

Η κατανάλωση: μεταφορά για το μοντέρνο και ρωγμή στη γυναικεία αφάνεια

ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΒΛΑΧΟΥΤΣΙΚΟΥ

ΣΤΗ ΣΚΕΨΗ για τις κοινωνίες και τους πολιτισμούς αποτελεί πλέον κοινό τόπο πως η πολιτισμική τάξη μιλάει και μιλιέται με το ιδίωμα της μεταφοράς. Πάνω σ' αυτήν τη βάση θεωρείται ότι οι μεταφορές που χρησιμοποιεί ένα κοινωνικό σύνολο έχουν να μας μάθουν πολλά για την όλη οργάνωση της κοινωνικής του ζωής.

Το πόσο διαφωτιστική μπορεί να αποβεί η ανάγνωση πολιτισμικών στοιχείων από το πρίσμα της μεταφοράς έχει φανερί καθαρά στις μελέτες για το φύλο¹. Από τα μέσα του '80 και ύστερα, όταν οι μελετητές του φύλου άρχισαν να ανιχνεύουν συστηματικά τη μεταφορική διάσταση, φάνηκε στις πραγματικές του διαστάσεις το πόσο στις δυτικές τουλάχιστον κοινωνίες, η όλη κοινωνική ζωή διαποτίζεται από κατασκευές του φύλου. Φάνηκε, με άλλα λόγια, πόσο βαθιά έμφυλες είναι οι αναφορές που συγκροτούν αντιλήψεις για την πραγματικότητα και προσανατολίζουν την καθημερινή ζωή. Κατά προέκταση, οι μεταφορές που κρύβουν μέσα τους οι κοινοί, σε μια κοινωνία, τόποι για τα φύλα αποδείχθηκαν εξαιρετικά αποκαλυπτικές ως προς άλλα γνωρίσματα που χαρακτηρίζουν και συγκροτούν την πολιτισμική της τάξη.

Η Ελλάδα, και ιδιαίτερα ο αγροτικός χώρος, έχουν θεωρηθεί πεδία εξαιρετικά πρόσφορα σε τέτοιες αναλύσεις: στις αντιλήψεις για τους άνδρες και τις γυναίκες, τον ανδρισμό και τη θηλυκότητα, η ελληνική εθνογραφία έχει βρει να αντιπροσωπεύονται και να διαμεσολαβούνται άλλες αντιτιθέσεις, κομβικές για την οργάνωση της κοινωνικής ζωής, όπως το δικός/ξένος, το μέσα/έξω, ή και το άτομο/κοινωνία (Dubisch 1986: 31-38). Αναμφίβολα η ανίχνευση αυτών των μεταφορών ανέδειξε το φύλο ως εντελώς κεντρική πολιτισμική παράμετρο στην ελληνική κοινωνία. Το ανέδειξαν όμως μ' έναν εντελώς ιδιαίτερο τρόπο. Όπως φαίνεται και από τα παραδείγματα που ανέφερα, οι εθνογράφοι που μελέτησαν πολιτισμικά σχήματα στον ελληνικό αγροτικό χώρο από τη σκοπιά της μεταφοράς επικεντρώθηκαν κατά κανόνα σε αρχέτυπα. Επικεντρώθηκαν δηλαδή στους τρόπους με τους οποίους οι αρχετυπικές ιδιότητες του δίπολου άνδρες/γυναίκες συνδέονται με άλλα αρχετυπικά πολιτισμικά δίπολα.

Αυτή η επικέντρωση σε αρχέτυπα εξυπνοεί σταθερότητα θε-

σμών και αργούς ρυθμούς αλλαγής. Διαφαίνεται, με άλλα λόγια, το μοντέλο της «απλής» κοινωνίας το οποίο, όπως έχει συχνά επισημανθεί, υπήρξε κυρίαρχο στην εθνογραφία του ελληνικού αγροτικού χώρου έως πρόσφατα. Κατά την τελευταία, ωστόσο, δεκαετία έχει αρχίσει να αντιτάσσεται ως πρόταγμα να αναγνωρισθεί ο σύνθετος χαρακτήρας της ελληνικής κοινωνίας και να δοθεί έμφαση στις διαδικασίες της διαφοροποίησης (Παπαταξιάρχης 1992: 70-72, Μπακαλάκη 1993: 56-58). Στο άρθρο που ακολουθεί κινήθηκα προς αυτή τη δεύτερη κατεύθυνση. Πρόθεσή μου είναι να ανιχνεύσω τις μεταφορές οι οποίες διαπλέκουν και συναρτούν τη νεωτερικότητα και την κοινωνική αλλαγή με τις γυναίκες και τα γυναικεία. Ειδικότερα: με βάση μια μελέτη που διεξήγαγα σ' ένα χωριό της Βοιωτίας στα μέσα της δεκαετίας του 80, θα εξετάσω εντόπια σχήματα οικογενειακής ζωής και τις αναπαραστάσεις που τα συνόδευαν, προκειμένου να αναφανούν ορισμένες αλυσιδωτές εξισώσεις, οι οποίες στο επίπεδο του συμβολικού κατέληγαν να προσδίδουν μια έμφυλη, γυναικεία διάσταση σε βιώματα νεωτερικότητας.

