

Eper és mér' :

Beres János:

1968 irreális
realizmusa

Stephen E. Brenner:

Visszatekintés: 1968
harminc évvel később

Kiss Balázs:

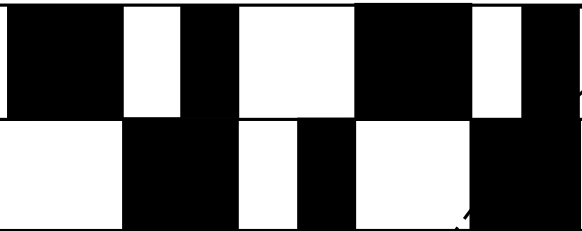
1968 a politikai
marketing születése

Falakon innen:

Márkus György, Láncozi András
hozzászólása

Szilágyi Ákos: A mi kis 68-
unk

Gervai Pál: Másként gondol-
kodni, mint a másként
gondelkodik



'68

1999 tavasz/nyár

FORRÁS

TEK... TEK... TEK... TEK

FORDULAT

Társadalomelméleti Kollégium

FORDULAT 1999 Tavasz-Nyár

A BKE Társadalomelméleti Kollégiumának
szakmai folyóirata

Olvasó szerkesztő: Csillag Márton, Csorba Gergely

Számítógépes munka: Csorba Gergely

Fedőlapterv: Dombos Tamás

Felelős kiadó: Andor László

Készült a Műegyetemi Kiadó nyomdájában

120 példányban

Tansegédlet, kereskedelmi forgalomba nem hozható

ISSN 1585 0560

**Folyóiratunk támogatója
a SOROS ALAPÍTVÁNY
Köszönjék támogatását**

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETŐ

Kemény Vagyim:

KEDVENCEK TEMETŐJE: A 68-AS ZOMBI	4
--	----------

EPER ÉS MÉR':

Boros János:

1968 IRREÁLIS REALIZMUSA	7
---------------------------------------	----------

Stephen Eric Bronner:

VISSZATEKINTÉS: 1968 HARMINC ÉVVEL KÉSŐBB	45
--	-----------

Kiss Balázs:

1968 – A POLITIKAI MARKETING SZÜLETÉSE.....	51
--	-----------

FALAKON INNEN:

KÖRKÉRDÉS	78
------------------------	-----------

MÁRKUS GYÖRGY HOZZÁSZÓLÁSA	79
---	-----------

LÁNCZI ANDRÁS HOZZÁSZÓLÁSA.....	80
--	-----------

Szilágyi Ákos:

A MI KIS 68-UNK.....	82
-----------------------------	-----------

Gervai Pál:

MÁSKÉNT GONDOLKODNI, MINT A MÁSKÉNT GONDOLKODÓK	88
--	-----------

BEVEZETŐ

Kemény Vagyim:

Kedvencek temetője: a 68-as zombi

Gyártsunk legendát! Amikor én kissrác voltam, mindenki más akart lenni, mint ami volt. Volt, aki indiánnak álcázta magát, mások partizánosdit játszottak, megint mások akcióhősökként vonultak fel s alá a játszóterek szürrealista díszletei között. Az izgalmas az volt az egészben, hogy gyerekek, felnőttek egyaránt szerepeltek ebben a történetben. Én speciel barrikádharcos, miszerint forradalmár szerettem volna mindenáron lenni. Ennek megfelelően macskaköveket gyűjtöttem a környező utcákról és vártam az ellenséget, a gaz kapitalistákat. Aztán a dörzsöltebbek elárulták nekem, hogy Magyarországon minden másként van: ha lenne forradalom, mint ahogy sose lesz, az pont a kapitalisták mellett fog kitörni. Ennyiben maradtunk, az egészből annyi maradt csupán, hogy az *Eper és vért* hatszor néztem meg.

Fontos-e 1968? Nem. Érdekes-e foglalkozni vele? Igen. Ezt a látszólagos (vagy fogalmazzunk pontosabban: retorikai) paradoxont nem csak azzal oldhatjuk fel, hogy kevésbé fontos témákkal is érdemes foglalkozni, hanem azzal is, hogy bemutatjuk, néha az is izgalmas vállalkozás lehet, hogy bemutatjuk valamiről: miért nem fontos. '68 Magyarországon – harminc év távlatából című konferenciánknak éppen ez volt a célkitűzése, azzal a nemtitkolt szándékkal egybekötve, hogy találkozzunk a kor legfontosabb eseményeinek tevékeny alakítóival, akiknek természetesen akár homlokegyenest más véleményük is lehet a saját szerepükről-szereplésükről-jelentőségükről, mint nekünk.

A kollégium történetében először fényképkiállítással egybekötött konferenciamegnyitót szerveztünk, és ennek az újdonságértéken túl tartalmi vonatkozása is volt: a Pető Iván és Gerő András által szerkesztett *Befejezetlen szocializmus*ból válogatott képekkel – összhangban a meghívott szerkesztő-írók gondolataival – azt próbáltuk bemutatni, hogy 1968 csupán egy év a sok közül, nincs éles váltásról szó. Érdekes, hogy ebben összecseng a Kádár-korszak önértékelése és a mai elemzők véleménye, ugyanakkor a közbeeső, elmúlt évtized(ek) gondolkodói, kutatói és legendagyártói 1968 már-már mitikus fontosságáról zengték ódáikat.

BEVEZETŐ

A 68-as zombi legautentikusabb megformálói kétségkívül a gazdasági reformokról szóló kerekasztal résztvevői voltak. Egyrészt a korabeli viták finoman személyeskedő hangulatát hozták közel hozzánk Morva Tamás folyamatos leortodoxozása, Kopátsy Sándor érzelemtelített képletes és szószerinti kirohanásai, Fekete János súlyos titkokat sejtető anekdotái és Tardos Márton önmaga lélegzetét is elállító szó- és gondolatfordulatai által; másrészt a viták 1968 gazdaságpolitikai kérdéseit taktikusan elkerülő és napi aktualitásokba elmerülő jellege azt mutatta, hogy nincs már több élet az Új Gazdasági Mechanizmus témájában, ennyi volt – vége.

A Lukács-iskola és 68 viszonyát boncolgató beszélgetés izgalmasabb pillanatai is inkább a résztvevők mai gondolataihoz-elemzéseikhez kötődtek. Sőt, a meghívottak nem is igazán értették, miért hívtuk meg őket 1968 kapcsán – a nézők közül előlépő Tamás Gáspár Miklósnak kellett elmagyarázni, hogy a marxizmus reneszánszában tevékeny szerepet vállaló iskola miért megkerülhetetlen 1968 Magyarországnak vizsgálatakor. A konferencia legszebb hasonlatával Bencze György ajándékozott meg minket, amikor 1968 társadalom- és egyéniség-átalakító hatását a 9 és ½ hét című film férfi főszereplőjének kettős életén keresztül mutatta be. A nappal tisztességes munkát végző bróker ($\Rightarrow$ 68 gazdasági-társadalmi hatásai rövidéletűek voltak, már ha voltak egyáltalán) éjjel átalakul kifinomult élvhajhásszá ($\Rightarrow$ a szexuális forradalom bevonult a hétköznapiakba) – a két életét gondosan szétválasztva ($\Rightarrow$ 68 sikeres a magánszféra átalakításában, de kudarcot vall a közszférában).

Végül Kovács Andrással néztük meg a felejthetetlen *Falakat*. A konferencia legelőbb beszélgetése legnagyobb halottaink viselt dolgairól folyt: Latinovits Zoltánról, Gábor Miklósról és a Közgázon már-már elfelejtett Liska Tiborról.

A konferencia után a szervezők a kollégium életében először, de talán hagyomány teremtve - részben az időközben meghiúsult folytatást bepótolandó, részben az eddig elhangzottakból leszűrt tanulságok további megvitatása érdekében - körlevéllel fordultak néhány társadalomtudóshoz. Mostani kiadványunk anyagát a beérkezett válaszok mellett a kollégium által felkért szerzők hosszabb írásai gazdagítják. Külön ki kell emelni Stephen E. Bronnert, aki a Rutgers egyetemen oktat és a témához kapcsolódó, kollégiumunkban megtartott előadásával járult hozzá közös gondolkodásukhoz.

BEVEZETŐ

1968 meghalt. Béke poraira. A most következő írások viszont nagyon is élnek.
Így hát, kedves olvasó, szellemi kalandra fel!

'68 Magyarországon – harminc év távlatából című konferencia programja

1998 Tavasz

Május 6.

Gerő András és Pető Iván fotóalbumából (Befejezetlen szocializmus – Képek a Kádár-korszakból) készült kiállítás megnyitója a szerzőkkel

Az Új gazdasági mechanizmus hatásai – kerekasztal beszélgetés Fekete János, Kopátsy Sándor, Morva Tamás és Tardos Márton részvételével

Május 7.

A Lukács iskola és a '68-as gondolat – kerekasztal beszélgetés Bencze György, Heller Ágnes Ludassy Mária és Vajda Mihály részvételével

'68 a filmművészetben – Kovács András Falak című filmjének vetítése, majd beszélgetés az alkotóval

1998 Ősz

November 9.

Kitekintés: 1968 az óceánon túl

Eric S. Bronner: visszatekintés: 1968 – harminc évvel később

Boros János:

1968 irreális realizmusa

Megjegyzések egy korszak kultúrájához, történetéhez és filozófiájához

1968: egy új világ beköszöntése, amely végül is mindmáig nem jött el, de talán elképzeléseinek egy része napjainkban valósul meg; egy új generáció fellépése, mely felnőve régivé vált, de megőrzött valamit hatvannyolc újdonságából és ma vezető pozícióba kerülve megvalósítani próbálja akkori eszméi egy részét; a történelem megkérdőjelezése, mely mára maga is történelem; új kezdet, mely napjainkig hat, vagy talán ma kezd el ténylegesen hatni. Hatvannyolc olyan utópiatőkét “termelt”, amelyből bőven profitálhattak a következő évtizedek. Mint Frederic Jameson kiemeli, “Az utópikus vízió (...) a mai politikában olyan lecke, amelyet először Marcuse tanított nekünk, és amely a hatvanas évek öröksége, amelyet soha nem kell feladnunk akkor, amikor újraértékeljük ezt a korszakot és hozzá való viszonyunkat. Másrészt, el kell ismerni, hogy ezek az utópikus víziók maguk még nem egyenlők a politikával.”¹ Hatvannyolc egy egész generációt határozott meg, a mai ötvenévesekét, akik közül néhányan napjainkban foglalnak el világpolitikailag és világgazdaságilag is jelentős pozíciókat. A hatvannyolcas generáció tagjai többek közt Bill Clinton amerikai elnök, Gerhard Schröder német kancellár, Joschka Fischer német külügyminiszter, Jürgen Trittin német környezetvédelmi miniszter, a svájci és más európai kormányok több tagja, banki vezetők, nagy nyugati véleményformáló lapok újságírói és sorolhatnánk még. (Összehasonlításképpen, az 1968-ban csak tizennégy éves Tony Blair egy átmeneti, az akkor négy-öt éves Orbán Viktor pedig már egyértelműen a az új yuppi-nemzedék tagjai.) Ha tehát most, harminc év múltán hatvannyolcat felelevenítjük, ezt nem csak történeti érdeklődésből tesszük, hanem azért is, mert a korunkban zajló világpolitikai és gazdasági folyamatokat is szeretnénk jobban megérteni.

¹F. Jameson, *Postmodernism. Or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham: Duke University Press, 1993 (első kiadás 1991), 159. (Jameson, aki az ötvenes években a Yale egyetemen végzett, többek közt Erich Auerbach tanítványaként, maga is a hatvanas évek szellemi örökösének tekinthető.) V.ö. V. B. Leitch, *Amerikai irodalomelmélet és irodalomkritika*, Pécs: Janus Pannonius Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, 1992, 373.

EPER ÉS MÉR'

Hatvannyolc hatalmas mozgalmi egyveleg volt, amit átfogóan lehetetlen egy ilyen rövid írás keretében tárgyalni. A következőkben hatvannyolc és a hatvanas évek három egymástól alaposan eltérő aspektusát választom ki - a kor stílusához leginkább méltó heterogén ám nagyon is összefüggő témaegyveleget nyújtok -, hogy valamit érzékeltessenek abból, mit is jelent ez a korszak. Az első részben kulturális-civilizatorikus eseményekről, későbbi hatásokról beszélek. A második részben az amerikai hatvanas éveket, mint az ottani mozgalmak melegágyát vizsgálom. A harmadik részben pedig Herbert Marcusénak, annak a filozófusnak néhány fontosabb gondolatát vizsgálom meg, akire az amerikai diákok a legtöbbet hivatkoztak.

Események, hatások

1968 májusában mindenki biztos volt abban, hogy az akkori események nemcsak az évtized végét, de az európai és észak-amerikai történelem menetét is meg fogják határozni. Három évtized távlatából persze könnyű lenne kijelenteni, hogy az az egy hónap nyomtalanul elmúlt, hiszen ma már alig emlegetik azt az időszakot. De a hetvenes években a németországi "Vörös Hadsereg Frakció" (RAF) vagy a francia "Közvetlen Cselekvés" (*Action Directe*) terrorista csoportok² ugyanúgy e mozgalom holdudvarából jöttek,³ mint a németországi zöld mozgalmak, a nemzetközi környezetvédő szervezet, a *Greenpeace* és azt sem szabad elfelejtenünk, hogy 1968 után épp a diákmozgalmak hatására a nyugat-európai és amerikai felsőoktatási intézményeket jelentősen átalakították, humanizálták. A kapitalizmust kritizáló hatvannyolcas generáció később persze arról is híressé vált, hogy kiegyezett a polgári viszonyokkal és még a leghangosabb párizsi vezér Daniel Cohn-Bendit is jól fizetett

²Sajátos és nem teljesen véletlen tény, hogy az egyik németországi terrorcsoportot "Studentenbewegung"-nak, vagyis "diákmozgalomnak" nevezték. V.ö. H.-P. Feldmann, *Die Toten. 1967-1993. Studentenbewegung, APO, Baader Meinhof, Bewegung 2. Juni, Revolutionäre Zellen, RAF, ...* Düsseldorf: Feldmann, 1998. A német terrorista csoportok tagjainak zöme az egyetemi diákságból és a középosztályból került ki. Andreas Baader, az egyik leghírhedtebb német terrorista barátja ráadásul egy délnémet lelkészcsalád hét gyermeke közül a negyedik volt.

³A diákmozgalmak eljutottak az erőszak határáig, mint azt a Cornell egyetem akkori tanára Allan Bloom is személyesen átélhette. V.ö. A. Bloom, *The Closing of the American Mind*, New York: Simon and Schuster, 1987, 313. Számára olyan sokk volt a professzorok megalázása, hogy a következő nem éppen hízelgő véleményre jutott: "Amint azt mondják, hogy Hegel Németországban 1933-ban halt meg, úgy a hatvanas években Amerikában a felvilágosodás járt közel ahhoz, hogy az utolsókat lélegezze." Bloom, id. mű, 314.

EPER ÉS MÉR'

Európa-képviselő lett, aki ugyan hallatja még hangját zöld ügyekben, de egyébként egészen jól beilleszkedik a politikai rendbe, olyannyira, hogy amikor 1998-ban a nanterre-i egyetemen hatvannyolc emlékére előadást akart tartani, egy “kritikus” diák krémes tortát nyomott arcába. Egy másik hatvannyolcas francia aktivista, Annette Lévy-Willard, korábbi maoista és feminista, ma a *Libération* baloldali liberális párizsi napilap szerkesztője a hatvannyolcasok találkozóján, a *Newsweek* riportereivel való beszélgetése közben szépen manikűrözött kezeivel a közelben álló autók felé mutatott: “Amint látjátok, nem állunk rosszul. Ez az én Saab-om, ott egy Range Rover, odébb egy másik Saab és egy BMW. (...) Senki nem metrón jár munkába”.⁴ Lévy-Willard mintegy igazolta Marcuse tételét, hogy a fejlett kapitalizmus az igények és vágyak egyre teljesebb kielégítésével teljesen magába szippantja a kritikát és a kritikai értelmiséget, és megszüntet minden ellenálást.⁵ Csupa olyan sors, amelyet harminc évvel ezelőtt még a mozgalom legpesszimistábbjai is csak horrorként tudtak elképzelni. De nézzük, hogyan folytatja az amerikai újságíró: “Az Opus kávéházban azok a személyek gyűltek össze, akik harminc évvel ezelőtt a nagypolgárok autóit égették és feltépték az utcaköveket, hogy barikádokat építsenek Párizs központjában. ‘Felszabadították’ a bal partot. Munkások milliói sztrájkoltak az egész országban és a Charles de Gaulle elnök körüli régi elit remegett a félelemtől, néhány napig úgy tűnt, hogy ezek a gyerekek meg tudják változtatni a világot. Aztán vége lett - és még csak forradalom sem lett belőle.” Forradalom persze lett, csak éppen nem véres és nem fizikai értelemben felforgató. Ahogy a fizikában van gyors és lassú égés (például a láng és a vas oxidációja), úgy van lassú és gyors forradalom. Hatvannyolc a heves indulás ellenére is egy máig tartó és ható lassú forradalmat indított. Ám ez a forradalom nem terrorisztikus, nem egyeduralomra törő, magát a hatalmat is megkérdőjelezi. Ennél fogva a pluralista demokrácia része, nem fölforgatója, legfeljebb színesítője, javítója, kritikusa.

De mi is történt 1968 májusában? Elsősorban mi történt a fejekben, és miért kezdett el mindenki félni, aki nem a diákok oldalán állt? Milyen eszmék, vágyak, érzelmek mozgatták az akkori egyetemista generációt? Mitől borultak szinte egyik

⁴Vö. “Let’s Not Change the World”, *Newsweek*, June 1, 1998, 18.

EPER ÉS MÉR'

napról a másikra (eszmei) lángba Párizs, Frankfurt és Berlin utcái, a Berkeley, a Columbia és még néhány neves amerikai egyetem campusai? Hogy következhetett be az elképzelhetetlen: a háború után jólétben fölnövekvő első generáció, alig hogy eléri a felnőtt kort, otthagyja a tantermeket, a könyvtárakat, föltépi az utcák köveit és szembeszáll apáik társadalmával? Generációs konfliktus, a nagypolgárság gyermekei lázadtak szüleik ellen, szellemi-lelki *patricidium*-ot követnek el, hogy aztán helyükbe lépjenek, és karrierjüket építgessék, részvényekbe investáljanak és az állami szolgálat vagy a gazdasági szféra vezető helyeikre kerüljenek? Lehet, hogy az egész hatvannyolc csak nehéz szülés vagy egyszerűen dramatikus serdülőkor volt? “A képzelet veszi át a hatalmat”, volt egyik fő jelszavuk, ám mikor hatalomba jutottak, a hatalom vette át képzeletüket. Úton-útfélen skandálták kedvenc paradoxonaikat, mint például “Tilos megtiltani” - de mit? A választ senki nem tudta. Nem csak ez a jelszó, hanem a legtöbb hangoztatott eszme léggömbként pukkant szét a demonstrációk, az akciós cselekvések nyomán, a “valóság” nyomása alatt. A “Legyünk realisták. Követeljük a lehetetlent.” paradoxona elkoptatta a mondat szellemes csillogását. Az élet “racionalitása” megbüntette a politika fiatal irracionális rajongóit. Míg a hatvanas évek, a háború utáni gazdasági felfutás végén minden lehetségesnek látszott, a hetvenes majd nyolcvanas évek kijózanító munkanélkülisége és gazdasági válságai annyira realistává tették a hatvannyolcas nemzedéket, hogy végül már megelégedtek a lehetőséggel, később pedig megelégedtek a megelégedéssel: azzal, ami konkrétan a kezük ügyébe került. Van aki azt mondja ma közülük, nem is hittek az egészben, egyszerűen jó játék volt, a stílus nagy gyakorlata.

A diáklázadások nagy “baja” az volt, hogy nem volt szubsztanciájuk. Nem volt egységes elképzelés, nem volt egységes ideológia, a diákoknak fogalmuk sem volt, mire jó az egész, mit akarnak, sokan csak mentek a tömeggel, “érezték, hogy jó”. A kormányok Európában vagy az egyetemi vezetők Amerikában nem tudták, kivel is tárgyalhatnak, és ha az egyik csoporttal megegyeztek, egy másik egyebet akart. Az amerikai campusokon a három M-re, Marxra, Maora és Marcuséra esküdtek. De legtöbbjük nem vagy csak töredékesen olvasta ezeket a szerzőket, inkább a divat,

⁵Ezzel a kérdéssel később részletesen foglalkozok.

EPER ÉS MÉR'

semmint valami koncepció jegyében. Hasonlóan történt Párizsban. A hatvanas évek talán a legizgalmasabb évtized a francia filozófiában - olyan filozófusok legtermékenyebb alkotói kora, mint Michel Foucault, Emmanuel Lévinas, Paul Ricoeur, Jean-Francois Lyotard, Gilles Deleuze -, a diákmozgalmak vezetői azonban nem hivatkoznak rájuk, hanem elméleti függetlenségüket hangsúlyozzák. D. Cohn-Bendit és J.-P. Duteuil például megjegyzik, „Megpróbálták Marcusét mint tanítómesterünket beállítani: vicc. Senki nem olvasta közülünk Marcusét. Néhányan olvasták Marxot, talán Bakunyint, és a kortársak közül Althussert, Maót, Guevarát és Lefebvre-et. A Március 22. mozgalom harcos politikusai szinte valamennyien olvasták Sartre-ot. De egyetlen szerzőt sem lehet a mozgalom ihletőjének tartani.”⁶ A teoretikus reflexióra nem vállalkozó egykori diákvezérek persze tévednek, Amerikára már nem igaz amit itt mondanak. Az amerikai diákmozgalom egyik aktivistája, Ronald Aronson a következőket írta: „Az 1960-as években Marcuse legitimált bennünket. Amint törésre vittük a dolgot a környezetünkben lévő hagyományos tekintélyekkel - a szülőkkel -, bár gyakran alig értettük Marcuse szavait, úgy éreztük, hogy megerősít bennünket. (...) *Az egydimenziós ember* kifejezte, hogy mennyire negatív és elnyomó volt ez a társadalom, amely oly pozitívnak tűnt. Intellektuálisan szakított az ideológia végéről szóló öntelt amerikai felfogással, úgy, ahogy a polgárjogi mozgalom politikailag szakított vele. Marcuse filozófiailag és történetileg érvényesítette tagolatlan, de explozív vágyunkat, hogy egy teljesen más víziót találjunk. Egy teljesen más intellektuális kultúrát, gondolkodási stílust, eszmék és írások tárházát tett számunkra hozzáférhetővé.”⁷ Marcusét tehát nagyon is sokan olvasták, a többieket is, mindenkit, legyen az nyugati vagy keleti filozófus, akiknek eszméiből valamit föl lehetett használni a szülők steril világával szemben. A baj nem az volt, hogy nem olvastak, inkább az, hogy túl sokat is, rendszertelenül, terv nélkül, és nem alakult ki olyan egységes felfogás, ami minden forradalom feltétele. Egy forradalomhoz egységes gondolkodásmód kell, egy Lenin, aki maga is olvassa a filozófusokat, van történelem-koncepciója és cselekedni is képes, ilyen azonban nem volt a láthatáron. Egységes gondolkodásmódot elvárni a nyugati

⁶D. Cohn-Bendit et J.-P. Duteuil, *La Révolt étudiante*, 70. Idézi L. Ferry et A. Renaut, *La pensée* 68, Paris: Gallimard, 1988, 23.

EPER ÉS MÉR'

értelmiségtől vagy diákságtól azonban a mai pluralista demokráciában lehetetlenség. Ez az intellektuális unifikálhatatlanság adja egyébként a modern demokráciák stabilitásának egyik zálogát. A nyugati diákság vagy az értelmiség *mint olyan* soha többé nem lehet sikeres forradalmi csoport vagy osztály, mert nincs az a diákság vagy az az értelmiségi réteg, amely annyira egységesen tudna gondolkodni, hogy az elég legyen egy értelmiség vezette forradalomhoz. Ezért tévedtek azok a korabeli marxista szerzők, akik úgy vélték, hogy miután a jóléti társadalomban egy forradalom esetén a munkásosztály már jóval többet veszít mint láncait, és ezért nem forradalmi osztály többé, a diákság még nincstelen, és ők jelentik a jövő forradalmi erejét. Ehhez azonban egységes, katonásan fegyelmezett gondolkodásmód kellene, ilyent pedig soha nem fognak az értelmiségiek vagy a diákok produkálni. A hatvannyolcas megálmodott jövő első nekifutásra igen rövidre, néhány hónaposra sikerült. Az autoritás-ellenes forradalomvezetők autoritáriusak, totalitáriusak, *egyetlen* igazságban, *egyetlen* filozófiában hittek, de végül is kitartóan, hittel szinte senki nem követte őket és az ügyet. Főként azért, mert nem is volt megfogalmazva az "Ügy".

Az értékelések persze igencsak széttartóak. Richard von Weizsäcker szerint 1848 és 1968 közt szoros összefüggés van, melyet még kutatni kell. Habermas a hatvanas évek mozgalmaival hozza összefüggésbe a kapitalizmus liberalizálását és humanizálását, amelyeknek a hetvenes és nyolcvanas években tanúi lehettünk. A hatvannyolcas berlini mozgalmak vezetője, Rudi Dutschke, egyik barátja szerint abban mindenki egyetért, hogy "1968 szokatlan év volt, talán az évszázad éve, annus mirabilis: a legkülönbébb kívánságok és remények, vágyak és megszállottságok, individuális és politikai utópiák, test- és léleklázadások csodálatos egyvelege; újszerű, világraszóló ifjúsági mozgalom: romantikus, apolitikus, narcisztikus, radikális-demokratikus, apokaliptikus, szexuálisan felszabadult, vallásos, kommunisztikus, aszketikus, fogyasztói, unalmas, poétikus, terrorisztikus, elkényeztetett, halálvágyú. Mindez igaz, mindez hamis, mihelyt az egész generációra vagy valamennyi lázadóra

⁷R. Aronson, "Herbert Marcuse. A Heritage to Build on", *Moving on*, Fall 1979, 10. Idézi D. Kellner, *Herbert Marcuse and the Crisis of Marxism*, Berkeley: University of California Press, 1984, 376. (jegyzet).

EPER ÉS MÉR'

értjük.”⁸ Vagyis a mozgalom tetszőleges volt, mindenféle, azaz semmilyen. Minden igaz róla egy kicsit, azaz semmi sem nagyon. Egy hatalmas happening, amitől megijedt a felnőttek társadalma, de talán megijedtek maguk a diákok és az itt-ott velük masírozó munkások is. Talán az egész csak a tizenkilencedik század romantikus és a huszadik század véres forradalmainak békés “kiálmodása”, végigálmodása, lezárása volt. A meg nem vívott századeleji nagy nyugati forradalom traumájának társadalmi pszichoanalízise. Egy utolsó “Traumdeutung”, mielőtt a baloldali értelmiség végleg föladja totális rendszer-felforgatási eszméjét. Hatvannyolc óta nem volt több szocialista forradalom, nem volt több forradalom, amelyik jobb társadalmat akart volna. A józanság, kiábrándulás és a hétköznapiok lassú tűzön égetik a következő generációkat, a barikádok ellentmondásosan hangos jelszavait a börzék és a bankok hangtalan monetáris moraja és az autópályák zúgása váltotta föl. De lehet az is, hogy e lassú tűz nem pusztán éget, de “nemesít” is [szén, acél, szilícium], és hatvannyolc legjobb eszméi egy lassú forradalomban tovább hatnak.

A szellemi előkészítők? Jim Morrison a Doors együttesből, aki végigüvöltötte Amerika és Európa színpadait, “We want the world, and we want it now”, és Jimmy Hendrix, Janis Joplin, Mick Jagger, Bob Dylan, Joan Baez, Jack Kerouac, Allen Ginsberg, Timothy Leary vagy a saját feleségét lelövő William Burroughs, és Marlon Brando, James Dean, Jean-Paul Sartre, Herbert Marcuse. Lehetetlen is lenne egységes szellemiségről beszélni. Példaképek? Jean-Paul Sartre, aki 1954-ben a Szovjetunióból visszatérve azt nyilatkozta, hogy teljes szólásszabadságot talált, akit félig szenilisen 1968-ban maoista diákok hordoztak gyűlésről gyűlésre? Janis Joplin, Brian Jones vagy Jimmy Hendrix, akik kábítószeres mámorukból nem ébredtek föl? Rudi Dutschke, akiről barátja állítja, hogy “benne Göbbels extatikus lelke” ágált?

A kort vizsgálók ugyanúgy nem tudnak megegyezni abban, hogy mi is volt mindez, mint akkoriban a diákok. Diáklázadás? Társadalmi forradalom? Egy apanélküli generáció felkelése? Patricidium? Ha nem is tudjuk, hogy mi *volt*, az látható, hogy mi *maradt*: A környezetvédelmi tudat, a hatalom társadalomtudományi megkérdőjelezése, az intézményi demokrácia elmélyítése, több pénz az egyetemeknek.

⁸J. Miermeister, “Die janusköpfige Generation. Vom Terror der Titanenkinder 1968: Wurzeln und Spuren eines

EPER ÉS MÉR'

A szociális állam kialakításának ugyanúgy impulzust adott a mozgalom, mint a mindennapok esztétikájának. És nyilván számtalan mű meg sem született volna, vagy másként született volna. Habermas a hetvenes években dolgozott a *kommunikatív cselekvés* és a *hatalommentes kommunikáció* elméletén, amely téma nyilvánvalóan és egyértelműen hatvannyolcas örökség, hiszen a diákság éppen ezt követelte: hatalom nélküli kommunikációt és ezzel összefonódó cselekvést.⁹ Habermas műve 1981-es előszavában említi, hogy valamivel több, mint egy évtizeddel korábban (tehát úgy 1968 körül) kilátásba helyezte a kommunikatív cselekvés elméletének megalkotását. A könyv történeti motívuma az volt, hogy mint mondja, “a nyugati társadalmak a hatvanas évek vége óta olyan állapothoz közelítenek, amelyben az okcidentális racionalizmus öröksége nem számít többé minden vitán fölüli állónak.”¹⁰ E sorok megírása óta ismét két évtized telt el. Az első személyi számítógép (Macintosh Apple) egy évvel a Habermas-könyv megjelenése után, 1982-ben jött ki. Miközben diákok és filozófusok bizalma megrendül a racionalításban, e nyugati gondolkodásmód újabb és újabb “csodákat” produkál: személyi számítógépeket, Internetet és legújabban a géntechnológiát. A racionalitástól nem lehet eltérni, hiszen ez az ember legsikeresebb interakciós-módja a világgal és főként, minden gondolkodás valamilyen módon “racionális”. De természetesen lehet kritizálni a racionalitás felhasználásának módjait.

