

Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας

Τόμ. 24 (2010)

Διαβούλευση



Richard Sennett, *The culture of the new capitalism*

Ματίνα Τσιγκάκου

doi: [10.12681/sas.911](https://doi.org/10.12681/sas.911)

Copyright © 2015, Ματίνα Τσιγκάκου



Άδεια χρήσης [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Βιβλιογραφική αναφορά:

Τσιγκάκου Μ. (2015). Richard Sennett, *The culture of the new capitalism*. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 24, 166–170. <https://doi.org/10.12681/sas.911>

σμένων προϋποθέσεων και θεωριών της μετάβασης από αυταρχικά κράτη σε δημοκρατικά που εξετάζονται και πιο αφαιρετικά αλλά και κατά περίπτωση.

Στο τέταρτο και τελευταίο μέρος, ο συγγραφέας επιχειρεί να βγάλει ορισμένα συμπεράσματα από τη συζήτηση που προηγήθηκε και να συνοψίσει ορισμένες βασικές λύσεις που έχει να προσφέρει ένα δημοκρατικό πολίτευμα σε κάποια προβλήματα, καθώς όμως και προβλήματα που μπορεί η ίδια η δημοκρατία να παράγει. Τελειώνει δε αυτό το τελευταίο μέρος παρουσιάζοντας έναν πίνακα όπου συγκρίνονται οι διάφορες θεωρίες της δημοκρατίας αναφορικά με συγκεκριμένα ζητήματα. Το βιβλίο κλείνει με ένα δοκίμιο του μεταφραστή που θίγει το ζήτημα της σχέσης δημοκρατίας και πολέμου.

Το βιβλίο του Schmidt δεν αποτελεί ένα απλό εγχειρίδιο θεωριών της δημοκρατίας (όχι ότι αυτό θα ήταν μεμπτό), αλλά φιλοδοξεί να αποτελέσει μια σφαιρική πραγμάτευση του δημοκρατικού φαινομένου, όπως αυτό συναντάται σε κλασικές θεωρίες φιλοσόφων, σε σύγχρονες θεωρίες κοινωνικών επιστημόνων, σε ποσοτικές μετρήσεις δεικτών 'δημοκρατικότητας', σε εμπειρικές αναλύσεις βασικών παραγόντων και στοιχείων των υπαρχουσών δημοκρατικών θεσμών και πολιτευμάτων. Η ταυτόχρονη έμφαση στη θεωρία και την πρακτική των δημοκρατιών, η διαφοροποίηση όχι με βάση μόνο τα τυπικά γνωρίσματα αλλά και τη λειτουργική τους πολιτική πραγματικότητα αποτελεί ένα από τα ατού του συγγραφέα. Η εξαιρετική δουλειά του μεταφραστή, όπως και η προσεγγιζόμενη έκδοση (πλήρης βιβλιογραφία, αναλυτικό ευρετήριο κ.λπ.), καθιστά πολύ άχαρα τη θέση του βιβλιοκριτικού, ο οποίος έχει πάντα το άγχος μην μετατραπεί σε πλασίο βιβλίων, ένα άγχος που κρύβει ίσως μια αλήθεια που δεν θέλει να ομολογήσει...

Κώστας Περεζόυς

Richard Sennett, *The Culture of the New Capitalism*, New Haven: Yale University Press 2006, σελ. 214

Αφορμή για την έκδοση του βιβλίου αυτού στάθηκαν οι διαλέξεις Castle στην Ηθική, την Πολιτική και την Οικονομική που έδωσε ο Richard Sennett μετά από πρόσκληση του πανεπιστημίου Yale το 2004. Δεν πρόκειται ωστόσο για μια ανασκόπηση του θέματος που τόσο έχει απασχολήσει και εξακολουθεί να απασχολεί τον συγγραφέα: φαίνεται ότι με την έκδοση αυτή έχουμε στα χέρια μας ένα ακόμη σημαντικό βιβλίο του Sennett, ο οποίος έχει αφιερώσει ιδιαίτερα μεγάλο μέρος του έργου του στο θέμα της εργασίας.¹ Σε όλα σχεδόν τα έργα του αυτή αποτελεί το εφελτήριο για τη γενικότερη καταγραφή, παρατήρηση και ερμηνεία του σύγχρονου κόσμου· έτσι και εδώ, ο συγγραφέας συστηματοποιεί, δίνει το στίγμα και πολιτογραφεί τον σύγχρονο άνθρωπο στην παγκόσμια κοινωνία.

