

GYÁNI GÁBOR

A fogyasztás forradalmától a fogyasztói társadalomig. Historiográfiai vázlat

A kezdet: a francia táplálkozástörténet

A fogyasztástörténet mint legitim történetírói téma kutatásának az *Annales* történészei voltak a fő kezdeményezői. A francia történészek e csoportja 1961-ben tűzte elsőként napirendre a táplálkozás múltjának feltárását. Eleinte az élelmiszer-fogyasztás története állt érdeklődésük homlokterében, azzal összhangban, hogy ekkoriban a gazdaságtörténészek részéről merült fel a kérdés tárgyalásának sürgető igénye. Hamarosan azonban a fogyasztás szélesebb spektruma került be a kutatásba. E törekvés pregnáns megnyilvánulása volt, hogy Fernand Braudel, az *Annales* ez időben vezető történésze (a folyóirat főszerkesztője) az 1970-es évek végén publikált nevezetes munkájának közel felét a fogyasztás témájának szentelte.¹ Külön figyelemben részesítette az alapvető fogyasztási javak (a búza, a rizs, a kukorica) gazdaságtörténetét, érintette a 18. századi táplálkozási forradalmak kérdését, majd önállóan foglalkozott az étkezéssel, az italfogyasztással, az otthonokkal, valamint az öltözködéssel. Fontos megjegyezni, hogy az utóbbiakról írt fejezet főcíme így szólt: „A felesleg és a legszükségesebb”. Braudel a fogyasztás kora újkori historikumát azon kettősség fogalmi keretei között ragadta meg, írta le, amely – rögzült szokás szerint – a fényűzés és a nyomor, a túlzott bőség és az áruhiány feszültségében értelmezi a fogyasztás társadalmi gyakorlatát. Ez gyakorlati síkon ama mindmáig általánosnak tetsző történetírói eljárásnak felel meg, amely a felső osztályok, valamint az alsó társadalmi

¹ Fernand BRAUDEL: *Anyagi kultúra, gazdaság és kapitalizmus XV–XVIII. század. A mindennapi élet struktúrái: a lehetséges és a lehetetlen*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest, 1985.

csoportok társadalomtörténeti kontextusában helyezi el a kifejezetten rosszul dokumentált, hiányos és többnyire megbízhatatlan források bizonyosságaira alapozott fogyasztástörténeti beszámolót. Így és ezért tartja fontosnak a hazai táplálkozástörténet egyik jeles mai képviselője is kijelenteni a szintén a kora újkor kapcsán végzett vizsgálatait összegezve: „Elmondhatjuk a különböző társadalmi rétegek étkezésével kapcsolatban, hogy minél előkelőbb rangú volt valaki, annál változatosabban étkezhetett, mind az alapanyagot, mind a fűszerezést tekintve.”²

A francia történészek kezdeményezte élelem- és táplálkozástörténet hamarosan két kutatói stílus kívánalmainak megfelelően terebélyesedett tovább: az egyik a kvantitatív, a másik a kvalitatív eszközök használatát részesítette előnyben.³ Ezt a kettős irányvételt tükrözte a francia gazdaságtörténészek szövetségének 1973. évi kongresszusa, ahol önálló szekció keretében foglalkoztak az élelmiszer-fogyasztás kérdésével.⁴

Társadalomtörténeti paradigmaváltás

Kis idő elteltével a fogyasztástörténet a társadalomtörténet integráns részévé kezdett válni. Nehéz vagy lehetetlen pontosan meghatározni a helyet és az időpontot, amikor a fogyasztás jelensége a termelés fogalmi köréből, a gazdaságtörténetből a társadalmi gyakorlatok átfogóbb gondolati kontextusába került át. Minden bizonnyal az 1970-es évek vége és az 1980-as évek eleje volt e tekintetben perdöntő. Ezúttal már nemcsak a francia, hanem az angolszász tudomány is tevőlegesen hozzájárult a fordulathoz, amelynek előkészítésében óriási szerepe volt a kulturális antropológiának és a szociológiának.

Még mielőtt konkrét történeti munkák láttak volna napvilágot, amelyek szerzői a társadalomtörténeti értelmező keretet fogadták el a fogyasztás múltbeli mintáinak leírása során, az antropológia képviselőiben Mary Douglas (Baron Isherwood közgazdással karöltve), a szociológia részéről Pierre Bourdieu segített abban, hogy a fogyasztás ökonómiai jelenségből társadalmi entitássá válhasson a történész szemében.⁵ E két

² BENDA Borbála: „Ételnek idején, aki mely asztalhoz rendeltetett, oda menjen.” A magyar főúri udvarokban élők étkezése a kora újkorban. 2000, 2007. augusztus. 18.

³ Vö. Maurice AYMARD: Táplálkozástörténet és gazdaságtörténet. *Világtörténet*, 27. 1977. 66.

⁴ Bernard BENASSAR–Joseph GOY: A 14–16. századi élelmiszer-fogyasztás történetéhez. Uo. 33–64.