De vajon milyen is volt ez a hatvannyolcas racionalitáskritika? Erre a kérdésre próbálok meg részleges választ adni a következő történeti és filozófiai részekben.

A hatvanas évek Amerikája

A hatvanas viharos egy évtized volt Amerikában, pedig látszólag minden másként kezdődött.¹¹ Az a tanulmány, amelyet az amerikai elnöknek írtak 1960-ban a nemzet céljairól, nem lát okot az aggodalomra. A háború óta megkétszereződött a nemzeti

Mythos”, *Neue Zürcher Zeitung*, 23-24 Mai, 1998, 5.

⁹ J. Habermas, *Theorien des kommunikativen Handelns*, Frankfurt: Suhrkamp, 1981.

¹⁰ J. Habermas, id. mű, 9.

¹¹ Ebben a részben G. B. Tindall, *America. A Narrative History* (New York, W. W. Norton, 1984) című könyvére támaszkodok.

EPER ÉS MÉR'

össztermék, és a növekedés határai sehol nem látszottak. A tanulmány szerint gazdasági növekedést az oktatás mennyiségének és színvonalának emelésével kellett kiegyensúlyozni: a jól képzett mérnökök, közgazdászok, jogászok és orvosok majd megfelelően tudnak reagálni a gyors gazdasági fejlődéssel felmerülő problémákra. Az egyetlen probléma a fellendülés fenntartása volt, ez azonban korántsem látszott lehetetlennek, az egyszerű extrapolációk reményre adtak okot. A jelentés készítői szerint az egyetlen veszélyt a kommunizmus felforgató ereje és a Szovjetunió fenyegetése jelenthetett, de amíg az nem válik militárisan aktívvá, addig az individuumok kreativitására alapozott rendszer mindig stabilabb és életképebb lesz a kommandógazdaságnál. De a jelentés szerzői tudósok és nem látnokok voltak. Nem láthatták előre, hogy a beköszönő évtized második hónapjának első napján már le is teszi egy merőben új jövőt sejtető névjegyet. Egy jelentéktelen észak-karolinai kisvárosban, Greensboróban 1960 február elsején négy fekete egyetemista egy Woolworth áruház kávéházában kávé rendelt. Majdnem fél évbe telt, míg kiszolgálták őket. Mire megkapták kávéjukat, kialakult a hatvanas évek új stílusa: polgári engedetlenség és diáklázadás.

Amikor negyvenhárom évesen, Amerika legfiatalabb elnökeként Kennedy 1960-ban a hetvenéves Eisenhower-től átvette a stafétabotot, és amikor kijelentette, hogy vele új generáció lépett színre, maga sem gondolta, hogy mennyire új lesz a hatvanas évek generációja a korábbiakhoz képest. Az új nemzedék számszerűen is hatalmas volt. 1945 és 1960 között Amerika népessége 40 millióval növekedett, és elérte a 180 milliót. A "baby boom" hatalmas születési arányai révén új nemzedék növekedett föl a hatvanas években, ami föltúrázta a gazdaságot: ekkor épültek ki a nagy elővárosok, ahova kivezető utakat, autópályákat "kellett" építeni, aztán autókat kellett gyártani, amelyek segítségével mindezt használni lehetett. Új iskolákat, egyetemeket alapítottak, növekedett a fiatalkori bűnözés, az autóbalesetek száma, az évtized végére pedig telítődött a munkaerőpiac és megjelent a fiatalkorú munkanélküliség. A fiatalok kultúrája önteremtő volt. Egyes kritikusok úgy vélték egy ideig, hogy az egész csak a Madison Avenue nagy reklámcégeinek találmánya, de egyre nyilvánvalóbban többről volt szó. Amerika új generációja új jelenség volt a történelemben: talán soha nem volt

EPER ÉS MÉR'

ilyen sok fiatal embernek ilyen magas életszínvonala, ilyen viszonylag magasszintű iskolázottsága, amit ők maguk mint természetes életkörünyezetüket vettek tudomásul. E generáció nagy száma és területi eloszlása ellenére is meglepően egységessé vált; a televízió homogenizáló hatása kulturálisan, a közös jólét és a divatos, szabályozott összetételű gyárilag előállított fogyasztási cikkek biológiailag és "testalkatilag", a gazdasági fellendülés és a kommunikáció szabadsága révén szociálpszichológiailag, a hidegháborús fenyegetések elvi, verbális, következőképpen távoli és elvont jelenléte révén pedig politikailag.

A társadalmilag releváns idősebb generációk két csoportba oszlottak. Az ötven év fölöttiek a tízes évek születési hullámhegye következtében aránytalanul nagy csoportot alkottak. Ők azonban közeledtek a nyugdíj-korhatár felé és inkább az olyan idős polgárokat kiszolgáló iparágakat serkentették, mint a nyugdíjas lakótelepek Floridában és Arizonában, valamint az orvosi ellátást és a turizmust. A következő generáció, a húszas-harmincas években születettek, a depresszió gyermekei, jóval kevesebben voltak. Ez a társadalmilag viszonylag kisebb csoport, kevésbé ismerte a versengést a jobb állásokért. Az 1960-as években negyven évesek voltak, könnyedén elfoglalták a vezető pozíciókat és magas életszínvonalra jutottak. Ennek a korosztálynak semmi oka nem volt a lázongásra vagy a rendszer kritikájára. De amikor a háború végén született nagyszámú fiatal kikerült a szakiskolákból, gimnáziumokból és egyetemekről, hirtelen úgy érezte, hogy a jó állások, a prosperálás lehetőségei mind el vannak zárva előlük egy olyan generáció által, amely még messze van a nyugdíjtól. Ekkor alakult ki a jelszó, "soha ne bízz a harminc évnél idősebbekben". 1970-re Amerika lakossága 205 millió volt, annak ellenére, hogy néhány évtizeddel korábban demográfusok erre az évre 150 milliót jósoltak. Ám az 1960-as években drámaian visszament a születések arányszáma (a minimumot éppen 1968-ban érte el) habár ez is 24 milliós növekedést jelentett az évtizedben. Mindez persze kisebb családokat, kisebb lakásszükségletet és kisebb vásárlási potenciált jelentett. Ekkor jött be a "pirula" [*pill*], amely lehetővé tette a családtervezést, és nem kevesen a nagyobb lakást, a professzionális előmenetelt választották a hagyományos nagy család helyett.

A népességnövekedés a városokban zajlott. A nagyszámú születéshez járult, hogy hatalmas tömegek hagyták ott a vidéki farmokat és költöztek be a városokba.

EPER ÉS MÉR'

1940 és 1970 közt 20 millió amerikai hagyta ott a vidéket a városért. 1870 körül az amerikaiak háromnegyede élt rurális környezetben; száz évvel később ez az arány megfordult a városok javára. De ezek a városok nem úgy voltak és lettek városok, mint az európaiak. Valójában az európai értelemben vett városok lakossága csökkent. Nőtt viszont a város környéki települések, az elővárosok, a "suburbs" lakossága. 1970-ben többen laktak elővárosokban (76 millió) mint a városokban (64 millió). A legjobb példa Los Angeles, amely egy több mint 300 km hosszú struktúra nélküli konglomerátum, melyet autópályák és a kereszteződésekben üzletközpontok és gyorséttermek szabdalnak kisebb, ám nem szervesült részekre. Mindeközben a belvárosok romlásnak indultak, Manhattan lakossága csökkent, Bronx egyes részeit pedig benépesítették a patkányok. Az elővárosok gazdag gyűrűkké váltak az elszegényedő belvárosok körül.

A gazdaság növekedése minden korábbi történelmi mértéken túltett. 1932 és 1970 közt Amerika egy főre eső gazdasági kapacitása megtízszereződött, 401 dollárról 3945 dollárra emelkedve. 1970-ben elképesztő méreteket öltött Amerika gazdasági fölénye: az emberiség hat százaléka a világ gazdasági javainak kétharmadát termelte és fogyasztotta el. Az 1897 évtől fellendülő és 1929-ben összeomló gazdasági periódusból tanulva az amerikai kormány és a szövetségi tartalékbank a pénzügyi és kamatpolitika kézbentartásával és finom hangolásával elérte, hogy sikerült megakadályozni újabb nagy recesszió kialakulását. A gazdaság magas működési fokának fennmaradását segítette a nagy középosztály, mely a lakosságnak több mint felét tette. Az ő jólétük garantálta a fogyasztás állandó szintjét, és a nagyobb válságok megelőzhetőségét.

Válságok mégis kialakultak, ám ezek nem hagyományos értelemben vett gazdasági, hanem inkább "társadalompszichológiai" válságok voltak. Hagyományos értelemben vett gazdasági válság az lett volna, ha az amerikaiaknak a mindennapi megélhetésük került volna veszélybe, ilyenről vagy ehhez hasonlóról azonban szó sem volt. A válság abból eredt, hogy a hatvanas években kiderült, az amerikai alkotmányos jogrendszer és szabad gazdaság minden korábbi elképzelésen túltevő kiváló funkcionálása sem old meg automatikusan minden társadalmi problémát, így a fiatalok felnövését és társadalomba-lépését, az etnikai kisebbségek, például feketék igazságos,

EPER ÉS MÉR'

egyenlő, tisztességes kezelését és a nők helyzetét. Itt voltak továbbá a világpolitikai válságok, a kubai krízis és a vietnámi háború.

A feketék: a polgárjogi mozgalomtól a fekete hatalomig. A feketék polgárjogi mozgalma rányomta politikai és etikai bélyegét az évtizedre.¹² Valójában 1955-ben kezdődött az amerikai délen, amikor Alabama Montgomery városában Rosa Parks visszautasította, hogy a busz feketéknek fenntartott hátsó felébe menjen. A kialakult busz-bojkott emelte ki az ismeretlenségből Martin Luther Kinget. King filozófiája a kereszténység és Gandhi eszmeköréből táplálkozó militáns erőszakmentesség (*militant nonviolence*), amely az ötvenes évek második felében egyre több hívet toborzott magának. A feketék polgárjogi küzdelme országos méretű tényleges tömegmozgalommá azonban csak 1960-ban, az említett észak-karolinai eset által vált. A “beülés” (*sit in*) mozgalma egy hét alatt hat további észak-karolinai városra terjedt ki, egy hónap alatt pedig hat szövetségi államra. 1960 áprilisában fehér és fekete diákok részvételével létrejött a Diákok Erőszakmentes Koordinációs Bizottsága (*Student Nonviolent Coordinating Committee, SNCC*), amely szorosan együttműködött King Déli Keresztény Vezetői Konferenciájával (*Southern Christian Leadership Conference, SCLC*). A vendéglői “beülések” kibővültek templomi “betérdelésekkel”, uszodai “begázolásokkal” és a tiltakozók még erőszakos fenyegetések hatására sem voltak hajlandók kivonulni.

1961 májusában a Faji Egyenlőség Kongresszusa (*Congress of Racial Equality, CORE*) fekete és fehér “szabadságutazókat” küldött a buszokra, hogy teszteljék a legfelső bíróság 1946-os határozatának (*Morgan v. Virginia*) betartását, mely megtiltotta az államok közti utasok diszkriminációját és az Államközi Kereskedelmi Bizottság (*Interstate Commerce Commission*) 1955-ös rendeletének végrehajtását, amely megtiltotta a busz- és vonatutasok faji szegregációját. Az “ellenőrzés” során néhány déli államban megtámadták az utasokat és egy buszt fel is gyújtottak. Egyes déli államokban a feketék egyetemi beiratkozása érdekében még 1962-ben is a

¹²A fekete mozgalmak önálló esztétikát is kialakítottak. Ehhez ld. V. B. Leitch, *Az amerikai irodalomelmélet és irodalomkritika. A harmincas évektől a nyolcvanas évekig*, Pécs: Janus Pannonius Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar, 1992, 324-358.

EPER ÉS MÉR'

szövetségi végrehajtó szerveknek kellett beavatkozni. 1963 áprilisában King Birminghamben egy sorozat erőszakmentes tüntetést szervezett. A rendőrfőnök, Eugene Connor (becenevén Bull azaz Bika) kutyákkal, könnygázzal, elektromos árammal támadott a békés tüntetőkre. Ám elszámította magát, rendőri akciói King oldalára állították az amerikai közvéleményt, amely televízió egyenes adásban figyelhette az erőszakos akciókat. King börtönbe került, ahol megírta az erőszakmentes stratégiát védő Birminghami Börtönlevelét (*Letter from the Birmingham Jail*), mely a polgárjogi mozgalmak klasszikusa lett. Ugyanezen év őszén Alabama kormányzója George Wallace maga állt az alabamai egyetem bejáratához, hogy megakadályozza a fekete diákok beiratkozását, ám meghátrált amikor megjelent a Nemzeti Gárda. Ugyanezen az éjszakán Kennedy elnök az amerikai nemzet előtt álló morális feladatról beszélt: “Ha egy amerikai, azért mert a bőre fekete, nem élheti azt a teljes és szabad életet, amelyet mindannyian akarunk, akkor ki nyugodna bele, hogy neki is olyan bőrszíne legyen és az ő helyében legyen? Ki fogadná el továbbra is a türelem és a késlekedés tanácsait?” Kennedy beszédírói itt a filozófiai hagyomány legnemesebb eszményét adták az elnök szájába, a kanti univerzális etika alapelvét, mely szerint csak azok a tetteink etikusak, amelyeket akkor is akarni tudunk, ha magunkat nem e tettek cselekvőiként, hanem elszenvedőiként gondoljuk el.

A polgárjogi mozgalom csúcspontja 1963. augusztus 28-a volt, amikor 200 000 fekete és fehér vonult Washingtonba a “We Shall Overcome” éneket énekelve. A washingtoni menetelés a legnagyobb volt a polgárjogi mozgalmak történetében. Martin Luther King a Lincoln emlékmű előtt állva a huszadik század és a nyugati politikai etika egyik legnagyobb jelentőségű beszédét tartotta: “Még ha a mai nap és a holnap nehézségeivel is kell szembenéznünk, van egy álmom. Ez az álom elsősorban az amerikai álomban gyökerezik (...) egy nap (...) a korábbi rabszolgák és a korábbi rabszolगतartók gyermekei képesek lesznek együtt helyet foglalni a testvériség asztalánál.” Ez a korszak persze még nem érkezett el a beszéd idejére, alig több mint egy héttel később egy birminghami templomban bomba robbant és megölt négy fekete kislányt. A történelem menetét és az alkotmányban deklarált jogok tényleges kiterjesztését azonban az ilyen terrorista támadások sem tudták megakadályozni, talán annak az elvnek megfelelően, amelyet Everett Dirksen republikánus szenátusi vezető

EPER ÉS MÉR'

Victor Hugora hivatkozva emlegetett, “semmi sem olyan hatalmas mint egy olyan eszme, amelynek eljött az ideje”. 1964 július 2-án Johnson elnök aláírta a polgárjogi törvényt (*Civil Rights Act*), amely törvényben tiltott meg mindennemű szegregációt. A szövetségi törvény azonban egy dolog egy ilyen hatalmas országban, és egy másik annak tényleges megvalósítása. Utcai zavargások törtek ki szinte egész Amerikában, hiszen a feketék a valóságban teljesen el voltak különülve a lakosság többi részétől, nagy részük írástudatlan volt, mintha nem is ugyanabban az országban éltek volna, mint a fehérek. A törvényes garanciák ellenére lassú volt a fejlődés, és a feketék mozgalma radikalizálódott. 1966-ra a Fekete Hatalom (*Black Power*) követelése gyűjtötte magába azon radikálisok vezetését, akik elégedetlenek voltak az erőszakmentesség lassú haladásával. Legradikálisabb szóvivőjük Malcolm X volt (aki Malcolm Little nevét változtatta meg így, jelezve elveszett afrikai családnevét), aki narkotikus és bűnöző közegekben nőtt föl a gettóban, és Elijah Muhammad fekete muszlim próféta tanítványaként visszautasította a kereszténységet, mint a “fehér ördögök vallását”. Malcolm X-et azonban éppen a fekete muszlimok lötték le egy harlemi bálon és a black power mozgalom karizmatikus vezető, illetve gazdasági, szellemi, szervezeti hatalom és cselekvőképesség hiányában felszámolódott. A polgári rendellenességeket vizsgáló Kerner-bizottság a következőket írta a széthulló mozgalomról: “A Fekete Hatalom retorikája és ideológiája valójában a hatalom hiányát fejezi ki. ... Nincs hatalma arra, hogy alapvető változásokat vigyen a tömegek életébe (...) a Fekete Hatalom számos vezetője visszahúzódott egy olyan irreális világba, ahol egy szűk és szegény kisebbség a fehérektől függetlenül próbál szervezkedni és elegendő hatalmat létrehozni, amivel kényszeríthetik a fehér amerikaiakat, hogy teljesítsék követeléseiket”. A feketék polgárjogi mozgalma nem múlt el nyomtalanul. Az 1964-es Civil Rights Act végrehajtása meghozta gyümölcseit: az *Equal Employment Opportunity* elve és kormány által támogatott programja egyre több feketének biztosította a felsőfokú tanulmányokat és a magasabb pozíciók elfoglalását. Amerika a hetvenes évektől olyan ország lett, amely favorizálta és elősegítette a feketék felemelkedését. Mára bármelyik egyetemen és nagyvállalatnál találhatunk fekete professzorokat vagy magas beosztású alkalmazottakat. Ez a hatvanas évek mozgalmainak talán egyik legnagyobb eredménye.

EPER ÉS MÉR'

Az ellenkultúra. A jólét, a feketék polgárjogi mozgalma, a társadalmi mobilitás csatornáinak bedugulása, a vietnámi háborúval való konfrontáció egy új nemzedéket nevelt föl, mely kialakította a maga ellenkultúráját. 1962-ben Michigan-ben létrehozták a Diákok a Demokratikus Társadalomért (*Students for a Democratic Society, SDS*) szervezetet, amely kinyilvánította, “elfogadható komfortban nevelkedtünk, egyetemeken lakunk és nem tetszik nekünk az a világ, amelyet öröklünk.” 1964-ben a kaliforniai Berkeley egyetem diákjai indították a Szabad Beszéd Mozgalmat (*Free Speech Movement*), amely a diákok jogait követelte, és amely pillanatok alatt a modern egyetem, a bürokrácia személytelen jellegének kritikájává vált. A mozgalom rövid idő alatt országosan elterjedt és hamarosan nem csak az egyetemet, hanem mindenféle intézményt kritizálni kezdett. A diákok bekapcsolódtak a vietnámi háború elleni mozgalomba. Általános intézmény- és felnőtt-társadalom-kritikájuk azonban konkrétan a hozzájuk legközelebb eső intézmény, az egyetem ellen irányult. 1968 tavaszán a diákok teljesen kezükbe kerítették és működésképtelenné tették a Columbia Egyetemet mindaddig, amíg a rendőrség be nem avatkozott és nem biztosította az egyetemi ügymenet fenntartását. A következő két évben hasonló megmozdulások történtek a Harvard és a Cornell egyetemeken. A fiatal, fehér középosztálybeli értelmiségiek mozgalma az Új Baloldal (*New Left*) nevet kapta.¹³ A mozgalom minden típusú tekintély ellen lázadt, mint például az egyetemi szabályok, az állami és hadigépezet, a vietnámi háború és a szülői tiltások. A mozgalomban való részvétel külső jelei a sajátos öltözködési stílus, a hosszú hajviselet, jellemző nyelvhasználat, melyekben későbbi kritikusok ugyanazokat az autoritás-struktúrákat mutatták ki, amelyek ellen a fiatalok lázadtak. A mozgalom kiszélesedésével a kábítószer és a rockzene sokkal fontosabbá váltak, mint a politikai tartalom. A fiatalok mindent kipróbáltak, ami az előző generáció számára tabu volt: a szabad szexualitást, a kábítószereket, a hangos zenét, a kommunákat, a társadalomból való kivonulást, az irracionálitást. Mindent elvetettek, ami Theodor Roszak szavaival “az objektív tudattal” és a “tudományos világnézettel” kapcsolatban volt, amely az egocentrizmust és az ember technikai-

EPER ÉS MÉR'

racionális felfogását jelentette. A mozgalom találkahelyei a rock koncertek voltak, ahol Janis Joplin, Jimmy Hendrix, Bob Dylan, Joan Baez, Mick Jagger zenei-pszichedelikus egyvelegükkel a szabadság új illúzióit kínálták.

Az amerikai "hallgató többség" azonban belefáradt a hangos kisebbség koncertjeibe, és félelem lett úrrá. Kapóra jött az 1968-as elnökválasztás, amikor Nixon programja gyakorlatilag szinte mindenben az ellenkultúra ellenkezőjét állította. 1968-ban Nixon megnyerte a választást. A hatvanas évtizedet azonban ő sem tudta meg nem történtté tenni vagy elfelejtetni. A következő évtizedek mintha mind a hatvanas évekből táplálkoztak volna: akár a világpolitika, akár az amerikai politika, akár a zöld vagy a feminista mozgalmakra, akár a zenére gondolunk. De volt-e e mozgalmak mögött valami "háttérfilozófia", és ha igen, mi is lehetett az? Mint említettem, nem volt egyetlen vezető ideológus, egyetlen vezető gondolkodója sem a mozgalomnak, amely spontán, véletlenszerű, robbanásszerű és értékeket kereső generációváltás volt valójában. De volt egy gondolkodó, akivel a hatvanas éveket azonosítják, Herbert Marcuse. A következőkben az ő néhány releváns gondolatát és javaslatát vizsgálom meg.

Herbert Marcuse, a hatvanas évek filozófusa

Herbert Marcuse (1898-1979) a hatvanas évek filozófusa, akkoriban senki mással nem foglalkoztak annyit, mint vele, senkiről nem jelent meg annyi írás mint róla, egyetlen filozófus sem volt ismertebb szakmai körökön kívül, mint ő.¹⁴ Marcuse Berlinben nagypolgári családban született, és az első világháború (maga is behívót kapott és rossz szeme miatt nem a frontra, hanem a Zeppelin-tartalékosokhoz került) közben kialakult munkásmozgalmi fejlemények hatására kezdte Marx műveit tanulmányozni. Marxista lett, de marxizmusa soha nem vált ortodoxszá. Az volt a véleménye, hogy a filozófia

¹³Az újbóloldali mozgalmakról, diákmozgalmi eredetéről és az irodalomkritikára, a kultúrára való hatásáról ld. V. B. Leitch, id. mű, 359-399.

¹⁴Marcuse művének legrészletesebb iskolai bemutatóját Douglas Kellner adja *Herbert Marcuse and the Crisis of Marxism* (Berkeley: University of California Press, 1984) című könyvében. A mű minden filológiai alapossága és részletessége mellett a bemutatáson kívül kevés kritikai megjegyzést tartalmaz. Marcuse-elemzésemben itt nem támaszkodok Kellner olvasatára. A kései Marcuse filozófiájáról jó összefoglalót ad Weiss János, *A Frankfurti iskola* c. könyvében (Budapest: Áron, 1997, 151-162.).

EPER ÉS MÉR'

feladata az elmélet és a cselekvés összekapcsolása egy olyan világ érdekében, ahol nincs gazdasági uralom, kizsákmányolás és politikai elnyomás. A marxizmust nem kész világmagyarázó struktúrának vagy cselekvésreceptek tárának tartotta, hanem olyannak, amely elemző eszközt ad kezünkbe a társadalmi-gazdasági-politikai folyamatok feltárására, elemzésére és megértésére. Ennek következtében a marxizmus az ő számára nem lezárt doktrínahalmaz, hanem akár a pragmatikusok számára, eszköztár, melynek folytonosan alkalmazkodnia kell a változó körülményekhez, feltéve, hogy jól akar működni, ha tényleg javítani akar a világon. Ennek megfelelően mi sem nagyobb félreértése az eredeti marxi projektumnak, ennek a dinamikus, dialektikus és a világra nyitott filozófiának, mint annak dogmatizálása.¹⁵ Az elméletet egyedül a sikeres gyakorlat legitimálja, csak az a jó elmélet, ahol az “elméleti fogalmak társadalmi változásba torkollnak”.¹⁶ Nézeteiben sok hasonlóságot találhatunk a pragmatikusokéhoz, például Marcuse is fölismeri, hogy az amerikai gazdaság olyan életszínvonalat teremtett, amely a történelemben páratlan módon széles néptömegek számára tette lehetővé a *deszublimálást*, vagyis “a közvetett kielégülésnek közvetlennel való” felváltását. Dewey, az amerikai demokrácia legnagyobb filozófusa, ebben az összefüggésben azt állítja, hogy az (amerikai) demokrácia az ember legmélyebb, tényleges, biológiai és pszichológiai “valójának” felel meg, vagyis a demokrácia a “természetes” életforma. Ezzel egyébként Marcuse is egyetért, aki a deszublimált kultúrájú társadalmat olyannak tartja, amelynek “érdekei immáron polgárai legbensőbb ösztöneivé váltak”.¹⁷ E társadalom következetes megvalósítása éppen ezért Dewey szerint mindenkinek jó, és a demokrácia bensővé válik, minden egyes tagjának végső és átfogó életprogramjává, aminek korábbi történeti korokban ismeretlen stabilitás és prosperitás köszönhető. Marcuse éppen ellenkező oldalról ragadja meg a kérdést. Szerinte a deszublimálás az uralmi viszonyok bebetonozásának

¹⁵Nyilván nem véletlen, hogy Marcuse legrobbanékonyabb, legtöbb szellemi “gyűanyagot” tartalmazó és a marxizmust teoretikusan leginkább átalakító műve, melyben a nyugati és a szovjet típusú társadalom és gazdaság korszerű kritikai értelmezését adja, *Az egydimenziós ember* magyar fordítása a hetvenes évek óta csak belső pártkönyvtárakban volt elérhető, és csak 1990-ben jelent meg magyarul: H. Marcuse, *Az egydimenziós ember*, (továbbiakban EDE), Budapest: Kossuth, 1990, fordította Józsa Péter. (Eredeti: *One-Dimensional Man. Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Boston: Beacon Press, 1964.). A könyv legfontosabb téziseit összefoglalja Weiss János, id. mű, 151-153.

¹⁶EDE 14.

¹⁷EDE 93.

EPER ÉS MÉR'

eszköze. "Segítségével" félrevezetik a népet saját érdekei és ösztönei valódi természetével kapcsolatban, ami által jobban kihasználható, és továbbra is rabszolgaként alkalmazható. Vagyis mindenkivel elhitetik, hogy szabad, holott nem az, csak éppen sokkal jobban él, mint elődei. Az anyagi jólétet nevezik el szabadságnak. A páratlan jólét elhiteti mindenkivel, hogy ugyanazon az oldalon áll, hogy nincsenek többé barikádok. Marcuse számára a "deszublimálást (...) 'az erő pozíciójából' végzi egy olyan társadalom, amely többet engedhet meg magának, mint azelőtt, mivel érdekei immáron polgárai legbensőbb ösztöneivé váltak, s mivel az engedélyezett élvezetek is a társadalmi kohéziót és megelégedettséget mozdítják elő. (...) a technicizált valóság fölötti társadalmi kontrollok (...) kiterjesztik a szabadságot, s egyúttal intenzívebbé teszik az uralmat. (...) Az egyénnek egy olyan világhoz kell alkalmazkodnia, amely szemmel láthatóan nem igényli, hogy legbensőbb szükségleteit megtagadja - egy olyan világhoz, amely lényegét tekintve nem ellenséges."¹⁸ Dewey ünnepli ezt a nem ellenséges társadalmat és hangsúlyozza, hogy a formálisan deklarált és egyre több ember által belsővé vált demokráciát nem felforgatni kell, hanem a nevelés segítségével állandóan javítani. A Marxon nevelkedett Marcuse viszont úgy véli, hogy a modern technológiával fölfegyverkezett kapitalizmus kielégíti a nép szükségleteit, ami által elaltatja az éberséget és a munkásosztályt maga oldalára állítja. Az eredmény az osztálystruktúrák látszólagos eltörlődése, holott az átmenetek folytonossága csak látszat, valójában továbbra is megmaradnak a tulajdonos-alkalmazott antagonizmusok, melyeket nem csak analizálni kell, hanem az új körülmények közt is keresni kell az átalakítás és felszabadítás lehetőségeit.

Marcuse Amerika-deszkripciója kétségtelenül rímel a korábbi pragmatikusok leírásaival és az amerikai életérzéssel. A különbség az, hogy míg a pragmatikusok lelkesednek Amerikáért, addig az európai Marcuse újszerű antagonizmusokat vél fölfedezni. Ez kétségtelenül egyik rejtett oka volt annak a sikernek, amelyben Marcusénak a velejéig pragmatikus Amerikában része volt. Rorty azt mondta, hogy a frankfurti iskola tagjai igazából soha nem hitték el, hogy Amerika egy valóságos ország, és ez Marcuséra kétségtelenül igaz. Rorty azt is hozzáteszi, hogy mindazt, amit

¹⁸EDE 93-94.