Πρόκειται για ένα βιβλίο επιστημονικό ταυτόχρονα όμως και προσιτό: μπορούν να το διαβάσουν ειδικοί και μη, καθώς είναι βιωματικό με έναν πρωτότυπο τρόπο. Επιπλέον, η γνώση της έως τώρα συλλογιστικής πορείας του συγγραφέα δεν συνιστά προαπαιτούμενο. Αναλύει καταστάσεις που υπάρχουν γύρω μας και τις συνθήκες στις οποίες καλούνται όλοι να επιβιώσουν. Η γλώσσα του είναι άμεση, προσωπική, και χρησιμοποιεί συχνά παραδείγματα και εμπειρίες από την ιδιωτική του ζωή. Δεν είναι επιτηδευμένα ακατανόητος ή ακαδημαϊκός. Συχνά, συνομιλώντας ταυτόχρονα με τον εαυτό του και τον αναγνώστη, κάνει αυτοκριτική, διορθώνεται προβαίνοντας σε σχόλια και συγκρίσεις με τις παλαιότερες απόψεις του και επισημαίνει τα ακαδημαϊκά του κενά, όπως, για παράδειγμα, ότι παρέλειψε να εξετάσει τη σχέση φύλου και εργασίας ή ότι δεν ανέλυσε αρκετά το φαινόμενο του καταναλωτισμού.

Το βιβλίο αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο, ο Sennett εξηγεί εκτενώς τη μετάβαση από τη γραφειοκρατία του κοινωνικού καπιταλισμού στον εύκαμπτο καπιταλισμό [flexible capitalism] του σήμερα. Στην εποχή μας, η ασάφεια είναι παγκόσμια πραγματικότητα καθώς το καπιταλιστικό σύστημα εμπλέκει ολόκληρη την υφήλιο διευρύνοντας διαρκώς την άνιση κατανομή πλούτου. Είναι η αγορά του νικητή [winner-takes-all market]. Η εξουσία είναι αόρατη κι αόριστη. Ο έλεγχος αποσπάστηκε από την ιδιοκτησία και η εξουσία από την ευθύνη.

Κατόπιν, στο δεύτερο κεφάλαιο, εξηγεί τις θεμελιώδεις αλλαγές που συμβαίνουν στον τομέα της εργασίας. Καταδεικνύει τη διεύρυνση του φάσματος της αχρηστίας [specter of uselessness] που απειλεί πλέον όλους τους εργαζόμενους και οφείλεται στη υπερπροσφορά εργασίας, στον παραγκωνισμό του ανθρώπου από τον αυτοματισμό (τις μηχανές) και, τέλος, στο γήρας. Η μαστοριά [craftsmanship], με την έννοια της βελτίωσης μέσα από διαρκή εξάσκηση και εμπειρία, αντικαθίσταται από το ταλέντο και τα τυπικά προσόντα. Τα χαρακτηριστικά που πρέπει να συγκεντρώνει το άτομο στην εργασία του για να μπορέσει να επιβιώσει είναι τα εξής: ο χειρισμός του χρόνου χωρίς μακροπρόθεσμη προοπτική και σχεδιασμό· το ταλέντο να μαθαίνει γρήγορα, διαρκώς καινούρια πράγματα· και η δυνατότητα συνεχούς μετακίνησης χωρίς δεσμεύεις κυρίως συναισθηματικού τύπου. Όλοι αυτοί οι παράγοντες παροπλίζουν τον σύγχρονο άνθρωπο που μεταλλάσσεται πλέον σε ένα νέο είδος ανθρώπου και, την ίδια στιγμή, θεμελιώνουν ένα νέο είδος διαχωρισμού των ανθρώπων με βάση την αξία/ ικανότητα. Η αποτυχία είναι κάτι σαν κοινωνικό στίγμα/ ταμπού –ο νέος κοινωνικός ρατσισμός.