⁵ Mary DOUGLAS–Baron ISHERWOOD: *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. Basic Books, New York, 1979; Pierre BOURDIEU: *La distinction: critique sociale du jugement*. Minuit, Paris, 1979.

munka felszabadító hatásáról a legkevesebb, amit elmondhatunk, hogy szerzőik a fogyasztás nem kifejezetten közgazdasági, tehát a hasznossági, illetve a határhaszon elméletben megfogalmazott megközelítését helyezték előtérbe. Ahelyett, hogy a fogyasztási döntéseket az egyén racionális választásához köthették volna – ahogy a közgazdászok teszik –, kulturális és csoportfüggő jelenségeként igyekeztek azt beállítani. Miként Douglas és Isherwood fogalmazott: „...a fogyasztási döntések az adott kultúra éltető forrásaivá válnak. Az adott kultúrában felnőtt emberek a saját életük változásaként értékelik: új szavak, új gondolatok, új módszerek. [...] A fogyasztás az a terrén, melyen kiküzdik és formába öntik a kultúrát.” A fogyasztási döntések – folytatják – „azt illető morális ítéletek, hogy mi a férfi, mi a nő, hogyan kell az embernek idős szüleivel bánnia, mennyi segítséget kell nyújtania fiainak és lányainak az élet megkezdéséhez; hogyan kell megöregedni, méltósággal vagy anélkül stb.”. Következésképpen: „Olyan fogyasztói döntések ezek, amelyek nagy költségekkel járhatnak, és amelyek, miután meghozták őket, egyúttal meg is szabják a kultúra fejlődését.”⁶

Bourdieu felfogása szerint a fogyasztási döntési helyzetek a társadalmi valóság relációinak felelnek meg az adott társadalmi tér körülményei között. Miként saját koncepciójáról ő maga írja: „...minden társadalmat minden pillanatban társadalmi pozíciók összességének kell tekintenünk, amelyek egyenként megfigyelhetők bizonyos tevékenységek (golfozás vagy zongorázás) és javak (nyaraló vagy nagy értékű festmény) együtteseinek (homológia). E tevékenységek és javak már maguk is egymáshoz képest határozódnak meg (relacionálisak).” Ez azt jelenti, hogy „a *társadalmi pozíciók* (relacionális fogalom), a *diszpozíciók* (vagy *habitusok*) és végül az *állásfoglalások* (a társadalmi ágensek »választásai« a legkülönbözőbb gyakorlati terepeken, az étkezésben vagy a sportban, a zenében vagy a politikában) közötti kapcsolatok” hozzák létre a szociológus vizsgálati tárgyát, a társadalmi teret vagy mezőt, amelynek tagoltságát a „megkülönböztetés képessége, kifinomultsága”, egy olyan viselkedés és modor szabja meg, amely különbségeket teremt ember és ember között; ez az a megkülönböztető jegy, „amely csak egyéb tulajdonságokhoz való viszonyában és viszonya által létezik”.⁷

⁶ Mary DOUGLAS–Baron ISHERWOOD: i. m. 37.

⁷ Pierre BOURDIEU: *A gyakorlati észjárás. A társadalmi cselekvés elméletéről*. Napvilág Kiadó, Budapest, 2002. 15., 16. (Kiemelés az eredetiben.)

A fogyasztás forradalma mint koncepció

A történészek ezután nem sokkal jelentkeztek a közvetlenül már nem a közgazdaságtan fogalmaihoz igazított, hanem társadalomtörténeti kontextusba illesztett fogyasztástörténeti elbeszéléseikkel. E munkák sorában kivételes hely illeti meg a fogyasztói társadalom 18. századi megszületéséről írt nagy hatású kötetet.⁸ McKendrick, Brewer és Plumb egy immár hosszabb múltra visszatekintő gondolkodási hagyomány uralmát kívánta megtörni, amely a termelési szférát feltétlen prioritásként kezelte a társadalmi dinamika magyarázata szempontjából. Ez a legalább a 18. századig visszanyúló paradigma a fogyasztással összefüggésben három klasszikus társadalomelméleti munkának köszönheti, köszönhetette páratlan vonzerejét: Thorstein Veblen, Max Weber és Georg Simmel egy-egy művének.⁹ A bennük kifejtett koncepciókkal szemben a McKendrick, Brewer és Plumb történeti narratívájával meginduló fogyasztástörténet-írói diskurzus azt emeli ki, hogy a fogyasztás nem pusztán függeléke, nem egyszerű derivátuma a termelésnek, vagy valamilyen eszmei (Weber), netán szociológiai (Veblen) determinánsnak. Nem intézhető el tehát olyanformán, ahogy Weber teszi a protestantizmusban fogant „aszketikus racionalizmus” mint kapitalista szellem (vagy ethosz) konceptualizálásával; vagy ahogy Veblen jár el, amikor a „tüntető fogyasztást” és a dologtalanságot, magyarul: mások munkavégzésének elfogyasztását a hírnév és a társadalmi pozíció előfeltételeként definiálja. „A jelenlegi pénzügyi kultúrában az egyén hírneve, következőképpen a sikere is, nagymértékben attól függ, hogy mennyire járatos azokban a viselkedési formákban és fogyasztási módszerekben, amelyek az idő és a javak pazarló szokásáról árulkodnak.”¹⁰

McKendrick, Brewer és Plumb leszögezik: a 18. század második felében az ipari (a nagyban termelő) társadalom felemelkedése mellett – legalábbis Angliában – a fogyasztói társadalom is teret hódított, ami újabb forradalom alakját öltötte magára. A fogyasztás forradalmáét. A tömegtermelés közvetlen következménye az áruk korábbiaknál nagyobb hozzáférhetősége, ami olcsóságuk és könnyű megvásárlásuk ered-

⁸ Niel McKENDRICK–John BREWER–J. H. PLUMB: *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. Europa Publications, London, 1982.