EPER ÉS MÉR'

Adorno és Marcuse Amerikáról mondtak, egyszerűen abszurd.¹⁹ Alasdair MacIntyre Marcuséről írt könyvében pedig kiemeli, hogy a német filozófus Amerika-elemzése *Az egydimenziós emberben* “többnyire hamisak, társadalomkritikájának fogalmai pedig zavarosak és ugyanakkor zavarbaejtők.”²⁰ Frederic Jameson, az amerikai újbóloldal egyik legjelentősebb irodalomkritikusa kiemeli, hogy Marcuse “modernista modellje” mára elavulttá vált.²¹ Marcuse elemzése a nyugati demokráciákról és a kapitalista gazdaságokról akkor válik abszurdá, amikor annak politikai, gazdasági és társadalmi struktúráit a nemzetiszocialista Németországgal hozza egy nevezőre. Azzal, hogy az egész rendszert “negatív dialektikájával” elítéli, végül ugyanúgy megnehezíti a társadalmak differenciált elemzését, mint a “pozitív dialektikájával” túlságosan “igenlő” Dewey a “barikád” másik oldalán. Bármennyire is meghökkentő MacIntyre értékelése, nincs messze az igazságtól, amikor kiemeli, hogy “Marcuse számára a liberális intézmények a totalitárius intézmények kezdetei. Holott éppen az olyan liberális intézményeket és eljárasmódokat kell védeni, mint a szakszervezetek, az egyetemek és a szólásszabadság, amennyiben értelmes társadalmi fejlődést akarunk elérni. ... Világos, hogy Marcusénak a jóléti államról kialakított gondolkodásmódja a liberális társadalmak történetéről és jelenlegi struktúrájáról kialakított téves felfogásán alapul.”²²

Marcusénak az abszurd felé tartó Amerika-recepcióját és fenomenológiáját könnyen ki lehetne mutatni könyveiben.²³ A diákmozgalmakban való sikerének talán

¹⁹Vö. R. Rorty, “A filozófia után, demokrácia”, *Jelenkor*, 1995 június, 554. “[Adorno és Marcuse] itt is voltak meg nem is. Testileg itt voltak, de szellemileg nem, hiszen ők soha nem vették tudomásul Amerikát, és amit Amerikáról mondtak, az egyszerűen abszurd. Száműzetésben éltek itt, anélkül, hogy valaha is elhitték volna, hogy ez egy valóságos ország. Azt gondolom, hogy Adorno és Marcuse megértéséhez komolyabban kell venni Marxot, mint ahogy Amerikában valaha is vették. Derrida, Foucault és Heidegger nem várják tőlünk, hogy Marxot túlságosan komolyan vegyük. A hatvanas évek előtt nem is volt marxista tradíciónk. Az Egyesült Államokban egyszerűen nem olvasták Marxot és ma sem olvassák.”

²⁰Alasdair MacIntyre, *Herbert Marcuse*, Németre fordította Wolfgang Unterzaucher, München: dtv, 1971, 89.

²¹V.ö. F. Jameson, *Postmodernism, Critique*, D. Kellner (ed.), Washington: Maisonneuve Press (Publication of the Institute for Advanced Cultural Studies), 1989, 72.

²²MacIntyre, id.mű, 90.

²³Vö. pl. EDE 41, ahol Marcuse “a totális mozgósítás társadalmáról” ír. Nincs itt most lehetőség mondatról mondatra végighaladni állításain, és kimutatni a nyilvánvaló félreértéseket, amelyek részben az európai társadalmi és a hegelianus filozófiai szocializálódással magyarázható. Azt hiszem, hogy a marxizmus Kelet-Európában gyakorlatilag is bebizonyosodott történelmi tévedése semmi esetre sem javító szándékában, eredeti morális impetusában, még csak nem is episztemológiai hozzáállásában rejtett, hanem abban, hogy túlfeszítette a hegeli dialektikát és a kognitív dinamikát összetévesztette a történelem mozgás- és a hatalom

EPER ÉS MÉR'

az a titka, hogy hegelianusan koherens álommal helyettesített egy olyan valóságot, amelyben nem hitt, vagy amelyben nem akart és tudott hinni. Amikor azt mondja, hogy a “tudomány és technika teljesítményei által megerősítve, fokozódó termelékenységé által igazoltan a *status quo* ellene szegül bármiféle transzcendenciának”²⁴, akkor kívülről, egy transzcendens, egy európai, egy filozófiatörténeti de legalább is hegelianus álláspontból beszél egy olyan világról, melynek sajátságos belső gondolkodásmódját nem érti. Bár hivatkozik Deweyra, úgy tűnik, nem értette meg annak talán leglényegesebb mondandóját, hogy az amerikai demokráciában, mint az “ember metafizikai természetapasztalatában” - hogy Marcuse számára érthetően fogalmazzunk az emberiség “szelleme” a demokráciában eljutott önmagához -, beteljesedett, és egyszerűen értelmetlenné vált a politikai *status quo* lényegi meghaladása, transzcendálása. Azt sem értette meg, hogy az amerikai alkotmányos demokrácia *status quo*-ja nem statikus, hanem dinamikus, tehát valójában nem is *status*, hanem *processus*, hogy az amerikai politikai-társadalmi valóság nem merev rendszer, hanem egy alkotmányos-közjogi folyamat, melybe - alapítóinak szándéka és későbbi története tanúsága szerint - be vannak építve saját javításának mechanizmusai is.²⁵ Hogy Marcuse “transzcendens” gondolkodásmódját megértsük, nem szabad elfelejtenünk, hogy Husserlnél és Heideggernél tanult Freiburgban és csak a náci hatalomátvétel után csatlakozott a frankfurti iskolához, mely döntően befolyásolta

érvényesüléstörvényeivel. Amit Marx és a marxisták Hegel talpraállításának gondoltak, az valójában Hegel feje tetejére állítása volt: a hegeli kognitív dinamikát, mely *A szellem fenomenológiája* episztemikus-dialektikus szerkezetét adja, kiterjesztették a “valóságra”, főként a “társadalomra” és annak “történeti fejlődésére”. Ez a kiterjesztés a társadalmi valóság dialektikus-logikai kényszerzubbonyba öltöztetése volt, mely álrúhá az végül is egy fájdalmas és (történeti, gazdasági, technológiai és morális) romhalmazt maga után hagyó “történeti procedúraban” vetett le magáról. Nem hiszem, hogy itt ezt az állítást példákkal kellene igazolnom, könyvtárnyi anyagra lehetne hivatkozni. Itt egy szovjet közgazdász egyetlen mondatát hozom csak föl, minden további kommentár nélkül: “Midőn a forradalom szétzúzza a termelési viszonyokat, a technika megmarad, s az új gazdasági alakulat gazdasági törvényeinek alárendelten fejlődik tovább, fokozott ütemben.” A. Zworikin, “The History of Technology as a Science and as a Branch of learning; a Soviet view, *Technology and Culture*, Detroit 1961, Téli füzet, 2. (idézi EDE 45. jegyzet.) Ez a hegeli prekonceptcionális történeti naivitás időnként “kiköszön” Marcuse szövegéből is, például mikor azt mondja, a “szovjet rendszerben a totális adminisztráció hatalma jóvoltából az automatizálás gyorsabb ütemben haladhat előre, ha már bizonyos technikai színvonalat elértek” (EDE 59.) vagy “a mai kommunista társadalom ... munkaeszközei erősen racionalizált, roppant hatékony és ígéretekkel kecsegtető” formájúak. (EDE 64) Az abszolút szellem totális adminisztrációvá materializálódva azonban - a történelem visszavonhatatlan tanulsága szerint - vakká és tehetetlenné vált.

²⁴EDE 39.

²⁵Az amerikai alkotmány demokratikusságáról, folyamat-jellegéről és beépített dinamikus önjavító jellegéről még mindig a legjobb a forrásokat olvasni. V.ö. A. Hamilton, J. Madison, J. Jay, *A föderalista*, Budapest: Európa, 1998. A könyv függelékében olvasható “Az Amerikai Egyesült Államok Alkotmánya”. Számomra úgy tűnik, hogy Marcuse nem igen törődött az ebbe az alkotmányba beépített lehetőségekkel.

EPER ÉS MÉR'

további működését. Marcuse a frankfurti iskola Németországból való távozásával először Genfben került (1933), majd Párizsba, hogy aztán 1934-ben New Yorkba, a Columbia egyetemre érkezzen.

Legjelentősebb művei az *Ész és forradalom*²⁶, melyben Hegel filozófiájának a marxizmus felé mutató elemeit vizsgálja és a "kritikai elmélet" eszköztárának történeti kialakulását kutatja, valamint *Az egydimenziós ember*, mely 1964-ben megjelenve időben telibe találja a hatvanas évek amerikai polgárjogi mozgalmait és "életérzését", és az egyetemeken kultusz-könyvvé válik. Marcuse olyan aspektusból volt képes látni a legfejlettebb demokrácia gazdasági, politikai és szociálpszichológiai viszonyait, melyre a "bennszülöttek" képtelenek voltak. Ahogy maga nevezi, "transzcendens" kritikája - egy nagy filozófiai mester hegel fogalomapparátusának működtetésével - azonban nem ritkán saját fogalmainak rabja marad. Miközben megpróbálja a marxizmust megújítani, kritikáját időnként a végletekig viszi: egy kétszáz éves jól funkcionáló demokrácia aberrációit csak óvatosan lehet a sarkítás veszélye nélkül kiterjeszteni, általánosítani és a viszonyok kritikáját ezáltal gyakorolni. Marcuse hihetetlen és hangos sikere, majd a hetvenes években körülötte beálló csönd arra utal, hogy bár hegelianus gondolati struktúráival és marxista elemzéseivel megragadta az egyetemi ifjúság képzeletét, fogalmai és javaslatai praktikus értelemben mégsem voltak időtállóak.

Az egydimenziós ember

Az egydimenziós ember a hatvanas évek egyik legizgalmasabb könyve, szellemi kisugárzása felbecsülhetetlen, olvasása különös intellektuális izgalom, nemcsak jó stílusának, de vállalkozói bátorságának köszönhetően is. Marcuse könyve a legjobb fajta filozófiai könyv. Nem az, amivel minden pontján egyet lehet érteni, hanem az, amelyik kihív, gondolkodásra készítet, inspirál, összefüggéseket láttat meg ott, ahol eddig nem láttunk semmit, és arra készítet, hogy kialakítsuk a magunk véleményét. Azt hiszem, kétfajta filozófiakönyv van. Az egyik arra tesz kísérletet, hogy elmondja, milyen is a valóság. A másik viszont valóságra irányuló gondolkodásunkat,

EPER ÉS MÉR'

fantáziánkat mozgatja. Marcuse lehet, hogy az első értelemben akarta könyvét írni, de szerintem a második fajtájúra sikeredett, és ezért lett könyve sikeres és híres. Marcuse ugyanis nem kevesebbre tesz itt kísérletet, mint a marxizmus megújítására, a dogmatizált marxi fogalmak pótlására és a fejlett ipari társadalom új megértésére. Marcuse szerint ez a társadalom a technológiai fejlődés és racionalizáció során olyan szintre jutott, hogy látszólag mindenkinek képes biztosítani a megfelelő megélhetést és az uralommentes viszonyokat, aminek következtében megszűnik a fejlődés, a társadalmi változás értelme és a változás követelésének legitimitása. Az ellenzékiesség és a fejlődés követelésének felszámolódása azonban valójában azoknak a malmára hajtja a vizet, akik a jelenlegi állapot fő haszonélvezői. A tizenkilencedik század fogalmai ("egyén", "osztály", "magán-", "család") nem alkalmasak többé a társadalom elemzésére, az "ipari társadalom fokozódó integráltságával ezek a kategóriák elveszítik kritikai felhangjukat, és afelé tartanak, hogy leíró, megtévesztő vagy operacionális kifejezésekké váljanak."²⁷ Bár a két antagonisztikus osztály továbbra is a tőkés és a munkás (vagy mai szalonképesebb kifejezéssel a munkaadó és a munkavállaló), mindkét osztály megtalálja számítását a fejlett kapitalizmusban és így antagonizmusuk többé nem a változás hordozója. Ezért a kritikai elmélet feladata, hogy visszatérjen az elmélet síkjára és megtalálja azon fogalmakat, amelyek képesek leírni azokat a társadalmi, gazdasági és politikai struktúrákat, amelyek gátjai a fejlődésnek és a hatalmon lévők uralmát konzerválják. Marcuse elméleti erőfeszítései során azonban az amerikai társadalmat "Egésznek" tekinti, és azon siránkozik, hogy nem lehet belőle kijutni, és jobb világot teremteni. Panasza olyan, mintha azt kifogásolná, hogy az ember saját bőrébe van zárva, és nem tud belőle kilépni. Az *egydimenziósság* számára éppen ezt jelenti, a valóságból való kilépés lehetetlenségét: az *egydimenziós gondolkodás és viselkedés sémáiban* "a beszéd és cselekvés fennálló univerzumát tartalmilag transzcendáló eszméket, törekvéseket és célokat vagy elutasítják, vagy ezen univerzum kifejezőmódjává fokozzák le, s az adott rendszer (...) racionalitásával

²⁶H. Marcuse, *Ész és forradalom*, fordította Dezsényi Katalin és Endreffy Zoltán, Budapest: 1982. (Eredeti: *Reason and Revolution*, Oxford University Press, 1941).

²⁷EDE 17.

EPER ÉS MÉR'

definiálják újra őket.”²⁸ Talán fölösleges mondanunk, hogy sehol nem látszik jobban, mint itt, hogy az, amit Marcuse szeretne, a nyelvfilozófusok (vagy Marcuse szavával pozitivisták) és a strukturalisták szerint teljességgel lehetetlen. Ezzel persze nem azt akarom sugallni, mintha e két utóbbi irányzatnak maradéktalanul igaza lenne: ha nem engednénk meg a nyelven túlmutató “nyelvi”, képzeletbeli gyakorlatokat, akkor a társadalom és a nyelv totális merevségre lenne kárhozthatva. Nem is hiányzik Marcuse művéből az ellenfeleire való számtalan kiszólás, például a pozitivistákra, akik megtagadják “az Ész transzcendáló elemeit”.²⁹

Marcuse szerint a fejlett ipari társadalom olyan “kényelmes, súrlódásmentes, józan és demokratikus” szabadságnélküliségen alapul, mely miközben kielégíti az ember biológiai szükségleteit, nem hagyja fölszabadulni, hanem új és új szükségleteket generál. Ha az ember mindig új és új szükségletek rabja, akkor soha nem lesz szabad. A szabadság akkor alakulna ki, ha az ember mint gazdaságilag szabad szubjektum jelenhetne meg a “piacon”, ez azonban ellentétes a kapitalista társadalom működésmódjával és érdekével. Természetesen az ember nem csak gerjesztett, hanem valódi szükségletekkel is bír (biológiai létfenntartás, iskolázás, kultúra, egészség), amelyeket ki kell elégíteni. Marcuse kritikájában feltárja a szabad gazdaság szabadságtalanító hatását, de nem igazán tud alternatívát arra, hogy egy totális gazdasági szabadság esetén hogyan is történnének például a primér szükségletek kielégítései. Ki termelné meg a kenyeret, ki gyógyítaná a betegeket? Marcuse utópiájában “átalakulhatna maga az emberi létezés belső struktúrája” és az “egyénnek szabadságában állna, hogy autonómiát gyakoroljon egy olyan élet fölött, amely a sajátja lenne”.³⁰ Ez a kanti szabadságeszmény megvalósításának követelménye, de a kanti szabad szubjektum nem anyagi lény, hanem egy transzcendentális etikai instancia, amelynek nem kell táplálkoznia, meggyógyulnia, nincsenek lelki problémái. Marcuse persze elismeri a létfontosságú szükségletek (táplálkozás, ruházkodás, lakás) jogosságát, de elfelejti, hogy ezzel az elismeréssel már legitimálja azt is, hogy a

²⁸EDE 34.

²⁹EDE 35.

³⁰EDE 24.

EPER ÉS MÉR'

létfontosságú javakat előállító személyek szükségszerűen le kell, hogy mondjanak szabadságuk egy részéről.

Marcuse utolérhetetlen szubtilitással elemzi a fejlett kapitalista gazdaságban kialakuló függőségi viszonyokat, annak megnyilvánulásait, hogy a termelési, kereskedelmi vagy adminisztratív gépezetbe bekerülők szabadságuk egy részéről kénytelen-kelletlen lemondanak. Már nem a tőkés-proletár fekete-fehér antagonizmusáról van szó, hanem a bonyolult termelési és adminisztratív struktúrákon keresztül ható elnyomásról. Kétségtelen, ha valaki meg akar élni és nincs tőkéje, kénytelen munkát vállalni és a munkaadó szaktudásának és munkavégzésének megfelelően fog bért fizetni. Az is nyilvánvaló, hogy ha valaki erre kényszerül, akkor lemond szabadsága és autonómiája egy részéről, napjának és idejének nagy százalékában mások fognak dönteni helyette és léte eszközzé is válik. Egyfajta közvetett, finomított működésű rabszolgaság ez, melyről Marcuse azt mondja, "A fejlett ipari civilizáció rabszolgái szublimált rabszolgák, de rabszolgák; mert a rabszolgaságot 'nem az engedelmesség, nem is a keserves robot, hanem a merő eszköz-lét státusa, az embernek dologgá degradálódása'³¹ teszi.³² A rabszolga-státus minden alkalmazottra vonatkozik, de bizonyos értelemben, mint Hegel kimutatta, az alkalmazóra is. Marcuse a marxi hagyományban állva úgy véli, hogy az ember rabszolga-volta megszüntethető. De kérdés, hogy az úr-rabszolga dichotómia választóvonal a társadalom, a társadalom struktúrái mellett nem ugyanúgy mindenkiben magában, a szubjektum pszichéjében vagy magában a nyelvben húzódik-e. A strukturalisták azt állítják, hogy a hatalmi viszonyokért elsősorban a nyelv és nem az egyén a felelős. Marcuse szerint az egyének és csoportjaik transzcendálhatják a nyelvet. De transzcendálható-e a szublimált rabszolgaság állapota? Eltörölhető-e a rabszolgaság státusa? Elgondolható-e egy olyan társadalom, amelyben nincsenek olyanok, akik idejük egy részét arra áldozzák, hogy valamilyen struktúra valamelyik szintjén parancsokat hajtsanak végre? Elképzelhető-e a nagy épületek takarítónők és karbantartó személyzet nélkül? Elképzelhető-e egy kórház ápolók, egy műtő műtősök nélkül? Elképzelhető-e egy nyomda nyomdászok, egy bánya bányászok nélkül? Avagy

³¹F. Perroux, *La coexistence pacifique*, Paris, 1958, III. köt. 600. (Marcuse hivatkozása, EDE 55).

EPER ÉS MÉR'

elképzелhető lenne a modern ipari társadalom nyomda, bányá, kórházak, nagy épületek nélkül? Ha a válasz “nem”, akkor azt is tudomásul kell venni, hogy *ez a típusú* társadalom csak szublimált rabszolgákra építve képes működni. Nem tudunk olyan társadalmat kitalálni, legfeljebb egy ipari utáni ösközösségit, amelyben ne lenne szükség arra, hogy emberek megélhetésük érdekében idejüket és szaktudásukat nagyobb funkcionális egységek rendelkezésére bocsátsák. Bármiféle forradalmat megvívhatunk, bármiféle ideális alkotmányt vagy társadalmi szervezetet létrehozhatunk, a forradalom vagy alkotmányozás másnapján szükség lesz valakire, aki kitakarítja az alkotmányozó gyűlés termét, fölsöpri a forradalom terét, befűti a termeket, átköltözteti az irodákat, előkészíti a beteget az operációra, leszáll a bányába, megsüti a kenyeret, kinyomtatja az újságot. Mindig szükség lesz nemkreatív munkára, tehát mindig szükség lesz arra, amit Marcuse szublimált rabszolgaságnak nevez. A megoldás nem a forradalom hangsúlyozása és követelése - számtalan, ha nem is mindegyik forradalom szolgáltatott példát arra, hogy mindig káosszal, terrorral, nyomorral vagy újabb elnyomással jár együtt -, hanem az, hogy olyan világot teremtsünk, ahol a rabszolgaság minél inkább szublimálódik, ahol a munkahelyek emberségesek, a nap kis százalékát veszik igénybe, szociálisan tényleg igazságos fizetéseket adnak, stb. Azaz a kényszerű szabadságkorlátozást forradalommal nem lehet megszüntetni, csak igazságos alkotmány- és jogrendszerrel, ahol mindenkinek garantálják a munkában töltött szabadságvesztés kárpótlását olyan bérezéssel, amellyel (egyre növekvő) szabadidejében egyre növekvő szabadságot élhet meg, nagyobb, mintha nem mondana le szabadsága egy részéről, tehát nagyobb, mint ha nem sütné kenyeret. Mert kenyérre szükség van, “nem lehet, hogy ne legyen kenyér”. A rabszolgaság nem törölhető el, sem forradalommal, sem mással, csak kompenzálható, humanizálható, enyhíthetők terhei, amint erre Európában a szociális állam kísérletet is tesz.. Amikor Marcuse azt állítja, hogy az “Ellenség (...) a fölszabadulás kísértete”, akkor igaza van, de nem abban az értelemben, ahogy ezt ő sugallja. A totális fölszabadulás, “a mindenkinek szükségletei szerint” teljes anarchiához és káoszhoz vezetne, éhhalálhoz, szervezetlenséghez, bűnözéshez (hiszen akkor a rendőrök is csak

³²EDE 55.

EPER ÉS MÉR'

saját szükségleteik szerint védenék a rendet, miközben a pékeket nem védenék, akik viszont csak maguknak sütnének kenyeret, de a rendőröknek nem, akik éhen halnának, miközben a pékek védtelenek lennének a kenyérrablók ellen). A totális felszabadítás hangoztatása helyett (ez ténylegesen minden emberi társadalom ellensége) a szabadságkorlátozást a szabadidő szabadságának növelésével lehetne kompenzálni. A társadalom totális forradalma helyett elegendő az igazságosabb, tisztességesebb világért és elosztási rendszerekért kiállni. Az "Ellenség" ténylegesen a felszabadulás kísértete, de a "hamis" felszabadulása. Nem arról van szó, hogy a racionális, technológiai és informatikai termelési módból kell felszabadulni, ami a hamis felszabadulás lenne, hiszen a történelem bebizonyította, hogy egyedül ez hatékony és termelékeny, hanem arról, hogy igazi felszabadulással humanizáljuk a munkát és a kényszerű szabadságvesztés mértékét csökkentve az igazságos társadalmi elosztással, "szociális redisztribúcióval" a szabadságvesztés humanitárius szabadságkompenzációit biztosítsuk. Az ilyen parciális és kompenzatorikus "felszabadítás" mindaddig megszüntetve megőrzi a "rabszolgaságot", ameddig nem sikerül az emberi szellemnek kijutni az anyagi hordozók világából. Ezt azonban a kognitív tudomány minden fejlődése ellenére is egyelőre a tudományos fantasztikum vagy az álom világára kell hagynunk. Marcuse viszont alapvetően gyanakvó: nem tudja elképzelni, hogy már tényleg itt van az "jó" társadalom, még ha csak formális-alkotmányos értelemben is, hogy itt van az, aminek antagonizmusai már nem "lényegiek". A történeti tudattal rendelkező filozófus azt vizsgálja, hogy a társadalom mely szegmenseiben, a kultúra mely szférájában érhetők tetten az alapvető dichotómiák, antagonizmusok: az uralmi viszonyok.

A kultúra beszipantása avagy a represszív deszublimálás

Ha a társadalomban rejtett hatalom érvényesülését feltételezzük, vagy legalább is egy olyan működő erőt, erők halmazát vagy vektorrendszerét, amely felül akar kerekedni a társadalmon, vagy legalább is dominálni akar, akkor Marcuse szerint ennek a kommunikációt és azt a sajátos kommunikáció-, gondolkodás- és társadalomformáló közeget is magába kell szippantania, amit kultúrának nevezünk. Ha ki tudjuk mutatni,

EPER ÉS MÉR'

hogy a kultúra azonosult a politikai-gazdasági világgal, annak javaira támaszkodik, és nem helyezkedik vele kritikusan szembe, akkor bizonyítékaink vannak arra, hogy a hatalomnak sikerült magába szippantania a kultúrát. Marcuse természetesen mindezt kimutatja. Miközben társadalom- és kultúrafenomenológiájuk sok hasonlóságot mutat, Dewey Marcuséval szemben úgy véli, hogy a kultúra nem azért áll a politikai-gazdasági berendezkedés oldalára, mert elárulta volna történeti küldetését, hanem azért, mert Amerikában egy olyan új történeti korszak kezdődött, ahol nem érvényesek a korábbi történeti kategóriák, ennélfogva a kultúrának is új küldetése van. Nem negatív-dialektikus, hanem pozitív-dialektikus. Az értelmiségiek, művészek és tudósok belátták vagy be kellene látniuk, hogy Amerika a "jó" oldalon van, alkotmánya és jogrendszere mindenkinek a teljes lehetséges emberi kibontakozás lehetőségét biztosítja. Annál többet nem tehet egy jogrendszer, mint hogy lehetőséget biztosít, mert ha ténylegesen meg akarná valósítani az egyenlőséget, akkor igazságtalanság és terror lenne az eredmény. Dewey szerint azért, mert az emberben továbbra is ott lakoznak az uralomvágy elemei, és mihelyt tartalmi-jogi egyenlőséget hozunk létre, a jog végrehajtói és a hatalom birtokosai azonnal maguknak biztosítják a "tartalmibb" javakat. Az igazságos társadalmi, tehát jogilag és alkotmányosan garantált elosztásnak az amerikai pragmatikusok szerint meg kell állnia az egyenlő lehetőségek elosztásánál és a jogi egyenlőségénél. Ezt viszont *mindenáron* védeni kell. Ha egy ilyen rendszert fenntartunk, annak előnyeit hosszú távon egyre többen - elsősorban az értelmiségiek, művészek tudósok - belátják, és a társadalom stabilizálódik. Nem lesz jobb az ember, de belsővé válik a demokrácia. Nem fog megszűnni a kizsákmányolás és a parciális rabszolgaság, de a kizsákmányolók sem egyenlőbbek a törvénye előtt a kizsákmányoltaknál, ennélfogva gazdaságilag bármikor bárki átkerülhet a másik oldalra. A kizsákmányolás megszüntetésének a formális jogi egyenlőség csak a lehetősége, valódi megszüntetését csak a technológiai fejlődéstől várhatjuk, amikor a rabszolgamunkát gépek fogják végezni. Ez természetesen a gazdasági elméleteket, a birtoklás és a társadalmi elosztás felfogását is meg fogja változtatni, hiszen nem lesz többé érvényes a marxi tétel, hogy többletértéket csak az élő munka tud létrehozni. Ez azonban a pragmatikusok szerint a marxi elmélet és nem a gazdaság baja. Az viszont nem baj, véli Dewey, ha az értelmiségiek a fennálló demokratikus politikai rend

EPER ÉS MÉR'

támaszai, ami nem jelenti, hogy nem kellene folytonosan és éber módon figyelniük és kritizálniuk a politikai, gazdasági és pénzügyi hatalommal való visszaéléseket. Marcuse szerint viszont a kultúra “represszív deszublímációja” a kultúra felszippantását, kritikai erejének a végét jelenti, a magas kultúra egyszerűen árucikké válik és elárulja eredeti küldetését.

Marcuse “fejlett kapitalizmus egyenlő szép új világ” tézise szerint a “magas” (ami Marcusénél mint “kritikai filozófusnál” a “kritikus” szinonimája) kultúra a hagyományos társadalmakban a boldogtalan tudat kifejeződése volt, ám “a technikai racionalitás előretörése [fölszámolja] az opponáló és transzcendáló elemeket a ‘magaskultúrában’. Ezek gyakorlatilag annak a *deszublímálási* folyamatnak esnek áldozatul, amely a mai társadalom fejlett területein dominál.”³³. Történeti tényekkel nyilván nem tudná klasszikus marxi felfogását igazolni (nem is próbálkozik vele), mely szerint a művészet *par excellence* társadalomkritikus, de kétségtelenül a nagy művészet egy nagy része társadalomkritika is. Marcusénak mintha az fájna, hogy a technikai racionalitás számos korábban megoldhatatlan problémát kiküszöböl (fáradtságos, az egész élet idejét és energiáját igénybevevő táplálékszerzés és -előállítás, korszerű egészségbiztosítás és gyógyítási technológiák, a szabadidő megnövekedése és egyre rafináltabb tagolhatósága), amelyeket korábban mint a “valóságban” megoldhatatlanokat a művészet artikulált és kezelt. Ugyanakkor Marcuse általánosan fogalmaz, mintha a technológiai racionalitás mindent hatalmába kerítene: “E társadalom vívmányai és kudarcai érvénytelenítik magas kultúráját. Az autonóm személyiség, a humanitás, a tragikus és romantikus szerelem ünneplése, úgy tűnik, egy fejletlenebb állapot eszményei. Ami ma végbemegy, az nem a magaskultúra lesüllyesztése tömegkultúrává, hanem e kultúra megcáfoltatása a valóság által. A valóság meghaladta önnön kultúráját. Az ember ma *többre* képes, mint a kultúrhéroszok és félistenek; számos megoldhatatlan problémát is megoldott. Ám egyszersmind elárulta azt a reményt és lerombolta azt az igazságot, amelyet a magaskultúra szublímációi őriztek.”³⁴ De vajon miért baj az, ha a “közvetett

³³EDE 78.

³⁴EDE 78.

EPER ÉS MÉR'

kielégülést” fölváltjuk a közvetlennel?³⁵ Ha korábbi korok szublimációit, szublimációs reményeit és szublimációi tárgyait ma deszublimáljuk? Nem ezt tette már Arisztotelész Platónnal, és nem ez a magas kultúra örökös létmódja? Nem inkább arról van szó, hogy a magas kultúra egyes szegmenseinek értékelése megváltozik, a modern kozmológia, kvantumfizika és genetika világképét elfogadó mai ember más fajta művektől kap “metafizikai borzongást”, mint a romantika vagy a barokk korának lakója? A humanitás, a szerelem, az élet és a halál addig lesznek témái a művészeteknek, ameddig ember fog létezni.

