakadó, kalandor lemaradó, konzervatív szegényes
Kozák (2011)	31%	Underclass, szegény munkásréteg

Forrás: saját szerkesztés

Ez a tényállás úgy tűnik, hogy kétségbe vonja az életstílus-kutatások szociológiai alkalmazásának értelmét Magyarországon. S mégis: az olyan kutatások, amelyek reflektálnak arra a kérdésre, hogy vajon melyik modell „jobb”: a döntően objektív paraméterek alapján létrehozott osztály-, illetve rétegződési sémák, vagy pedig az életstílus-tipológiák, általában arra jutnak, hogy egyik típusú modell sem tarthat igényt kizárólagosságra. s értékük, magyarázóerejük kontextusonként változik (bizonyosfajta cselekvéseket az egyik, másokat a másik típusú modellek magyaráznak jobban). Nemzetközi viszonylatban megemlíthető Jörg Rössel, aki a *Plurale Sozialstrukturanalyse* (2005) című művében hatáson módon igazolta, hogy mind az életstílus, mind az anyagi helyzet, mind a személyes hálózatok rendelkeznek a cselekvéseket befolyásoló, s a másik kettőre maradéktalanul nem visszavezethető kauzális erővel. Hasonló eredményekre jutott Gunnar Otte

is a *Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen*ben (2004), aki többváltozós modellek segítségével az általa felállított életstílus-tipológia magyarázóerejét hasonlította össze a bevett demográfiai és társadalmi-gazdasági változókéval. A modellek tanúsága szerint az életstílus-tipológia vitálisabbnak bizonyult pl. az utazási célpontok kiválasztása vagy a nagyvárosi szinterek felkeresése területén, ellenben a lakóhelyi szegregációt és a pártpreferenciákat a „kemény” változók nagyságrendekkel jobban magyarázták. Megint más jelenségek esetében hasonló mértékű volt a befolyás (pl. a személyes hálózatok összetétele). Összességében az életstílus-tipológia a kultúrához és a kulturális fogyasztáshoz közeli területeken teljesített jól.

Magyar viszonylatban érdemes kiemelni Bukodi Erzsébet (2006) tanulmányát, mely szerint a mai magyar társadalom leírható rétegzettként is, és életstílus szerint is, ám egyik modell sem

tarthat tudományos szempontok alapján igényt a kizárólagosságra. Hasonló következtetésre jutott Róbert Péter (in Babarczy et al. 2001: 129: skk.) is, aki egy fogyasztásnak szentelt 2001-es kerekasztal-beszélgetés során négy tipológia (a TÁRKI életstílus-csoportosítása, az EGP-osztályséma, a Ferge–Andorka-féle foglalkozási rétegek, illetve egy hatkategóriás iskolai végzettség-változó) teljesítőképeségét hasonlította össze.² A három magyarázandó változó esetében más és más tipológia rendelkezett a legnagyobb magyarázóerővel. Az egészségügyi állapot szubjektív érzete tekintetében a TÁRKI életstílus-csoportosítása rendelkezett a legnagyobb hatással; a politikai választásokon való részvétel az Andorka–Ferge-féle felosztás bizonyult a „nyerőnek” (míg a legrosszabb eredményt a TÁRKI sémája érte el); ugyanakkor a TÁRKI életstílus-felosztása magyarázza a legjobban azon válaszok szóródását, amelyek arra a kérdésre érkeztek, hogy váratlan pénzhez jutás esetén mit tennének az alanyok.

A fogyasztási depriváltak magyar társadalomban megfigyelt meglehetősen nagy aránya arra a következtetésre sarkallhatna, miszerint a fogyasztás és az életstílus kérdése nálunk nem különösképpen releváns, s az életstílus-alapú megközelítéseknek olyan társadalmakban van értelme, amelyek magasabb anyagi életszínvonallal jellemezhetők, s amelyekben így az életstílus tekintetében a túlnyomó többség számára ténylegesen adott a választás lehetősége. Ugyanakkor az idézett összehasonlító elemzések alapján nem alaptalan arra az álláspont-ra helyezkedni, hogy a fogyasztás és az életstílus olyan országokban is releváns lehet, amelyekben a lakosság viszonylag nagy hányada alig fogyaszt.