Με δεδομένο το ενδιαφέρον μου για το πώς κατασκευάζονται η νεωτερικότητα και η κοινωνική αλλαγή, επέλεξα ως τόπο μελέτης ένα χωριό όπου εύρωστες αυτόχθονες δομές συνυπάρχουν με συνθήκες που προσφέρονται για τον ενστερνισμό έξωθεν σχημάτων. Πρόκειται για ένα χωριό που διατηρούσε κυρίαρχα γεωργική φυσιογνωμία, εν μέρει μόνο εκμηχανισμένη παραγωγή και πατροτοπικούς θεσμούς, ενώ ταυτόχρονα τόσο τα γεωγραφικά και οικονομικά δεδομένα όσο και οι εντυπώσεις που απεκόμισα από τις πρώτες ανιχνευτικές κουβέντες που έκανα με τους κατοίκους υποδήλωναν πολυεπίπεδα ανοίγματα προς το ευρύτερο περιβάλλον². Στόχος της όλης μελέτης ήταν να παρακολουθήσω τους τρόπους με τους οποίους τη στιγμή αυτή οι γυναίκες αναπλάθουν τις τρέχουσες και εγκατεστημένες αντιλήψεις για τις ιδιότητες, τις υποχρεώσεις, τα δικαιώματα ή τη συμπεριφορά που ταιριάζουν στην κάθε τους ταυτότητα και την κάθε τους σχέση. Με ενδιαφέρον, κατά πρώτο λόγο, οι τρόποι με τους οποίους οι γυναίκες επιχειρούσαν να επαναπροσδιορίσουν καθεωρωμένες αξίες και νοήματα και ήθελα να παρακολουθήσω

την προβληματοποίηση του αυτονόητου και τις επερωτήσεις στο δεδομένο. Έτσι στράφηκα στην καθημερινότητα ως πεδίο όπου οι πολιτισμικοί επικαθορισμοί πραγματώνονται και αναιρούνται, ήτοι αναπλάθονται ανά πάσα στιγμή³.

Από τις πρώτες ήδη μέρες της διαμονής μου στο χωριό φάνηκε ότι ο εντόπιος λόγος για την καθημερινότητα, και ιδιαίτερα ο γυναικείος, συγκροτείται με κεντρική αναφορά σε απόψεις, συμπεριφορές και συμβάντα που σχετίζονται με πρόσκτηση και χρήση καταναλωτικών προϊόντων. Στις διηγήσεις της κάθε γυναίκας, τα μικρά ιστορικά του ποιος απέκτησε ή δεν απέκτησε, χρησιμοποιεί ή δεν χρησιμοποιεί τι, πότε και πώς, συνυφαίνονται με την προσωπική της ιστορία και παραπέμπουν σε κεντρικές συντεταγμένες της ζωής της. Την εποχή της μελέτης μου, ο λόγος περί την αλλοτινή και σημερινή πραγματικότητα του χωριού και τη συνδιαλλαγή των υποκειμένων με τους όρους της ύπαρξής τους είναι σε μεγάλο βαθμό λόγος περί την κατανάλωση.

Καθώς δεν είχα ξεκινήσει την έρευνα με σκοπό να διερευνήσω καταναλωτικές πρακτικές, σ' αυτό το πρώτο αρχικό στάδιο είχα την τάση να αντιπαρέρχομαι την ενασχόληση με την κατανάλωση, ως σύμπτωμα του «καταναλωτισμού», που κατά τα μέσα της δεκαετίας του '80 συζητιόταν ευρύτατα ως επιφαινόμενο των γενικότερων κοινωνικο-οικονομικών ανακατατάξεων της ελληνικής κοινωνίας. Εκείνο που με έκανε να θελήσω να καταλάβω καλύτερα αυτή την αδιάλειπτη ενασχόληση των συνομιλητών μου με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μαζικής καταναλωτικής αγοράς ήταν ο εμπόλεμος χαρακτήρας του εντόπιου λόγου. Η εικόνα που προέκυπτε, καθώς παρακολουθούσα από κοντά τις πρακτικές και τις αναπαραστάσεις που σχετίζονταν με την κατανάλωση, καθόλου δεν επιβεβαιώνει την τόσο, κατά την εποχή εκείνη, διαδεδομένη κοινοτυπία που ήθελε τον «καταναλωτισμό» κατακτητή χωρίς αντίπαλους, να καταλαμβάνει όλο τον ορίζοντα και το ψυχικό πεδίο των ανθρώπων και να ισοπεδώνει, ανεμπόδιστος, ενάντιες αξίες και αντιλήψεις⁴.

Στις επιτόπιες σημειώσεις μου βλέπω να επαναλαμβάνεται η συντομογραφία «μάχη για». Καθώς προχωρούσε η έρευνα, η απάντηση στο κάθε «μάχη για» περνούσε κλιμακωτά από το περιορισμένο και παροδικό, στο ευρύ και επαναλαμβανόμενο. Αυτό που τα υποκείμενα προσλαμβάνουν ως το συγκεκριμένο προϊόν-αντικείμενο της διαμάχης τους οδηγεί σε ό,τι, περισσότερο ή λιγότερο συνειδητά, διαβλέπουν ως ένα ευρύτερο ζήτημα που διακυβεύεται μεταξύ τους την ώρα εκείνη, που κι αυτό, με τη σειρά του, καταλήγει να ενταχθεί σε μια διαπύλη ιδεολογιών, οι οποίες επεκτείνονται, τελικά, σε κάθε διάσταση του κοινωνικού βίου. Μ' άλλα λόγια, όχι μόνο δεν συμφωνούν όλοι για την αξία της κατανάλωσης αλλά, και κυρίως, οι αντιθετικές τοποθετήσεις απέναντι στο θέμα της κατανάλωσης φαίνεται να συγκροτούν ένα πεδίο όπου δοκιμάζονται πολύ ευρύτερες αντιπαράθεσεις⁵. Βρίσκομαι σ' ένα χωριό που αντιλαμβάνεται τη σημερινή του