Marcuse fő indoka, hogy a “magaskultúra az anyagi kultúra részévé válik, s ebben az átalakulásban igazsága nagyjából veszendőbe megy”, hogy a “Nyugat magaskultúrája - amelynek erkölcsi, esztétikai és intellektuális értékeit az ipari társadalom még most is vallja - mind funkcionális, mind kronológiai értelemben technika-előtti kultúra volt.”³⁶ Ha viszont így van, természetes, hogy új magaskultúra után kell nézni. A dinamikus gondolkodású Marcuse meglepő módon egy statikus művészetfelfogás hívéül szegődik, amikor azt állítja, hogy a “fejlődő technikai valóság nem csupán a hagyományos formákat ássa alá, hanem magát a művészeti elidegenülés alapját - vagyis tendenciáját tekintve nem csupán bizonyos ‘stílusokat’ érvénytelenít, hanem *magát a művészet szubsztanciáját.*”³⁷ Ezt a részt jobb, ha átugorják a kortárs művészek és a kortárs művészetteoretikusok, mert elképednének ezen a konzervativizmuson. Mint ahogy a logikusok is elképednek, ha azt olvassák, hogy Marcuse számára a művészet “leghaladottabb fokán (...) maga a Nagy Megtagadás - a tiltakozás az ellen, ami van”³⁸ vagy “az irodalom valóban avantgárd művei a kommunikációval való szakítást kommunikálják.”³⁹ Amennyiben Marcuse a logikát valamennyire is tiszteletben tartó gondolkodónak tartja magát, akkor érthetetlen, hogy miért nem vette észre kijelentése körbenforgó jellegét; ha a művészet ugyanis a totális tiltakozásra redukálható, akkor önmaga, önmaga létrejöttében és hatásában is

³⁵Vö. EDE 93. “A [művészetnek] a konyhába, az irodába és a boltba való bekebelezése, az üzlet és szórakozás számára való áruba bocsátása bizonyos értelemben deszublimálás: a közvetett kielégülésnek közvetlennel való felváltása.”

³⁶EDE 80.

³⁷EDE 84. (Kiemelés B.J.)

³⁸EDE 85.

³⁹EDE 90.

EPER ÉS MÉR'

megtagadottá válik, azaz értelmetlenné. A szkeptikusok már az ókorban kielemezték ezeket az érveket. Maga Marcuse is utal az elvre, más összefüggésben, természetesen nem önkritikaként: "Az ellentmondás, amely egykor a logika elleni legfőbb merényletnek számított, most mint a manipuláció logikájának elve jelenik meg, a dialektika megszólalásig hű karikatúrájaként."⁴⁰ A modern társadalomban viszont Marcuse szerint e művek a *berendezkedés* részeivé válnak, iparivá, kereskedelmivé degradálódnak, és "felemelés" helyett "becsapnak, vigasztalnak vagy izgatnak. Neokonzervatív bírálóik gúnyolódnak azon, hogy a tömegkultúra baloldali kritikussai tiltakoznak, mert Bachból konyhai háttérzenét csinálnak, Platón és Hegelt, Shelleyt és Baudelairet, Marxot és Freudot pedig az ABC-üzletekben árusítják. Ehelyett annak a ténynek az elismerésére helyezik a hangsúlyt, hogy az emberek igenis sokkal műveltebbek lettek, a klasszikusok pedig elhagyták a mauzóleumot és új életre keltek. Ami igaz is, csak hogy midőn klasszikusokként elevenednek meg, önmaguktól különbözőképpen elevenednek meg, megfosztva antagonisztikus erejüktől, az elidegenítéstől, amely igazságuk tulajdonképpeni dimenziója volt. E művek célzata és funkciója így módon alapvetően megváltozott. Ha egykor ellentmondásban álltak a *status quo*-val, most ez az ellentmondás elsimul."⁴¹ Marcuse szerint ezzel az asszimilációval az a baj, hogy hamis egyenlőséget közvetít, ugyanakkor fönntartja a hatalmi viszonyokat. Vagyis a nagy művészet elvesztve kritikai szerepét népbútítóvá és -bódítóvá vált.

Föltehetjük azonban a statisztikai kérdést: a korábbi korokban a népesség hány százaléka - az abszolút számokról nem is beszélve - hallgatott Bach-zenét, nézett meg a színházban időnként egy Shakespeare-darabot vagy olvasta Goethét? Nem inkább arról van szó, hogy a klasszikus, modern racionalitás előtti korokban a kultúra csak az emberiség nagyon kis százalékához jutott el, elsősorban azokhoz, akik ráadásul nem is voltak érdekeltek a kultúra "társadalomkritikai" potenciáljában vagy annak érvényesítésében? Napjainkban hatalmas tömegek hallgatják Bachot autóban, konyhában: ez egy zeneesztéta vagy zeneszerző számára már maga a horror, és *bizonyos* szempontból az is. Ám ne feledjük, ezen emberek elődei a korábbi korokban

⁴⁰EDE 110.

EPER ÉS MÉR'

soha nem találkoztak a “magas” kultúrával. A technikai racionalitás sokkal több embernek sokkal könnyebben hozzáférhetővé teszi a nagy alkotásokat, mint korábban. A konyhában zenét hallgató szülő egy-egy ritka tehetséges csemetéje majd *meghallja* Bachot, zenét fog tanulni, és maga is a magaskultúra passzív vagy aktív művelője lesz. A szupermarketekben megvásárolt Shakespeare-t vagy Freudot talán néhány tehetséges gyermek felüti, és kinyílik tudatában valami. Saját hegeli-marxi prekoncepcióin kívül semmi nem igazolja Marcuse kultúrpeszimizmusát.

Persze, ha Freudot tanulmányozzuk, jobban megérthetjük Marcuse kulturális társadalomkritikáját is. A deszublímáció Marcuse számára nem azért válik az elhomályosított tudatú szubjektum elnyomásának eszközévé, mert megold olyan problémákat, melyek megoldhatók, hanem azért, mert a kulturális, pszichológiai gátak felszabadításával, az ellenállás csökkenésével a társadalom olyan entropizálódásához jutunk, mely kiszolgáltatottá teszi az elnyomásnak, ami ellen többé nem tud védekezni. “Ez a társadalom mindent, amihez csak hozzányúl, haladás és kizsákmányolás, lélekölő munka és kielégülés, szabadság és elnyomás potenciális forrásává változtat.”⁴² Az egydimenziós társadalom intézményesíti a deszublímálást, leküzdi a transzcendenciát a politika, a magaskultúra és a pszichológia területén is. “Ennek eredményeként elhalnak azok az értelmi szervek, amelyekkel az ellentmondások és alternatívák megragadhatók - s az egyetlen megmaradó dimenzióban, a technikai racionalitás dimenziójában győzedelmeskedik a ‘boldog tudat’”.⁴³ A társadalom önkéntes és boldog szellemi-lelki hőhalála következik be, mellyel az uralmon lévők azt tesznek, amit akarnak.

E hőhalál egységes nyelvet eredményez: mindenki ugyanazt a nyelvet beszéli, nincs kiút a mindenki nyelvéből. “Ez a beszéd-univerzum azáltal, hogy igazságának bizonyosságaként közszemlére teszi ellentmondásait, lezárja magát minden egyéb beszédmód irányában, amely nem az ő kifejezéseit használja.”⁴⁴ Az egyéb beszédmód nem-nyelv a beszéduniverzum számára, és fölveti a közvetítés, a fordítás sokat vitatott kérdéseit. Ám ha a beszéduniverzum - az univerzum szó jelentésének megfelelően - magában foglal minden lehetséges beszédet, akkor pusztán a semmivel szemben

⁴¹EDE 86.

⁴²EDE 99.

⁴³EDE 101.

EPER ÉS MÉR'

határolja önmagát, amit egyébként a maga részéről feltehetőleg a kozmológiai univerzum is “megtesz”. (A “leginkább befogadó társadalom” [*most inclusive society*] intencionálisan, hogy William James szavait használjuk, “jóindulatú” és “barátságos” minden nyelvvel és minden kultúrával, megnyílik felénk, és tiszteletben tartja azokat. Ezen felfogás “vonzó” hatására indult meg és tart egyébként a világ legkülönbözőbb kultúráiból a bevándorlás Amerikába.⁴⁵) Kérdés továbbá, hogy egy *minden lehetőséget mint lehetőséget* elismerő univerzum meghaladása lehetséges-e.⁴⁶ Marcuse képtelen elismerni, hogy létezik egy emberek közötti megegyezés, amely minden lehetőségre nyitott, tehát teljesen folyamat és folyamatszerű. Ez a közös megegyezés az amerikai alkotmány. Az amerikai társadalomról írt hegelianus fogalmak, gondolati struktúrák segítségével és működtetésével megfogalmazott marcusei kritika felvilágosító, tanulságos és nagyrészt megvilágosító. Csak éppen a végközvetkeztetése és a kiindulópontja kérdőjeles. A kiindulópont, hogy Hegelből és Marxból, az ő fogalmaikból kiindulva és azok segítségével értelmezi az amerikai valóságot. Végkövetkeztetése pedig annyiban hibás, hogy meghaladhatónak véli azt, amit Amerika *elvileg* elért. Kritikája persze a legérzékenyebb ponton találja az amerikai pragmatikusok társadalomelméletét: ha ez önmagához hű, akkor nem csak az elméletet és a formális-jogi működésre kell alapozni, hanem azt is vizsgálni kell, amit az amerikai lehetőség *gyakorlatilag* megvalósított. És ennek megítélése *szemüveg* tehát *látás* kérdése. Mert ha New Yorkban a Harlembe megyünk, vagy Philadelphia belvárosába, akkor azt hihetjük, hogy a harmadik világban, vagy talán inkább egy negyedik világba érkezünk. Ha viszont beutazzuk Amerikát, áttekintjük statisztikáit, akkor azt találjuk, hogy a negyedmilliárdnyi lakosság kilencven százaléka jóval a világátlag fölötti anyagi színvonalon él, és kulturálisan *mindenkinek* megvan a

⁴⁴EDE 111.

⁴⁵Mindez nem jelenti, hogy ne lettek volna véres és brutális események Amerika kialakulása során, például az indiánok irtása vagy a rabszolgák behurcolása. És nem jelenti azt sem, hogy ezekről meg szabadna felejtenni. De jelenti azt, hogy egy társadalom szakított ezzel a múltjával és olyan alkotmányt hozott létre, amelyre nemcsak Amerika, de az emberiség mint nem, és az európai kultúra különösen is büszke lehet.

⁴⁶Erre a paradoxonra MacIntyre is felhívja a figyelmet: “Marcuse tézise: ‘A technikai haladás, miután az uralom és koordináció egész rendszerévé szélesedett, olyan életformákat (és hatalmi formákat) hoz létre, amelyek megbékíteni látszanak a rendszerrel szemben álló erőket, s a gürcöléstől és az uralomtól való megszabadulás történelmi kilátásai nevében leküzdene vagy megcáfolnak mindennemű tiltakozást.’ (EDE 14.) Még a gondolkodást is alávetették, úgy hogy a társadalmi élet kritikájának semmiféle forrása neem marad meg. Ha a

EPER ÉS MÉR'

lehetősége, hogy az emberiség történetének, kultúrtörténetének és kultúrájának bármely szegmenséhez, bármely nyelvéhez hozzáférjen. Hogy egy példát említsek, köztudomású, hogy Amerikának nem volt “középkora”. A középkor-kutatóról az a képünk él, hogy európai, elmegy valamelyik kolostorba és ott a legújabb technológiák fölhasználásával nézegeti és olvasgatja a kódexeket. Ám Amerika egyik egyetemén létrehozta egy középkor-központot, ahol mindent mikrofilmre és számítógépre vittek, ami ma erről a korról elérhető. Az összes feltárt kódexet és másodlagos irodalmat ott is meg lehet találni. Nincsenek itt persze “feltáratlan” anyagok, ezt a bázismunkát természetesen továbbra is csak a helyszínen lehet végezni. De minden egyéb “ráépülő” medievisztikai kutatást legkényelmesebben ma már nem Európában, hanem Amerikában lehet végezni. Soha senki nem akar Amerikában visszatérni a Középkorba. De egy kibontakozó, és technikailag tökéletességre törekvő középkor-kutatásnak vagyunk tanúi, és miközben semmitől sem lennének boldogtalanabbak az amerikaiak, ha a Középkorba vissza kellene térniük, ám semmitől sem lennének boldogtalanabbak, ha nem kutathatnák minden lehetséges eszközzel e kort, mint bármely kort és bármely kultúrát és nem tanulhatnának meg minden lehetségest arról a korról és attól a kortól. Marcuse erre azt mondaná, hogy mindent magába szippantott a technológiai racionalitás. De lehet ennek egy másik megfogalmazása is: az emberi racionalitás magába szippantja a világot, és önmaga számára hozzáférhetővé teszi azt. Marcusétól persze megkérdezhető: amit ő mond, az racionális-e, mert csak ekkor érhető, ám akkor az ő mondandója is felszippantódott. A gondolkodás *sui generis* racionális, a gondolkodás ugyanis az ész, a ratio sikeres, eredményes, kommunikálható “része”. Amikor pedig a racionalizációt a technológia is támogatja, akkor kétségtelenül az is összefonódik minden megismerésünkkel és kritikánkkal. Az, hogy a technológiai racionalitás létrehozásában, terjesztésében és működtetésében hatalmi és elnyomó struktúrák is működnek, ez vitathatatlan. De hogy csak azok működnének és *par excellence* csak azok, az több, mint vitatható. Bill Gates minden vagyona és technikai racionalizálása ellenére sem uralja azokat a mondatokat, amelyeket itt az általa fejlesztett szoftverrel leírok.

fennálló viszonyok érdekében működő társadalmi ellenőrzés ennyire hatékony, hogy tudott alóla Marcuse könyve

EPER ÉS MÉR'

Egy bizonyos értelemben persze minden racionalitás konstruálja és kolonizálja a valóságot, ha kell, rabszolgájává teszi azt. Eddig minden racionalitással együttjárt a rabszolgaság, de nem biztos, hogy az irracionalitással kevesebb rabszolgaság járna együtt. A racionalitás és a racionális etika feladata az uralmi viszonyok pacifikálása, humanizálása és az alávetettek sorsának javítása, legyen az alávetett a természet vagy az ember. A rabszolgaság kérdése, mint a racionalitás sajátos együttjárója minden társadalomelmélet, szabadságelmélet és kultúra alapvető kérdése, különösen egy olyannak, amely politikai megalapozásában eltörli a rabszolgaságot, gazdasági működésében viszont szótlanul, eufemizálva feltételezi, és sajátos módon megerősíti.

A rabszolgaságról és a szabadságról

A rabszolgaság kérdését az újabb korban Kant gyakorlatelmélete segítségével elemezhetjük legkönnyebben. Szerinte az ember képes etikus cselekedetekre, ám ez csak akkor lehetséges, ha szabad. Külső kényszer esetén nem beszélhetünk szabadságról, tehát etikáról sem, amennyiben etikán a felismert jó választása és e választás szerinti cselekvés elméletét értjük. Kant szerint az emberben a legkiválóbb az, hogy képes saját külső, elsődleges, biológiai kényszerei ellenére is helyesen cselekedni. Alapvetően etikus cselekvés például a rászorulón való segítség, az ígéret megtartása, melyekre akkor is képesek vagyunk - és helyesnek tartjuk, hogy képesek vagyunk, és legjobb énként így is akarunk cselekedni -, ha a külső körülmények, közvetlen anyagi vagy biológiai érdekeink mást sugallnának. Aki viszont külső kényszerek visznek egy cselekvésre, az nem szabad. (Kantnál a külső kényszer lehet egy főnök parancsa ugyanúgy, mint saját biológiai szükségletem, minden, ami eltér az etika "jó" elvétől, ami nála egészen általánosan a "jó akarat".) Kant számára a *tényleges* emberi létezés csak szabad, etikus lehet. Mindazok nem szabadok, akik nem saját szabadságuk és jó-belátásuk alapján cselekszenek, hanem utasításokat hajtanak végre. Aki nem szabad, "rab", külső kényszerek "szolgája", tehát "rabszolga". A

kibújni?" A. MacIntyre, id. mű, 81.

EPER ÉS MÉR'

görögöknél a rabszolgák nem voltak a társadalom részei, de biztosították a társadalom fennmaradását. A szabadok viszont csak azáltal lehettek szabadok, hogy alattuk elvégezték azt a munkát, amely mindennapi életükhöz és szabadságuk gyakorlásához szükséges volt. Tekintve, hogy az ember életéhez szükség van olyan munkák elvégzésére, melyek anyagi létének feltételei (táplálék termelése és fogyasztásra előkészítés, lakhely-építés, tisztítás és karbantartás, ruházkodás elkészítése és tisztántartása, hogy csak néhányat említsünk), az ember napjának, idejének egy részét ezekre a tevékenységekre kell, hogy fordítsa. Az eufémikus módon munkamegosztásnak nevezett jelenséggel - valójában kényszerstruktúrával - lehetővé vált, hogy egyesek másokat a kényszer legkülönfélébb módjaival arra vegyenek, hogy helyettük, a rájuk eső anyagi munkarészt is elvégezzék. Tehát miközben a társadalom egy része (a vezetők, a gazdagok) számára szabadságnövekedés következett be, addig más része szabadságcsökkenésnek volt kiszolgáltatva, mely viszonyokat a legtöbb klasszikus társadalom gondosan tovább is örökölt (például Európában a nemesi rangot). A társadalom egy szűk rétege - amit a múlt század óta neveztek "uralkodó osztálynak" - szabaddá vált, míg a társadalom tetemes része nagyobb vagy kisebb mértékben rabszolga maradt. (Hegel kimutatta, hogy az uralkodók is rabszolgák és viszont, ennek elemzése azonban túl messzire vinne.)

Ennek a dichotomikus struktúrának két következménye volt. Egyrészt az, hogy a szabadságuktól megfosztottak elégedetlenek voltak helyzetükkal és mindig arról álmodtak, hogy ők is szabadok (lehetnek). Ez persze nem jelenti azt, hogy ez az álom tudatossá és tagolttá vált volna az elnyomottakban. De jobb és boldogabb álmaikban egészen biztos, hogy nem rabszolgának képzeltek magukat. A rabszolga-alávetettségre épülő társadalmak történeti távlatokban nem lehettek stabilak, mert egyszer, talán évszázadok, talán évezredek múlva, jöttek olyan rabszolga-fiak, akik ki merték mondani álmaikat, és akik gyakorlati tettekre próbálták váltani azokat. (Például azok, akik gyermekkorukban Bachot hallgattak az autóban vagy a konyhában.) Másrészt egy mások szabadságvesztésére épített szabadságnövekedés nem is etikus, hiszen a fölüllevő a másiktól elveszi a felelős, etikus cselekvés lehetőségét, és egy másik emberben az etikum érvényesülésének lehetetlenítése etikai önellentmondás. Ennek megfelelően a munkamegosztás társadalmi és etikai értelemben is instabil.

EPER ÉS MÉR'

Az újkori történelemben egyre erősödtek azok a követelések - talán mert megjelentek az értelem színpadán az egykori rabszolga-fiak vagy leszármazottaik -, melyek a rabszolgák felszabadítását sürgették, míg a hegeli kognitív infrastruktúrát fölhasználva Marx meg nem fogalmazta a történelem, a társadalom és a gazdaság egyetemes elnyomás- és felszabadítás-elméletét. A marxi kísérletek első nekifutásban elbuktak. Ha történeti távlatokban gondolkodunk, akkor akár azt is föltételezhetjük, hogy a marxi sikertelenség oka az volt, hogy gyakorlati megvalósításához túl korán kezdtek, és ezért eleve, a kezdetektől kudarcra volt ítélve. De talán az is oka lehetett, hogy Marx nem láthatott fejlődési trendeket, és csak erőszakkal tudta elképzelni a rabszolgaság fölszabadítását, holott széleskörű történeti ismeretei alapján tudnia kellett volna, hogy minden erőszak *mindig* további erőszakot szült, minden etikátlan tett további etikátlan tettek szülőanyja, tehát a rabszolga- és kizsákmányolásmentes, *igazságos* társadalom soha nem érhető el erőszakkal, *igazságtalan* módszerekkel. Nem beszélve arról, hogy egy erőszakkal kialakított erőszakkal fönntartott rend további erőszakot szülve társadalmi és etikai instabilitást eredményez. A hatvanas évek amerikai fekete polgárjogi mozgalmai és a hatvannyolcas diáklázadások erőszakmentessége talán már e belátás következménye is (és persze annak, hogy a nyilvánvaló állami túlerővel szemben ostobaság erőszakhoz folyamodni.)

Marcuse megállapítja, hogy Amerikára is érvényesek a rabszolgatartó struktúrák: "A társadalom még mindig oly módon szerveződik, hogy az élethez szükséges javak előteremtése külön társadalmi osztályok teljes időt kitöltő és élethossziglani foglalatossága, amelyek *emiatt* nem szabadok és meg vannak gátolva emberi létezésükben. Ebben az értelemben még mindig érvényes a klasszikus tétel, mely szerint az igazság összeegyeztethetetlen a társadalmilag szükséges munka szolgai leigázásával."⁴⁷ Ez pontosan így van, ez az érem egyik oldala. Amerikával egy olyan országgal van dolgunk, amelyben olyan társadalmat próbáltak meg kialakítani, amelyben a szó jogi értelmében nincsenek rabszolgák. Vagyis nincs meg a rabszolgaság intézménye, nem adhat-vehet senki rabszolgát, nem is tarthat birtokában erőszakkal embereket. De gazdasági értelemben nem tiltották meg a szublimált

⁴⁷EDE 150.

EPER ÉS MÉR'

rabszolgatartást. A szabadság teljességét úgy értelmezték, hogy ha valaki a mindent reguláló piacon hajlandó valamilyen időtartamra eladni magát rabszolgának, akkor ez szabadságában áll. Mármost nyilvánvaló, hogy szabadon, önként senki nem lesz rabszolga, kivéve egyetlen esetet, ha a "szublimált" vagy valóságos éhhalál fenyegeti. Márpedig mindenkit fenyeget, akinek munkaerején és tudásán kívül nincs mása. Az ilyen emberek kénytelen kelletlen eladják napjuk egy részét olyanoknak, akik energiájukat, tudásukat fel tudják valamire használni, és ennek ellenértékéért fizetséget kapnak, mellyel meg tudnak élni. A modern korban a rabszolgaság nem tűnt el, csak önkéntessé vált. A munkamegosztás munkásai és munkavállalói a gazdaság "kvantifikálható minőségei", akik megszabadultak a személyes függőségek "természetes" rendszerétől, és "időegységekben kalkulálható elvont munkaerő-egységek" lettek.⁴⁸ Anélkül, hogy itt ennek további elemzését végeznénk, vagy néhány konzekvenciát levonnánk, megjegyzendő, hogy a szublimált rabszolgaság piaci működésének igencsak szublimált szabályozója a pénz. A pénz bizonyos értelemben tárgyiasult, spiritualizálódott, strukturálódott, szublimált "rabszolga". Akinek sok van belőle, az minden szolgáltatást megvehet, szolgáltatásokat, melyeket "rabszolgák" végeznek, tehát olyan emberek, akiknek viszont nincs annyi pénzük, hogy maguk csak szolgáltatásokat vegyenek, hanem kénytelenek maguk is szolgáltatni. A pénz nemcsak a rabszolgapiac szabályozója, de maga a spirituális rabszolga, a bizonyos értelmében folytonosan rabszolgára váltható entitás: "a pénzen mindent meg lehet venni". A modern vezetéselméletek és manager "skill"-ek tulajdonképpen modern rabszolgahajcsár-elméletek: a befektetett pénz minél jobb és hatékonyabb rabszolgásításának azaz működtetésének tudománya. A modern gazdaságban a manager - maga is jól fizetett, szublimált rabszolga - a pénz "rabszolgatartalmának", "rabszolgafokának" és "rabszolgaintenzitásának" legjobb és kiemelt fokozója.

A politikailag demokratikusan megkonstruált társadalom még messze van a működő gazdasági demokráciától, amelynek receptjét úgy tűnik senki nem találta még föl. (Ennek vágya a "harmadik út", amely eddig sajnálatos módon sehol nem működött.) Marcuse kritikája gazdasági demokráciát követel, ha nem is különíti el

⁴⁸Vö. EDE 179.

EPER ÉS MÉR'

kellően a gazdaság és politika szféráját, aminek következtében nem látja az amerikai alkotmányos és formális politikai demokrácia mint elv és mint folyamat világtörténelmi jelentőségét. A politikai demokrácia megteremti de nem biztosítja automatikusan az igazságos gazdasági viszonyok feltételeit. A gazdasági demokrácia elérése hosszabb folyamat eredménye lehet, amely folyamathoz talán minden generációnak hozzá kell tennie a magáét, elsősorban saját etikáját, kultúráját és szellemi (racionális, technológiai, stb.) erőfeszítését. Amerikának, az első modern demokráciának és minden demokráciának, *magának az emberiségnek* újabb és újabb “emberségi” “etikai”, és “technológiai” forradalmakra lesz szüksége. Remélhetjük, hogy ezek az ifjúság, a diákság *generációs forradalmi* lesznek, melyek a demokráciák további stabilizálódását, javulását, elterjedését és fennmaradását biztosítják.

Stephen Eric Bronner:

Visszatekintés: 1968 harminc évvel később*

Abbey Hoffman épp mielőtt meghalt ezt mondta: „a nosztalgia nem más, mint az elnyomás egy újabb formája.” Ezt nem árt észben tartani, ha 1968 értelmét keressük. Bár hatvannyolc jelképe mindannak, amit az új mozgalom jelentett számunkra, sötét oldala gyakran feledésbe merül. Sokan haltak meg háborúban, néhányan otthoni harcokban veszítették el életüket; voltak, akiknek saját karrierjük rombolódott le, nem csak a politikai elnyomás útján, hanem mert kritika nélkül elfogadták a romantikus és utópikus szlogeneket, vagy mert túlzottan elmerültek a kábítószerekben. Nem mintha 1968 tiszta képet mutatna. Jobb lenne montázsként tekinteni rá: egyetemi tüntetések országszerte, Martin Luther King meggyilkolása, 2000 diák lemészárlása Mexikóban, a párizsi általános sztrájk, a „dühöngés napjai” Chicagóban, a Prágai tavasz és a Tet offenzíva.

Nem könnyű 68 örökségét felbecsülni. Mindenekelőtt azonban meg kell említenünk, hogy senki sem várta ezen események megtörténtét. Néhány évvel hamarabb, Daniel Bell „az ideológiák végéről” beszélt. És aztán hirtelen, bár egyáltalán nem is olyan hirtelen, a polgárjogi mozgalom valami sokkal nagyobbak a részévé vált, az ellenállás színezete megváltozott, az osztály és identitás új jelentőséget nyert. Az új baloldal úgy érezte képes megnyerni a világot. Minden lehetségesnek tűnt, a politikát átszötte a kalandvágy érzése. Talán ez az az érzés, amit én a legnagyobbra tartok. Ez nyilvánvalóan hiányzik manapság, és lehetetlen mesterségesen újra feltalálni.

Az idők változnak, és fontos levonni a következtetéseket. De ez nem azt akarja jelenteni, hogy „a mozgalom” hatása röpke vagy múlandó lett volna. Megtörte az úgynevezett „kemény delet”, új csoportokat vont be a politikai csatározásokba, és – bár ez vitatható – nagyobb fokú haladó törvénykezést indított be, mint a New Deal. Az nem számít, hogy az 1960-as évek eredményei végül beépültek a kapitalizmus

* Az alábbi szöveg az Amerikai Politikatudományi Társaság Gyűlés Egy Új Politikatudományért című tanácskozásán elhangzott előadás szövege

EPER ÉS MÉR'

áruszerkezetébe, vagy hogy morális követeléseit később elferdítették. Ez figyelmen kívül hagyja mind haladó szellemiségét, mind a megtörténtéhez szükséges küzdelmet. A szélsőbaloldali kritika pont ugyan annyira szektás ma, mint volt akkoriban: a beavatkozó állam elengedhetetlen tényező volt a 1960-as éveket alkotó különböző mozgalmak sikere szempontjából.

De egy bizonyos szempontból a törvénykezés mégiscsak másodlagos jelentőségű. A kisebbségi és nem nyugati kultúrák az 1960-as években kerültek be a többség látókörébe. A kor zenéje megforgatta a világot, stílusa segített a vasfüggöny szétszaggatásában; művészei a nyugati tüntetések mindennapos szereplőivé váltak, és illegális népszerűségük keleten - olyan személyiségek, mint Bob Dylan vagy Frank Zappa - nagy hatással voltak egy fiatal drámaíróra, Vaclav Havelre, akinek „Bizottság egy boldogabb világért” hozzájárult az 1989-es bársonyos forradalom sikeréhez. Értelmiség-ellenes tendenciákat természetesen bőségesen találunk, a spontaneisták az elméleti megalapozottság nélküli cselekvést követelték, a spiritualizmus nagyon népszerű volt. De emlékeimben él egy lendületes intellektuális milió: a forradalmi hagyomány és az avantgárd iránti érdeklődés, viták a távlati és az aktuális tennivalókról, a yippik és szituacionisták keltette nevetés, a vég nélküli viták, melyek Marcuse egy új munkájának vagy Jean-Luc Godard egy új filmjének megjelenését követték. Volt valami igazán izgalmas és jogos azokban a törekvésekben, melyek megpróbálták felszabadítani a szexualitást a szűklátókörű normák alól, átalakítani a mindennapi életet, és új érzékenységet kelteni. E. P. Thompsonnak igaza volt, amikor azt állította az új baloldal volt az első olyan mozgalom, mely képes volt a kultúrával, mint a társadalmi ellenőrzés egy eszközével bánni, miközben felhasználta az öntevékenységre való készítésben.

Az új baloldalt gyakran csábították el szenvedélyei. Valóban romanticizálta a nemzeti önrendelkezésért folytatott különböző harcokat, és figyelmen kívül hagyta erőszakosságukat és a köztársaságpárti víziók hiányát. A vietnámi háború esetében viszont tényleg a valóság talaján álltak. Az újbal érezte, hogy vietnámik nem támogatják az amerikai törekvéseket. Tudták, hogy a dominó-elvnek semmi értelme sincs, és hogy 58000 amerikai esett a vietnamiak áldozatául. A hazudozás és a mészárlás értelmetlensége beindította a fiatalok és kisebbségiek etikai érzékét, akik

EPER ÉS MÉR'

számára a háború szörnyűségei a legnyilvánvalóbbak voltak. Az, hogy segítettek ennek az igazságtalan, felesleges és aljas háborúnak a befejezésében – miközben hozzájárultak az amerikai népesség egy széles rétegében kialakuló inkább anti-imperialista, mintsem pusztán izolacionista öntudat kialakításához – a hatvanas évek egyik maradandó örökségét jelenti.