FOGALMI HASONLÓSÁGOK ÉS EGY ALTERNATÍV MEGKÖZELÍTÉS

Érdemes szemügyre venni az elméleti alapfeltevések szintjét is, ami által fény vetülhet olyan fogalmi hasonlóságokra, amelyek a polémiák hevében talán kevésbé szembetűnőek. Az objektív struktúra elsőbbségét hirdető és az életstílusok alapján létrehozott modellek elméleti szinten mutatnak közös vonásokat. Ez abban fejeződik ki, hogy mindkét

esetben úgy tűnik, mintha egy kettős szelekciós mechanizmus feltételeznének a fogyasztói döntések és az életstílusok keletkezésének magyarázata során. Eszerint a fogyasztói döntéseket szelektálják először is az anyagi életkörülmények, mivel az objektív létfeltételek egyseseknek több, másoknak kevesebb opciói tesznek lehetővé. Másrészt szelektálnak a cselekvők preferenciái (ízlesei, diszpozíciói és habitusai) is, mivel szükséges az objektíve elérhető opciók között is szelektálni. Ezen implicit vagy másoknál expliciten is kifejtett meggyőződés szerint a másodlagos szűrőket, az ízleleteket (vagy habitusokat) az objektív helyzetek formálják. Mindkét pozíció képviselői többé-kevésbé osztottnak azon az előfeltevésen, miszerint e társadalmilag megformált habitusok strukturálják a fogyasztási mintázatokat, s hogy ezek (mint diszpozíciók általánosított rendszerei) egyseségeket követnek és a legkülönbözőbb területekre transzponálhatók (ami az életstílusok különböző területeken átívelő egységességét eredményezi) (vö. Bourdieu 2010 [1979]).³

Egyes kutatók-elméletalkotók szándékaik szerint túl kívánnak lépni ezen az alapvetően bourdieu-i ihletésű modellen. Azonban a legtöbb esetben ezek sem szakítanak radikálisan ezzel az elméleti kerettel. Az élménytársadalomban – hangsúlyozza Gerhard Schulze (1992) lépten-nyomon – már nem az életstílusok megkülönböztető értéke számít, hanem az élvezet áll az előtérben. Ugyanakkor fogalmi szinten ő sem kérdőjelezte meg teljesen Bourdieu-t. Saját fogalmiságával Schulze lényegében azt állította, hogy az elsődleges szűrő meglehetősen áteresztővé vált (az életszínvonal növekedése miatt), s hogy emiatt sokkal nagyobb szerepe lesz a szubjektív struktúráknak (ízlesek, preferenciák, habitusok, avagy Schulzénál: valóságmodellek, egzisztenciális szemléletmódok). Ez azonban a hangsúlyok eltolása, nem a modell elvetése, ugyanis Schulze is hangsúlyozza a szubjektív struktúrák összefüggését az objektívekkel, csak utóbbiak esetében nem a jövedelmet, hanem az életkort és az iskolai végzettséget-műveltséget emeli ki, illetve kettejük viszonyában a szubjektív komponens dominanciáját feltételezi.

Ha az eredmények, a magyarázóerő és az elméleti előfeltevések tekintetében is vannak bizonyos hasonlóságok a fogyasztás társadalomstrukturáló

² A lakosság 50–60%-a mindegyik esetben az alsó két csoportban szerepelt, ami tovább erősíti a fenti összehasonlítás validitását.

³ Érdemes megjegyezni, hogy a GfK és a Tárki közös kutatása némileg kivétel e tekintetben, hiszen próbálták a preferencia- és attitűdváltozók számát a minimumra szorítani, bár nem mondtak le teljesen róluk (Kozák 2011. 136).

hatásának kétféle értelmezése között, ugyanakkor mégis erős a szembenállás. akkor értelmes vállalkozás a fogyasztás és az életstílusok problémáját egy más fogalmiság alapján is szemügyre venni. Erre kínál lehetőséget Bernard Lahire a *La culture des individus*-ban (Lahire 2004; vö. 2008, 2011, 2012 [2001]; Takács 2012). Lahire szakítani kíván a kettős szelekció monolitikus modelljével, mely azt feltételezi, hogy *a)* az objektív helyzetek koherens hatást gyakorolnak a cselekvőkre, *b)* az egyes diszpozíciók koherens, ellentmondásmentes habitusokat-izléseket alkotnak, *c)* az izlésítéletek vezérlik a kulturális gyakorlatot, illetve *d)* mindezek miatt egységes, koherens életstílusok jönnek létre. Ezeket az alapfeltevéseket már korábbi, s nemcsak szociológiai, hanem pl. marketingtudományos kutatások is kétségbe vonták. A szociológiai berkekben népszerű mindenevés-elmélet is hasonló irányba mutat, mivel a mindenevők stílárís heterogenitására hívta fel a figyelmet (Peterson, Kern 1996; vö. Sági 2010). Emellett a marketingtudomány számára az is ismert jelenség, hogy a fogyasztók gyakran olyan döntéseket hoznak, amelyek nincsenek összhangban az explicit preferenciáikkal.