⁹ Thorstein VELEN: *A dologtalan osztály elmélete. Válogatás Veblen műveiből*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1975. 29–347.; Max WEBER: *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest, 1982. 7–290.; Georg SIMMEL: *A pénz filozófiája*. Osiris Kiadó, Budapest, 2004.

¹⁰ Thorstein VELEN: i. m. 303–304.

ménye. Ez éppoly fontos, mint az ipari termelés intézményesülése volt a gyárak formájában. Sokat köszönhet a fogyasztás forradalma a reklámtechnika kialakulásának és fejlődésének is, ami kézzelfogható tudással vértézi fel a potenciális vásárlókat a számukra elvileg immár korlátlanul hozzáférhető árukról, főbb jellegzetességeikről; s persze döntőnek számított e tekintetben a bolti nagy- és kiskereskedelem modernizálódása, hatékonyságának ugrásszerű emelkedése is. A fogyasztás forradalma – sugallják a szerzők – nem egyszerűen következménye, legalább annyira oka is a termelési szféra forradalmasodásának, az ipari tömegtermelés kultúrájának.¹¹

A fogyasztás társadalomtörténeti megragadásának fontos, McKendrickék művéhez képest azonban ritkán számon tartott produktuma a francia historikus Daniel Roche várostörténeti monográfiája.¹² Roche ebben a munkájában a fogyasztás kategóriájára alapvető társadalomtörténeti elemző kategóriaként támaszkodik; több teret szentel ezért a lakásviszonyok, a használati tárgyak birtoklása, a ruházkodás, sőt az olvasási szokások tárgyalásának, valamint a szociabilitás társadalmi rétegződés meghatározásában játszott szerepének, mint a tulajdon- és jövedelmi viszonyoknak, holott ez utóbbiakat szokás a priori kiindulópontul venni egy-egy történeti struktúra rekonstruálása során.

A fogyasztói ethosz mint történelmi probléma

A fogyasztói forradalom kifejezés, sőt immár koncepció meghonosítása olyan felfogás gyors elterjedése előtt egyengette az utat, amely éles különbséget tesz a fogyasztás modern és premodern (hagyományos) gyakorlata és eszméje között. Ez viszont a fogyasztói magatartás, a fogyasztói ethosz mibenlétének, történelmi szerepének a kérdését veti fel. A Weber- és Veblen-féle gondolati örökség felülvizsgálata, kritikája, valamint a helyettesítésükre hivatott elmélet megalkotása kerül ezáltal középpontba, egybeként Colin Campbell munkásságának jóvoltából.¹³

¹¹ A munka fogadtatásáról és főként annak szerteágazó kritikájáról lásd Colin CAMPBELL: A 18. századi angol fogyasztói forradalom okai. *Replika*, 1996. május. 99–115.; továbbá ZENTAI Violetta: A fogyasztás kultúrája és a történelem. Uo. 143–147.

¹² Daniel ROCHE: *Le peuple de Paris*. Aubier Montaigne, Paris, 1981. A könyv angol kiadása: *The People of Paris. An Essay in Popular Culture in the Early 18th Century*. Berg, Leamington Spa, 1987.

¹³ Colin CAMPBELL: *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Basil Blackwell, Oxford, 1987. A könyv egyik fontos fejezete magyarul is hozzáférhető: A modern fogyasztói étosz rejtélye. *Replika*,

A főként Veblen versengés- és utánzásorientációjú fogyasztási elméletével szemben kifejtett új felfogás a modern fogyasztói ethoszt nem a dologtalanság (a fényűző fogyasztás) demonstratív társadalmi hasznosságához (kivételes presztízst és magasabb társadalmi státust teremtő funkciójához), hanem az aktív élvezet, a megelégedettségre törekvéshez köti. Arra a kérdésre, hogy mi motiválja az embert, a modern személyiséget a folytonos (többlet)fogyasztásra, mely tapasztalati tény támaszt kétségeket a szükséges és a luxusfogyasztás (és fogyasztói javak) közkeletű fogalompárosa iránt, Campbell így válaszol: „a modern fogyasztás olyan tevékenységnek tűnik, melynek legjellemzőbb tulajdonsága a vágyak látszólag véget nem érő, telhetetlen hajszolása”.¹⁴ A modern fogyasztás, amit a divat diktál,¹⁵ Campbell szerint nem abból ered, hogy a társadalmi csoportok folytonos versenye utánzásra készíti őket avégett, hogy lépést tartsanak a többiekkel. A vágyak eme kifogyhatatlansága, mint a fogyasztás motorja, a vágy és az annak végső beteljesülése közötti soha nem csökkenő és egyúttal megszüntethetetlen távolságból következik. Ez pedig nemcsak a modern, hanem minden fogyasztói beállítottságnak is az egyik döntő oka.

Campbell épp csak jelzett elgondolása a modern fogyasztói ethoszról messzemenően egybevág a Mary Douglas és Baron Isherwood szerzőpáros, valamint a Pierre Bourdieu által korábban kifejtett nézetek néhány fő vonásával. Douglas és Isherwood maguk is Veblen cáfolatával szánva jelentik ki: „Ahelyett, hogy feltételeznénk, miszerint a dolgokra mindenekelőtt az önfenntartás plusz a versengő megmutatkozás végett van szükség, feltesszük, azért tartunk rájuk igényt, hogy láthatóvá tegyük és megszilárdítsuk a kultúra kategóriáit. Megszokott néprajzi eljárás feltételezni, hogy minden birtokolt tárgynak megvan a maga társadalmi jelentése, célszerű tehát a kulturális elemzést zömmel a tárgyak használatára mint közlési aktusra koncentrálni.”¹⁶

Bourdieu elméletének is egyik központi mondanivalója az, hogy konkrét társadalmi térben (mezőben) a mindennapi emberi tevékenység, többnyire éppen a fogyasztás, nem a hasonulást, sokkal inkább az

1996. május. 117–137. Lásd még uő: Understanding traditional and modern patterns of consumption in eighteenth-century England: a character-action approach. In: John BREWER–Roy PORTER (szerk.): *Consumption and the World of Goods*. Routledge, London, 1993. 40–57.