πραγματικότητα με όρους συγκρουσιακής συνύπαρξης και αδιάκοπης αναμέτρησης ανάμεσα σε αντίπαλα σχήματα ζωής⁶. Πρόκειται για μια διαπύλη που το χωριό θεωρεί εντελώς κρίσιμη για την πορεία και τη μοίρα της κοινωνίας του. Το γεγονός ότι αυτή η διαπύλη διαμεσολαβείται στις συνειδήσεις από τα μικρά καθημερινά της καταναλωτικής συμπεριφοράς, με ωθεί να παρακολουθήσω τους τρόπους με τους οποίους η θεμελιακή μεταφορά κατανάλωση/μοντέρνο διαπλέκει τα διάφορα αυτά επίπεδα της καθημερινότητας. Στον βαθμό που το χωριό αντιλαμβάνεται την κατανάλωση ως κεντρική αρένα, όπου αποφασίζονται οι ρυθμοί και οι μορφές της κοινωνικής αλλαγής και στον βαθμό που η σφαίρα της κατανάλωσης ορίζεται ως κατεξοχήν γυναικεία, παύει να αποσιωπάται και να περιθωριοποιείται το θεσμικό εκτόπισμα της γυναικείας δραστηριότητας. Τα μικρά καθημερινά των γυναικών ανοίγουν ένα δρόμο για να φανεί και να μιληθεί με το όνομά της η επενέργεια της γυναικείας δράσης στους θεσμούς και τις αξίες, πράγμα που σημαίνει ότι ενσωματώνεται στη γυναικεία ταυτότητα μια νέα διάσταση κοινωνικής παρουσίας. Επέρχεται άραγε μια ρωγμή στη συνθήκη της γυναικείας αφάνειας;

A. Η κατανάλωση ως μεταφορά για το μοντέρνο

Το δίπολο παραδοσιακό/μοντέρνο –που έχει τόσο αμφισβητηθεί σε επίπεδο θεωρητικής συζήτησης ώστε διστάζει κανείς να αναφέρει τους όρους αυτούς εκτός εισαγωγικών– χρησιμοποιείται στο χωριό τα μέσα του '80 ως κεντρικό σημείο αναφοράς στην ταξινόμηση και τον έλεγχο της συμπεριφοράς των ατόμων. Το μοντέρνο, όπως και το παραδοσιακό, προσλαμβάνονται το καθένα ως ένας συνεκτικός τρόπος ζωής, ο οποίος διαποτίζει με τις δικές του ιδιαίτερες ποιότητες όλο το φάσμα των κοινωνικών σχέσεων και ο οποίος υποστασιοποιείται σ' ένα ευρύτατο φάσμα θεσμών και αντιλήψεων. Δίπολο περιεκτικό και πολύσημο που εξυπνοεί και αντιστίζει στον χρόνο («παλιά /τώρα») όπως και αντιστίζει στον χώρο («χωριό/ Αθήνα», με έντονες συνδηλώσεις περιφέρειας/κέντρου) με πλέον ίσως εύγλωττη, αμφίσημη και φορτισμένη την αντίστιξη «πίσω/μπροστά»⁷. Το δίπολο αυτό φάνηκε να προσφέρει στα υποκείμενα τον κύριο γνώμονα, βάσει του οποίου χαρακτηρίζουν και αξιολογούν τη συλλογική ιστορία και τη σημερινή πραγματικότητα του χωριού, καθώς και τους όρους ύπαρξης και τη συμπεριφορά των ατόμων.

Οι εγχώριες σχηματοποιήσεις της αντίστιξης παραδοσιακό/μοντέρνο θέλουν τα πράγματα πολωμένα. Στον ένα πόλο το χωριό τοποθετεί τα παραδοσιακά σχήματα –«παλιά» συχνά ακόμη και «υπανάπτυκτα» ή «για την πρόοδο» ανάλογα με τη στάση του ομιλούντος– και στον άλλο τη νεωτερικότητα η οποία χαρακτηρίζεται είτε ως «διάλυση» είτε ως «εξέλιξη». Αν όμως κάποτε η αντιπαράθεση παραδοσιακών σχημάτων με άλλους τρόπους ζωής υπήρχε κυρίως σαν αίσθηση

αγεφύρωτης πολιτισμικής διαφοράς ανάμεσα στο χωριό και την πόλη, τώρα οι «παραδόσεις» ή «τα έθιμα» απέναντι στις «καινούριες ιδέες» ή «μοντέρνες νοοτροπίες» εμφανίζονται ως αντιτίξεις που πραγματώνονται μέσα στο ίδιο το χωριό. Είναι κοινή η πεποίθηση των συνομιλητών μου πως η νεωτερικότητα διεκδικεί πλέον παρουσία στο εσωτερικό της εγχώριας κοινωνίας. Θεωρείται ότι ενώ κάποτε η αναφορά σε αυτή τη διαφορετική ζωή άγγιζε το νοικοκυριό σαν επιδίωξη για όσους προοριζόταν να φύγουν, τώρα η «εξέλιξη» έρχεται να μετασχηματίσει την ίδια την κοινωνία του χωριού.

Οι όροι με τους οποίους το χωριό προσλαμβάνει την κοινωνική αλλαγή είναι διφορούμενοι. Είναι κοινή η πεποίθηση ότι η νεωτερικότητα έχει αυτή τη στιγμή εκτοπίσει τα εγχώρια πα-



ραδοσιακά σχήματα. Σύμφωνα με την τοπική μυθολογία, σήμερα, ακόμη και τα πιο αυστηρά παραδοσιακά νοικοκυριά έχουν συνθηκολογήσει με το φιλελεύθερο πνεύμα των καιρών. Οι μέρες της απόλυτης σιωπής του γιου μπροστά στον πατέρα, των γυναικών μπροστά στους άνδρες και της νύφης μπροστά σε όλους – σιωπή που το χωριό θεωρεί ότι έως και πριν δέκα χρόνια υπήρχε αδιαπραγμάτευτη, έχουν περάσει ανεπιστρεπτί. Τα ίδια, ωστόσο, άτομα που μιλούν για την ασταμάτητη ορμή της νεωτερικότητας μεταφέρουν ταυτόχρονα και την αίσθηση ότι τα παραδοσιακά σχήματα παραμένουν επίκαιρα ως πλαίσια αναφοράς που κατευθύνουν την πρακτική. Έτσι, ακόμη κι εκείνοι που επιμένουν πως «τα παλιά» έχουν απολύτως ξεπεραστεί, μιλούν πολύ συχνά σαν να βρίσκονται ακόμη σε εσωτερικό διάλογο με αυτούς τους άκαμπτους παραδοσιακούς τρόπους σκέψης και συμπεριφοράς. Η εντόπια μυθολογία για την κοινωνική αλλαγή που συνάντησα στο χωριό παραπέμπει σε κλασική, θα έλεγα, εκδοχή, στο φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης που τόσο έχει απασχολήσει τους μελετητές της νεωτερικότητας την τελευταία δεκαετία. Οι συνομιλητές μου έχουν συνείδηση ότι τα όσα συμβαίνουν στο χωριό προϋποθέτουν και εκφράζουν παγκόσμιες