Az új baloldal mélységesen humanista szellemiségű volt. Amikor marxista volt, akkor az 1844-es Párizsi kéziratok és nem a későbbi munkák szellemében volt az. A legtöbb ember megelégedett azzal, hogy Erich Fromm Marx-írásokból összeállított válogatását olvassa, melynek címe Marx emberfelfogása (Marx's Concept of Man), mintsem hogy a Tőkével terhelje magát. Ez jól mutatja naiv és utópisztikus mivoltát. Az új baloldal új volt, híján mind az ideológiai mind a szervezeti koherenciának. De ez nem jogosít fel senkit arra, hogy örökségét azonosítsa az 1968-as chicagói Demokrata Konvenció alatt lezajlott „tombolás napjaival”, az új társadalmi mozgalmak partikuláris törekvéseivel, vagy mindazzal, amit ma identitáspolitikákként ismerünk. Szerintem ezek helyett a hatvanas évek haladó öröksége a Polgárjogi mozgalmak radikális szárnyából, illetve a Diákok Erőszakmentes Koordinációs Bizottságából ered. 1968 nem dekonstruálta, hanem rekonstruálta a totalitást. A Martin Luther King által kínált be nem teljesült lehetőség magában foglalta a létező rend totalizálását, és egy olyan szervezet létrehozását, mely összeköti a társadalmi, gazdasági, politikai illetve külpolitikai témákat.

King a polgárjogok kizárólagos hangsúlyozásából kiindulva, a vietnámi háború ellenzésén át egy „szegénymozgalom” elindítására tett javaslatig jutott. Halála idején demokrata szocialistának tartotta magát, politikája hidat jelentett a régi és az új baloldal, pragmatizmus és idealizmus között. Nem volt ellentmondásosan kétértelmű: a mozgalmak, melyekkel kapcsolatba került univerzalista elvek mellett szerveződtek. Céljuk az volt, hogy elterjesszék azon intézményi színtereket, melyben a szabadságot minden elnyomott csoport egyenlően gyakorolhatja. Igazán jellemző, hogy az új baloldal tulajdonképpen elődje úgy próbált szembeszállni a rendszerrel, hogy felhívta a figyelmet legnyilvánvalóbb ideológiai ellentmondásaira, a politikai hatalom szerkezeti egyenlőtlenségeire, és végül arra, hogy a tőke gazdasági ereje a munkások megosztásán nyugszik.

EPER ÉS MÉR'

A mai fiatalok meglehetősen nagyot tévednek, ha azt gondolják, a hatvanas évek felszabadító hagyománya a szervezettség, a hierarchia és a fegyellemmel szembeni fellépés. A Polgárjogi mozgalommal és a Szegények Mozgalmával nem az volt a baj, hogy túl központilag szervezettek voltak, hanem, hogy nem voltak elég szervezettek. Nem arról van itt szó, hogy valami divatjamúlt leninizmushoz kellene visszatérni, akinek a mozgalomra gyakorolt hatása egyébként sokkal jelentéktelenebb, mint ahogy azt a jobboldal hitte. A világos célok, hatékony erőfeszítések, felelősségre vonhatóság és a fegyelem minden politikai szerveződés alapfeltétele. Próbálkozni attól még lehet. A Szegények Mozgalmáról szólva – amit én tömeg-szervezetnek hívnék – fontos megemlíteni, hogy valahol félúton helyezkedett el egy eltérő érdekek mentén szerveződött laza csoportosulás és egy politikai párt között. Több rasszt felölelő (interracial) jellegével, és munkás irányultságával, a status quo elleni talán legradikálisabb fenyegetés volt e században. Mégis, mikor összeomlott, semmi nem volt, ami helyét átvegye.

Az eredeti koalíció szervezeti és ideológia töredezettségének eredményeképpen az új társadalmi mozgalmak egyre kevésbé képesek felvenni a harcot az új konzervatív kirohanással szemben, vagy továbbra is fenntartani a régi kezdeményezéseket a politikai és gazdasági változásokért. Ekkor kezdett el az úgynevezett identitás-politikák irányában elkötelezett csoportok hangsúlya eltolódni a redistribúció helyett az elismerés irányába: nem az intézményeket kell megváltoztatni, hanem azt, ahogyan a többség a kirekesztettekhez viszonyul. Ez az elmozdulás megmagyarázza, hogyan mehetett végbe a gazdasági-társadalmi törvénykezés eddig tapasztalt legagresszívebb visszaszorítása, kéz a kézben a mindennapi élet forradalmával, mely olyan problémákra hívta fel a figyelmet, mint a családon belüli erőszak vagy az oktatás eurocentrikus jellege. Egykoron magánügynek tartott ügyek kerültek nyilvánosan megvitatásra, és lettek jóvátéve ebben a kulturális átalakulásban. Természetesen ez együtt járt a hagyományos gazdasági és társadalmi problémák háttérbe szorulásával. De ez mégiscsak az új baloldal fontos teljesítménye. A női felszabadítási mozgalom klinikahálózatával, lelki segélyszolgálat az erőszak áldozatai számára, napközis tevékenységével, könyvesboltjaival, intézeteivel, tudományos konferenciáival felvázolta egy újfajta politikai szféra modelljét.

EPER ÉS MÉR'

Az ehhez hasonló fejlemények az új mozgalmak azon képességén alapultak, hogy szolidaritást hoztak létre különböző támogatói csoportok között, átvágva az osztályhatárokat, az elnyomás egy bizonyos fajtájára hívva fel a figyelmet. Ami pozitívum lenne az identitás hangsúlyozásában, a vezetők szubjektív politikai követelésein túl, az egy "érdekcsoport-mentalitás" kialakulása. Az eredmény azonban meglehetősen szerencsétlen: egyfajta propagandista radikalizmus keveredett reformista törekvésekkel. A hatvanas évek tömegmozgalmainak be nem teljesült öröksége, a szegények mozgalmának totalizáló jellege és közvetlen rendszerellenessége, feledésbe merült. Ez mindenképpen elferdítette az új társadalmi mozgalmak ön-értelmezését, még ha meg is védte tagjait a kritikától.

Az egész kevesebb lett, mint a részek összege, mivel ezek az érdekcsoportok, amik mindig különválnak az általuk képviselt csoporttól, érdekeltté váltak az autonómiájukban. Az érdekcsoportok gyakran kiegyeznek bizonyos reformok szükségességében, és néha felhívást intéznek tagjaikhoz, hogy vegyenek részt a Demokrata Párt vagy különböző mozgalmak munkájában. Ezzel semmi baj sincs. De a cél ideológia jelentését könnyen félreértelmezik, és még a gyakorlati politika is tönkretelheti saját munkáját. Mivel, minden újonnan felvetett kérdéssel vagy új szövetség lehetőségével a haladó erők újra feltalálják spanyolviaszt, még akkor is, ha kénytelenek egymással versenyezni az egyre szűkülő erőforrásokért. Elsősorban a gazdasági megszorítások időszakában, egyre jobban sújtja az ilyen csoportokat és koalíciókat az, amit legegyszerűbben csak a különálló megállapodás erkölcsi gazdaságtanaként fogalmazhatnánk meg.

Valójában gyakran úgy tűnik nekem, hogy a partikularizmus makacs hangsúlyozása nem más, mint a rezignáció egy formája a részben önként vállalt politikai realitással szemben.

És végül is ki kell mondanunk. A hatvanas éveknek vége van. Egy új mozgalomnak úgy kell beszélnie az újbaloldallal, mint az újbaloldal beszélt elődeivel. Az új mozgalomnak ki kell találni saját stílusát, a kulturális motivációk egy új egységét, és fel kell vennie a harcot az elmúlt két évtizedben elszabadult fragmentáció logikájával szemben. De magába kell fogadnia a hatvanas évek vívmányait: a mindennapi lokálpatriotizmus visszautasítását, a szembefordulást a kultúr-iparral, a

EPER ÉS MÉR'

állampolgári részvétel hangsúlyozását és a morális idealizmust. A jövő új mozgalmának ki kell használnia a múlt meg nem valósult szervezeti lehetőségeit: élnie kell az állami beavatkozás lehetőségével, és vissza kell utasítania a nemzeti önrendelkezés ósdi eszméjét, követelnie kell a demokratikus viszonyokat az újonnan megalakuló nemzetközi intézményeken belül, és vissza kell szereznie annak a mozgalomnak a rejtett nemzetköziségét, melynek hatása elért a Berkley-től Rómáig, Mexikóvárostól Berlinig, New Yorktól Párizsig, és Prágától Tokyóig. Ez a jövő század kihívása, és ennek teljesítéséhez mindenképpen szükséges, Rudi Dutschke gondolatait követve, egy "hosszú menetelés" az uralkodó intézményeken belül is kívül. Az út valószínűleg nem olyan tisztán látható, mint valaha, de útjelzőkarók övezik. Észrevehetjük őket, de csak ha elménket éberen, és szemünket nyitva tartjuk.

Kiss Balázs:

1968 – A politikai marketing születése*

Történhetett valami fontos 1968-ban az Egyesült Államokban, mert – bármi volt is az – még a marketing területén is éreztette a hatását. Engedjünk a mostanában uralkodó paradigmának, s fogalmazzunk ekképpen: olyan kulturális kontextus jött létre, mely a marketingen belül lehetővé tette a politikai marketing létrejöttét. Ennek a bemutatására vállalkozik a jelen tanulmány.

A fordulatot azért köthetjük 1968-hoz, mert a *Journal of Marketing* 1969. évi januári számában jelent meg Philip Kotler és Sydney J. Levy „Broadening the Concept of Marketing” című tanulmánya, s bizvást állíthatjuk, hogy új korszakot nyitott a marketing történetében. Philip Kotler máig is igen bőségesen ontja a szakkönyveket és tanulmányokat immár az 1969-ben megnyitott csapáson haladva, s mellesleg e csapást közben folytonosan szélesítve is. Több körülmény is arra kell ösztönözzön bennünket, hogy egyfelől a tanulmánynak annak idején helyet adó folyóirat¹ elemzésével, másfelől Philip Kotler² munkái alapján kíséreljük meg bemutatni a marketing területén 1968 után s talán nyomán bekövetkezett fordulatot.

A marketing a fordulat előtt

Amikor most összefoglaljuk azt, miben is áll a hatvanas évek végéig a marketing, akkor ezt értelemszerűen az 1968-69-es fordulat után tesszük. Csak ekkortól válik lehetségessé a marketinget, illetve a marketing történetét úgy bemutatni, ahogyan manapság szokás. Innen nézve pedig úgy látszik, hogy a szakírók egészen addig kizárólag az üzleti szférához tartozónak tekintik a marketinget. Az idő tájt a marketing

* A tanulmány a TO 22616-os számú, „A politika marketing szemléletű artikulációjának elméleti alapjai” című OTKA kutatás keretében készült.

¹ A *Journal of Marketing* az Amerikai Marketing Egyesület (American Marketing Association) legfontosabb folyóirata; a szakma ottani és nemzetközi zászlóshajójának tekinthető.

² Kotler mind hatását mind pusztán művei számát, s ezek fordításainak mennyiségét tekintve valószínűleg a marketingelmélet és -oktatás legnagyobb alakja. Magyarul is megjelent két könyve, s a második elején a kiadó

EPER ÉS MÉR'

nem más, mint a termékek értékesítésével foglalkozó üzleti tevékenység, s a *Journal of Marketing* szerzői is ilyenként tanulmányozzák illetve fogalmazzák meg vele kapcsolatban új ötleteket. Maguk a folyóirat lapjain publikáló egyetemi oktatók is szinte kivétel nélkül egyben marketing tanácsadói tevékenységet folytatnak valamilyen nagyvállalatnál. A szakma kérdése a következő ekkoriban: az előállított terméket milyen áron, milyen elosztási csatornán keresztül (áruházak, szaktoltok stb.), milyen reklámozás kíséretében tanácsos értékesíteni. A marketing tehát a vállalati menedzsment érdeklődési körébe tartozik; hogyan hozzon értékesítési döntéseket, hogyan oldja meg a mindennapos üzleti tevékenysége során felmerülő konkrét kérdéseket. Ha volt ekkoriban teoretikus vita a szakírók között, akkor az a marketing státusáról folyt: tudomány-e a marketing avagy sem.

A hatvanas évek közepén azonban érezhetők bizonyos elmozdulások a folyóiratban is és azon kívül is. Ami az előbbit illeti, a fordulatot követően majd többen próbálják meg az előfutárok legfontosabbikát az Ohio State University marketing oktatóinak 1965-ben megjelent közös írásában fellelni.³ Valóban az ohioi tanárok beszélnek először a szűk szakmán belül arról, hogy a marketing társadalmi folyamat, s marketing definíciójukban nem említik, hogy e tevékenység az üzleti életre korlátozódna, ugyanakkor ők is csak a gazdasági javakra tartják értelmezhetőnek.⁴ Ha pedig a marketing erjedésének a jeleit a folyóiraton kívül keressük, akkor például egy reprezentatív könyvsorozatra találunk. A Richard D. Irwin kiadó 1958 óta öt-hat évenként kiadta a marketing területén született legérdekesebb tanulmányok gyűjteményét. Az első, majd az 1963-as második kiadás is kizárólag a menedzsment szempontját követte a válogatáskor, és bár a kötetekben megjelent a rendszerelmélet vagy éppen a fogyasztói magatartás alakulására vonatkozó pszichológiai vizsgálódások lenyomata, a szakma ekkor még semmiképpen nem látszik túllépni az üzleti élet határain. Összességében ugyanez mondható el az 1967-es válogatásról is, ám itt a négy fő témakör egyike már a marketing társadalmi vonatkozásait taglaló tanulmányokat

egy egész apróbetűs oldalon keresztül sorolja Kotler munkáit, díjait és különböző szakmai testületekben betöltött pozícióit.

³ Ezt teszi többek között Shelby D. Hunt a „The Nature and Scope of Marketing” című tanulmányában (*Journal of Marketing*, July 1976).

EPER ÉS MÉR'

vont ernyője alá. Ennek kérdésfelvetése a következő: milyen a marketing és a társadalmi közeg találkozási felülete.⁵

Figyelemreméltó, talán éppen ismerőssége okán figyelemreméltó gondolatmenetekkel és aggodalmakkal találkozunk a *társadalmi marketing (societal marketing)* eme kérdéséhez hozzászólók írásaiban. A tudományos világ bizalmatlan a marketinggel, azon belül is elsősorban a reklám jelenségével szemben. A reklám a hatvanas évek elején szakmai körökben a saját létjogosultságáért küzd, minthogy komoly közgazdászok és társadalomfilozófusok is manipulatívnek tekintik, s úgy vélik, a reklám, amennyiben túlmegy a pusztta tájékoztatáson, nem más, mint a társadalmi erőforrások pazarlása⁶.

A marketing illetve a reklám védelmezői nem utolsó sorban az Egyesült Államok elnökének egy mondatára hivatkoznak, mely szerint „az Egyesült Államokban a gyorsabb gazdasági növekedés mindenek előtt a kereslet bővülését követeli meg.”⁷ Ha pedig az elnöknek ez a véleménye, akkor a marketing más erkölcsi színezetben tűnik fel. Mi lenne ugyanis inkább hivatott a kereslet bővülését előmozdítani, mint a marketing és a reklám? A fogyasztás növekedésének az egyik fő akadályja ugyanis a protestáns etika, az, hogy az amerikaiak nem tudnak megbékélni sem azzal, hogy sokat és élvezetből fogyasszanak, sem pedig azzal, hogy keveset dolgozzanak. A marketing feladata ennek megfelelően a lelkiismeret-furdalás elűzése.

William Lazer 1969-es tanulmánya⁸ talán a legkövetkezetesebb ebből a szempontból. Hogyan lehet fenntartani a termelést és a növekedést, ha már mindenkinek minden közvetlen szükséglete kielégült? A marketing segíti hozzá a fogyasztást ahhoz a magasabb szinthez, ahol az egyén számára a magasabb értékek

⁴ Marketing Staff of the Ohio State University, „Statement of Marketing Philosophy”, *Journal of Marketing*, January, 1965.

⁵ A nagy fordulat azonban majd csak az 1973-as kiadással következik be: ekkor a válogatás két kötetben jelenik meg, s ennek egyik kötete kizárólag a szociális marketingről (*social marketing*) szól.

⁶ Quentin L. Coons, „Marketing’s Challenge to Economics” és John W. Lowe, „An Economist Defends Advertising” című tanulmánya (mindkettő a *Journal of Marketing* 1963-as júliusi számában jelent meg) bőségesen idéz a marketinget illetve a reklámot elítélő szakértői véleményekből. Sajátos módon Coons egyik érve a reklám mellett, hogy azt Oroszországban is alkalmazzák – lásd uo. 15. oldal. S hogy a marketing elleni támadások nem korlátozódnak az évtized elejére, azt mutatja egy-egy tanulmány 1967-ből és 1968-ból: Richard N. Farmer, „Would You Want Your Daughter to Marry a Marketing Man?” *Journal of Marketing*, January, 1967 illetve Jules Backman „Is Advertising Wasteful?” *Journal of Marketing*, January, 1968.

⁷ Idézi Coons, idézett mű, 11. oldal.

⁸ William Lazer, „Marketing’s Changing Social Relationships” *Journal of Marketing*, January, 1969.

EPER ÉS MÉR'

válnak fontossá.⁹ S a marketing segít legyőzni a jólét és a kevés munka miatti bűntudatot. Fogyasztani erkölcsös dolog, mert hiszen a nemzet boldogulása függ tőle, nem hedonizmus tehát, hanem magasabb rendű cselekedet. Mind a nemzet, mind pedig a saját személyes nemesedés érdeke a fogyasztás bővülését követeli meg. Lazer időről időre utal arra, hogy a fiataloknak mintha mások lennének az értékeik, s mintha a protestáns értékek háttérbeszorulásának folyamatát a marketingnek éppen velük szemben kellene megvédenie, velük kellene elfogadtatnia.

Ráadásul a marketinget támadó nézetek sajátos antropológiából indulnak ki: úgy tekintenek az emberre, mint akinek jól meghatározható véges szükségletei vannak, melyeket szinte kizárólag fizikai tárgyakkal kell és lehet kielégíteni. Úgy vélik, hogy ennél fogva mindaz a reklám- illetve marketingfogás, mely túlmegy a termék fizikai jellemzőinek bemutatásán, tehát mintegy pszichológiai eszközökkel kívánja rávenni a vevőt a fogyasztásra, voltaképpen manipulál. Csakhogy, vetik ennek ellen a marketing védelmezői, nincsen pszichológiai bizonyíték arra, hogy az ember ilyen volna, szerencsésebb, ha úgy fogjuk fel, mint érzések összetett halmazát, mely végtelen mennyiségben képes mind fizikai, mind pedig pszichikai hasznosságokat abszorbeálni.¹⁰ Soha nem tudhatjuk, hogy amikor valaki vásárol, pontosan milyen arányban elégíti ki különféle természetű (fizikai illetve lelki) igényeit.

És ez csak az egyik oldala a marketing morális feddhetetlenségének; a másik a világ nagy problémáinak megoldásához való hozzájárulása. Jól érzékelhető Lazer már idézett tanulmányán is egy új problematika, az ökológiai érzékenység megjelenése. Olyan funkciókat kívánnak a kor szakírói a marketingre ráruházni, melyeknek nincsen gazdájuk, holott súlyos gondokról van szó. Robert J. Lavidge tanulmánya¹¹ többek között a következőket sorolja fel: a szegénység következményeinek enyhítése illetve felszámolása, a szociális és kulturális szolgáltatások marketingjének javítása, a világ erőforrásainak jobb elosztása és felhasználása, a világbéke ügye.¹²

⁹ Ezt támasztja alá az a szintén sok helyen idézett elmélet is, mely szerint az alapvető szükségletek megnyugtató kielégítettsége előbb-utóbb megnyitja az emberek előtt a magasabb rendű, a társadalmisággal összefüggő szükségletek felé vezető utat. Az elmélet forrása A. H. Maslow, *Motivation and Personality* (New York: Harper and Row, 1954).

¹⁰ Lásd John W. Lowe, „An Economist Defends Advertising” *Journal of Marketing*, July, 1963, 18. oldal.

¹¹ „The Growing Responsibilities of Marketing” *Journal of Marketing*, January, 1970.

¹² Uo. 30. oldal.

EPER ÉS MÉR'

Első olvasásra legalábbis meglepő, mi mindent várnak el a tudós szakértők a marketingtől. De a legmeglepőbb talán maga a morális kérdésfelvetés. Úgy gondolná az ember, hogy a marketing léte a verseny, a piacgazdaság létének a velejárója, következésképpen nem szorul önmagában morális igazolásra, hiszen amennyiben elfogadjuk a piacgazdaság létét, márpedig hol fogadnák el ezt inkább, mint az Egyesült Államokban, akkor el kell fogadnunk a marketinget is, még ha esetenként harcolnunk kell is a túlkapásai ellen. Az említett vitákban azonban ennél többről van szó: arról, hogy az amerikai ízlés szerint mindennek, így a marketingnek is ki kell állnia a morális bírálatok elé és meg kell tudnia védeni magát. A marketingnek önmagában is erkölcsösnek kell lennie, nem takarózhatik azzal, hogy ő csak a szükséglet-kielégítés egyik eszköze, nem utalhatja át a vele szemben támasztott követelményeket valamely más intézménynek, mondjuk a piacnak. Különösen azért nem, mert amennyiben neki róható fel a protestáns etika megrendülése, hiszen a reklámok, a reklámvilág vitte ezt a folyamatot nagymértékben előre, akkor neki kell a gyógyírról, vagy legalább a magyarázatról is gondoskodnia, s általában is eme hibáját az emberiség üdvéért kifejtett erőfeszítéseivel kell ellensúlyoznia.

Csak hogy Lavidge tanulmánya már a fordulat utáni keltezésű, 1970-es. Vissza kell ezért térnünk Philip Kotlerhez.

A marketing fogalmának kitágítása

Kotler 1962-ben publikál először, s 1968 végéig pályáíve nem igen tér el a tehetséges,¹³ ám szokványos marketingoktatóétól. Az indulás után öt évvel, 1967-ben jelenteti meg első marketing tankönyvét¹⁴, melynek felfogása nem különbözik a korabeliektől. Ez olyannyira így van, hogy az abban olvasható marketingdefiníciót még sok évvel később is – nem véve észre, hogy közben bekövetkezett egy mélyreható fordulat – és ezért nem kevés értetlenséggel mint az üzleti élet-központú szemlélet ékes

¹³ Már első tanulmányával ("Elements in a Theory of Growth Stock Valuation", *Financial Analysts Journal*, May-June, 1962, 3-10. oldal.) elnyeri az adott folyóirat azévi legjobb tanulmányának kijáró díjat. Mindmáig ő az egyetlen, aki háromszor kapta meg a *Journal of Marketing* által évente a legjobb tanulmányának kiosztott *Alpha Kappa Psi* díjat. Mindhárom díjban a hatvanas-hetvenes évek fordulóján részesült, éppen a marketingfogalom kiszélesítését ösztökélő írásai okán.

EPER ÉS MÉR'

bizonyítékát idézik.¹⁵ Az általa írt tanulmányok hasonlóképpen az akkoriban korszerűnek számító marketing problémákhoz szólnak hozzá. Ennek megfelelően Kotler is alapvetően a menedzsment gondjain igyekszik segíteni – hogyan kell új terméket bevezetni a piacon¹⁶, hogyan kell a régi termékektől megszabadulni¹⁷, hogyan veendő igénybe a matematika¹⁸ és a számítógép¹⁹ a marketing munkában stb. 1967-ig tehát még semmi jele nála annak a fordultnak, ami 1968-ban felfogásában bekövetkezik.

Elérkezik azonban az 1969-es év és megjelenik a korszakos tanulmány, a „Broadening the Concept of Marketing” vagyis „A marketing fogalmának kiszélesítése”.²⁰

Ezidáig úgy tűnhetett sokaknak – kezdik Kotlerék –, hogy a marketing kizárólag üzleti, vállalati ügy. Ám meg lehet közelíteni másképpen is.

„A jelen szerzőknek az a meggyőződésük, hogy a marketing olyan mindenütt jelenlévő társadalmi tevékenység, mely igencsak túlmegegy a fogkefe-, szappan- és acélértékesítés problematikáján.”²¹

S a példák sora mindjárt egy politikaival indul:

¹⁴ *Marketing Management: Analysis, Planning and Control* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1967).

¹⁵ A már idézett Hunt-tanulmány teszi ezt.

¹⁶ „Marketing Mix Decisions for New Products,” *Journal of Marketing Research*, February, 1964, 43-49. oldal.

¹⁷ „Phasing Out Weak Products,” *Harvard Business Review*, March-April, 1965, 107-118. oldal.

¹⁸ „The Use of Mathematical Models in Marketing,” *Journal of Marketing*, October, 1963, 31-41. oldal. "New Mathematics for Marketing Planning," in John S. Wright and Jack L. Goldstucker (eds.), *New Ideas for Successful Marketing*, (Chicago: American Marketing Association, 1966), 507-528. oldal.

¹⁹ "Computerized Media Selection: Some Notes on the State of the Art," *Occasional Papers in Advertising*, (Babson Park, MA: American Academy of Advertising, The Babson Institute), January 1966, 45-52. oldal. Ezzel a tanulmányával megintcsak díjat nyer.

²⁰ Hogy nem túlzás fordulatról beszélni, azt az is mutatja, hogy az Amerikai Marketing Egyesület (American Marketing Association) az e tanulmányban felvetett kérdéseknek szentelte az 1970-es őszi konferenciáját. De a hatás statisztikailag is mérhető (épp a marketing ne végezné el bármely új termék értékesülésének a mérését?). A már idézett Hunt-tanulmány hivatkozik egy felmérésre, mely szerint a marketing oktatók 95%-a szerint a marketingnek ki kell terjednie a nem-üzleti szférákra is, 93%-uk szerint a marketing relevanciája túllépi a gazdasági javak és szolgáltatások terénnumát. Hasonlóan biztató eredményre jut Norman Kangun is egy 1971 júniusában szétküldött kérdőívre adott válaszok feldolgozása nyomán – „Societal Issues in the Marketing Curriculum: An Optimistic Assessment”, *Journal of Marketing*, April, 1973.

²¹ „Broadening the Concept of Marketing,” *Journal of Marketing*, January, 1969, 10. oldal. Ezért kapta Kotler az első *Alpha Kappa Psi* díjat. A szöveget a következő kötetből idézem: William Lazer, Eugene J. Kelley (eds.) *Social Marketing. Perspectives and Viewpoints* Richard D. Irwin, Homewood, 1973., ott a mondat a 32. oldalon található.

„A politikai versengések arra emlékeztetnek bennünket, mintha a jelölteket éppúgy marketingelnék, mint a szappant...”²²

De a felsőoktatási intézmények hallgatószerzési akciói vagy a *fund-raising*, tehát bizonyos nemes célok érdekében történő pénzgyűjtések is azt példázzák, hogy az oktatás éppúgy, mint a fontos társadalmi ügyek a piaci értékesítéshez illetve a marketinghez hasonlatos tevékenységek tárgyai. Csakhogy a marketing szakma mind ez ideig nem volt hajlandó tudomást venni róluk.

Szemben a korábbi tanulmányokkal, ez az írás tehát nem a marketingtevékenységnek, hanem a marketingelméletnek és -fogalomnak a kiszélesítésére buzdít. A szerzők szerint az, hogy az üzleti szférán kívül is folyik marketingtevékenység, nem cél, hanem kész tény, s az elméletnek és a fogalmi hálónak követnie kell ezt a valós folyamatot. Úgy is mondhatnánk, hogy Kotlerék sürgetik az üzleti szférán túli ilyesfajta tevékenységeknek a marketing nyelvére való átírását. Ahelyett, hogy azt mondanánk: a politikusjelölt meg akarja választatni magát, fogalmazzunk úgy, hogy el akar adni valamit, tudniillik önmagát, a választóknak vagyis a vevőknek.

A tanulmány jelentős része ennek megfelelően nem más, mint szótár: a szerzők a különböző területeken működő szervezetek tevékenységének összetevőit megfeleltetik a marketingből ismert fogalmaknak. Végül is egy-egy szakszervezet, egyház, párt, minisztérium vagy éppen múzeum sok-sok olyan tulajdonsággal rendelkezik, amely rokonítja a nagyvállalatokhoz: pénzforgalma van, költségvetést készít, beszerez dolgokat, munkaerőt vesz fel stb. Mindegyik folytat valami olyan tevékenységet, melyet bizvást nevezhetünk termelésnek, s mindegyiknek vannak vevői, tudniillik olyan partnerei, akik igénybe veszik a szolgáltatásait, vagyis megvásárolják a termékét.

Melyek az ilyen szervezetek „termékei”? Természetesen szó lehet fizikai tárgyairól is, de a téma szempontjából érdekesebbek a másmilyen termékek.

²² Ugyanott.

EPER ÉS MÉR'

Terméknek tekinthetünk egy-egy személyt is: amikor mondjuk egy államférfi el akarja nyerni az állampolgárok támogatását, vagy amikor a hollywoodi sztár a sajtóügynöke segítségével akarja fokozni népszerűségét, akkor tulajdonképpen saját magukat akarják eladni illetve eladatni. De terméknek mondhatók maguk a szervezetek is, hiszen egy-egy párt is jelentős energiát fordít a saját arculatának karbantartására, modernizálására. S végül mi más, mint termék, egy-egy eszme? Számos szervezet törekszik arra, hogy eladja eszméit, törekvéseit, hasznosnak vagy nemesnek vélt gondolatait a társadalomnak; az egyik szervezet a születésszabályozás gondolatát akarja elterjeszteni, míg a másik éppen ennek tilalmát.