¹⁴ Colin CAMPBELL: A modern fogyasztói étosz rejtélye. I. m. 118.

¹⁵ A divat klasszikus szociológiai elemzéséhez lásd Georg SIMMEL: A divat. In: Uő: *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Szerk.: SOMLAI Péter. Gondolat Könyvkiadó, Budapest, 1973. 473–507.

¹⁶ Mary DOUGLAS–Baron ISHERWOOD: i. m. 38.

elkülönülést, a távolságtartást célozza. Bourdieu azonban, el kell ismer-
ni, szociológiai nézőpontjának megfelelően nem veti el minden tovább-
nélkül Veblen versengés- és utánzáselméletét; jóllehet, tőle eltérően azt
sem állítja, hogy mindenki, aki lejjebb áll a társadalmi hierarchiában,
feltétlenül hű követője kíván lenni a felette állók fogyasztási mintáinak.
Hiszen – sugallja – az elkülönülési törekvés a lejjebb állóktól legalább
olyan erős, mint a felzárkózás vágya.

Az 1990-es évtizedben ezen utóbbi esetelt szemléleti alapelv minde-
nekelőtt az angolszász (angol és amerikai) fogyasztástörténeti kutatáso-
kat kezdte áthatni. Ezek főként a 18–20. századi európai és észak-ame-
rikai fejlett, modern városi központokat választották vizsgálataik
tárgyául. Változás abban mutatkozik csupán, hogy a kérdés felvetésé-
nek súlypontja a fogyasztásról magára a fogyasztóra kezd idővel áttol-
lódni. Ebből is ered, hogy a fogyasztásnak tulajdonított jelentés sem ki-
zárólag a történetési fogalomalkotás gyümölcse többé, mivel azt is kezdik
abba beleérteni, ami egykori feltételezhető jelentésének felelt meg. A kívá-
natos rekonstrukció egyáltalán nem könnyű vállalkozás azonban, hiszen
honnan tudhatjuk ma teljes bizonyossággal, hogy milyen jelentést tulaj-
donított egy-kétszáz évvel ezelőtt a vásárló saját fogyasztásának, és mi-
lyen imázs felelt meg akkoriban az alkalmanként birtokába került tárgy-
nak vagy élvezeti cikknek. Különösen nehéz erre a kérdésre felelni, ha
egyedül a hagyatéki leltárak segítségével tájékozódunk a fogyasztó vala-
mikor attitűdjéről. Márpedig a téma empirikus kutatásának ez az egyik
legmegbízhatóbb és legelterjedtebb forrásanyaga.

Lorna Weatherill a 17–18. századi angliai hagyatéki leltárak össze-
gyűjtésével és elemzésével írta be magát a fogyasztástörténet historio-
gráfiájába.¹⁷ Utóbb viszont maga is arra vett irányt, hogy megpróbálja
kideríteni: milyen értékek vezérlik az egyént és az egyes háztartásokat
fogyasztásuk során. A leltárakban feltüntetett tárgyak társadalmi réte-
gek szerinti eloszlása nyomán – közvetett módon – arra következtetett,
hogy ez esetben sem a vebleni értelemben vett utánzásról van szó. Nem
a hierarchia csúcsán állók birtokolták (szerezték be) ugyanis a divat által
diktált használati és értéktárgyakat. És hogyan lehet – merül fel a kér-
dés – leltárak vizsgálatával következtetni a fogyasztást vezérlő értékekre?
Nem többre, csupán nem verbális bizonyítékokra támaszkodhat a tör-
ténész ennek során, vagyis a birtoklás tényéből von le következtetése-

¹⁷ Lorna WEATHERILL: Consumer behaviour and social status in England, 1660–1750. *Continuity and Change*, 1 (2), 1986. 191–216.; Uő: *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660–1760*. Routledge, London, 1988.

ket a tárgy beszerzésének lehetséges jelentésére, a fogyasztási prioritásokra. A mindennapi élet elemzése, így mindenekelőtt az otthoni tér használata (berendezése) képezi a másik kézenfekvő lehetőséget, amikor a praxisból azonosítja a történész a mögöttes értékeket.¹⁸

Létezik persze másmilyen út is a fogyasztói preferenciák, általánosabban a fogyasztói mentalitás rekonstruálására; az, amelynek során naplók, levelek és egyéb szubjektív források megszólaltatásával jutunk a valamikori értékek közelébe, feltárva a múltbeli ember saját használati tárgyaihoz fűződő érzelmi viszonyát, fogyasztásának napi tapasztalatát.¹⁹