Mindazonáltal a halmozódó empirikus eredmények nem vezettek a fogyasztás társadaloméleti reconceptualizálásához. E tekintetben jelent újítást Lahire műve, melyben az empirikus eredmények újféle elméleti keretben kerültek színtetizálásra. A kettős szelekció modelljének alapfeltevései ezen elmélet fényében problematikusak.

a) A materiális helyzeteken túl másféle kontextusokat is figyelembe kell venni. Rendkívül sokféle hatás éri a cselekvőket, melyek mind befolyást gyakorolnak rájuk: a családi körülményeik, a nemük, a foglalkozási környezetük, a baráti kapcsolataik, a tagságaik önkéntes szervezetekben, a részvételük szubkulturális csoportosulások életében, vagy egészen egyszerűen az, hogy családjában hányadik gyerek valaki (merthogy eltérő hatások érhetik az embereket a társadalmi-gazdasági háttér azonos-sága ellenére is). A modern társadalmak annyira differenciáltak, hogy az egyes emberek rendkívül heterogén szocializáló miliók hatásainak vannak kitéve, s így roppant sokféle erők formálják őket (pluriszocializáció). Az egyének „individuumok”, ám nem „szabadon lebegő” egyéniségek, hanem

éppen társadalmi meghatározottságuk hihetetlen változatosságában egyediek.⁴

b) A pluriszocializáció eredményeként az egyének diszpozíciói is rendkívül heterogének, nem alakulhat ki homogén habitus ezek általánosított rendszereként, ahogyan a kettős szelekció modelljei feltételezik. Emiatt a fogyasztás és az életstílus egyes területein az emberek többségét különböző logikájú tevékenységek és kulturális gyakorlatok, valamint kulturális preferenciák jellemzik (a diszpozíciók nem általánosíthatók és transzponálhatók, ahogyan Bourdieu vélte). Igen gyakori, hogy valamely diszpozíciónak korlátozott az érvényessége, s csak bizonyos területre, tevékenységre vonatkozik, míg máshol más diszpozíciók kerülnek képbe.⁵

c) Ráadásul a fogyasztói döntés nem korrelál erősen a preferenciákkal, diszpozíciókkal. Vagyis a másodlagos szűrő a valóságban nemigen tölti be a vélelmezett szerepét. Lahire ehelyett arra hívja fel a figyelmet, hogy a valós fogyasztási döntésekben egyéb tényezők is nagyon jelentős, sőt a diszpozícióknál gyakran fontosabb szerepet játszanak. Ilyen lehet az a körülmény, hogy az ember egyedül fogyaszt-e vagy társaságban. Barátok vagy a család társaságában az ember gyakran olyan fogyasztásban is részt vesz, amely egyébként nem felel meg a preferenciáinak (a legújabb Disney-rajzfilm megtekintése a gyerek kedvéért, vagy borkóstoló látogatása a társaság miatt, miközben nincs különösebb érdeklődés a bor iránt). De ilyen tényező az is, hogy mi a célja a fogyasztásnak. Összpontosított tevékenység vagy csupán „kikapcsolódás”, passzív időtöltés a fogyasztás? Előbbi esetben nagyobb szerepet kaphatnak a diszpozíciók, míg utóbbi esetén gyakran előfordul, hogy nem ügyelnek szigorúan arra, hogy a preferenciáknak megfelelő fogyasztást végezzenek (példa erre, ha az emberek csak azért néznek a tévét, hogy „menjen valami”, s közben mindegy, hogy mely-e a preferenciáknak). *d)* Mivel a preferenciák diszpozíciók/heterogének, s összességében gyenge összefüggés mutatkozik a preferenciák és a tényleges fogyasztási gyakorlatok között, az átlagember fogyasztási mintája életstílusra nem koherens, egységes, hanem disszonáns, heterogén (vö. Lahire 2004; vö. 2008, 2011).