Kik ezeknek a nem az üzleti életben tevékenykedő szervezeteknek a vásárlói? Egyáltalán nem csak azok, akik végül is igénybe veszik a szervezet által nyújtottakat, hanem azok is, akiknek az érdeklődési körébe tartozik, vagy tartozhat alkalomadtán a szervezet. Következésképpen a fogyasztók csoportjának csak egy részét alkotják a kliensek, vagyis azok, akiknek a szervezet ténylegesen szánja a „termékét”. A többiek közé tartoznak a szervezet felügyeletét ellátók, de vevőnek minősülnek azok a kormányzati szervek és nyomásgyakorló csoportok is, melyek intenzív kapcsolatban állnak az adott szervezettel; ez utóbbiak alkotják az aktív publikumot. Végül szintén vásárlónak számít az általában vett publikum, azok tehát, akiknek adott esetben a látókörükbe illetve az érdeklődési körükbe kerülhet az illető szervezet.

Az is átírható a marketing nyelvére, amit e szervezetek tesznek. A marketing ezeket hagyományosan a „4p”-nek nevezi: *product* vagyis termékfejlesztés, *pricing* vagyis árpolitika, *place* vagyis a termék elérhetővé tételének módja és *promotion* vagyis különféle kommunikációs eszközök igénybevételével történő eladásösztönzés. Egy termelővállalat marketing menedzsmentjének e négy probléma végiggondolásával kell kialakítania marketing programját. Kotler és Levy marketing szótára természetesen megadja a nem profitirányultságú szervezetek tevékenységének marketing nyelvű fordítását is.

Mi másnak, mint termékfejlesztésnek nevezhetjük azt, amikor például egy egyház nem-vallási tevékenységeket von be szolgáltatásai körébe. Azután: a non-profit szervezetek is fizettetnek klienseikkel adókat, illetékeket, tandíjat, hozzájárulást stb. Ezek karbantartását, alakítását nevezhetjük árpolitikának. A termékek elérhetővé tétele

EPER ÉS MÉR'

terén is van mozgástere, illetve megfontolnivalója egy nem az üzleti szférában működő szervezetnek – Kotlerék a közkönyvtár példáját említik: vajon egyetlen nagy és jó választékot kínáló könyvtárat érdemes-e egy adott területen fenntartani vagy inkább több kisebb, ugyanakkor könnyebben megközelíthető fiókkönyvtárat, esetleg e kettő valamiféle kombinációját, megint csak esetleg kiegészítve mozgó könyvtárakkal stb. De a rendőrség is hasonló kérdésekkel kell hogy szembenézzon: posztos rendőr vagy járőrökös, nagy kapitányság vagy kis rendőrőrsök stb. Végül ami eme szervezetek kommunikációs tevékenységét illeti, tévedés azt hinni, hogy ez kimerülne azokban a kiadványokban, melyeket az adott szervezet, annak kommunikációs csoportja megjelentet; a szervezetről a fogyasztóiban élő kép formálódása során nagyon sok tényező van jelen a szervezet épületének fizikai állapotától kezdve az alkalmazottai viselkedésén át egészen a levélpapírja minőségéig.

Jól látható, hogy mivel eme szervezetek működése során mindezek a kérdések felmerülnek, és így vagy úgy eldöntetnek, bizvást mondhatjuk, hogy minden szervezet, akár piaci, akár nem, igenis folytat marketing tevékenységet, csak esetleg nincsen ennek tudatában. Kétségtelen ugyanakkor, hogy a legszofisztikáltabb marketing technikákat és elveket az üzleti életben tevékenykedő vállalatok dolgozták ki, ezektől kell tehát tanulniuk a más típusú szervezeteknek.

Mindenek előtt meg kell tanulniuk tőlük, hogy a termék messze nem merül ki a fizikailag megfogható tárgyakban:

„egy kozmetikai cég nem a rúzszt és az arcfestéket tekinti alapvető termékének, hanem a szépséget és a reményt.”²³

Hasonló termékfelfogást véve alapul látni kell, hogy az iskolák feladata nem okvetlenül merül ki bizonyos tantárgyak oktatásában, hanem magába foglalhat sok egyéb dolgot, esetleg a fiatalok szociális, érzelmi és politikai igényeinek a kielégítését is.

²³ Ugyanott 37. oldal.

EPER ÉS MÉR'

Figyeljünk föl arra, hogy Kotlerék nem azt mondják, egy iskola tevékenységi körébe bele *kell* tartozzék az ifjúság szociális, érzelmi és politikai igényeinek kielégítése is, hanem úgy fogalmaznak: sok iskola látja immár úgy, hogy működése során túl kell lépnie meghatározott tantárgyak oktatásán. A marketing tehát nem mondja meg, hogy általában egy iskolának mit kell oktatnia, illetve az oktatást milyen egyéb tevékenységgel kell kiegészítenie, csupán annyit mond: az iskola immár nem tekintheti kézenfekvőnek azt, hogy tevékenysége kimerül az oktatásban, mégha az igaz is, hogy marketing szellemben jól végiggondolva a dolgokat végül is juthat arra a döntésre, hogy nem bővíti az oktatáson túl az általa nyújtott szolgáltatások körét.

Maga a marketing figyelmeztet tehát arra, hogy nem szabható meg előre semmiféle intézmény tevékenységi köre, mint ahogy a klienseinek a köre sem. Láttuk, a hatvanas évek végére mindinkább megkérdőjeleződik az a determináció, mely a terméket és a vállalatot korábban oly szorosan összekapcsolta, éppen ezt fejezi ki a termék fenti megközelítése, hiszen szépséget és reményt jelentő termék nagyon sokféle lehet. Ugyanígy, ha egy iskola termékét oktatásnak és nevelésnek fogjuk fel, akkor nagyon széles lehet mindazon szolgáltatások választéka, melyeket az adott iskola felkínálhat. Éppen ez az egyik probléma: nem minden szervezet nyújthatja az absztrakt termék összes lehetséges konkrét megtestesülését, mindegyiknek ki kell ezért választania azt, hogy kiknek kívánja termékét kínálni. Ezt marketing nyelven a célcsoport meghatározásának hívjuk.

Minden szervezet el kell gondolkodjék azon, vajon kikre érdemes egyáltalán számítani, kikkel célszerű számolnia. Ahogyan nem kézenfekvő többé, hogy mit állítson elő egy szervezet, úgy az sem az, hogy kik lehetnek a kliensei, a vásárlói. Egy múzeum elvileg persze mindenkire szól, valójában azonban a látogatói és a potenciális látogatói mindig konkrét emberek, akik csak akkor keresik fel, ha valami olyat találnak a kiállításokon, ami az ő számukra érdekes. Márpedig a különböző látogatói csoportok számára más és más az érdekes, és – annak függvényében, hogy melyik vásárlói csoportot választja a múzeum – mást és mást kell kiállítani, illetve csoportonként eltérő módon kell a kitett tárgyakat, múzeumi eseményeket prezentálnia. A potenciális vásárlók összességét tehát fel kell osztani, s az egyes szegmensek számára mást és mást kell nyújtani. Ezt nevezzük diverzifikációnak.

EPER ÉS MÉR'

A tanulmány még hosszan sorolja a különböző marketing eszközök nonprofit szektorba való átültetésének módjait, ám a végére hagyja a marketing valószínűleg legfontosabb üzenetét. Sokak szemében a marketing még mindig a rábeszélés, s ennek megfelelően voltaképpen a becsapás és a manipuláció szinonimája. Valójában azonban egészen másról van szó. Akkor mondhatjuk, hogy a marketing valóban áthatja egy vállalat vagy egy szervezet működését, ha az adott szervezet egészét a fogyasztói igények minél jobb kielégítése vezérli. Az a nézet, mely szerint a marketing kizárólag a már kész termékek eladásának ösztönzésével tart kapcsolatot, a marketing egy korábbi és csökevényes korszakához tartozik. A Kotlerék által elővezetett marketing fogalom és megközelítés minden ízében a vásárlóközpontú szervezetműködtetés gondolatán alapszik. Témánk szempontjából különösen érdekes ennek a követelménynek a nyílt megfogalmazása:

„Minden szervezet avégett jött létre, hogy meghatározott csoportokat szolgáljon: a kórházak a betegeket szolgálják, az iskolák a diákokat, a kormányok az állampolgárokat, a szakszervezetek a tagjaikat. Fejlődése során számos szervezet megfeledezett eredeti mandátumáról, merevvé és öncélúvá vált. Az eredeti szolgáltatói mentalitásnak fölébe kezdett kerekedni a bürokratikus mentalitás....Ennek következtében néhány vásárlói csoport némiképpen elhúzódik ezektől a szervezetektől, a frusztrációt mint létállapota részét fogadja el és igényei kielégülését másutt keresi. Ez volt a közös reakciója a gettóbeli négereknek [*ghetto Negroes*] és az egyetemi és főiskolai hallgatóknak szembesülvén a közömbös városi és egyetemi bürokráciával. De új lehetőségek nyíltak meg, s most ugyanazok a vásárlók már nem húzódnak el olyan könnyedén. A szervezett ellenállást és tiltakozást látják az egyik válasznak, és számos felelős szervezet a megrázkódtatásból azzal a felismeréssel éledt fel, hogy elveszítette kapcsolatát a közönségével.”²⁴

²⁴ Ugyanott 41. oldal. Némileg hasonló az a helyzetleírás, mellyel nagyjából huszonöt évvel később, a politikai korrupciós botrányorozatot követően, Giorgio Fiorentini az olaszországi „állami marketing” szerveinek

A marketing alkalmazása tehát nem is elsősorban azért fontos, mert általa egy-egy szervezetnek könnyebb értékesítenie a termékeit, hanem azért, mert a modern marketing éppen arról szól, hogy hogyan kell mindennapos kapcsolatban lennünk a vásárlóinkkal, hogyan kell kifürkésznünk szükségleteiket, hogyan kell az ezek kielégítésére szolgáló termékeket kifejleszteni, és hogyan kell kialakítanunk egy olyan kommunikációs programot, melynek révén szervezetünk mindenkinek a tudtára adhatja szándékait.

Szociális marketing

Kotler második „Alpha Kappa Psi” jutalmat nyert írása a '69-es tanulmány gondolatmenetét szövi tovább.²⁵ A jólismert jelenséggel találkozunk: miután Kotlernek támadt egy izgalmas ötlete, amit megírt a „kiszélesítés”-tanulmányban, most egyrészt maga alá gyűjti a marketing hagyományának becsatlakoztatható részeit,²⁶ másrészt pedig nekiáll kibontani az ötletet. A szöveg ennek megfelelően nem igen tér el az előző tanulmány gondolkodásmódjától, leginkább a címben is olvasható *szociális marketing* kifejezés jelent újdonságot, ez a fogalom ugyanis itt jelenik meg először az irodalomban. A szociális marketing nem azonos a még 1968 előtt megjelenő társadalmi marketinggel, ugyanis nem a marketing és a társadalom viszonyát firtatja, hanem azt, hogyan lehet társadalomjobbító célokat minél szélesebb körben, vagy inkább éppen a megfelelő körben elterjeszteni. Olyan célokra érdemes ehelyütt gondolni, mint a rákkutatások érdekében történő adakozás, a biztonságos autóvezetés vagy éppen a dohányzásról való leszokás.

bevezetését indokolja az *Il marketing dello stato. L'Ufficio relazioni con il pubblico* (Editrice Bibliografica, Milano, 1995) című könyve 10–11. oldalán.

²⁵ Philip Kotler and Gerald Zaltman, „Social Marketing: An Approach to Planned Social Change” *Journal of Marketing*, July 1971. Az írást a *Social Marketing...* című kötetből idézem.

²⁶ Két komolyabb előfutár a szerzőtársával: Paul F. Lazarsfeld and Robert K. Merton, „Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action,” in *Mass Communications* William Schramm, ed. (Urbana, Ill.: University of Illinois Press, 1949), pp. 459–80, valamint G. D. Wiebe, „Merchandising Commodities and Citizenship on Television,” *Public Opinion Quarterly*, Vol. 15 (Winter 1951–52), pp. 679–91.

EPER ÉS MÉR'

Hogy a marketing alkalmazhatósága világos legyen ilyen esetekben is, Kotlerék másképpen határozzák meg fogalmát. A definíció a következőképpen szól:

„a marketing leglényegesebb gondolata a *cserefolyamat*. Marketingtevékenység csak ott következik be, ahol két vagy több partner van jelen, mindegyikük rendelkezik valami elcserélhetővel, és mindegyikük képes kommunikációra és disztribúcióra. A marketing tipikus tárgya javak vagy szolgáltatások cseréje más javakra vagy szolgáltatásokra illetve pénzre.”²⁷

E meghatározást nem is annyira Kotler megértése végett érdemes idéznünk, hanem azért, mert utóbb az irodalom majd újra és újra visszatér hozzá.²⁸ A csere ugyanis igencsak nagyterjedelmű fogalom, melybe nagyon sok minden belefér s összekapcsolva a szolgáltatás szintén széles kiterjedésű fogalmával inkább arra érzünk késztetést, hogy azon gondolkozzunk, mi *nem* tekinthető cserének illetve szolgáltatáscserének a társadalmi érintkezésekben. Ha pedig a marketing kezdi lefedni a társadalmi kapcsolatok egyre nagyobb halmazát, akkor mind inkább igaz lesz, hogy mindenki marketing menedzserré válik.

„akkor kerül sor marketing menedzsmentre, amikor az emberek a tudatára ébrednek annak, hogy többre juthatnak, ha cserekapcsolataikat gondosabban tervezik meg.”²⁹

A tanulmány további részében talán az a legérdekesebb, ahogyan a szerzők a szociális marketing 4 p-je közül a *product*, tehát a termék problematikájához tartozó kérdéseket taglalják.

²⁷ Kotler and Zaltman, „Social Marketing...”, 54. oldal.

²⁸ Lásd például Richard P. Bagozzi, „Marketing as Exchange” *Journal of Marketing*, (October 1975), pp. 32–39.

²⁹ Kotler and Zaltman, „Social Marketing...”, 54. oldal.

EPER ÉS MÉR'

Milyen lehet. illetve milyennek kell lennie a szociális marketing által forgalmazott terméknek? Természetesen jobbra eszmékről avagy viselkedési módokról van szó: tartsuk fontosnak az emberi jogokat, vezessünk elővigyázatosabban autót, hagyjunk fel a dohányzással stb. A tanulmány megközelítése számára ezek és a hasonló célok túlságosan elvontak, konkrétabbá kell tenni őket, ami azt jelenti, hogy e termékeket megfoghatóbb termékekké és szolgáltatásokká kell átalakítani. Például a biztonságos autóvezetés önmagában nem vásárolható meg, megvásárolható ezzel szemben mondjuk egy erről szóló tanfolyam, de hasonlóképpen a cél konkretizálásához tartozik az, ha a biztosító társaságok eme cél függvényében alakítják át kötvényeiket, vagy ha a közoktatásban a biztonságos vezetéssel kapcsolatos ötletekről jelenik meg kiadvány, tanóra stb.

Tegyük hozzá most már a magunk részéről, hogy bár az autóvezetés biztonsági színvonala valamennyire mérhető a baleseti statisztikák segítségével, azért a vonatkozó marketing program hasznosságának sokkal közvetlenebb mutatója emez említett résztermékek igénybevételének a terjedelme. Azt mondhatnánk, hogy amikor a szociális marketing menedzsmentje kap egy elvont társadalmi célt, akkor az első dolga e cél konkrét termékekre való átfordítása, majd a program megvalósítása során a cél elérésének mértékére nem utolsó sorban éppen e termékek fogyasztásának mérésével próbálnak következtetni. Hogy egy politikai célt is említsünk, az emberi jogok tiszteletben tartásával kapcsolatos marketing program valószínűleg nem lehet meg valamiféle petícióaláíratási akció nélkül. Ahhoz a politikai technikához hasonlatos ez a megközelítés, amikor egy-egy kormány vagy politikai erő nem éri be a közvélemény-kutatási eredményekkel, hanem különféle kampányokkal igyekszik konkrét cselekedetekre buzdítani szimpatizánsait, hogy az aláírások, demonstrációs részvételek, tiltakozó levelek számán vagy éppen a támogatói pénzösszegek nagyságán mérje bázisát. Akár azt is mondhatjuk, hogy a petíciónak, a demonstrációnak, a levélbeli tiltakozásnak a konkrét apropója valószínűleg ilyenkor sokkal kevésbé fontos, mint az erőfelmérés szándéka, aminthogy a pénzbeli adományok megszerzéséért folytatott kampány az illető politikai erő szempontjából akkor is sikeresnek mondható, ha a befolyó pénz kevesebbet tesz ki, mint a kampány költsége.

EPER ÉS MÉR'

Találni még egy igen figyelemreméltó megjegyzést a szövegben. Ez a következőképpen szól:

„Habár a társadalom tervszerű alakítását ritkán szokták a kliensek szemszögéből szemügyre venni, azért e változtatás nagyon is támaszkodik a kliens és a változtatás ágense közötti cserekapcsolatra.”³⁰

Nem kell hosszan bizonygatni, hogy itt a marketing talán legfontosabb üzenetének logikájáról van szó: a társadalomalakítás nem szakadhat el a társadalom tagjainak szempontjaitól, igényeitől. Ez az elv természetesen minden demokrácia alaptézise, konkrétan azonban jobbra mégiscsak úgy valósul meg, hogy a választásokon nyertes politikai erők úgy tekintenek magukra, mint akik nagyon is pontosan tudják, mit kell tenni a társadalom megjavítása érdekében, s a győzelmük azt bizonyítja, hogy eme tudásuk egybeesik az emberek akaratával. Csakhogy a marketing ennél jóval konkrétabban gondolkodik a változtatások és a változtatások által érintettek viszonyáról. Ahogyan a piacgazdaság nem ad automatikusan erkölcsi menlevelet a marketingnek, úgy a társadalomátalakítás konkrét teendőit sem legitimálja egy a választási rendszernek és még sok egyébnek köszönhető győzelem. Minden változtatáshoz egyenként meg kell vizsgálni a fogadókésztséget. A marketingnek ez az oldala lesz majd az, amelyik oly sok kritika keresztüzébe kerül, hiszen voltaképpen nem másról van itt szó, mint a nagyléptékű társadalomjobbító stratégiák elenyészéséről, mégpedig a közvélemény-kutatási adatok trónra lépésének következtében³¹: a kormányzatok mind nagyobb figyelmet fordítanak a népszerűségi mutatók alakulására, s mind kevésbé mernek rövidtávon népszerűtlen döntést hozni, eltűnnek tehát a nagyvonalú politikai stratégiák.

³⁰ Ugyanott. A kérdés kapcsán a szöveg a következőkre hivatkozik: Arthur H. Niehoff, *A Casebook of Social Change* (Chicago: Aldine, 1966); Warren G. Bennis, Kenneth D. Benne and Robert Chin, *The Planning of Change* (New York: Holt, Reinhart & Winston, 1969).

Politikai marketing

Alighanem sejtjük már, hogy a marketing politikai alkalmazása illetve a politika marketing tudattal való átítatása Philip Kotler számára nem képez minőségileg más problémát, mint az egészségügyé vagy az oktatásé. Akár amerikai specialitásnak is tekinthetjük, hogy a politikai marketinget a politikusi kampány példáján mutatja be. Nem azt dolgozza tehát ki, hogy egy párt vagy egy döntés elfogadtatásánál milyen marketing szempontok és technikák alkalmazandók, hanem azt, hogy akkor mit kell tenni, ha valaki politikusi babérokra pályázik.³²

Ennélfogva kiindulópontja a még pártonkívüli, ám politikai ambíciókkal megáldott egyén, akinek ezért első feladata a pártválasztás. Megint amerikai specialitás, hogy Kotlernél nem ideológiai szempontok kell hogy ebben irányítsák a jövőndő politikust, hiszen a két nagy párt között nincsen jelentős ideológiai különbség, marketing tudattal átítatott ember pedig kis párttal nem is kezdene. A pártválasztás döntő szempontja tehát például az lehet, vajon hol számíthat arra, hogy hamar vezető pozícióhoz jut. A következő lépés, hogy emberünk párton belüli szerepet választ, mégpedig a három lehetséges közül az egyiket. A három szerep a következő: lojális pártmunkás (biztos, de igen lassú előrejutás nem túl messzire), bögöly (folyton kritizál és megújulást hirdet, ami meglehetősen kockázatos, ám adott esetben ő lehet az esetleges megújulás helyi vezetője), államférfi (kiegyensúlyozott álláspontot képvisel, sosem agresszív, ő közvetít a vitázó felek, például a pártmunkás és a bögöly között). Ha azután kívárva a megfelelő pillanatot éppen jókor nyilvánítja ki vezetői ambícióit, méltán remélheti, hogy pártja indítja valamilyen választott funkcióért folyó harcban. Innentől kezdve pedig a már ismert marketingfogások következnek: a közvéleménykutatások figyelembevételével ki kell találnia, hogy kiknek az érdekeit kívánja képviselni, tudatosan kell formálnia imidzsét, alaposan ki kell dolgoznia választási kampányát stb. Mindehhez Kotlernél (s persze még sokaknál) gazdag ötlettárra lelhet.

³¹ Nicholas J. O'Shaughnessy fejtegeti ezt több irányból is a politikai marketingről szóló alapművében – *The Phenomenon of Political Marketing* (MacMillan, Houndmills, 1990).

EPER ÉS MÉR'

Jól látszik, hogy Kotler politikusa a politikát ugyanolyan szférának tekinti, mint bármelyik másikat, a bankéletet, a nagyvállalati hierarchiát, az egészségügyet, az egyházat vagy az oktatást. Nem elhivatottság, nem nemzetjobbító szándék játssza itt a főszerepet, egyetlen cél mozgatja, az érvényesülés. Valószínűleg azért választja éppen a politikát, mert átvizsgálva saját képességeit úgy találja, hogy ez fekédnék neki a leginkább. Egyfelől tehát nem lobog benne magashőfokú láng, másfelől viszont józanul belátja, hogy csak az állampolgárok megnyerése és újrameghódítása vezetheti sikerre; innen Közép-Európából nézve ugyanazok az erényei, mint a hibái.

A marketing generikus fogalma

Bár a „Social Marketing” című írás pusztán szofisztikálja a fordulatot hozó tanulmány gondolatmenetét, Kotler úttörő lendülete még sokáig nem törik meg. Harmadik díjnyertes tanulmánya 1972-ben jelenik meg s az „A Generic Concept of Marketing” címet viseli.³³

A '69-es tanulmány nem volt eléggé radikális, állítja most Kotler, nem ment eléggé messze, olyan messze, amilyen messze egy mindinkább posztindustrializálódó társadalomban el kellett volna mennie.

A tanulmány a jól ismert eljárást követi: a *marketingtudat* [*marketing consciousness*] történetében három szakaszt állapít meg. A piaci fókuszú marketingtudat jelenti a múltat, a kiszélesített marketingfogalom jelzi a jelent, ám már dereng a láthatáron a harmadik marketing tudat, mely túllép a második szervezet-kliens paradigmáján is.

³² Lásd a „Political Candidate Marketing” című fejezetet in: Philip Kotler, *Marketing for Nonprofit Organizations*, Prentice-Hall, INC, Englewood Cliffs, New Jersey, 1975, 365–390. oldal.

³³ *Journal of Marketing*, April 1972. Idézeteink forrása: Jagdish N. Sheth and Dennis E. Garrett (eds.), *Marketing Theory: Classic and Contemporary Readings*, South-Western Publishing Co., Cincinnati, Ohio, 1986, pp. 4–19.

EPER ÉS MÉR'

„A harmadik marketing tudat azt tartja, hogy a marketing alkalmazható minden olyan kapcsolatban, melyet egy szervezet a maga bármelyik, tehát nemcsak a fogyasztói publikumával fenntart.”³⁴

Sokszor ugyanis a marketingesek fő problémája nem a vásárlóknak, hanem a saját kollégáiknak a meggyőzése, nem a külső, hanem a belső marketing. Éppen ezért a marketingre immár mind kevésbé mint strukturális kérdésre kell tekinteni, s mindinkább mint funkcionálisra. Ha valamely probléma strukturális, akkor jobbra valamilyen jól elkülöníthető intézményegyütteshez kötődik; a marketing strukturális megközelítése tehát az, amikor a szervezetet mint nagyjából egységes egészet vesszük szemügyre, mellyel szemben döntően a fogyasztók halmaza áll. Valójában azonban a szervezet sem egységes egész, ekképpen nem a szervezet egésze folytat marketing tevékenységet, hanem annak nevében a menedzserei, s nemcsak a fogyasztókkal, hanem adott esetben a saját szervezetük más részeivel, vagy éppen a kongresszusi képviselőkkel stb. szemben, akik viszont rendre maguk is a maguk területén egyfajta marketing tevékenységet folytatnak, mondjuk éppen a menedzsment meggyőzése végett. A marketing ennek folytán funkcióként veendő számba, vagyis mint olyan tevékenység, melynek nincsen kitüntetett helye, ezért egyrészt bizonyos értelemben sehol sem található meg, másrészt viszont bárhol megtalálható. Olyan marketing fogalmat kell alkotni, mely erre is kiterjed.

Hogy közelebbről mit jelent a marketing funkcióként való megközelítése, azt Kotler a politikatudományból vett példával világítja meg.

„Például a politikatudomány területén vannak olyanok, akik strukturálisan közelítik meg a kérdéseket és a politikatudományt mint a politikai intézményekkel: a törvényhozással, a kormányzati szervekkel, a bíróságokkal és a politikai pártokkal foglalkozó tudományt határozzák meg. Vannak azonban mások, akik a funkcionális szemléletet követik és

³⁴ Ugyanott, 7. oldal.

EPER ÉS MÉR'

a politikatudományt mint olyan tudományt határozzák meg, mely a *hatalommal* foglalkozik, bárhol legyen is fellelhető. Az utóbbi politikatudósok a hatalmat a családban, a munkahelyi vezetők és beosztottak kapcsolataiban és a különféle szervezetekben való működésében tanulmányozzák.”³⁵

Fel kell-e hívnunk a figyelmet e logika lehetséges következményeire? Valószínűleg nem, s különösen nem szükséges, hogy ezek mindegyikét mi magunk fejtsük ki, minthogy szerzőnk néhány lappal később a következő állítást fogalmazza meg:

„A politikai stratégia, amennyiben hatékony, profi marketingesnek mondható. Megtanulta, hogyan kell megformálni, csomagolni, árazni, reklámozni és elosztani a maga terméktípusát az adott típusú piacon.”³⁶

Mindenki, aki jól, hatékonyan, végzi a dolgát, marketinges. Ennek fényében alakul a marketing definíciója is:

„A marketing központi fogalma a *tranzakció*. A tranzakció két fél közötti *értékcseré*. Az érték-dolgok nem kell hogy javakra, szolgáltatásokra és pénzre korlátozódjanak; más forrásokat is magukba foglalnak, olyanokat, mint idő, energia és érzések [*time, energy, and feelings*].... Tranzakció megy végbe, amikor például valaki úgy dönt, hogy megnéz egy televízió műsort; idejét szórakozásra cseréli. Tranzakció megy végbe, amikor valaki egy bizonyos jelöltre szavaz; idejét és támogatását egy jobb kormányhoz fűződő várakozásokra cseréli.... A marketinget az érdekli, *hogyan* tranzakciók *hogyan* jönnek létre, *hogyan* lehet őket stimulálni,

³⁵ Ugyanott.

³⁶ Ugyanott, 18. oldal.

EPER ÉS MÉR'

*végbementelüket megkönnyíteni és hogyan lehet őket értékelni. Ez a marketing generikus fogalma.*³⁷

A definíció által jelzett megközelítés közelebbi elméleti velejáróit négy axiómában és azok sok-sok korolláriumában részletezi. Nem célunk ezek pontról pontra való ismertetése, megelégszünk néhány érdekes fejtegetés kiemelésével.

Az első axióma, bár leszögezi, hogy marketingre mindig csak két fél (szervezet vagy ember³⁸) között kerülhet sor, azért felveti a kérdést, hogy vajon nem lehetne-e valamiképpen marketingnek tekinteni azt is, amikor valaki saját magát akarja meggyőzni valamiről. Ezt az esetet azonban nem tekinti a marketing normális esetei közé tartozónak, valószínűleg azért, mert igen bizonytalan területre tévedne az, aki az egyénen belül akarná elkülöníteni a marketing menedzsert a meggyőzendő kientstől, manapság persze ez a lépés valószínűleg egészen természetesen adódnék.

A második axiómához fűzött egyik megjegyzés szerint bár az, aki a marketing tevékenységet végrehajtja, normális esetben tudatában van annak, hogy befolyást próbál gyakorolni egy adott piacra, érdemes azokat az eseteket is a marketinghez sorolni, amikor nincsen teljesen a tudatában a céljainak és az eszközeinek.

A negyedik axióma szerint a marketingtől idegen az agymosás gyakorlata. Ez annak ellenére így van, hogy egy sor marketing program célja alapvető változásokat indítani meg az emberek viselkedésében illetve gondolkodásában.

„A marketing számos belátással teheti gazdagabbá azokat, akik alapvető változásokat szeretnének elérni az emberekben, mégis a fő törekvése, hogy olyan termékeket és üzeneteket hozzon létre, melyek hozzá vannak hangolva a létező attitűdökhöz és értékekhez. Nagyobb hangsúlyt helyez a preferenciák munkába vételére, mint az attitűdök kondicionálására, bár az utóbbi sincs kizárva.”³⁹

³⁷ Ugyanott, 8. oldal.

³⁸ Külön szól arról, hogy az állatok nem folytatnak marketing tevékenységet – 9. oldal.

³⁹ Ugyanott, 12. oldal.

EPER ÉS MÉR'

Kotler itt nagyon veszélyes kérdést érint. A marketing, s a kotleri marketing különösen, mind ez ideig abból indult ki, hogy az első a konkrét vásárló szükséglete illetve igénye, ám az idézett részletből is kiérezhető a bizonytalanság: vajon a „preferenciákra” kell-e a marketingnek irányulnia avagy az „attitűdökre” is. Szövegszerű állásfoglalás egy másik, ekkortájt írt munkában olvasható tőle⁴⁰, amikor a marketing definícióját éppen olyan irányban akarta kitágítani, hogy beleférjen a vásárló (és a társadalom) *hosszútávú* jóléte. A marketingnek, s ezáltal egyben a gazdaságnak olyan feladata is volna akkor, amelyik független a prompt szükséglet kielégítéstől, s már-már a politikai alrendszer feladatainak az átvállalását jelentené: megszabni, hogy a konkrétan, éppen itt és most létező és megnyilvánuló szükségletek mellett vagy éppen azokkal szemben melyek a fogyasztók, az emberek, a társadalom jólétének hosszútávú összetevői. A fenti idézetből azonban jól látható, hogy Kotler mégsem akarna visszatérni egy még a fordulat előtti marketing felfogáshoz, mely az ilyen vagy olyan módon kitalált terméket akarná rátukmálni a vevőre. Nem, a fő tevékenység mégis csak a már létező attitűdökhöz és értékekhez való alkalmazkodás.