Στο τρίτο κεφάλαιο, ο συγγραφέας μιλά για τον καταναλωτισμό. Η καταναλωτική συμπεριφορά είναι ένα μοντέλο συμπεριφοράς που δεν συναντάται μόνο ως προς τα προϊόντα αλλά είναι χαρακτηριστική και για τον τρόπο κοινωνικής και πολιτικής δράσης του ατόμου. Από τα υλικά αγαθά μέχρι τους πολιτικούς, το

άτομο επιθυμεί διαρκώς χωρίς να εξαντλεί όσα ήδη κατέχει (διαρκής αντικατάσταση), αναλώνει και καταναλώνει. Και ο πολιτικός είναι ένα προϊόν. Οι κανόνες του προϊόντικού marketing εφαρμόζονται κατεξοχήν στην πολιτική επικοινωνία.

Το βιβλίο αυτό αποτελεί ένα ακόμη σαφές δείγμα της μεθοδολογίας του Sennett για σφαιρική προσέγγιση των κοινωνικών φαινομένων. Το 'μέσα' με το 'έξω', το ψυχολογικό με το κοινωνικό αλληλοδιαπλέκονται και δεν διαχωρίζονται. Ο συγγραφέας αλλάζει διαρκώς σκοπές: κοινωνική/ ψυχολογική, μιλά σε μικρο- και μακρο-κλίμακα, αντιμετωπίζει το άτομο τόσο ως μέλος συλλογικότητας όσο και ατομικά.

Προβαίνει σε μια προσεκτική σταχυολόγηση και αναδρομή σε παλιότερες δικές του απόψεις όσο και σε επιταγές της ιστορικής πραγματικότητας. Επιταγές της Αναγέννησης, του Διαφωτισμού, των πρώτων βημάτων του καπιταλισμού, του σοσιαλισμού, της πολιτικής του Bismarck και της 'προτεσταντικής ηθικής' του Weber, πρακτικές δοκιμασμένες ανά τις εποχές αναφορικά με την αντίληψη για την εργασία και το άτομο. Το έργο του Weber αποτελεί σημείο αναφοράς στο οποίο ανατρέχει πολύ συχνά ενώ και εδώ, γι' άλλη μια φορά, παραπέμπει στην Arendt αναφορικά με το καταναλωτικό πάθος και τη δημόσια αγορά –ας μην ξεχνάμε ότι ο Sennett αναφέρεται στην Arendt² ήδη από τα πρώιμα έργα του.

Στο επίκεντρο της ανάλυσης του βρίσκεται η μεσοία τάξη. Η προτίμησή του στην τάξη αυτή δεν είναι τυχαία: παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον επειδή είναι η τάξη που δεν έχει συγκεκριμένη κοινωνική ταυτότητα ή, τουλάχιστον, συγκροτείται δύσκολα και συχνά παρακάμπτεται ή συμπίεζεται απορροφώντας τους κραδασμούς από αμφότερες τις άλλες τάξεις –από τη μια μεριά, οι ανειδίκευτοι εργάτες και, από την άλλη, τα υψηλόβαθμα στελέχη με υψηλή μόρφωση.

Υιοθετώντας τον όρο *liquid modernity*³ για την ύστερη νεωτερικότητα, διαπιστώνει ότι, τελικά, αποδομώντας οργανισμούς, θεσμούς και νοήματα δεν ιδρύθηκαν νέες κοινότητες ή συλλογικότητες –'taking institutions apart has not produced more community', γράφει χαρακτηριστικά. Δεν δημιουργήθηκαν σχέσεις εμπιστοσύνης, συμπάθειας και διαπροσωπικής επαφής. Αντιθέτως, ο κίνδυνος απώλειας της αφήγησης ζωής [life narrative], της απώλειας της προσωπικής ιστορίας του ατόμου, είναι ορατός. Η αποσπασματικότητα, η ασάθεια, η έλλειψη μακροπρόθεσμων προοπτικών εμποδίζουν την καλλιέργεια και την έκφραση του χαρακτήρα, ο άνθρωπος, στην κυριολεξία, δεν προλαβαίνει να προσαρμοστεί, να αποκαλύψει, να ανακαλύψει τον εαυτό του.