εξελίξεις ενώ, ταυτόχρονα, προβάλλεται σε κάθε βήμα και ανά πάσα στιγμή ένα πρόταγμα οριοθέτησης απέναντι στον έξω κόσμο, μια απαίτηση να παιχτεί το παιγνίδι με εντόπιους όρους⁸. Δεν θα υπεισέλθω εδώ στην κουβέντα για το αν το πρόταγμα τοπικής οριοθέτησης συνιστά άρρηκτη διάσταση της νεωτερικότητας ή δύναμη που την αναχαιτίζει. Το βέβαιο είναι ότι στο χωριό τα υποτιθέμενα αμιγή παραδοσιακά σχήματα δεν υπάρχουν απλώς και μόνο σαν αναμνήσεις μιας ανύπαρκτης πραγματικότητας, που δεν αφορά πλέον κανέναν. Οι αναφορές στο παραδοσιακό παραπέμπουν άμεσα σε σημερινά μελήματα και σημερινές διαμάχες. Ο λόγος για την παραδοσιακή τάξη είναι λόγος πολιτικός.

Κεντρικό, όσο και επίμαχο, σημείο αναφοράς στον λόγο αυ-

τό για τους «παλιούς καιρούς» είναι η «στέρηση».

Η Κατίνα, είκοσι πέντε ετών, σχολιάζει αποδοκιμαστικά την επίμονη άρνηση της μάνας της να «κοιτάξει τον εαυτό της ... Θα κλέψει για να βάλει στη μπάντα και το χιλιάρικο για την προίκα» ενώ για τον εαυτό της δεν θέλει «ούτε μία μπλούζα»⁹. Η μητρική γκαρνταρόμπα παρουσιάζεται πενιχρή και πληκτική: «δύο ρόμπες και ένα ταγιέρ για επισκέψεις».

Είναι άλλες εδώ στο χωριό και πιο μεγάλες, πολύ πιο προχωρημένες. Αλλά η μάνα μου ...και το πιάτο το φαί να το στερηθεί, που λέει ο λόγος, για να βρουν τα παιδιά. Εγώ αυτό δε το καταλαβαίνω. Αν έχω θα τα δώσω. Όχι να στερούμαι για να φτιάξω αυτό κι αυτό για το παιδί μου.

Το παραμελημένο ντύσιμο της μεγαλύτερης γυναίκας, καθώς και το, παροιμιώδες πια, πιάτο το φαί, ανήκουν στο μεγάλο απόθεμα εικόνων που αναπαριστούν και κωδικοποιούν τη φιλοσοφία της στέρησης. Οικείες, καθημερινές και υλικές, οι ρόμπες όπως και το ταγιέρ (εικόνα την οποία, ας λεχθεί, βρήκα να ανακλύπτει πανομοιότυπη στον λόγο πολλών νεότερων γυναικών για τις μεγαλύτερες) ορίζουν το γυναικείο σώμα ως κατεξοχήν τόπο της στέρησης, ενώ τεκμη-

ριώνουν ως απόλυτα απτή και πραγματική την όλη αυτή φιλοσοφία. Φέρεται δε η φιλοσοφία αυτή ως αλλοτινή κανονικότητα, με αδιαμφισβήτητη, τότε, την ηθική της δικαίωση (το καλό, πάντα, των παιδιών) και φέρεται ακόμη απολύτως παρούσα και μαχητική στο σκηνικό της σημερινής ζωής. Με τη διαφορά πως σήμερα εμφανίζεται αμυνόμενη και με κάποιους χρωματισμούς παρωχημένου – βλέπε την εξαιρετικά, επίσης, διαδεδομένη εικόνα της στενόμυαλης μάνας, ή πεθεράς, η οποία, ενάντια στις προτροπές της υπόλοιπης οικογένειας, εμμένει σε άχρηστες σήμερα υπερβολές αυτοθυσίας («δε θέλει ούτε μία μπλούζα»).

Η ίδια όμως συνομιλήτριά μου, μιλώντας αργότερα για τα οικονομικά του δικού της νοικοκυριού, αποκαλύπτει πως η φιλοσοφία του «δε θα στερηθώ» έχει να αναμετρηθεί με το κύρος των παραδοσιακών αξιών:

Δεν παίρνω ποτέ λεφτά, ούτε για μια χτένα αν δεν το πω πριν... Τώρα θέλουμε για τα φωτιστικά. Ο ένας θέλω αυτό ο άλλος εκείνο, γίνεται; Είναι άλλες θα πάνε βόλτα παίρνουνε. Αυτές κάνουν τις Αθηναίες. Εγώ έχω άλλες ιδέες. Εμείς πώς τα βρήκαμε; Εμείς δεν πρέπει να φτιάξουμε κάτι το καλύτερο για τα παιδιά μας;