Már talán az eddigiekből is kitűnt, hogy a fogyasztói forradalom mint történelmi fordulópont történetírói „felfedezése” a későbbiekben nagy mértékben a fogyasztói társadalomra irányuló történeti vizsgálódásokat helyezte előtérbe. Ez a 18. századi Anglia paradigmatiszta jelentőségét bizonyítja, a fogyasztói társadalom történeti útja azonban egy sor nehezen megoldható periodizációs kérdést támaszt.²⁰ Korántsem biztos ugyanis, hogy a fogyasztási forradalmat Anglián kívül máshol is a 18. századhoz lehet vagy kell kötni (sőt: biztos, hogy nem); valamint hogy a 18. századtól kezdődően egyenes vonalú fejlődés vezet a modern fogyasztói társadalom világához; továbbá hogy mindaz, ami a 18. századi fogyasztási szokások és minták tekintetében egykoron újak számított, hasonló jelentőségre tarthat számot az utóbb történetek során is. Így egy pillanatra megmaradva ennél a kérdésnél: a 18. századi (19. század eleji) Angliában és az ancien régime korabeli Franciaországban a ruházatkód és a háztartási eszközök álltak a megélénkült fogyasztás középpontjában;²¹ a 19–20. század fordulójától ellenben a tartós fogyasztási cikkek beszerzése, illetve a szabadidő „fogyasztása” (utazás és turizmus) kerül a fogyasztói prioritások élére.

A periodizáció fontos kérdések hosszú sorát veti fel ezen kívül is, mint például a fogyasztói magatartás befolyásolása (reklám), a nagyvárosi szociabilitás (a vásárlás mint szórakozás és a szabadidő eltöltésének kedvelt mód-

¹⁸ Uő: The meaning of consumer behaviour in late seventeenth- and early eighteenth-century England. In: John BREWER–Roy PORTER: i. m. 206–227.

¹⁹ Christine ADAMS: *A Taste for Comfort and Status: A Bourgeois Family in Eighteenth-Century France*. Pennsylvania State University Press, University Park, 2000; Amanda VICKERY: Women and the world of goods: a Lancashire consumer and her possessions, 1751–81. In: John BREWER–Roy PORTER: i. m. 274–304.

²⁰ Vö. Peter N. STEARNS: Stages of consumerism: recent work on the issues of periodization. *The Journal of Modern History*, 1997. március. 102–117.

²¹ McKendrick, Brewer és Plumb, valamint Daniel Roche korábban idézett munkáin kívül Franciaországra vonatkozóan lásd még Jean-Yves GRENIER: Fogyasztás és piac a 18. században. In: CZOCH Gábor–SONKOLY Gábor (szerk.): *Társadalomtörténet másképp. A francia társadalomtörténet új útjai a kilencvenes években*. Csokonai Kiadó, Debrecen, é. n. 183–190.; Sarah MAZA: *The Myth of the French Bourgeoisie. An Essay on the Social Imaginary 1750–1850*. Harvard University Press, Cambridge Mass., 2003. 43–53.

ja), a kereskedelmi intézmények és a technika modernizálódása (nagyáruházak, bevásárlóközpontok), valamint a fogyasztásnak az egyes társadalmi csoportok, mindenekelőtt a középosztály identitásában betöltött egyre nagyobb jelentősége.²² Meggyőző érvek szólnak amellett, hogy a fogyasztói beállítottság (konzumerizmus) merőben új formát öltött a 19. század végén az északi félteke minden fejlett társadalmában. Mindezen új fejlemények szinte emblematisztikus intézményi megnyilvánulása a nagyáruház, amelynek „a 19. század fővárosa”, Párizs volt igazi szülőhelye.²³ A nagyáruház, a „fogyasztás katedrálisa” különös módon sűríti ugyanis magába a modern fogyasztói társadalom szinte minden lényeges kellékét, láthatóvá és egyszersmind kézzelfoghatóvá téve ilyen módon a modern fogyasztói ethosz és életvilág mint kultúra és társadalmi gyakorlat mibenlétét.²⁴

A fogyasztói társadalom 20. századi rohamos kibontakozása, ami a keynesizmus gazdasági rendszerének köszönheti a legtöbbet, nyilvánvalóvá teszi, hogy nincs többé túl sok értelme a fogyasztás elszigetelt, önmagában vett vizsgálatának. A fogyasztási forradalom egyik meghatározó következményeként az idő maga is áruvá válik, ami oda vezet, hogy a modern vagy inkább posztmodern (posztindusztriális) társadalmakban nem a termelés, hanem a fogyasztás játssza immár a főszerepet a társadalmi élet újratermelésében. Sőt, ezen túlmenően „a fogyasztás vált a posztindusztriális társadalom civilizáló erejévé”.²⁵

A fogyasztás jelensége válik ezáltal azzá az analitikus fogalomká, amely igazán alkalmasnak bizonyul a modern kor történeti értelmezéséhez. E kategória középpontba állítása nem azt a célt szolgálja azonban, hogy megkönnyítse számunkra „a fogyasztói társadalom” történetének teleologikus elbeszélését, bemutatva: mi módon folyt le a mai fogyasztói társadalom felé mutató fejlődés talán az itáliai reneszánsz korától,²⁶ talán a 17–18. századi holland aranykortól²⁷ vagy

²² Ez utóbbiról lásd Lisa TIERSTEN: Redefining consumer culture: recent literature on consumption and the bourgeoisie in Western Europe. *Radical History Review*, 57, 1994. 116–159.

²³ Michael MILLER: *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869–1920*. Princeton University Press, Princeton, 1981.