A kotleri marketing mint kulturális jelenség

Nem követjük tovább Kotlert a marketing újabb s újabb alakváltozatainak, a totális marketingnek,⁴¹ a megamarketingnek,⁴² a turbo-marketingnek⁴³ stb. számbavétele útján. Úgy tűnik, a hetvenes évek elejére a fentebb utoljára ismertetett írással kijelölte azokat a kereteket, ameddig szerinte a marketing valójában kiterjed, s – tegyük hozzá – ennél sokkal inkább már nem is igen lehetne kitágítani. Vonjunk le inkább néhány következtetést!

⁴⁰ „What Consumerism Means for Marketers?” *Harvard Business Review*, May–June, 1972.

⁴¹ "It's Time for Total Marketing," *Business Week Advance Briefs*, Vol. 2, September 1992.

⁴² "Megamarketing," *Harvard Business Review*, March/April, 1986, pp. 117-124, "Broadening the Concept of Marketing Still Further: The Megamarketing Concept," in *Contemporary Views on Marketing Practice* (Lexington, MA: Lexington Books, 1987), pp. 3-18.

⁴³ "Turbo-Marketing Through Time Compression," *Journal of Business Strategy*, September/October 1991, pp. 24-29.

EPER ÉS MÉR'

Engedjünk újra a ma uralkodó „paradigmának”, és kérdezzük meg, mit jelent számunkra a marketing kotleri fordulata mint kulturális tény. Mit jelent az, hogy a kotleri fordulat nyomán minden szervezet és mindenegybes ember marketing tevékenységet folytat, melyik tudatosan, melyik tudattalanul?

I. A dolognak mindenekelőtt az üzleti marketinget illetően voltak és vannak jelentőségteljes következményei.

1. Több ponton is érzékelhető, hogy a kotleri fordulathoz szükség volt egy olyan megelőző súlypontáthelyeződésre, mely a marketinget eloldotta a termék különös fajtájától és a menedzsmenthez kötötte. Ennek az eloldódásnak a befejezetté válása köszöntött be a marketing fogalmának kiterjesztésével. Ettől kezdve a marketing gondolkodásban a termék minemősége többé nem abszolútum, már nem határozza meg egyértelműen a marketing mikéntjét, sokkal inkább azt mondhatjuk, hogy a marketing által felmért lehetőségek hatására kell a terméknek illetve a termék jelentésének megváltoznia. S ugyanez kell érvényesülnön az élet többi területén is.

2. A kiterjesztett marketing megszületése egyszerre támaszkodik és mintegy kiteljesíti a termékek szolgáltatáscsomagokká történő átlényegülését is. A termék immár szolgáltatáscsomag, vagyis úgy kell fizikai formát is öltetnie, hogy csak bizonyos szolgáltatásokat legyen képes ellátni. Amennyiben többre képes, mint a vevő által megkövetelt szolgáltatások összessége, eme többletképessége fölösleges, ezért nem várható el, hogy a vevő azt megfizesse, tehát eleve úgy kell a terméket megtervezni, hogy a meghatározott szolgáltatásokat nyújtsa, annál se többet, se kevesebbet.

3. Visszavezethetjük persze ezt a fordulatot arra az aránymódosulásra, mely a gazdaságban az ipari-mezőgazdasági tevékenységek és a szolgáltatások között éppen ekkortájt megy végbe. Ha annak idején, az ipar felemelkedésével párhuzamosan, a mezőgazdaságra kezdtek mind inkább mint iparszerű tevékenységre tekinteni, akkor most e két szférát kezdik a szolgáltatások mintájára végiggondolni, mint ahogy manapság hajlamosak vagyunk minden termelő (és nem-termelő) tevékenységet mint információáramlást felfogni. Ezzel a párhuzammal egyáltalán nem azt akarjuk sugallni, hogy mindez valamilyen lényegtelen szempontváltás, merthogy még számtalan

másmilyen követheti. Számunkra, akik folytonosan ilyenfajta „paradigmaváltásokban” élünk, mindez adott esetben húsbavágó körülmény.

4. A szociális marketinggel szoros összefüggésben levő további fejlemény ennél fogva az, hogy a termék – miközben természetesen megmarad megfogható, fizikai létezőnek – egyre inkább elveszíti fizikai jellegét s egyre inkább esztétikai jellegre tesz szert. Ez nem egyszerűen azt jelenti, hogy a termékek egyre szebbekké válnak, hanem azt, hogy mind kevésbé bírnak kézenfekvő fizikai létezéssel, s mindinkább a jelentésszerű létezésük válik fontossá. Azért függ ez össze a marketing kiterjesztésével, mert hiszen hogyan férhetne bele a marketingbe mondjuk valamely viselkedési mód vagy eszme értékesítésének feladata, ha nem vert volna már jóval korábban gyökeret az a felismerés, hogy a termékek fogyasztása jelentős részben a jelentésszerű elfogyasztásával egyenlő. Emlékszünk, ez a probléma a marketing irodalomban először mint a reklám létjogosultságáért folyó harc jelenik meg: szabad-e tétlenül nézni, hogy a reklám manipulatív hatása folytán a termék több legyen, mint kézenfekvő emberi szükségletek kielégítésére alkalmas fizikai tárgy, amelynek pusztán a létezéséről kellene akkor a reklámnak hírt adnia; avagy lehet-e ennél több a termék, vajon mindig kizárólag egy-egy jól körülírható szükségletünket elégítjük-e ki – reklám nélkül is – egy-egy termék elfogyasztásával? S a hatvanas évek elején a reklám-vitából az derült ki, hogy hiszen az ember – leszámítva talán a termelés legprimitívebb formáját, de lehet, hogy még azt sem – a fogyasztásában mindig is többet tett a fizikai szükségletei kielégítésénél, következésképpen a reklámellenes vádak már mindig is elavultak voltak.

Ezekhez az átalakulásokhoz különösen mondjuk a múzeumokat illetően nehéz hozzászokni. Azt gondolnánk ugyanis, hogy a múzeumot végképp az a tárgy- illetve emléktömeg határozza meg, amelyik egyáltalán a rendelkezésére áll, ezt az emléktömeget kell megőriznie, ápolnia és persze bemutatnia a mindenkori látogatónak. Ilyenképpen a múzeum voltaképpen sohasem a jelen konkrét látogatóit tartja szem előtt, hanem az elvont látogatót, akihez képest ez a mostani igen csak efemer jelenség. A múzeum abszolút értékkel bíró dolgokat mutat be, s prezentációjának mikéntjét is ilyenfajta abszolútumokhoz szabja. Ám Kotler szellemében azt kell gondoljuk, az ilyen múzeumok unalmasak és fárasztók, a múzeumnak a mindenkori konkrét látogatót illetve a potenciális látogatót kell számba vennie. Ilyenképpen meg kell változzék a

EPER ÉS MÉR'

múzeumi tevékenység idődimenziója: nem az öröklét, hanem a ma embere számára nyújt valamit, s hogy éppenséggel mit, az bizonyos értelemben másodlagos kérdés. A múzeum is szolgáltató szervezet, s csak olyan termékkel állhat elő, amilyenre a látogatónak szüksége van. Ezzel párhuzamosan a múzeumnak arra érdemes törekednie, hogy a potenciális vásárlók ne valamilyen komolykodó, fennkölt, tehát a hétköznapiak számára majdhogynem irreleváns⁴⁴ intézménynek lássák, hanem akkor már inkább valamiféle sajátos szórakoztató intézménynek.

II. A termékközpontúságot a menedzsmentközpontúság váltja fel, ez pedig egyértelmű azzal az állásponttal, hogy a termék rendelődik alá a szervezetnek, s azon belül is a menedzsernek, nem pedig fordítva.

1. Kotler valóban megőrzött nem is keveset a menedzsment központú marketingből. Erőfeszítései voltaképpen nagyrészt éppen arra irányulnak, hogy mindenki, aki eddig tudtán kívül folytatott marketing tevékenységet, (ön)tudatos marketing menedzsert faragjon. Kotler ideálja szerint mindenki tudatosan, professzionális alapossággal tartja karban tranzakcióit, értékcsereit mindenkivel s bárkivel. Nem hagyatkozhat immár semmiféle tradicionális és éppen ezért végig nem gondolt eljárásra, minden publikumot fel kell mérnie, az attitűdjeiknek és preferenciáiknak megfelelő terméket kell kifejlesztenie, az értékesítés megvalósításához marketing programot kell kialakítania, azt következetesen végre kell hajtania, s mindezt minden egyes lépésben különböző módszerekkel ellenőriznie kell, a tanulságokat pedig azonnal vissza kell forgatnia akár már az éppen zajló folyamatba, de legalább egy következőbe.

2. Igazából csak abban az esetben terjeszthető ki a marketing fogalma az üzleti szférán kívülre, illetve végső soron mindenre és bármire, ha minden szervezetet illetve mindenkit olyasfajta egységként fogunk fel, melyen belül létezik a marketing programot tudatosan kigondoló és végrehajtó ágens. Éppen azért oly jellegzetes kulturális tény a kotleri marketing, merthogy a menedzsment személye illetve

⁴⁴ A kor egyik nagy félelme az irrelevánsná válás: „A *Vízöntő korszakában* [In the *Age of Aquarius*] nincs leértékelőbb ítélet valamely emberrel vagy szervezettel szemben, mint ha megállapítják róla, hogy ‘irrelevánsná’ vált.” Leslie M. Dawson, „Marketing in the Age of Aquarius” *Journal of Marketing*, July, 1971

EPER ÉS MÉR'

kiterjedése nem rögzíthető egyértelműen és végérvényesen. Nem arról van ugyanis szó, hogy a marketing menedzser egy jól körülhatárolható foglalkozási csoport volna. Ha pedig mindenki marketing menedzser, ha mindenki marketing tevékenységet folytat, akkor egy olyan társadalommal állunk szemben, mely a különböző irányú és célú marketing tevékenységek hálózataként is felfogható.

III. Miért kellene önmagunkat marketing menedzsernek tekintenünk?

1. A szociális és egyéb marketingek megjelenése és megizmosodása arról is vall, hogy olyan társadalom alakult ki a hatvanas évekre az Egyesült Államokban, melyben egy-egy szereplő zavarbaejtő titok, nehezen kiismerhető, s némileg talán félelmetes is a többiek számára. A vállalatok, az egyházak, a politikai és állami szervezetek és intézmények elveszítették, de az egyén is elveszítette addig kézenfekvő ismertségét, létjogosultságát és legitimitását. Nem természetes az, hogy az adott pártra, az adott felekezetre, az adott szervezetre és intézményre illetve az adott egyénre bárkinek is éppen az adott helyen és formában van szüksége. Ahhoz tehát, hogy az adott szervezet vagy egyén életben tudjon maradni s ne szoruljon a margóra avagy egyenesen a nemlétbe, folyamatosan fel kell mutatnia sajátmagát, folytonosan meg kell határoznia önmagát, s persze mindezt annak a közegnek a szempontjai szerint, amelyhez éppen tartozni szeretne.

2. Ez a szakadatlan önidentifikációs és jeladási kényszer kiválóan átvihető a marketing diskurzusába, illetve megfordítva: a marketing diskurzusa adja talán a legjobb grammatikát ennek a kulturális állapotnak a megemésztéséhez. Magamat (mint vállalatot, pártot, egyházat, szociális intézményt, egyént stb.) tudatosan mint a többiek számára szükséges partnert kell megfogalmaznom. Ehhez fel kell tárnom a bennem szunnyadó lehetőségeket, ki kell őket fejlesztenem, majd meglétüket potenciális partnereim tudomására kell hoznom, mégpedig úgy, hogy ők meg is értsék, fel is fogják, hogy miben lehetek számukra partner. Természetesen saját magamat (mint vállalatot, pártot, egyházat, szociális intézményt, egyént stb.) eme jövőbeli partner mivolt jegyében tárom fel, artikulálom stb., s a belső marketing jelensége még arra is felhívja a figyelmemet, hogy mintegy saját magammal is el kell tudnom fogadtatnom azt, amivé válnom kell s ennek megfelelően azt, ami eme jövő szempontjából már most

EPER ÉS MÉR'

is és mindig is voltam. Saját magamat (mint vállalatot, pártot, egyházat, szociális intézményt, egyént stb.) is ösztönöznöm (jutalmaznom és büntetnem) kell annak függvényében, hogy meddig jutottam magamnak a célközegbe való beillesztése útján.⁴⁵

3. Hogy 1968 egyik tanulsága a kommunikációnak, tudniillik az emberek, a generációk közötti megértésnek a látványos ellehetetlenülése, az az olyasfajta filmekből is látható, mint az *Ördögűző*, az *Ómen*-sorozat és még sorolhatnánk. Egyáltalán, ekkorra teljesedik ki az ifjúsági szubkultúra kultúrává válása, pontosabban ekkorra jön létre egy olyan helyzet, amikor egyre kevésbé van már kultúra, hanem egyre inkább csak (szub)kultúrák vannak. Ezek a (szub)kultúrák pedig nemigen bírják egymást legyűrni, különösen nem nyílt, utcai harcokban. Kotler, illetve általában a marketing, azzal foglalkozik, hogy hogyan is lehetséges érintkezés emberek illetve (szub)kultúrák között, amikor a korábbi kézenfekvőségek, a kézenfekvőségeken nyugvó magátólértetődések legalábbis bizonytalanná váltak, ám mégis szükséges, hogy a felek megkíséreljék egymást meggyőzni, egymással értéket cserélni.

4. Akár azt is mondhatnánk, hogy Kotlernek az 1968-as történések minden szereplője számára van mondanivalója. A megtámadott intézményeknek az, hogy klienseik és mindenféle publikumuk igényeinek kielégítését tekintsék legfőbb feladatuknak; a lázadók számára az, hogy alighanem többre mennek egyéni vagy csoportos marketinggel, mint barrikádépítéssel; s mindenki számára az, hogy a modern társadalom olyan háló, melyből kiszakadni nemigen lehet, de tudatosan feltárni és jó stratégiát alkalmazva kihasználni a benne meglevő lehetőségeket nagyon is vonzó alternatíva.

5. E tekintetben Kotler próbálkozásai érdekes módon bizonyos értelemben azonos kulturális kontextusba vonhatók a Michel Foucault-éival.⁴⁶ Nem véletlen talán az a mód, ahogyan a marketing generikus fogalmáról szólva Kotler szembeállítja a marketing strukturális és funkcionális megközelítését s ráadásul éppen a hatalom

⁴⁵ A marketing-tudatos gondolkodás valószínűleg még arról is tud mondani valamit, illetve még ahhoz is képes tanáccsal szolgálni, hogy mit kell tennünk, ha szerelmünkkel szeretnénk elérni valamit, esetleg pusztán azt, hogy megtartsa szerelmesének, sőt, azt is ő hozza a tudomásunkra, hogy szerelmesünk felénk irányuló szerelme egyáltalán nem kézenfekvő, az időnek s az elmúlásnak van kitéve, következésképpen állandó munkával kell biztosítanunk hőfokát.

EPER ÉS MÉR'

kérdését hozza példaként. A Foucault-i hatalomfelfogás szintén eloldja a hatalmat bármiféle intézménytől és mindenütt, illetve sehol sem fellelhetővé teszi. Sokak szerint Foucault-t nem más, mint 1968 segíti hozzá ahhoz, hogy kidolgozza a maga hatalomfelfogását. Hogy azután 1968 élményében pontosan mi is volt az, ami éppen egy az intézményi háttértől viszonylag függetlenné tett marketing- illetve hatalomképet tett lehetővé, azt érdekes lenne kitapogatni.

6. S ha már társadalomelméleti problémáknál tartunk, vajon nem figyelemreméltók-e azok a fejtegetések, melyek szerint a marketing az a tevékenység, mely először érti meg, hogy szépséget és reményt a kozmetikai vállalat állít elő és nem vagy nemcsak a művészet illetve az egyház nevű alrendszer. Vajon nem mondhatjuk-e azt, hogy az emberek jelentős része számára valóban a marketingesek illetve a marketing szellemben megnyilatkozók szolgálnak iránymutatással az igazság, a szépség, a remény stb. értékei tekintetében? Meglehet, hogy a marketing lenne az a szféra, az a funkció, amelyekben a különböző alrendszerek találkoznak egymással, áthatják egymást; végül is minden alrendszernek marketing tevékenységet kell folytatnia immár.

7. Nem tagadható persze a marketing ilyesfajta kitérítésének marketing szempontja, az ugyanis, hogy a marketing szakemberek óriási új megrendelői piacot szerezhetnek (ahogy utóbb szereztek is), amennyiben sikerülne szakmájuk relevanciáját a társadalom szinte egészére kiterjeszteni. Ekképpen a marketing fogalmának kibővítése a marketing marketingjeként is felfogható. De ez csak még szebbé teszi a dolog posztmodernül tautologikus voltát: a marketing kelgyója enfarkába harap.

⁴⁶ A marketinggel azonos gyökerű tevékenységnek, a *public relations*nek a Foucault-i alapon történő vizsgálatára tesz kísérletet Johanna Dorer és Mathias Marschik *Kommunikation und Macht. Public Relations – eine Annäherung* (Verlag Turia & Kant, Wien, 1993) című könyve.

FALAKON INNEN

Körkérdés

A továbbiakban a Bevezetőben már megemlített, különböző társadalomtudósoknak kiküldött Körlevélre adott válaszokat közöljük. Alábbiakban mellékeljük a Körlevél azon részletét, amely az általunk feltett kérdéseket tartalmazza.

1. Ön mennyiben ért egyet Heller Ágnes tézisével, mely szerint: "...amit most posztmodernnek neveznek, az a '68 -as attitűd, gondolkodásmód és képzelet hosszú távú felszívódásának eredménye a modern világban." ?
 2. Mi a véleménye a következő szembeállításról: a '68 -as mozgalom nem volt sikeres a politikai - gazdasági berendezkedés megváltoztatásában, ellenben a magánszféra viszonyait átformálta.
 3. Általánosan elfogadottnak tűnik az a nézet, hogy 1968 Magyarország életében is döntő jelentőségű volt, mint az utolsó nagy kísérlet a rendszer megreformálására. Harminc év után visszatekintve úgy tűnik, hogy közel sem képviselt ekkora változást a Kádár rendszer történetében, paradox módon maga a rendszer ideológusai is mint a történelem menetébe nagyjából illeszkedő eseményt jelenítették meg.
- Tudatában vagyunk annak, hogy a fenti kérdések erőteljesen behatárolják a válaszadást, ezért kérjük, ha bármi más, a kérdésekhez közvetlenül nem kapcsolódó gondolatai vannak '68 -ról, melyeknek szeretne teret szentelni, tegye meg azt.

Márkus György hozzászólása

1. Nem igen lehet a kontextus ismerete nélkül megítélni egy állítást. Nem tudom, Heller Ágnes barátom mire gondolt, hogyan értette és indokolta tézisét. A magam részéről inkább azt mondanám, hogy 68 az utópikus elvárások és energiák utolsó (egyelőre utolsó?) fellángolása volt - ezek kimerülésének talaján s erre való reakcióként jött létre a posztmodern.
2. Alapjában véve egyetértek, de hozzátenném, hogy a magánszféra átalakulása sokkal huzamosabb folyamat volt, kezdete jóval megelőzte 68-at.
3. 68 annyiban jelentett jelentős változást a Kádár-rendszer történetében, hogy egyértelművé tette a rendszer alkalmatlanságát radikálisabb politikai reform megvalósítására. Az erre vonatkozó remények azonban kezdettől fogva illuzórikusak voltak. 68 azok számára volt "törés". akikben (s félreértés ne essék: magam is idesorolom) előtte, ilyen vagy olyan mertekben, éltek ilyen illúziók. Maga a rendszer szempontjából jól illeszkedett történetének kontinuitásába.

Lánczi András hozzászólása

1968-ban újbaloldali lázadás volt a modernség programjának (természet legyőzése, végtelen haladás, jogi-morális egyenlőség kiterjesztése) végigvitele érdekében. Egy folyamat csúcspontja volt, melyet jól érzékeltet a New Left Review korabeli tartalma: Marcusét, Che Guevarát és József Attilát közöltek angol fordításban, jelezve, hogy a forradalmi lendülettel akarják az elméletet a gyakorlattal egyesíteni. A demokráciát radikalizálni, a kapitalizmust megváltoztatni szerették volna. Úgy tűnt fel, hogy a demokrácia szubsztantív kiegészítésre szorul (a hatalmat humanizálni kell, a hatalom gyakorlását pedig közvetlenné kell tenni), a kapitalizmust pedig az elidegenedés, eldologiasodás és az egydimenziós társadalom elleni küzdelemben radikálisan át kell alakítani. Marx, Mao és Marcuse volt a szellemi irány, a társadalom humanizálásának antikapitalista szószólóinak művei alkották az újbalos kánont, amely radikális program volt új emberkép nélkül. Egyetlen társadalmi-eszmei mozgalom sem lehet sikeres új emberkép nélkül. A 68-as szeretet-kultusz meghirdetése erőtlenséget az önfenntartás filozófiai elvén (Thomas Hobbes) és a korlátlan szerzés (John Locke) jogán alapuló modern társadalomszervezéssel szemben. A modern hedonizmussal szemben a szeretet aszketizmusa nem volt csábító. '68 fölfogható generációs lázadásként is: a háború után fölnőtt nemzedék komoly kísérlete volt, hogy az emberiséget kivezesse a 20. század poklából. Úgy látszott, hogy a vietnami háború és a dél-amerikai szabadságharc egy törőből fakad: a háborúk sorának akkor lesz vége, ha véget vetnek a nyugati imperializmusnak. Az imperializmus szellemét el kellett űzni, a népek önrendelkezését hagyni kellett érvényesülni. A lázadás ugyan radikálisan nem alakította át a nyugati világ gazdasági és társadalmi berendezkedését, de azért néhány lényeges dolgot elért:

FALAKON INNEN

1. Tovább rombolta a társadalom konzervatív szövetét: az értékek relativitásának tana "tudományos" szintre emelkedett, a civil társadalom öntudata megnövekedett, az állam szerepe, beavatkozása a társadalom ügyeibe társadalomfilozófiai elvvé vált, az igazságosság fogalma pedig az elosztás kérdéseire redukálódott
2. Végleg ódivatúvá vált minden ontológiai megközelítés, a világ s benne az ember egészének a megismerését tudománytalan kérdésnek nyilvánították, azaz a filozófia lehetetlensége mellett érveltek - minden kérdés ugyanis szemantikai, s nem metafizikai. A problémák a nyelvben és a nyelv által keletkeznek: diskurzusokra, nyelvi játékokra, kommunikációs stratégiákra bomlott fel a filozófia eredetileg egészre irányuló megértési törekvése.
3. Befellegzett az utilitarista erkölcsi felfogásnak, melyet az új szerződéselméletek igazságosság koncepciói váltottak fel. A politika nyelvének eljogiasítása máig tartó folyamat, aminek célja az individuum teljes körű védelmének a kiépítése. E folyamat része a szinte beteges politikai korrektség-kritériumok fölállítása, amely morálisan hol komikus, hol lehetetlen helyzeteket teremt a közéletben, ld. Clinton szexuális élete körüli vihar. Az emberi gyengeségek teljes kiirtása igényének jogi köntösben való zsarnoki megjelenése nem kevésbé visszataszító, mint bármilyen fundamentalista elv nevében való társadalomirányítás. A magyar '68 a Kádár-rendszer fontos, de nem döntő eseménye, ráadásul egyre inkább az 1989-es rendszerváltás folyamatosan változó megítélésének fényében érdemes szemlélni. Ami a gazdaságot illeti: 56 után 68 hozta meg az első jelentős gazdaságpolitikai fordulatot. Társadalom: ez vezette be az unalmas és eseménytelen 70-es éveket, amikor az emberek depolitizált többsége végleg elfogadta a fennálló rendszert. Paradox módon, ahogy Nyugaton '68 megalapozta a későbbi neokonzervatív fordulatot (mintegy ellenhatásként), Magyarországon a kommunizmus reformálhatóságának eszméjét ültette el. 1989 értelmezhető '68 radikalizált folytatásának: nem véletlen, hogy egykori reformkommunisták maguknak vindikálják a rendszerváltás véghezvitelét. Nálunk még mindig egy jobb programmal megvalósítható szocializmus az eszménye a baloldálnak, miközben Nyugaton a baloldali pártok egyfajta harmadik útról beszélnek Angliától Németorszáig: '68 eszmeisége nem halt ki a világból.

Szilágyi Ákos:

A mi kis 68-unk

A mi kis "68"-unk már harminc éves. Lám-lám, fölötte is hogy eljárt az idő! Igen ám, de milyen idő? Merthogy nem a történelem ideje, annyi bizonyos! "68" nem öregszik. Nem azért, mert dacol az idő múlásával, hanem azért, mert nem képes elmúlni benne. Szervileg hiányzik belőle az elmúlás képessége. Nem mintha e *beszédes évszám* önmagában jelentéktelen vagy súlytalan eseményt jelölne. Csakhogy ezt az eseményt - a jelek szerint - már nem a modern idő *történeti kifejlésének* logikája gyűri múlttá. "68" történetileg gyűrhetetlen. Nem távolodik az időben, inkább közeledik. Úgy megy, mintha jönne. Nem szigorodott "hősi múlttá", nem szentelődött meg rendszerek vagy hatalmi gyakorlatok politikai eredetidejeként, nem hagyománya semminek és senkinek. Nem a múltból - akár személyes múltunkból - merül fel távoli, fájó emlékként, gyötrő kísértetként, elfeledett-megtagadott eszményként, hősi példaként vagy az utódok okulására szolgáló leckeként, hanem a jelenből néz ránk, mi tagadás, kissé bárgyún, mindenesetre gondolattalanul. *Idő közben* ugyanis "68"-cá vált az egész világ, még ha homlokán az új ezredforduló évszámát viseli is és "68" karneváli rögtönzésének rejtett jelentése *esztétikai világállapotként* tárult is fel azóta a posztmodernitás világalkotó kategóriáiban.

Épp ezért emlékezni sem lehet "68"-ra úgy, mint a modern történelem idejét kizökkentő, menetét megszakítva újrakezdő világeseményekre - forradalmakra, lázadásokra, háborúkra, katasztrófákra. "68" kilóg a történelemből, mármint a modern, ideologikusan konstruált történelemből, noha betetőzése, szinte már túlcsondulása annak. *1968 óta harminc év telt el, történetileg azonban "68" mégis harminc évre tőlünk.* Nincs olyan távolságban, mint a kortársaktól 1930-ban 1900 volt, 1975-ben 1945, 1947-ben 1917 vagy 1986-ban 1956. De miért nincs? Nos, ha másért nem, azért, mert: "nem vagyunk mi kortársak!" Rendben van, ennyit tehát máris tudunk. Ahol nincs történelmi kifejlés, ott nincs korszak, nincs kortársi idő, és persze kortársak sincsenek. Mert hát hogyan is emlékeztek a kortársak a múltra? Ismeretes, hogyan: nosztalgikusan, historizálva, kritikailag elsajátítva-feldolgozva, ideologikusan

FALAKON INNEN

megtagadva, "véggépp eltörölve", szembesítve a sivár jelennel, visszasóvárogva, eszménnyé fényesítve, okulva belőle, átsatírozva, a mindenkori jelenhez igazítva, mitizálva, meghamisítva, dokumentálva és még sorolhatnám. Miért nem hímezi hát legitimációs lobogója selymébe egyetlen politikai mozgalom, párt, kormányzat, állam sem 1968 "szent nevezetét"? Talán mert nem elég szent s így szentesítő ereje is csekély? Vagy mert "68" nem győzött? De hát se szeri, se száma a bukott forradalmaknak, felkeléseknek, felszabadító harcoknak, amelyek a historizáló nemzettudat ideológiai szövetébe úgy szövődtek bele, mint a "megtartó történelmi emlékezet" aranyfonalai. Vagy talán "68" nem volt eléggé nemzeti? Mert ahány hidegháborús tömb és tömbország, annyi "68" és annyi jelentése "68"-nak? Netán "68" politikai identitása, jelképrendszere, beszédmódja túlon túl baloldali volt, semhogy a baloldali etatizmusok általános csődje után és az európai baloldal általános válsága közepette "történelmi mondanivalója" most aktualizálható lenne? Vagy talán túlságosan eklektikus "68" öröksége, túlságosan zagyva ez az egész - Marxot Freuddal, Maot Jézussal, "kis vöröskönyvet" a szexuális forradalommal, terrorista akcionizmust "virághatalommal", "Ho apót" és Che Guevarát LSD-vel, hippie ellenkultúrát disszidens szamizdattal, zsigeri antikapitalizmust "új gazdasági mechanizmussal", Mickiewicz *Ősökjét* underground művészettel, Prágát Párizzzsal, Varsót Nyugat-Berlinnel vegyítő - "68"-as beszédmód, semhogy *történelmi tradícióként* érdemes lenne ideologikusan egységesíteni és hitelesíteni? A kérdések retorikusak, persze. Azért sorjáztatom csak őket, hogy kiderüljön: nem jó vagy nem jól feltett kérdések. "68" a történelmi emlékezet, s így a politikai legitimáció számára is hozzáférhetetlen. Mert "68" volt az első - urambocsá' - posztmodern európai és világforradalom. Nem a történelemben zajlott le. Nem szétszakította a történelmi idő láncát, hanem fölfűzött rá mindent, amit a nagy időben talált. Nem az "ancien régime"-et döntötte meg, hanem a modernitást helyezte idézőjelek közé. Nem új politikai világot alapított, hogy mindent előlről kezdjen, hanem a modern politikai ideológiák állványzatát lebontva új világállapotot nyitott meg. Nem a politikai szabadság ígérete még, hanem a személyes, ha úgy tetszik, egzisztenciális szabadság. De a lélek, a szellem, a minőség annyiszor megálmodott "tisztá" forradalma sem volt. Sokkal inkább volt a test - az egyéni és közösségi test -, az elfojtott érzékek, a képzelőerő, a látásmód, az ízlés, az életforma és

FALAKON INNEN

életminőség *esztétikai forradalma*, s mint ilyen, a posztmodern idő, a globális pénzgazdaságon nyugvó fogyasztói világcivilizáció *alapító aktusa*. Nem kötődött egyetlen színhelyhez, egyetlen csoporthoz vagy ideológiához, még csak valamilyen látványos főesemény időpontjához sem: végtelenül sok színtéren, végtelenül sokféleképpen és sokféle időben zajlott. Szereplői részben ilyennek is képzeltek és akarták, részben őszintén - amilyen őszintén csak egy történelmi karnevál világfelforgatóitól telik - átélték és végigjátszották az eszme-megvalósító modernitás összes sorstragédiáját, a szerencsétlenség, a kétségbeesés, a csalás és csalódás, az illúzióvesztés összes ismeretes történetét, morális csapdáját, lelki kutyaszorítóját, összes önigazoló, önfelmentő és önvádoló szerepét. Játszották, amíg csak játszhatták és játszották, *mintha* mindez még érvényes volna.