Αφήνοντας προς το παρόν κατά μέρος το πιο πρόδηλο στοιχείο των σχολίων της Κατίνας, δηλαδή το πώς οι διαφορές των αντιλήψεων μορφοποιούνται μέσα από περιγραφές καταναλωτικής συμπεριφοράς, επισημαίνω κάποια άλλα σημεία που προέχει να τονιστούν εδώ. Η συνομιλήτριά μου διαφοροποιεί τις συμπεριφορές με πρωταρχική αναφορά σε ανταγωνιστικά πρότυπα: δεν μιλάει για διαφορές χαρακτήρων, μιλάει για διαφορετικές συνήθειες και ιδέες. Στον λόγο της εμφανίζεται ως αυτονόητο (έτσι ώστε να υποδηλώνεται με μία και μόνη λέξη «προχωρημένες», «παλιές ιδέες», «Αθηναίες») πως τις διαφορές διατρέχει η αντίστιξη παραδοσιακού/μοντέρνο. Ακόμη, οι τόνοι των σχολίων της νέας γυναίκας υποδηλώνουν πως η συνύπαρξη διαφορετικών σχημάτων βιώνεται συγκρουσιακά. Η κάθε αντίληψη, η κάθε συμπεριφορά –της μάνας της, οι δικές της, ορισμένων συνομηλίκων της– παρουσιάζεται ως επίμαχη. Ο λόγος της συνομιλήτριάς μου εγγράφεται σ' έναν κοινό τόπο: την πεποίθηση ότι αυτή τη στιγμή στο χωριό διεξάγεται μάχη για το νόημα, το κύρος και τελικά την κυριαρχία αντίπαλων σχημάτων ζωής. Οι αναπαραστάσεις, τέλος, του αμιγώς παραδοσιακού λειτουργούν ως ενεργό πλαίσιο αναφοράς στη διαμόρφωση της σημερινής καθημερινότητας. Η Κατίνα, βέβαια, αποστασιοποιείται από τις ακρότητες της μητρικής αυτοθυσίας. Σ' αυτές όμως ακριβώς τις θυσίες στρέφεται το μυαλό της όταν έχει να χαράξει, για τις δικές της προσωπικές ανάγκες, τη γραμμή ανάμεσα στο αναγκαίο και τη σπατάλη.

Η «παραδοσιακή» τάξη πραγμάτων έχει καταγραφεί στις συνειδήσεις ως αρραγές, συνεκτικό σύστημα θεσμών και ιδεολογίας με επίκεντρο το νοικοκυριό, μονάδα δομημένη στη

βάση της ενότητας των γονιών με τους γιους. Κατευθυντήρια αρχή όλης αυτής της ιδεολογίας είναι η ύψιστη αξία που αποδίδεται στο έργο, το οποίο η μια γενιά επιτελεί για την επόμενη. Αυτό που η μια γενιά θα συσσωρεύσει και θα παραδώσει στην επόμενη, το έργο συνιστά άρρηκτη διάσταση της συνέχειας την οποία η ιδεολογία αυτή εξυπνοεί και εξυπηρετεί – και συνυφαίνεται από πολλές πλευρές με τα άλλα στοιχεία που εκφράζουν το πνεύμα του παραδοσιακού τρόπου ζωής: τη χειραγώγηση της ύπαρξης από τη δουλειά και τις ανάγκες της παραγωγής, την ανστηρότητα των ιεραρχήσεων, το άκαμπο των επιταγών που συναρτώνται με συγκεκριμένες θέσεις στο νοικοκυριό, την κυριαρχία γενικά του προδιαγεγραμμένου, της υποχρέωσης και της πειθαρχίας και, πάνω απ' όλα, την κυριαρχία του μέλλοντος πάνω στο παρόν.

Το χωριό προσλαμβάνει το μοντέρνο ως τον εφόλης της ύλης αντίποδα του παραδοσιακού. Βρήκα να λειτουργεί μια συγκεκριμένη και περιεκτική αναπαράσταση ενός αμιγώς μοντέρνου τρόπου ζωής, ο οποίος στην ακραία αυτή μορφή τοποθετείται από όλους μακριά από τη ζωντανή πραγματικότητα του χωριού – στην Αθήνα, λιγότερο ως πραγματική, ορατή πόλη και πιο πολύ ως μεταφορά για το κέντρο, όπου το αστικό συμφύρεται με το κοσμοπολίτικο, τη Δύση, το «έξω»¹⁰. Ο μοντέρνος αυτός τρόπος ζωής φαντασιώνεται ως ένα σχήμα όπου κυριαρχεί το άτομο και άρα όλα περιστρέφονται γύρω από την ικανοποίηση της επιθυμίας, η οποία νοείται με ηδονιστικούς όρους, ο δε φυσικός χρόνος της επιθυμίας είναι το τώρα. Η δυναμική του ατομισμού θεωρείται ότι καταργεί τους φραγμούς, διαρρηγνύει τα στεγανά, υπονομεύει τις ιεραρχήσεις. Απομονώνει. Ο «σεβασμός» δίνει τη θέση του στις «απαιτήσεις», οι γυναίκες γίνονται «σαν άντρες», οι νέοι «τα ξέρουν όλα» και «ο καθένας κάνει αυτό που θέλει». Μοιάζει σαν το μοντέρνο στη σχηματοποιημένη αυτή μορφή να προσδιορίζεται επαγωγικά, ως ο αντίθετος πόλος όλων των οικείων σχημάτων.

Αυτή η αναπαράσταση του αμιγώς μοντέρνου διαμεσολαβείται από απεικονίσεις μιας καθημερινότητας, στην οποία δεσπόζει ως πανταχού παρούσα η καταναλωτική αγορά. Η στροφή προς την ικανοποίηση κάθε επιθυμίας βρίσκει την έκφρασή της στην αφθονία και την ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών, το τεράστιο πολυκατάστημα όπου «υπάρχουν τα πάντα», το «για όλα τα γούστα». Οι ρυθμοί του μοντέρνου, το γρήγορο, το τώρα, το εφήμερο, συνοψίζονται σε αντικείμενα μιας χρήσης, κουμπιά κι αυτοματισμούς, τη μόδα. Η επικέντρωση στο εγώ, η βασιλεία της επιθυμίας πάνω στην υποχρέωση, μεταφέρεται κι αυτή μέσα από εικόνες που δείχνουν άτομα που τα έχουν όλα και τα θέλουν όλα, άτομα απορροφημένα από τα αποκτήματά τους.