²⁴ Bill LANCASTER: *The Department Store. A Social History*. Leicester University Press, London, 1995; Geoffrey CROSSICK–Serge JAUMAIN (szerk.): *Cathedrals of Consumption. The European Department Store, 1850–1939*. Ashgate, Aldershot, 1999.

²⁵ Arjun APPADURAI: Fogyasztás, időtartam, történelem. *Replika*, 1996. május. 93.

²⁶ Lásd Peter BURKE: *Az olasz reneszánsz. Kultúra és társadalom Itáliában*. Osiris Kiadó–Századvég Kiadó, Budapest, 1994. Különösen 100–148.; Richard A. GOLDTHWAITE: *Wealth and the Demand for Art in Italy, 1300–1600*. The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1993.

²⁷ Simon SCHAMA: *The Embarrassment of Riches. An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*. Fontana Press, London, 1988.

a korábban többször is emlegetett 18. századi angliai nagy átalakulástól kezdődően. Ha már a fogyasztói forradalmak két külön etapjának, a 18 századnak, valamint a 19. század végével kezdődőnek a genetikus összefüggései is éles vitákat gerjesztenek, talán még ennél is szenvedélyesebb vita tárgyat képezheti a mai fogyasztói társadalom töretlen visszavezetése a kora újkor századaiba. Hiszen, ahogy Appadurai is megjegyzi, a mai fogyasztói társadalmak nem egyszerű folyamányai a valamikori fogyasztói forradalmaknak. Nem, mivel „a kortárs fogyasztás olyan módon alakítja át az idő megtapasztalását, ami alapvetően megkülönbözteti azt tizennyolcadik és tizenkilencedik századi elődeitől”.²⁸

Fogyasztástörténet-írás Magyarországon

Áttekintésünk végéhez közeledve, ha mégoly röviden is, ajánlatos kitérni a kérdés kutatásának magyarországi állására, felvázolva néhány fontosabb historiográfiai fejleményt. A marxista történetírás kebelén belül a fogyasztás mint téma és szemléleti kategória hosszú időn át nem vagy alig talált-találhatott utat a történetíráshoz. Az ok kézenfekvő: a marxista történet- és társadalomszemlélet határozottan termeléscentrikus. Ezzel a mélyen beidegződött gyakorlattal elsők között azok a kutatók szakítottak, akik a modern városi polgári életvilág kialakulását vizsgálták. E kutatási téma és irány egyik fő kezdeményezője Hanák Péter volt az 1980-as években. Ez a törekvés szülte a 19–20. század fordulójának magyarországi polgári lakáskultúrájáról szóló tanulmánykötetet, amelyet csupán a rendszerváltás után lehetett publikálni, holott a kötet anyaga az 1980-as évek derekán már összeállt.²⁹

A lakáskultúra, az otthoni tárgyhassználat kérdése többeket is foglalkoztatott azonban ebben az időben: érdekes módon a 19–20. század fordulója mellett éppen a 17–18. század vált idehaza is a legintenzívebben vizsgált időszakok egyikévé.³⁰ Újabbban is akad folytatása ezeknek a kutatásoknak. Granasztói Péter a 18. század derekától a 19. század

²⁸ Arjun APPADURAI: i. m. 93.

²⁹ HANÁK Péter (összeállította, bevezető): *Polgári lakáskultúra a századfordulón*. MTA TTI, Budapest, 1992; Péter HANÁK (szerk.): *Bürgerliche Wohnkultur des Fin de Siècle in Ungarn*. Böhlau, Wien, 1994.

³⁰ ZIMÁNYI Vera (szerk.): *Óra, szablya, nyoszolya. Életmód és anyagi kultúra Magyarországon a 17–18. században*. MTA TTI, Budapest, 1994; BENDA Gyula: *Társadalomtörténeti tanulmányok*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. Különösen 249–340., 368–378., 379–387., 417–441.

derekáig tartó évszázadot átfogó esettanulmányában³¹ bőven kamatoztatja Daniel Roche szemléletmódját és kutatási eredményeit is.³²

A lakáskultúra mellett a téma vizsgálatának további kitüntetett terepe a táplálkozástörténet, amely elsősorban a néprajztudomány jóvoltából már hosszabb ideje jelen van Magyarországon. Az utóbbi időben Kisbán Eszter munkássága hozott újdonságot e téren; a 18. századig visszanyúló paraszti-népi táplálkozásról tett közzé több fontos tanulmányt.³³ A történészek viszonylag későn kapcsolódtak be a táplálkozás múltjának kutatásába; e téren Benda Borbála és Bódy Zsombor vizsgálódásai érdemelnek nagyobb figyelmet.³⁴

Az öltözködéstörténetet illetően szintén a néprajztudomány úttörő szerepét kell kiemelni;³⁵ ma azonban már rendelkezünk egy rendszeres divattörténeti összefoglalóval a dualizmust és a Horthy-kort tekintve,³⁶ valamint egy öltözködéstörténeti áttekintéssel is a szocialista korszakra vonatkozóan.³⁷