A kettős szelekció modelljei az objektív életkörülmények elsődleges opciószűkítése „után” a

⁴ E belátás korántsem előzmény nélküli. Eszünkbe juttathatja Simmel (2009 [1890]) gondolatát, mely szerint a modernitásban megsokszorozódnak a társadalmi körök, melyek „metszéspontjában” az ember áll, aki épp a sokféle meghatározottság miatt „individuum”. Lahire azonban úgy tűnik, nem ismeri ezeket a fejtegetéseket, mivel se kötetében és se a tanulmányaiban nem hivatkozza Simmelt.

⁵ Gyakori, hogy eltérő preferenciák jelennek meg pl. a filmek, a művészet, a zenék, az étkezés vagy az öltözködés területén.

preferenciák cselekvésvezérlő hatását feltételezik. Ezzel szemben a lahire-i elmélet szakít ezzel a ke-retrendszerrel. Mivel az egyes diszpozíciók (melyek gyakran nem kompatibilisek egymással) tipikusan olyan társas környezetre lelnek, amelyekben nem tudnak aktiválódni, a gyakorlat/fogyasztási minta nem(csak) a preferenciák kifejeződései, s a diszpozíciók nem kizárólagos vezérlői a gyakorlatnak. E feltételezés helyett a diszpozíciók aktiválódásának és deaktiválódásának körülményeit érdemes vizsgálni Lahire szerint, méghozzá az egyéni szintre lebontva. Ekkor válik láthatóvá, miért vegyes kulturális praxissal jellemezhető a többség. Mivel az ember gyakran társaságban fogyaszt és nem azt, amit a legjobban szeretne, inkább fontosnak tartja, hogy együtt legyen ismerőseivel, barátaival, családjával, így nem aktivál bizonyos diszpozíciókat. Azt is figyelembe kell venni, hogy a kulturális fogyasztás gyakran csak stresszoldás kikapcsolódás (ezért nézi a legitim kultúra iránt érdeklődő értelmiségi a vacsora mellett az *Agymenők* új epizódját). De a társas környezet nemcsak gátolni tudja a diszpozíciók „kiélését”, hanem elő tudja segíteni a rég elfeledett(nek hitt) preferenciák újbóli aktiválódását, ha támogató a közeg (okozhatja ezt pl. a földrajzi és/vagy a munkabeli mobilitás jelentette környezetváltozás) (Lahire 2004; vö. 2008, 2011, 2012 [2001]).

A lahire-i (empirikusan megalapozott) elmélet arra tesz javaslatot, hogy másképp ragadja meg a fogyasztás és a társadalmi struktúra összefüggését: hogy meghaladja azt a gondolatot, miszerint a

homogén életkörülmények homogén diszpozíciókat alakítanak ki, amelyek koherens habitusokat alkotván ugyancsak homogén életstílusokat hoznak létre. Ehelyett azt érdemes kutatni, hogy milyen individuális konfigurációk jelennek meg: mely szocializáló miliók milyen diszpozíciókat alakítanak ki; milyen egyéni fogyasztási minták léteznek; miként, mely közegekben tudnak aktiválódni és melyekben kerülnek gátlás alá a diszpozíciók; milyen egyéb hatások befolyásolják az egyéni fogyasztási mintát? Az elképzelés egyértelmű pozitívuma, hogy nem merül fel a kérdés, hogy melyik az erősebb: az objektív viszonyok hatása az életstílusra vagy az életstílusok struktúraformáló ereje, mert ebben a modellben természetes, hogy az ember társadalmilag sokszorosán meghatározott lény, illetve hogy az életstílus visszahat e viszonyokra. Hátrányaihoz tartozik ugyanakkor, hogy relatíve nagy anyagi és időbeli ráfordítást igényel az e logika alapján felépített kutatás, hiszen a kvantitatív adatok statisztikai elemzése mellett kvalitatív módszereket (interjúk, résztvevő megfigyelések, követéses vizsgálatok, dokumentumelemzés stb.) is szükségessé tesz. Épp ez az utolsó tényező teszi erősen kétségesé, hogy népszerűvé válhat-e ez a megközelítés. Mindazonáltal a koncepció differenciáltsága megkerülhetővé tesz néhány korábban kialakult s kevésbé termékeny dichotómiát, illetve a fogyasztás késő modern társadalmakban betöltött szerepének differenciált, elegáns értelmezését.

Jelen tanulmány a II. Fogyasztás Interdiszciplináris Szimpóziumon elhangzott, a Tudományos Szervezőbizottság által kiválasztott előadás alapján készült.