"68" sem nem győzött, sem nem bukott el. Nem vált történelemmé, így hát emléke sem élhet, jóllehet nem foszlott semmivé. Nem mögöttünk van, hanem - bizonyos értelemben még mindig - előttünk, főként pedig közöttünk és bennünk. Méghozzá folyamatos jelenként. Mert "68" nem vész el, csak átalakul. *Proteuszi alakoskodása* már a levegőszerűen tovaillanó, korlátlanul alakítható, végtelenül képlékeny *reálidő* - az elektronikus pénzügyi és a virtuális képernyő-idő - eljövételére vallott. A modern történelem *prometheuszi*, majd *sziszifuszi* ideje után "68" a posztmodernitás *proteusi idejének* születését jelentette be, vagyis *a jó hírt*: az abszolút kezdetbe és végbe tagolt, holt múltra és reményteli jövőre széthasadt idő, az önmagával azonos történelmi üdv-idő - a heroikus idő, az utópisztikus és egyszersmind katasztrofális időszámítás - végét. A "68"-as idő nem törik és nem szakad. Puha elem. Bármikor ki lehet belőle lépni és bármikor bármibe átalakítható. "68" még csak cezúrát sem képez az időben, inkább afféle banánhéj, amelyen a modern idő megcsúszott és hanyatt esett. Ez az időcsuszam jó másfél évtizedig tartott, mindaddig, amíg az európai emberiség teljesen ki nem csúszott a történelmi időből.

Látszólag persze minden a megszokott módon zajlik: a csapból is "68" folyik idén. De csak a sajtó által kényszeresen megengedett évfordulós csapokból. A politika csapjából nem folyik "68". Éspedig azért nem, mert nincs benne egyetlen cseppje sem! A politikában - pártra és meggyőződésre való tekintet nélkül - "68" ma sem jó semmire. Legitimációs használati értéke a nullával egyenlő. Nem is mondanak "68"-ért

FALAKON INNEN

imát, nem koszorúznak és nem avatnak emléktáblákat, történelmi "fehér foltját" senki nem igyekszik eltüntetni a történelemírásból, kisajátításáért sehol nem folynak legitimációs csaták a politikai hatalom szereplői között, "68"-asok sehol nem kapnak állami kitüntetések, kegydíjat, nyugdíjkiegészítést, sehol nem tömörülnek véd-és dac-szövetségekbe, (őszintén szólva, nem is igen tartják számon egymást "68"-asokként), "68" kutatására sehol nem szakosodtak történészek, "68"-nak még egy vacak kutatóintézete sincsen, történetét nem írja sehol a világon senki. Mindez nem panasz, nem a mellőzöttek, a politikai vonatról lemaradtak, a történelmi időből kibukottak-kirekesztettek szokásos hiánylistája, amit évfordulókon szokás benyújtani a hálátlan utókornak, az eszmét eláruló egykori harcostársaknak, a hitehagyott népnek, - számonkérőleg, korholólag, vádlólag, megvetőleg. A hiánylista ugyanis nem azt mutatja, mi mindenből maradt ki szegény "68", ami pedig történelmi jogon megillette volna, hanem azt sorolja elő, *mi minden nem volt "68"*, hányféle módon hiányzik belőle a történelmi értelem, a politikai ész, mi minden számára hozzáférhetetlen "68" (beleértve ebbe a politikai ész mellett a személyes emlékezés nagy műfajait, a gyónást, az önkritikát, az önigazolást, a nosztalgiát is). Ezért nincs ugyanis "68"-nak "utókora", ezért nem tud múlttá válni.

"68"-as nem politikai, inkább habituális értelemben lehet valaki. Testi viselkedése, szellemi stílusa, észjárása, modora, látásmódja, beszédmódja szerint. Ámde épp ez az, ami időközben elveszítette markáns történeti-nemzedéki karakterét, ez az, ami a posztmodernitásban általános habitussá vált. "68" karneváli forgatagában persze egy pillanatra úgy látszott, *mintha* egy különös nemzedék a modern idők soron következő forradalmát robbantotta volna ki az "ancien régime" ellen. Mint minden modern forradalom, a "68"-as végforradalom is egy korábbi korszak forradalmának jelmezét öltötte magára, nem volt tisztában vele, hogy parányi történelmi testében egy új világállapot kolosszális lelke lakozik. De az kezdettől fogva tudható és látható volt, hogy "68" nem foglalható bele semmiféle hagyományos politikai képletbe, sőt, éppen ezeket a képleteket rúgja föl, tolja félre, röhögi ki, fordítja át egymásba. "68"-nak nem volt saját lobogója, sem nemzeti, sem nemzetközi. Ezer lobogója volt, ezerféle - egymást politikailag kizáró - jelszava, követelése. Mindazt, amivel hadonászott, amit lengetett, amit skandált egyetlen szempontból mérlegelte: elég vad-e, elég nyers-e,

FALAKON INNEN

elégge észbontó-e, azaz *elég vörös-e* ahhoz, hogy a létező világrend bikája tombolva rárohanjon. Hogyan is fért volna el egyetlen politikai dió héjában Prága és Párizs, Varsó és Nyugat-Berlin, Moszkva és Peking, New York és Havanna, piaci reformizmus és maoizmus, hippizmus és marxizmus, Rudi Dutschke és Dubcek, Che Guevara és Jan Palach, Cohn-Bendite és Bukovszkij, Pasolini és Forman, Marcuse és Ota Sik, Magyar Dezső *Agitátorok*ja, Nyers Rezső "új gazdasági mechanizmusa", a magyar ifjúmaoisták kisdéd "összesküvése" és a magyar lukácsisták elvhű antisztalinizmusa? Ám ha politikailag nem is, habituálisan mindez pompásan megfért egymással az esztétikai lázadás közös nevezője alatt. Habituálisan ugyanis az ifjúsági rétegek formális vitalitására alapozott individuális lázadás nyelve, stílusa, életformája teremtette meg azt az egységet, ami "68"-at egyáltalán megkülönböztethetővé teszi a történelmi végidőben. Bármilyen jól jött, ami a lázadás, a felforgatás, a hatalomra emelt képzelőerő forradalmi nyelveként - tehát esztétikailag! - aktualizálható volt a hidegháború befagyott világrendje ellenében: "konkrét utópia", "radikális szükségletek", "érzéki felszabadítás", "Vietnam", "emberi jogok". Az esztétikai lázadás *politikai esztelensége* csak felszínre hozta a modern politikai ész metafizikai botrányát. S innen nézve mellékes volt, hogy a világ lefagyasztása a "represszív tolerancia" egydimenziós posztkapitalista vagy a "represszív intolerancia" nulldimenziós posztsztálinista államának jegelési technikáját követi-e. Azzal, ahogy "68" - akarattal és akaratlanul - a paródiáig hajtotta a modern forradalmak történelmi játékait, és karikatúrává torzította a modern pártpolitikát és politikai zsargonokat, valójában a hidegháborús világrend jegét olvasztotta meg. E jég nem pusztán embereket, társadalmakat, országokat, régiókat tartott fogva, de befagyasztotta a modern világállapot egészét is, amely - két Európából indult világháború, Auschwitz és Kolima történelmi világkatasztrófái nyomán - már 1945-ben érvénytelenné vált. Fennállt ugyan, de érvényessége nem volt. Ez az érvénytelenség jutott lármásan, színesen, játékosan, botrányosan kifejezésre 1968 tavaszán és ebben az értelemben 1968 a közvetlen előzménye (sőt, előképe, bár nem tradíciója!) Dél-Európa (Portugália, Spanyolország, Görögország) még a 70-es években és Kelet-Európa 1989-1991 között lezajlott végforradalmainak, amelyek szintén csak eljátszották, szimulálták a modern forradalmakat.

FALAKON INNEN

A "68"-asok történelmileg (azaz ideológiailag és politikailag) *eredendően* nem össze-, inkább széttartottak, s tartanak mindmáig. Ha valami összetartotta őket, hát ez a minden irányban széttartó mozgás. Persze, ma már ez szinte észrevehetetlen: belemosódik a posztmodern időbe - az egzisztenciális idők, törzsi idők, szekta-idők, nézési idők, átfutási idők, virtuális idők milliárdjaiba. Ha - innen nézve - a "68"-asok előfutárokként tűnnek is föl, csak annyiban, hogy előbb futottak ki *esztétikailag* a történelemből, előbb kerültek a Történelem után, mint maga a világ, mert nemzedéki elhelyezkedésük folytán előbb, élesebben és sorszerűen élték át és játszották el, hogy a modernitás véget ért. Ezért is tekintem a "68"-sokat végnemzedéknek, a történelmi végidő *tünetényes népének*: úgy vannak, hogy tulajdonképpen már nincsenek. Nem kerültek a modernitásban megszokott módon uralomra és ezért nincs mód ledönteni a trónjukat. A "68"-as nemzedéknek nem a Történelem adta be az "ész cselét", hanem - megfordítva - egy nemzedék cselezte ki a Történelem "eszét", amikor esztelenségeit *esztétikailag* ad absurdum vitte. De cselt vetett ezzel a "történelmi rossznak", Goethe és Kafka Ördögének is: "Az ifjúság - írja Kafka - minden diadalmaskodik, átlát minden csaláson-ámításon, a sötét ördögi gonoszságokon, *hanem azután nincs ott senki, aki élhetne a győzelemmel, eleven erőt kovácsolhatna belőle, mert addigra már odavan az ifjúság*. A felnőtt korosztály nem meri bolygatni többé egykori győzelmét, a nyomában járó ifjú nemzedék pedig - hiszen ellene nyomban újabb támadás indul, s ez gyötri - a maga győzelmét akarja kivívni. *Igy hát az ördög, noha állandóan vereséget szenved, sose semmisül meg*." Mármost éppen ez az, ami ez egyszer mégsem következett be: a Történelem Ördöge megsemmisült. (Más Ördögök, persze, a legjobb egészségnek örvendenek, de ezt most hagyjuk!) A kegyelemdöfést - mert *balsorsa* így akarta - éppen a "68"-as végnemzedék adta meg neki azzal, hogy nem vált felnőtté, nem valósította meg a maga igazságát, nem került hatalomra a politikában, s így saját ördögi szerepét sem játszhatta el.

Gervai Pál:

Másként gondolkodni, mint a másként gondolkodók

/A posztmodern vége és a kultúra reneszánsza/

A „nagygeneráció” vezető szerepe véget ért. Akik magukat „máskéntgondolkodónak” nevezték, nem tudták elfogadni a hozzájuk képest való máskéntgondolkodást. Itt az ideje ezért a *máskéntgondolkodókkal szembeni másként-gondolkodás* előtérbe helyezésének, uralkodóvá válásának és egyszersmind a posztmodern meghaladásának, az egyetemes kultúra reneszánszának.

I. Kulturális forradalom és posztmodern

A kultúra fogalma éppen ellentétes azzal, mint amit a posztmodern jelent. A kultúra nem egyszerűen az emberek, embercsoportok meghatározott magatartási, *együttélési szabályainak* – általános és különös – viselkedési és tevékenységi normáinak, előírásainak, vagy hagyományainak az összessége (amint azt Fukuyama a Bizalom című könyvében meghatározza), hanem *a társadalmi élet egészének az átfogása*, a társadalmi tudás összessége, és főként a társadalom (és a társadalmi alrendszerek) összfolyamatainak *átfogó* irányítása. A kultúra azt az emberi szükségletet elégíti ki, amely a sokféleség egységbe fogására irányul. A kultúra társadalomirányítási intézmény, amely az államigazgatástól egyrészt abban különbözik, hogy *átfogja* a társadalom olyan területeit is, amelyeket az államigazgatás nem tud átfogni; másrészt abban, hogy úgy irányít, hogy megelőzi, és nem utólag orvosolja a bajt. A kultúra az emberi szabadság megőrzésével tudja a társadalmi életet átfogni. Az államigazgatás pedig éppen azért mondott le az általános tudásról, hogy megőrizhesse a szabadságot.

A posztmodern *tagadja* az emberi tudás és a társadalmi élet átfogásának a lehetőségét, és az átfogás igényéről is lemond. A posztmodern csak az elkülönült tudás, a részleges ismeret, a részigazságok létjogosultságát ismeri el, és a társadalomirányításban is tagadja az összfolyamat egységességét. Csak az alrendszerek és az „autonóm” részegységek versengő együttműködéséből adódó esetleges egyensúly

FALAKON INNEN

lehetőségének ad esélyt. A posztmodernben a rész uralkodik az egészen (és ez a jobbik eset, mert inkább kétségbe vonja az egész létezését), a kultúrában az egész uralkodik a részen (miközben nem nyomja agyon – az arra méltó – részeket). A posztmodern tehát kulturális pótlék, a *kulturálatlanság* „*kultúrája*”, amely éppen azt a célt szolgálta, hogy a kultúra hordozóit és képviselőit elnyomja, kirekessze, elszigetelje az elmúlt időszakban.

A posztmodern irányzatának is volt (van) természetesen szociológiai alapja: az emberi tudás - és ez közhely - a végsőkéig specializálódott, diverzifikálódott, differenciálódott, és magától értetődően lehetetlen egy vagy néhány emberi agyban az egyetemes emberi tudás összességének az összefogása, áttekintése, a polihisztorok ideje végérvényesen lejárt. Ezen alapul az egyetemek intézményi rendszere. A „szakmai” határokat éberén őrzik a tanszékek vagy tanszékcsoportok (az interdiszciplinaritás itt csak félrevezetés), és így intézményi oldalról is akadályozzák a szintézis iránti szükséglet kielégítését. De miért ne lehetne elismerni, hogy a szakosodás mellett az egész tudás átfogására is szükség van?! Ez is egy *külön tudomány*, vagy tudományágak csoportja, ami teret követel magának.

A szakmai területek posztmodern szétválasztásának legvisszataszítóbb példája a közgazdaságtan és a filozófia elkülönítése. A közgazdaságtant csupán tárgyi meghatározottságú tudományterületként értelmezik, és ezért az embertelenség, az antihumanizmus, a dezanropomorfizmus világnézeti hordozójának minősítik (az ebben a szellemben tanított tudományfilozófia csak a félreértett mikroökonómia apológiája). Ahol az emberséget keressük, a filozófiát teljesen elszakítva a gazdasági szemlélettől az irracionálisba, a miszticizmusba, és az ezoterizmusba kényszerítik bele, nehogy képes legyen a gazdasági szemléletet az antropomorfizmus irányába befolyásolni. A posztmodern üzenete: az emberség és az embertelenség között nincs átjárás – ez a kasztszellem legújabb kori kiadása.

Kétségtelen tény, hogy ugyanaz a csoport, amelyik annak idején a kulturális forradalom nevében lépett fel, később a posztmodern irányzatát képviselte. De ebből nem az következik, hogy a posztmodern lenne a jelenkori kultúra letéteményese, kifejeződése, folytatása. Az a csoportosulás, amelyik korábban egy jó ügyért állt ki, célját elérve egy rossz ügy szolgálatába állt, amint ez minden kispolgári szociológiai

FALAKON INNEN

képződmény sajátja: a haladás oldaláról vezető pozícióba kerülve a haladás-ellenesség oldalára állnak át, előbb szocializmust, később kapitalizmust akarnak, vagy ahogy Marx a „Brumaire”-ben mondja: hol forradalmárok, hol ellenforradalmárok lesznek, és így tovább.

Az elmúlt korok története úgy is bemutatatható – a gazdasági ciklusok mintájára – mint a kulturális fellendülések és a kulturális hanyatlások egymást váltó szakaszai. Érdek fűződött egyrészt ahhoz, hogy az emberiség egyetemes kulturális örökségét a kulturális tömegmozgalmakon keresztül időről időre a történelmi utókorra átörökötsék. Másrészt érdek fűződött ahhoz is, hogy a kultúrát, mint intézményt a tömegmozgalmakról leválasszák, mert éppen ez volt a kultúra fennmaradásának az ára (ennek az egyik legutóbbi terméke az ún. X-generáció). A jövőbeli korokhoz azt a reményt is fűzhetjük, hogy nem lesznek a kulturális hanyatláshoz vezető periódusai, mert a hatalom és a tömegek közötti elidegenedés megszüntethetővé válik.

A '68-as politikai eseménysorozat ez ideig a legutolsó olyan időszak, amelyben az egyetemes emberi kultúra örökségét tömegmozgalmon keresztül közvetítették az utókor számára. Ehhez hasonló a 20. században csak az I. és II. világháború utáni években volt. A kulturális forradalom kifejezése közvetlenül Kínához kapcsolódik, de tartalma természetesen nem azonos az adott időben ott történetekkel. A fejlett országokban lezajló diák- és tömegmozgalmak a kultúra demokratizálása, közkinccsé tétele nevében és a kisajátítására való törekvés ellen léptek fel. Ezzel a tekintélyelvűség ellen harcoltak, amely azon alapult, hogy nagy tömegek meg voltak fosztva koruk társadalmi folyamatainak az ismeretétől, és természetesen a folyamatok alakításában való részvételtől: róluk döntöttek, de nélkülük. A mozgalmi romantikához tartozott, amelynek fő hajtóereje közvetlenül bizonyára a beatzene volt, hogy a támadott heideggeriánus, keynesiánus és weberiánus ellenfél számára sem adták meg a demokratikus védekezés lehetőségét (már az ízlésváltozás révén is ki voltak zárva).

Ellentmondásnak tűnhet, hogy miközben a '68-as demokratikus diák- és tömegmozgalmat az egyetemes emberi kultúra letéteményesének nevezem, a mozgalom derékhadát alkotó „nagygenerációt” pedig mégis viszonylagos kulturálatlansággal vádolom. De minden nagy tömeget megmozgató eszmeáramlatban a kulturáltság különböző fokozatai egyesülnek. Itt is megkülönböztethető többek

FALAKON INNEN

között a kispolgári és a polgári színvonalú eszmeiség. A '68-as képződmény pedig úgy volt megkonstruálva, hogy a kispolgári vonulata képviselte a döntő erőt. A „máskéntgondolkodókkal” szembeni másként gondolkodóknak csak másodlagos szerep jutott, vagy még annyi sem. Ez a hidegháború szerkezetében leli a magyarázatát, ahol is az igazi, következetes elvszerűségről a propagandában le kellett mondani, hogy az újabb világháború elkerülhető legyen. Az *elhajlás* kulturális uralma lett a béke záloga. A klasszikus hagyomány azért teszi az igazságot a bölcsesség lényegévé, mert ebben látja a biztonság fennmaradásának a feltételét. Csak a klasszikus kor hanyatlása idején látszik úgy, hogy *az igazságtól való elhajlás* a biztonság, a nyugalom feltétele. De ez csak olyan helyzetekben érvényes, amikor az igazságtalanságé a túlerő. Márpedig az új világrend ismét az igazságon alapul majd.

A beat-mozgalom fő hibája az volt, hogy nemcsak különös elvek és csoportok tekintélyét kívánta lerombolni, hanem az egyetemes értékek tekintélyét is, és ez automatikusan magával hozta a mögöttük hagyott csoportok és korosztályok irányában tanúsított igazságtalanságukat és méltánytalanságukat. Jogosan nevezte környezetét Lukács György „nonkonformista konformistáknak”. És Tamás Gáspár Miklós is helyénvalóan beszélt saját csoportja „rejtélyes következetlenségének érthetetlen gyümölcseiről”. Ez a szellemiség csak a *tagadást* állította középpontba és nem a tagadás tagadását. Márpedig a tagadás csak demokratikus formába öltöztetett zsarnokság. Ez pedig éppen az, amit a posztmodern képviselt.

II. A kulturális forradalom és a gazdasági-szociális kérdés

A '68-as megmozdulás határozottan rációzott arra a klasszikus szocialista tételre, amely szerint a tömegmozgalmak legfőbb hajtóereje a szociális kérdés, a tömegek rossz, vagy tovább romló anyagi körülményei. Hiszen ez az elégedetlenségi hullám korábban sosem látott anyagi jólét viszonyai között alakult ki. A '68-as felkelés egyértelműen a demokratikus szabadságjogok igazságtalannak tartott elosztása ellen irányult. Kulturális forradalomnak nevezhető, mert a *kultúra demokratizálására* törekedett. Maradandó üzenete, hogy a mozgalom hajtóereje mindig egy értékrend, és nem pusztán anyagi kérdés; anyagi kérdés akkor, amikor az értékrendet hordoz.

FALAKON INNEN

A '68-as tömegmozgalom a keynesista, heideggerista, weberista és nem utolsósorban a *fordista* értékrend és társadalomszervezési elv ellen irányult, amely a szociális biztonságot csak a szabadságelveknek a termelés és az üzemszervezés terén történő korlátozásával tudta megvalósítani. Hiába volt jólét a háztartás és a szabadidő szférájában, a munkahelyen anakronisztikussá vált viszonyok uralkodtak: nem volt haladás a főnök-beosztott viszonyban, nem látszott biztosítva az *előrejutás* a fizikai és a beosztott szellemi munkát végzők körében. A támadás célpontja tehát a jóléti állam volt, de nyilván nem a jólét, hanem a mobilitási csatornák hiánya. A fő irányt csak színezi, hogy a hippy-mozgalom a jólétet és a családot elvetette, ha az a szabadság elvesztésével párosult. Ez az ösztönösség túlsúlyára és a tudatos elem viszonylagos hiányára utalt, amely abban is megnyilvánult, hogy később a „nagygeneráció” meglehetősen érzéketlen maradt a jólét iránt, ha az nem saját, hanem mások jóléte volt.

A kulturális forradalomnak egyértelmű technikai-gazdasági alapja volt – és ennyiben a marxista elemzési módszer érvényes –: a számítástechnika és az ezen alapuló szolgáltató- és információs társadalom bevezetése. A számítástechnika és az erre épülő új termelési kultúra azonban nem közvetlenül, mint jólétnövelő, és mint termelési-hatékonyság javító eszköz jött számításba – ahogy ezt később a középkorúvá vált beat-nemzedék hangoztatta –, hanem mint ami alkalmas arra, hogy a munkahelyi *mobilitás* beinduljon, továbbá mint ami éppen a termelési és a társadalmi demokrácia kiterjedtebb működését, a kultúra demokratizálását képes infrastrukturális oldalról megalapozni. A számítástechnika tehát a demokrácia iránti szükségletet kielégítő, *egyfajta anyagi eszköz* – ez a módszertani újdonsága –, mert csak „másodlagosan” hagyományos fogyasztási vagy termelési eszköz. A számítástechnika az adott korban az a termék, amelyet alapvetően *politikai tartalmú szükséglet* kielégítésére állítanak elő. A '68-as tömegmozgalomban résztvevő kispolgári túlsúly a magyarázat arra, hogy akkor a technikai-gazdasági haladás közvetlen feltétele, az informatika nem szerepelt a jelszavak között. Mindenesetre mégis ez a mozgalom az, amely a számítástechnikai forradalom politikai keretfeltételeit – például a tekintélyelvű termelésszervezés lerombolása révén – megteremtette.

A „nagygeneráció” csak akkor tette a számítástechnikát fő jelszavává – amit egyébként vulgáris módon és egyoldalúan túl is harsogott –, amikor azt a kapitalizmus

FALAKON INNEN

és a posztmodern általános propagandája közvetítette. Ez eddig így nem is tette lehetővé, hogy a számítástechnika kulturális és civilizációs szerepét a maga teljességében és kiegyensúlyozottan lehessen tárgyalni. A felnőtté vált „nagygeneráció” – ellentétben saját fiatalkori felfogásával – éppen a kultúra demokratizálásáról felejtkezett el az informatikai forradalommal kapcsolatban. Kultúra helyett már csak információról kezdett beszélni, ami lényegében az általa korábban támadott elitizmus felébresztése volt. Alkalmatlan volt rá, hogy az információt kultúrává rendszerezze. A számítástechnikai infrastruktúrában vagy a személyi számítógép szövegszerkesztő rendszerének, vagy az Internetnek a kommunikációs és üzleti lehetőségeit, vagy pedig a termelés-szervezésben a munkaerőpótló és elembertelenítő informatikai-logisztikai következményeit (pl. toyotizmus), vagy továbbá a számítástechnikával való visszaélések lehetőségeit látta meg elsősorban. Nem volt képes kellő figyelmet fordítani a számítástechnikának az automatizációban, az automatizáció kiteljesítésében felhasználható lehetőségeire. Ez ugyanis a számítástechnika nagy tömegek számára való emberséges alkalmazásának az iránya. Az automatizáció egyrészt eszköz a munka üzemi és háztartási felszabadításának folytatására, másrészt az egyik alapfeltétele az űrtechnika termelőerővé fejlesztésének. Ezen túlmenően a nyilvántartás automatizálása az út a bürokrácia leépítésében, ami egyszersmind az elitizmus megszüntetése is. A beat-nemzedék a maga számára tehát egyesíteni tudta a jólét és a számítástechnikai forradalom előnyeit, de a mögötte hagyott tömegek és korosztályok jóléte és demokratikus törekvése iránt közömbössé vált. Megelégedett azzal, hogy az átmenet korszakában a „győztesek” oldalára kerülhetett, maradék szociális érzékét is elvesztette. Ezért érdemel bírálatot, és ezért kell „leváltani”. Miközben kivívta az informatikai forradalom számára a társadalmi-politikai keretfeltételeket, a technikát alkalmazni már nem tudta. Ehhez magasabb erényekre van szükség.

III. A kulturális forradalom és a Kádár-rendszer

Magyarország meghatározott történelmi okok miatt ideológiai nagyhatalommá vált, ezért jogosult a '68-as mozgalomnak a Kádár-rendszerhez való viszonyát tárgyalni. Magyarország nemzetközi ideológiai szerepe a múlt század második felétől a Tanácsköztársaságon keresztül, az atomfizika (Amerikába való exportja), a biológia, a matematika, az irodalom és filmművészet 30-as évekbeli felvirágzásán át, a második világháború utáni enyhülésig terjed és tovább is. Az egyik tetőpontját mindenképp a Lukács-iskola tevékenységében éri el. A Lukács-iskola a hazai beatmozgalom szellemi központja.

A Kádár-rendszer embertelensége abban állt, hogy a politikai rendszer működtetése az elégedetlenség felszításának, majd elnyomásának a megfelelő mérték szerinti ritmusán alapult. Annak a tömegnek a számára, amelyeknek a közvetlen politikai taposómalomban való részvételére nem volt szükség, a magánélet politikától elszigetelt, kiségzisztencián alapuló „nyugalma” jutott osztályrészül. Így kétségtelenül olyan látszat keletkezhetett, hogy a beat-mozgalom jól beleillik a kádárista politikai rendszerbe, mert a kispolgári lázongás és bekiabálás, és az ezzel egyidejű közéleti közömbösség mintájának a megjelenítője. Valójában azonban a '68-as mozgalom a kádárista rendszer megszüntetésének a hordozója volt – inkább, mint az '56-os előzményei –, ami a rendszerváltás átmeneti szakaszában teljesedett ki. Ezért érdemelték ki talán a „nagygeneráció” elnevezést. Fő tettük az „elhajlással” szembeni „elhajlás” képviselése volt.

A kádárista „reform” és a 68-as irányzat alapelveit tekintve különbözik egymástól. Az előbbi a reformokat kizárólag a szűken vett gazdasági alrendszerre akarta korlátozni, és a gazdasági alrendszeren belül is csak részleges változást képzelt el. Eszménye a kisvállalkozási mentalitás, a provincializmus és a gazdasági elmaradás konzerválása, illetve a létbiztonságnak a termelési szerkezettől való elválasztása volt. Az utóbbi a gazdaságban a nyugati mintát akarta követni (igaz, hogy rendre összetévesztette a tényleges nyugati mintát azzal, amit arról a Kádár-rendszer mondott), de ami még fontosabb, a gazdasági reformokat politikai reformokkal akarta kiegészíteni: a demokrácia intézményeit akarta kiépíteni.

FALAKON INNEN

A Lukács-iskolát ebből a szempontból annyiban bírálom, hogy nem volt következetesen demokratikus. A demokrácia több is és más is, mint pusztán többpártrendszer. Számukra a demokrácia főként a hatalomért való folyamatos és elitista versengést jelenti. Az igazi (amerikai típusú) demokrácia valójában az elvek egyéni és kollektív gyakorlásának folytonos rendszere, lényege nem az „ingamozgás” (Heller), hanem az elvek önfejlődése, valamint egymásba és egymásra épülése. Ez a rendszer inkább a folyamatos építkezésre hasonlít, mintsem az építés és rombolás váltakozására.

Lukács György mélyebb gondolkodó volt, mint a Lukács-iskola képviselői, ezért a kultúra reneszánszának, különösen Magyarországon inkább Lukács hagyományaira és nem a tanítványaiéra kell támaszkodnia. Lukács György nem a posztmodernt megelőző modernitás képviselője, hanem a kultúra szóvivője a kultúrátlansággal szemben. Lukács „gyerekei” megbuktak, az „unokáinak” talán sikerül...