³¹ GRANASZTÓI Péter: *Eltűnt mindennapok nyomában. Mezővárosi társadalom a tárgyak tükrében* (Kiskunhalas 1760–1850). *Tabula*, 1–2. 1998. 25–59.; Uő: A tárgyaktól a tárgyak rendszeréig. Két példa a faktoranalízis alkalmazására. In: BÓDY Zsombor–MÁTAY Mónika–TÓTH Árpád (szerk.): *A mesterség iskolája. Tanulmányok Bácskai Vera 70. születésnapjára*. Osiris Kiadó, Budapest, 2000. 87–108.; Uő: Társadalmi presztízs és hierarchia: tárolóbútor divat Kiskunhalason 1760 és 1790 között. *Korall*, 2002. december. 137–162.; Uő: Lakóterhasználat, házbereendezési típusok egy alföldi mezővárosban. Kiskunhalas 1760–1805. In: K. HORVÁTH Zsolt–LUGOSI András–SOHAJDA Ferenc (szerk.): *Léptékváltó társadalomtörténet. Tanulmányok a 60 éves Benda Gyula tiszteletére*. Hermész Kör–Osiris Kiadó, Budapest, 2003. 395–414.; Uő: Mindennapi tárgyak fogyasztásának rétegei és jelentősége egy alföldi mezővárosban a 19. század elején. In: HUDI József (szerk.): *A fogyasztás társadalomtörténete*. Hajnal István Kör–Pápai Református Gyűjtemények, Budapest–Pápa, 2007. 121–128.

³² A korábbi jegyzetek egyikében említett munkája mellett különösen fontos: *La culture des apparences. Une histoire du vêtement*. Paris, 1989; Uő: *Histoire des choses banales. Naissances de la consommation dans les sociétés traditionnelles. (XVII^e–XIX^e siècle)*. Paris, 1997.

³³ KISBÁN Eszter: *Népi kultúra, közkultúra, jelkép: a gulyás, pörkölt, paprikás*. MTA Néprajzi Kutatócsoport, Budapest, 1989; Uő: Táplálkozástörténet. In: BALASSA Iván (főszerk.): *Magyar Néprajz nyolc kötetben. Anyagi kultúra 3. Életmód*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1997. 417–583.

³⁴ BENDA Borbála: Uradalmi étrend Csejtről 1623–1625-ből. *Történelmi Szemle*, 1996/2–3. 277–314.; Uő: Fogyasztói szokások és változásai a 17. századi főúri udvarokban. *Korall*, 2002. december. 114–136.; Uő: Társadalmi különbségek a főúri udvarokban élők fogyasztási szokásaiban a 17. században. In: HUDI József: i. m. 81–90.; BÓDY Zsombor: Polgárok és munkások 1929-ben. Adalékok a fogyasztás történetéhez. *Korall*, 2002. december. 187–199.; Uő: Szervezett fogyasztás. Fogyasztási szövetkezetek Budapesten a 20. század első évtizedeiben. In: HUDI József: i. m. 261–266.; Uő: A fogyasztás igénye. Rétegspecifikus fogyasztási minták és általános fogyasztási várakozások a két háború közötti Budapesten. In: CZOCH Gábor–KLEMENT Judit–SONKOLY Gábor (szerk.): *Atelier-iskola. Tanulmányok Granasztói György tiszteletére*. Atelier, Budapest, 2008. 371–386.

³⁵ Összefoglaló munka: FLÓRIÁN Márta: Öltözködés. In: *Magyar Néprajz nyolc kötetben*. I. m. 585–767.

³⁶ F. DÖZSA Katalin: *Letűnt idők, eltűnt divatok 1867–1945*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest, 1989.

³⁷ VALUCH Tibor: *A lódentől a miniszoknyáig. A XX. század második felének magyarországi öltözködéstörténete*. Corvina Kiadó–1956-os Intézet, Budapest, 2004. (Erről lásd SIMONOVICS Ildikó: A „kényszerpuritanizmustól” a fogyasztási kényszerig. *Múltunk*, 2006/2. 312–319.)

A táplálkozástörténethez képest az öltözködéstörténet némi helyzeti előnyben van tehát a kutatások állapotát tekintve. Meg kell végül jegeznii, hogy néhány frissen publikált életmód-történeti összefoglaló, természetesen, szintén nagy teret szentel a fogyasztás minden egyes fajtájának, beleértve a táplálkozást, a ruházzkodást, a lakást és a szabadidő eltöltésének megannyi formáját.³⁸

A fogyasztási kultúra szerteágazó jelenségéből a reklám,³⁹ a kereskedelmi intézményrendszer változásai, egyes modern fejleményei (a nagyáruház),⁴⁰ továbbá a szórakozás és művelődés mint fogyasztás kapták az eddigi legnagyobb figyelmet.⁴¹ A fogyasztói attitűd mint a fogyasztói társadalom létrejöttének előfeltétele és következménye viszont jószerivel csak esettanulmányok formájában került szóba,⁴² és alig egy-két tanulmány érinti a fogyasztás forradalmát kísérő diskurzust és reprezentációt.⁴³

Rövid áttekintésünkéből is kellőképpen kiviláglik, hogy a fogyasztástörténet hazai historiográfiája ma még viszonylag kezdetleges állapotban van. E tény nem csak a témát érintő kutatások és publikációk sze-

³⁸ GYÁNI GÁBOR: *Hétköznapi élet Horthy Miklós korában*. Corvina Kiadó, Budapest, 2006; VALUCH TIBOR: *Hétköznapi élet Kádár János korában*. Corvina Kiadó, Budapest, 2006.