HIVATKOZÁSOK

- Andics J. (2010), *Életstílus-kutatások*, in: Veres Z. (szerk.), *Életstílus Alapú Fogyasztói Szegmensek Magyarországon*, Szeged: SZTE GtK Üzleti Tudományok Intézete, 191–209. old.
- Babarczy E. – Hadas M. – Kemény V. – Róbert P. – Wessely A. (2001), „Kultúra és társadalom”, TEK20 konferencia. *Fordulat-különszám*, 110–49. old.
- Berger V. (2007), „Konstruktivista és bourdieui megközelítések vonzásában. Gerhard Schulze cselekvés- és tudásszociológiai modellje”, in: Némedi D. – Szabari V. (szerk.), *Kötő-jelek 2006*, Budapest: ELTE TáTK, 31–52. old.
- Bourdieu, P. (2010 [1979]), „A habitus és az életstílusok tere”, *Replika* 72, 49–94. old.
- Bukodi E. (2006), „Társadalmunk szerkezete különböző nézőpontokból”, in: Kovách I. (szerk.), *Társadalmi metszetek*, Budapest: Napvilág, 109–59. old.
- Csigó P. (2006), „Kereskedelmi média és késő modern individualizáció”, in: Kovách I. (szerk.), *Társadalmi metszetek*, Budapest: Napvilág, 311–46. old.
- Csöte A., Kovách I., Kristóf L. (2006), „Fogyasztói csoportok az ezredforduló Magyarországon”, in: Kovách I. (szerk.), *Társadalmi metszetek*, Budapest: Napvilág, 253–91. old.
- De Certeau, M. (2010 [1980]), *A cselekvés művészete. A mindennapok leleménye I.*, Budapest: Kijárat
- Éber M. A. (2008), „Túl az élménytársadalmon?”, *Szociológiai Szemle* 18 1, 78–105. old.
- Fábián Z., Róbert P. Szivós P. (1998), „Anyagi-jóléti státuscsoportok társadalmi miliói”, in: Kolosi T., Tóth I. Gy., Vukovich Gy. (szerk.), *Társadalmi riport 1998*, Budapest: TÁRKI, 72–91. old.
- Fábián Z., Kolosi T., Róbert P. (2000a), *Fogyasztási csoportok. Társadalmopolitikai tanulmányok 20*, Budapest: TÁRKI, 1–40. old.
- Fábián Z., Kolosi T., Róbert P. (2000b), „Fogyasztás és életstílus”, in: Kolosi T., Tóth I. Gy., Vukovich Gy. (szerk.), *Társadalmi riport 2000*, Budapest: TÁRKI, 225–59. old.
- Hetesi E. – Andics J. – Veres Z. (2007), *Az életstílus-kutatási eredmények fogyasztásszociológiai interpretációs dilemmái*, *Szociológiai Szemle* 17 3–4, 115–34. old.
- Horkheimer, M., Adorno, T. W. (2011 [1947]), *A kultúrpar. A felvilágosodás, mint tömegámitás*, in: *A felvilágosodás dialektikája*, Budapest: Gondolat, 153–207. old.
- Kapitány B., Karácsony G., Kovách I., Róbert P. (2007), „Társadalmi szerkezet – szociológiai modellek”, *Századvég* 44, 165–92. old.
- Kolosi T., Keller T. (2010), „Kikristályosodó társadalomszerkezet”, in: Kolosi T., Tóth I. Gy. (szerk.), *Társadalmi riport 2010*, Budapest: TÁRKI, 105–38. old.
- Kovách I. (2006), „Paradigmaváltás, társadalmi szerkezet és egyenlőtlenség”, in: Kovách I. (szerk.), *Társadalmi metszetek*, Budapest: Napvilág, 11–8. old.
- Kozák Á. (2011), *A fogyasztói életstílus leírására szolgáló kutatási megközelítések kritikai elemzése (Doktori értekezés)*, Pécs: PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola
- Lahire, B. (2004), *La culture des individus*, Párizs: La Découverte
- Lahire, B. (2008), „The Individual and the Mixing of Genres”, *Poetics*, 36 2–3. pp.166–88
- Lahire, B. (2012 [2001]), „A habituselmélettel egy pszichológiai szociológia felé”. *Replika* 79, 45–66. old.
- Lahire, B. (2011), „Das Individuum und die Vermischung der Genres”, *Berliner Journal für Soziologie* 21 1, pp.39–68
- Michailow, M. (2008 [1996]), „Individualizáció és az életstílusok kialakulása”, *Replika* 64–65, 55–78. old.
- Otte, G. (2004), *Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen*, Wiesbaden: VS
- Peterson, R. A., Kern, R. (1996), „Changing Highbrow Taste. From Snob to Omnivore”. *American Sociological Review* 61 5, pp.900–7
- Róbert P. (2000), „Az életstílus meghatározottságának változása, 1982–1998”, *Szociológiai Szemle* 10 2, 17–37. old.
- Rössel, J. (2005), *Plurale Sozialstrukturanalyse*, Wiesbaden: VS
- Sági M. (2010), „Kulturális szegmentáció: »mindenevők«, »válogatosak«, »egysíkúak«, és »nélkülözők?», in: Kolosi T., Tóth I. Gy. (szerk.), *Társadalmi Riport 2010*, Budapest: TÁRKI, 288–311. old.
- Schulze, G. (1992), *Die Erlebnisgesellschaft*, Frankfurt am Main: Campus
- Simmel, G. (2001 [1911]), „A divat”, in: *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*, Budapest: Novissima, 180–200. old.
- Simmel, G. (2009 [1890]), *A társadalmi differenciálódásról*, Budapest: Gondolat
- Takács, E. (2012), „From the One to the Many. From Pierre Bourdieu's Habitus Theory to the Concept of Bernard Lahire's L'homme pluriel”, *Acta Sociologica*, Pécsi Szociológiai Szemle, 5, pp.57–60