Όπως όταν εικονογραφούν το αμιγώς μοντέρνο άλλων κοινωνιών, έτσι και όταν μεταφέρουν την αίσθησή τους ότι στο χωριό εκδραματίζεται τώρα μια διαδικασία προσχώρησης στη νεωτερικότητα, οι συνομιλητές μου αναφέρονται πρώτα απ' όλα σε

νέες πρακτικές κατανάλωσης. Σημειώνεται όμως μια ουσιαστική διαφορά ανάμεσα στις φαντασιώσεις για το μοντέρνο που δεν βιώνεται και την αίσθηση των συνομιλητών μου ότι νέες αξίες, νέα σχήματα σχέσεων και νέες αντιλήψεις ταυτότητας εγκαθιδρύονται στο εσωτερικό της κοινωνίας του ίδιου του χωριού. Το μοντέρνο άλλων κοινωνιών φαντασιώνεται με συγκεκριμένες αναφορές σε συμπεριφορές και τρόπους ζωής που συγκαροτούνται από πληθώρα εικόνων κατανάλωσης έξωθεν δανεισμένων. Ο λόγος για την εντόπια νεωτερικότητα δεν παρουσιάζεται εξίσου συνεκτικός. Οι συνομιλητές μου μιλούν για νέες ιδέες και νέους τρόπους μ' έναν λόγο αποσπασματικό και χωρίς ξεκάθαρα περιγράμματα. Τα αποφθέγματα του είδους «τώρα οι γυναίκες δε θέλουν τη δουλειά», «εμάς τους γέρους μας έχουν για έπιπλα», «να ζήσω τη ζωή μου», «οι νύφες πια δεν τα ανέχονται», παραπέμπουν στην κατεύθυνση των αλλαγών, χωρίς ωστόσο να συγκαροτούν συνεκτικό μοντέλο ενός νεωτερικού τρόπου ύπαρξης που μπορεί να βιωθεί μέσα στο χωριό. Άλλοτε οι συνομιλητές μου είναι σε θέση να τα αντιστοιχίσουν προς συγκεκριμένες συμπεριφορές, ενώ άλλοτε τα αποφθέγματά τους παραμένουν σε επίπεδο γνωμικών. Στο χωριό δεν έχει κατασταλαξεί μια τοπική εκδοχή της «εξέλιξης». Η επεξεργασία μιας εκδοχής ικανής να αποδώσει, με τις τοπικές τους συνισταμένες, τις δυνατότητες και τα αδιέξοδα, τις ισοροπίες και τις εντάσεις του «μοντέρνου», βρίσκεται εν εξελίξει. Κι εδώ πάλι έρχεται στο προσκήνιο η κατανάλωση: οι αφηγήσεις επεξεργάζονται βιώματα νεωτερικότητας διαμέσου καταναλωτικών επεισοδίων. Έτσι η καταναλωτική πρακτική συντελεί καθοριστικά στην ίδια τη συγκρότηση του μοντέρνου ως τοπικής εμπειρίας. Τα καταναλωτικά προϊόντα που εγκαθίστανται στο σκηνικό της καθημερινότητας του χωριού αλλά και τα μικρά καθημερινά ιστορικά της απόκτησης και της χρήσης τους λειτουργούν ως δύναμη μορφοποίησης των τάσεων που το χωριό βιώνει ως νεωτερικές. Προσγειώνουν, θα έλεγε κανείς, το μοντέρνο στον συγκεκριμένο κοινωνικό χώρο. Από αίσθηση μιας επερχόμενης αλλαγής –που άλλοι βλέπουν ως απειλή και άλλοι ως υπόσχεση– οι νεωτερικές τάσεις πραγματώνονται σε αντικείμενα που όλοι βλέπουν ή μετουσιώνονται σε περιστατικά ανάμεσα σε πρόσωπα που όλοι γνωρίζουν.

Πήγαν τις προάλλες να πάρουν, λέει, ρούχα για τα παιδιά, και γύρισαν με έγχρωμη τηλεόραση,

εξανίσταται η κυρία Δήμητρα.

Λέει ο Μπάμπης (ο γιος της) να τη βάλουμε στην κουζίνα. Αλλά ο Περικλής είπε όχι. Με ρώτησες λέει εμένα; Η νύφη άλλο που δεν ήθελε. Την έχουν τώρα πάνω και τη βλέπουνε.

Η αγορά της τηλεόρασης και τα όσα επακολούθησαν δίνουν στην κυρία Δήμητρα το μέτρο των αλλαγών που διαδραματίζονται στο χωριό. Η έγχρωμη τηλεόραση, πρωτόγνωρη και σαν αντικείμενο στο χωριό την εποχή της μελέτης, συμπυκνώνει την αίσθηση της ραγδαίας ρήξης με το παραδοσιακό που περιβάλ-