³⁹ SZABÓ DÁNIEL: Hirdetési kultúra a századfordulón. *Budapesti Negyed*, 16–17, 1997. nyár-ősz. 71–100.; Uő: Reklám és háború. In: HUDI JÓZSEF: i. m. 247–260.; SZAKÁL GYULA: *Vállalkozó győri polgárok 1870–1940 között*. L'Harmattan, Budapest, 2002. 215–259.; Uő: „Az álmok és az új életmód árusítása”. (Reklámok és a fogyasztói magatartás változása Győrben 1890 és 1940 között.) In: HUDI JÓZSEF: i. m. 225–240.; BALOGH JÁNOS MÁTYÁS: Apró hirdetések és apróhirdetések Magyarországon 1850–1900. *Médiakutató*, 2005. tél. http://www.mediakutato.hu/cikk/2005_04_tel/04_apro. Utolsó letöltés 2008. augusztus 12.

⁴⁰ VARGA JUDIT: Budapest élelmiszer-ellátása – Vásárcsarnokok a századfordulón. In: *Tanulmányok Budapest múltjából*. 1999. 28., 87–101.; GYÁNI GÁBOR: *Budapest – túl jön és rosszon. A nagyvárosi múlt mint tapasztalat*. Napvilág Kiadó, Budapest, 2008. 134–160.

⁴¹ BUZINKAY GÉZA: Bulvárlapok a pesti utcán. *Budapesti Negyed*, 1997. nyár-ősz. 31–44.; GRANASZTÓI PÉTER: Tömegszórakozás a Városligetben – a Vurstli. Uo. 163–190.; LIPTÁK DOROTTYA: *Újságok és újságolvasók Ferenc József korában. Bécs–Budapest–Prága*. L'Harmattan, Budapest, 2002; GYÁNI GÁBOR: Az olvasás kultúrája. In: SZEGEDY-MASZÁK MIHÁLY–VERES ANDRÁS (szerk.): *A magyar irodalom története 1800-tól 1919-ig*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest, 2007. 560–571.; KÓSA LÁSZLÓ: *Fürdőélet a Monarchiában*. Holnap Kiadó, Budapest, 1999.; JUSZTIN MÁRTA: „Utazgassunk hazánk földjén!” A belföldi turizmus problémái a két világháború között Magyarországon. *Korall*, 2006. november. 185–208.

⁴² Néhány példa: GYÁNI GÁBOR: *Hétköznapi Budapest. Nagyvárosi élet a századfordulón*. Városháza Kiadó, Budapest, 1995. 53–75.; VIGH ANNAMÁRIA: Reggel, ebéd, vacsora a Koronaherceg utcában. In: *Tanulmányok Budapest múltjából*. I. m. 28., 319–329.

⁴³ TÓTH ESZTER ZSÓFIA: A fogyasztás ábrázolása munkások és munkásnők életút-elbeszéléseiben. In: RAINER M. JÁNOS (szerk.): *„Hatvanas évek” Magyarországon*. 1956-os Intézet, Budapest, 2004. 357–385.; APOR PÉTER: A fogyasztás kritikája és a központ hatalma: Varga Jenő és a proletárdiktatúra gazdaságpolitikája. In: HUDI JÓZSEF: i. m. 277–281.

rény száma, de az is plasztikusan mutatja, hogy egy sor kérdésben még el sem indult a komolyabb történeti vizsgálódás; valamint, hogy az eddig elvégzett kutatások ritka kivételektől eltekintve még érintőlegesen sem kapcsolódnak a téma nemzetközi történetírói diskurzusához, és így semmilyen érzékelhető hatást nem gyakoroltak rájuk a téma megközelítését ma vagy a közelmúltban befolyásoló paradigmák és változásai.

A kutatási eredmények zöme olyan, minden különösebb elméleti feltevés nélküli etnográfiai leíró munkát takar, amelyből jószerivel hiányzik a fogyasztás jelenségének előzetes analitikus fogalmi tisztázottsága. Ezen a helyzeten érdemben a fogyasztástörténeti kutatások tudatos szervezése segíthetne. Az utóbbi néhány évben a társadalomtörténet-írás két hazai intézményi letéteményese, a Hajnal István Kör – Társadalomtörténeti Egyesület és a *Korall* című folyóirat tett néhány szerény kísérletet ebben az irányban. A Hajnal Kör 2004-ben *A fogyasztás társadalomtörténete* címmel Pápán rendezett évi konferenciáját szentelte a témának. A konferencia azóta megjelent anyaga, amely huszonkilenc előadás tanulmányváltozatát foglalja magába, a hazai fogyasztástörténeti kutatások legreprezentatívabb gyűjteményének számít.⁴⁴

A *Korall* 2002-ben egy teljes folyóiratszámot szánt a tárgy taglalásának: kilenc tanulmányt ölelt fel a *Divat – Fogyasztás – Anyagi kultúra* című tematikai blokk, benne hét fiatal magyar történész írásával.⁴⁵ Mindeme kezdeményezések nyomán és további erőfeszítéseknek köszönhetően a fogyasztás kérdése remélhetően elfoglalhatja végre méltó helyét hazánkban is a történeti stúdiumok sorában; egyszersmind úgy kapja meg a számára kívánatos figyelmet, hogy a téma kutatói meg tudnak majd felelni azoknak az elvárásoknak is, amelyek a fogyasztás történetírói diskurzusban ma játszott szerepéből következnek. Ami már csak azért is fontos kíváncsi, mert mai élettapasztalataink és égető gondjaink nagy része is napjaink fogyasztói társadalmából fakad (energiaválság, elhízás, a hedonisztikus életelvek és a nekik megfelelő életvezetés előtérbe kerülése).

⁴⁴ Hudi József (szerk.): l. m.

⁴⁵ *Korall*, 2002. december. 19–199.