Το αποτέλεσμα, όπως επιβεβαιώνει για άλλη μια φορά, είναι η εσωστρέφεια και η εσωτερίκευση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι: αφομοιώνουν τα προβλήματα και θεωρούν εαυτούς ένοχους καθώς η αδιαφορία και η μετατόπιση των ευθυνών από το κέντρο στην περιφέρεια, από το άτομο στα κέ-

ντρα εξουσίας είναι εμφανής τόσο στο εργασιακό επίπεδο όπως και στην πολιτική, σε διακρατικό επίπεδο πλέον. Στον αντίποδα του κοινωνικού καπιταλισμού με τη στρατιωτική δομή, τον παρεμβατισμό και το 'σίδερένιο πλέγμα' [iron cage] της γραφειοκρατίας του Weber, το κράτος αδιαφορεί πλέον για τον πολίτη λανθάνοντας την αδιαφορία αυτή σαν ατομική ελευθερία.

Στο τελευταίο μέρος του βιβλίου, ο Sennett έχει αντιπρόταση. Αν και δεν ευαγγελίζεται ιδανικές καταστάσεις, χωρίς ωστόσο να καταστροφολογεί και να επισείει κινδύνους, εμφανίζεται –θα λέγαμε– συγκρατημένα αισιόδοξος. Τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται δεν τις θεωρεί απαρχή μιας νέας εποχής, την πολυαναμενόμενη νέα σελίδα, αλλά αποκορύφωση του ήδη υπάρχοντος συστήματος.

Αποφεύγει τα ευχολόγια και συνθέτοντας ήδη τεκμηριωμένες κατά την πρόοδο του βιβλίου απόψεις ελπίζει στην αλλαγή του τρόπου οργάνωσης της οικονομίας της Αμερικής και στην αφύπνιση των ιδίων των Αμερικανών. Προκειμένου για μια κοινωνία πιο προσωποποιημένη, με διαπροσωπική και άμεση επικοινωνία, προτείνει την αναγνώριση της χρησιμότητας των ατόμων. Πιο συγκεκριμένα, ο παροπλισμός πολλών εργαζομένων εξαιτίας της ηλικίας τους και η έλλειψη αναγνώρισης σε ανθρώπους που δουλεύουν εθελοντικά ή κάνουν δουλειές φροντίδας, όπως οι γιαγιάδες, οι οικιακές βοηθοί, οι νταντάδες, εντείνει το φάσμα της αχρηστίας. Ο συγγραφέας προτείνει να παρέχονται και μισθολογικές αποδοχές στα άτομα αυτά που μπορεί να είναι ακόμα και άτομα από την ίδια την οικογένεια.

Ακόμη, τονίζει ότι θα πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία στην καλλιέργεια της τέχνης/ μαστοριάς [craftsmanship] από εκπαιδευτικούς, εργατικούς και πολιτικούς οργανισμούς, ώστε να αποκατασταθεί ο κοινωνικός χαρακτήρας της εργασίας. Προτείνει ως λύση στην ανασφάλεια που επικρατεί, η οποία δεν είναι απλώς μια συνέπεια του νέου καπιταλισμού αλλά απαραίτητο συστατικό του, τη δημιουργία μιας δυνατής κουλτούρας ώστε να λειτουργήσει σαν αντίβαρο, σαν πνευματική και συναισθηματική 'άγκυρα' [mental-emotional anchor]. Μάλλον η κουλτούρα είναι η 'νέα σελίδα' που αναζητά η σύγχρονη δυτική κοινωνία.