λει τις διεκδικήσεις νεωτερικότητας: από τις μάνες που αρκούνται σε δύο ρόμπες έχουμε φτάσει στους νέους που από τη μια στιγμή στην άλλη αγοράζουν έγχρωμη τηλεόραση. Εξάλλου το όλο ιστορικό της αγοράς λειτουργεί για την κυρία Δήμητρα ως αναπαράσταση του πώς και προς τα πού τείνουν νεωτερικά σχήματα οικιακών σχέσεων, ενώ δίνει στη γυναίκα αυτή εντελώς συνοπτικά το στίγμα για το πού βρίσκονται τα πράγματα. Στην αφήγησή της οι ιεραρχήσεις διατηρούνται, παρουσιάζονται ωστόσο κλονισμένες. Έτσι οι νέοι καταφεύγουν στην πονηριά –το κλασικό καταφύγιο του εξαρτημένου– είναι όμως μια πονηριά που εμφανίζεται να περνά και στην πρόκληση. Η κλασική πονηριά κρύβει το δράστη. Οι σημερινοί νέοι γυρίζουν με την τηλεόραση στα χέρια. Ο γιος, που παρουσιάζεται να δρα με τους όρους του διευρυσμένου νοικοκυριού, επιχειρεί μια δύσκολη ισορροπία. Από τη μια συμμαχεί με τη γυναίκα του ή, όπως το βλέπει η κυρία Δήμητρα, παρασύρεται, από την άλλη καταθέτει και την ταύτιση του με τη μάνα του – προτείνει να τοποθετηθεί η τηλεόραση στην κουζίνα. Η έγχρωμη τηλεόραση προσδίδει στη διαταραχή των παραδοσιακών ισορροπιών την πραγματικότητα του εμπράγματου. Τέλος ο πατέρας, η εξουσία, εμφανίζεται αποφασισμένος να επιβληθεί, ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζεται υπονομευμένος και αμήχανος. Αφού δεν τον ρώτησαν, δεν θα συγκατατεθεί. Κι όμως η τηλεόραση, η νεωτερικότητα, η «εξέλιξη» θα μείνει στο σπίτι. Παραμένει στον κύριο Περικλή η εξουσία να διαχωρίσει τις θέσεις συμβολικά. Η ενσωμάτωση της τηλεόρασης στον οίκο παραμένει διφορούμενη. Από την εστία, την κουζίνα, εξοβελίζεται στο δωμάτιο των νέων. Η συνύπαρξη με τις νέες ιδέες ορίζεται ως αναπόφευκτη, όχι όμως και ειρηνική.

Ο πληθυντικός της συνομιλητριάς μου δεν την εμποδίζει να χρεώνει τις ευθύνες εκεί όπου είναι βέβαιη πως ανήκουν. Από όλα όσα στην πραγματικότητα προηγήθηκαν, ενδεχομένως, της εξόρμησης των δύο νέων στα μαγαζιά, η κυρία Δήμητρα διαλέγει το πρόσχημα, «για τα παιδιά» – νύξη πως η νύφη είναι εκείνη που υποκίνησε την ανάρμοστη αγορά. Η νύφη προβάλλεται ως κατεξοχήν φορέας των νεωτερικών τάσεων και ως εκείνη που έχει πολλά να κερδίσει από τις αλλαγές («άλλο που δεν ήθελε»). Τέλος, η κατάληξη της τηλεόρασης στο δωμάτιο του νέου ζευγαριού καθρεφτίζει και μορφοποιεί την όλη φορά της αλλαγής. Η τηλεόραση εκπροσωπεί μια δεύτερη εστία, αν όχι την καρδιά του οίκου όπως η κουζίνα, πάντως όμως ένα σημείο συνάντησης. Έτσι, η τηλεόραση στο δωμάτιο των νέων προσθέτει στο απόθεμα εικόνων που δίνουν σχήμα και υπόσταση στην οριοθέτηση των γενιών και την αποκοπή από τον γονικό κορμό. Ο ίδιος ο κύριος Περικλής, αναφερόμενος κι αυτός στην επίμαχη αγορά, παλινδρομεί από την υποχώρηση στον έλεγχο. *Τους δίνεις και μετά δε σε θέλουνε. Τι να κάνεις; Να μη λει κι ο κόσμος πως δε δίνεις τίποτα στα παιδιά σου να τα χαρούν τώρα που είναι νεοί. Αλλά όσο τους δίνεις δε σε λογαριάζουν. Με τα παιδιά νά 'ναι έτσι το χέρι* (η παλάμη φέρεται

κυρτή). *Τι να κάνεις; Εμείς αλλιώς συνηθίσαμε. Όλα αυτά πώς χτίστηκαν; Οικονομία. Αυτοί γιατί να τα τρώνε; Όλα για τα παιδιά είναι. Όλα δικά τους. Αφού δεν έχουνε μυαλό...*

Και η παλάμη κλείνει.

Η αγορά της τηλεόρασης δίνει στον συνομιλητή μου το μέτρο του κλονισμού των ιεραρχήσεων. Και είναι βέβαιος ο κύριος Περικλής ότι η ίδια η παροχή πόρων στους νέους συντελεί ενεργά σ' αυτόν τον κλονισμό: «όσο τους δίνεις, δε σε λογαριάζουν». Αργότερα στην κουβέντα ο κύριος Περικλής έχει να πει πολλά για την ανατρεπτική δυναμική της γεμάτης τσέπης. Οι πεποιθήσεις του εγγράφονται στον κοινό τόπο που θέλει την κατανάλωση αυτοδύναμο συντελεστή, πρώτο κι-νούν της κοινωνικής αλλαγής.

Στα «τι να κάνεις;», τέλος, του κυρίου Περικλή αποτυπώνεται η αίσθηση του χωριού ότι η νεωτερικότητα κερδίζει έδαφος και διεκδικεί κύρος. Και πάλι το στίγμα της κοινωνικής αλλαγής προσδιορίζεται με καταναλωτικούς όρους. Η αντίληψη που αναγνωρίζει στη νεότητα ιδιαίτερα δικαιώματα χαράς, αντίληψη, κατά τον συνομιλητή μου, νεωτερική, συνοψίζεται στην εικόνα των γονιών που δίνουν στα παιδιά τους για να έχουν να ξεδεύουν «τώρα που είναι νέοι».

Ο πατέρας αυτός δεν θεωρεί απαραίτητο να μου εξηγήσει πώς συμβιβάζεται το «όλα δικά τους είναι» με το κλείσιμο της παλάμης. Όχι μόνο δεν βλέπει αντίφαση, αλλά υπαινίσσεται ότι το απαγορευτικό επί των δαπανών επιβάλλεται στο όνομα της ιδιοκτησίας των νέων.

Η νύφη του, αντίθετα, υπογραμμίζει την αντίφαση.