- Tardos R. (2008), „Foglalkozás, miliő, kapcsolathálózatok: külön világok?“, Századvég 50, 1-46. old.
- Veblen, T. (1975 [1899]), A dologtalan osztály elmélete, Budapest: KJK
- Veres Z. – Andics J. – Hetesi E. – Kovács P. – Prónay Sz. – Vajda B. (2010), Életstílus alapú fogyasztói szegmentumkutatás (OTKA K67803 zárótanulmány), in: Veres Z. (szerk.), Életstílus Alapú Fogyasztói Szegmensek Magyarországon. Szerged: SZTE GtK Üzleti Tudományok Intézete, 7–190. old.
- Vester, M. / Oertzen, P. von / Geiling, H. / Hermann, T. / Müller, D. (2001), Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Weber, M. (1967 [1922]), „Politikai közösségek. Hatalommegosztás a közösségen belül: osztályok, rendek, pártok“, in Gazdaság és társadalom. Szemelvények, Budapest: KJK, 241–55. old.
- Weber, M. (1982 [1904]), A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme. Vallásszociológiai írások, Budapest: Gondolat

Berger Viktor. PhD, adjunktus
 berger.viktor@pte.hu

PTE BTK Társadalom- és Média tudományi Intézet
 Szociológia Tanszék

Sociological Studies of Consumption: Structural Determination, „Free-Floating” Lifestyles or Something Else?

AIM OF THE PAPER

One of the most important questions of sociological research of consumption is the relationship between objective social structure and the lifestyles. In this paper, I will present two prominent but contrasting positions. One approach considers patterns of consumption and lifestyles only as a product of the objective structures. While the other position sees lifestyles as more or less independent from social constraints, thus as an autonomous principle of social structure. The paper also takes a look at how these two positions are represented in Hungarian sociological research.

METHODOLOGY

Theoretical and comparative discussion

MOST IMPORTANT RESULTS

Despite polemical differences, the existence of common research results have to be stressed (like the relative great percentage of people in Hungary, who consume on a very low level) and the existence of several common theoretical presuppositions. Regarding the latter, the most important element is, that the advocates of the two positions share the implicit theoretical premise, that it is the habitus which structures the patterns of consumption, and that these habitus (as a generalized system of dispositions) obey congruent principles, and are therefore transposable to various areas. As a result of this, lifestyles are homogenous and without contradictions. The paper also examines a relatively new French lifestyle research, which promises to reconfigure how we think about the relationship of consumption, habitus and social structure. Bernard Lahire's empirically grounded theory tries to re-conceptualize the problematics of social structure and (cultural) consumption by emphasizing concepts like pluri-socialization, heterogeneous dispositions (and their blockages and activations).

RECOMMENDATIONS

Researchers of consumption should avoid all too strong presuppositions, which emphasize the homogeneity of preferences and attitudes, and instead treat the question of congruity of dispositions as an open question.

Keywords: lifestyle research, social structure, theories of consumption