Το βιβλίο αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει ένα εγχειρίδιο-οδηγό αντίληψης της σύγχρονης πραγματικότητας σε πλανητικό επίπεδο, έναν μπουδσούλα για τα τεκταινόμενα και ένα χρονικό για την πορεία μας ως εδώ· συνιστά, με άλλα λόγια, μια μπαλζακική⁴ αποτύπωση της ρευστής ύστερης νεωτερικότητας και μια σαφή δήλωση της πλανητικής συμπλοκής-συνενοχής στη μετάλλαξη της έννοιας του πολίτη σε καταναλωτή.

Ματίνα Τσιγκάκου

Σημειώσεις και βιβλιογραφικές αναφορές

1. Βλ. έργα του όπως: *The Hidden Injuries of Class* (1972) ή *The Corrosion of Character* (1998).
2. Για παράδειγμα, στο *The Fall of the Public Man*, New York: Knopf, 1977.
3. Η πατρότητα του όρου ανήκει στον Zygmunt Bauman.
4. Ο Balzac είναι και αυτός ένας από τους μέντορες του Sennett καθώς, όπως έχει πει ο ίδιος στο *Fall of the Public Man*, οι λεπτομερείς περιγραφές του αποτελούν τεκμηριωμένη καταγραφή των κοινωνικών συνθηκών και των μεταλλάξεων που σημειώνονταν την εποχή του.

W. Leiss, S. Kline, S. Jhally & J. Botterill, Διαφήμιση και Επικοινωνία: Η κατανόηση στην εποχή των μέσων μαζικής επικοινωνίας, μτφρ. Κ. Μεταξά, εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα 2008, σελ. 800

Το βιβλίο των Leiss, Kline, Jhally & Botterill είναι κατ' ουσίαν και μέγεθος μια μικρή εγκυκλοπαίδεια της διαφήμισης. Ογκώδες, το *Διαφήμιση και Επικοινωνία: Η κατανόηση στην εποχή των μέσων επικοινωνίας* καταγράφει τη λειτουργία, τον ρόλο, την πορεία και τον αντίκτυπο της διαφήμισης σε τρεις διαφορετικές περιοχές –σε αυτή της παραγωγής νέων προϊόντων, στο πεδίο του πολιτισμού και, τέλος, στα μέσα μαζικής επικοινωνίας– τις οποίες οι συγγραφείς διαπλέκουν εύστοχα στη λεπτομερή και εκτενή τους αφήγηση. Το βιβλίο, με αφορμή τη διαφήμιση, πραγματεύεται νέα ζητήματα όπως η παγκοσμιοποίηση και το διαδίκτυο, οι σύγχρονες στρατηγικές επικοινωνίας και οι νέες τάσεις στον κλάδο της διαφήμισης· ανιχνεύει επίσης τις νέες ανάγκες του καταναλωτικού κοινού οι οποίες συνδυάζονται με αναλύσεις περιεχομένου που αφορούν την εξέλιξη της διαφημιστικής ρητορικής σε συνάρτηση με τα μέσα.

Είναι αλήθεια πως η διαφήμιση μέχρι και το 1980 αποτελούσε αντικείμενο μελέτης επιστημονικών πεδίων όπως το μάρκετινγκ, η οικονομία και η συμπεριφορά καταναλωτή. Αργότερα όμως, όταν ιστορικοί, κοινωνιολόγοι, κοινωνικοί αναλυτές, ψυχολόγοι και επικοινωνιολόγοι εισήγαγαν στη διερεύνησή της προοπτικές κριτικής, ιστορίας και πολιτισμού, η διαφήμιση απέκτησε ενδιαφέρον τόσο για το φανερό όσο και για το υφέριον περιεχόμενό της, όχι μόνο στο πλαίσιο του οικονομικού της ρόλου, αλλά και σε αυτό της αναπαράστασης και της επίδρασής της στην κοινωνική διαμόρφωση.

Καθώς οι επιστήμες του οπτικού πολιτισμού και της πολιτικής κοινωνιολογίας των μέσων άρχισαν να παίρνουν μορφή και να κατισχύουν στο αναλυτικό πεδίο, η διαφήμιση προσέφερε πλούσιο υλικό για τη μελέτη της ανθρώπινης ψυχολογίας και των τρόπων πειθούς σε όλα τα πεδία της κοινωνικής αλληλόδρασης.