Μας δίνουν χρήματα από τις παραγωγές αλλά δεν είναι δικά μας. Τι «δικά σας» αφού έγινε χαμός με την τηλεόραση; Θέλουνε το Μπάμπη δικό τους να του διαλέγει η μάνα του και το πουνκάμισο που θα φορέσει. Δεν ξέρω εγώ και ξέρουν αυτοί; Αφού συμφωνούμε με τον άντρα μου.

Η νέα γυναίκα συνυφαίνει το «δικά-μας» ή «δικά-τους» ως προς τα χρήματα με το «δικός-μου» ή «δικός-τους» ως προς τον άνδρα της. Η μάχη για την τηλεόραση μιλιέται ως μάχη μεταξύ γενιών, ως μάχη δηλαδή ανάμεσα σε παραδοσιακά και νεωτερικά σχήματα, με πραγματικό διακύβευμα σχέσεις και ιδεολογίες. Και αντίστροφα: η μάχη των γενιών –μάχη ιδεολογιών– διαμεσολαβείται από μια σύγκρουση για την αγορά της τηλεόρασης. Στον βαθμό που λειτουργεί ως μεταφορά για το μοντέρνο, η κατανάλωση προσδιορίζει ένα πεδίο όπου εκδραματίζονται συγκρούσεις οι οποίες στην πραγματικότητα παράγονται σε άλλα επίπεδα.

Στο πλαίσιο αυτών των ευρύτερων συγκρούσεων κάποια κομβικά νοήματα ο εντόπιος λόγος τα καταγράφει ως ιδιαιτέρως επίμαχα. Μεταξύ αυτών το νόημα του «δικά-μου/δικά-σου», όπου τίθεται επί τάπητος ο συσχετισμός δύναμης μεταξύ της παραδοσιακής και της νεωτερικής αξιολόγησης του χρόνου. Η παραδοσιακή διαγενεακή προοπτική ορίζει το

«δικό-τους» ως αυτό που, μελλοντικά, η μια γενιά θα παραδώσει στην επόμενη και το οποίο πρέπει άρα να προφυλαχθεί από τις απαιτήσεις του παρόντος. Ενάντια σ' αυτή τη φιλοσοφία, το «δικά-μας» της νύφης, το οποίο σημαίνει «να τα έχουμε τώρα», διεκδικεί αναβάθμιση του παρόντος.

Αξίζει εδώ να ανοίξω μια παρένθεση προκειμένου να επισημάνω κάποιες διαχρονικές και διαπολιτισμικές αντιστοιχίες. Καταρχήν το γεγονός ότι οι συνομιλητές μου αντιλαμβάνονται την αγορά της έγχρωμης τηλεόρασης ως τον καθρέφτη όπου νέες αντιλήψεις, νέες αξίες, νέες ισορροπίες δυνάμεων θα δείξουν το πρόσωπό τους δεν συνιστά κατά κανένα τρόπο εντόπια ιδιομορφία. Η χρήση της κατανάλωσης ως μεταφοράς για το μοντέρνο έχει στοιχειοθετηθεί επανειλημμένα τό-



σο σε μελέτες κοινωνικής ιστορίας δυτικών κοινωνιών¹¹ (Williams: 1982) όσο και σε εθνογραφίες κοινωνιών που βιώνουν τη νεωτερικότητα ως πρόσφατη συλλογική εμπειρία (Miller:1994). Εκείνο όμως που θεωρώ ιδιαίτερα εντυπωσιακό είναι η επί των σημείων αντιστοιχία ανάμεσα στα ζητήματα που τέθηκαν σχετικά με την αγορά της έγχρωμης τηλεόρασης και τα κεντρικά μοτίβα που διατρέχουν τη δυτική σκέψη για την κοινωνική αλλαγή. Έτσι, οι αναφορές των πρωταγωνιστών στην αγορά της τηλεόρασης παραπέμπουν άμεσα στην κεντρική θέση που κατέχει η μαζική αγορά καταναλωτικών προϊόντων στη δυτική σκέψη για τη νεωτερικότητα. Η διερεύνηση της συγγένειας ανάμεσα στη μοντέρνα αίσθηση της πραγματικότητας και το ήθος της κατανάλωσης απασχόλησε τον δυτικό στοχασμό ήδη από τον 19ο αιώνα, ενώ τα τελευταία είκοσι χρόνια οι θεωρητικοί του μετα-μοντέρνου έφτασαν να ταυτοποιήσουν το ίδιο το περιεχόμενο των συνειδησεων με τα σήματα που εκπέμπει η καταναλωτική αγορά¹².

Ως προς, τώρα, τις επιμέρους αντιστοιχίες επισημαίνω, ενδεικτικά, πως η διαπάλη για την αξιολόγηση του παρόντος σε σχέση με το μέλλον, η οποία διαμεσολαβήθηκε από την αγορά της τηλεόρασης, απηχεί ένα από τα πιο κεντρικά μοτίβα του

δυτικού στοχασμού για την ουσία του μοντέρνου: τη νέα αίσθηση του χρόνου. Με τον ένα ή τον άλλο τρόπο οι θεωρητικοί της νεωτερικότητας υπογράμμισαν πως εκεί που το παραδοσιακό ορίζεται από μια αίσθηση συνέχειας και επαναληπτικότητας και όπου το καινούριο επισημαίνεται ανεπαισθήτως, το μοντέρνο σφραγίζεται καταρχήν από μια αίσθηση ασυνέχειας και πολύ γρήγορης εναλλαγής, όπου τα πάντα καταλήγουν να θεωρούνται παροδικά. Γι' αυτήν ακριβώς την αίσθηση της παροδικότητας και του εφήμερου η καταναλωτική αγορά φαινόταν και πάλι να προσφέρει τις πιο εντυπωσιακές αντιστοιχίες.

«Η φαντασμαγορία του κόσμου των προϊόντων έγκειται ακριβώς στο γεγονός ότι είναι ένας κόσμος ρευστός και σε διαρκή κίνηση, όπου όλες οι αξίες είναι παροδικές και όλες οι σχέ-

σεις πρόσκαιρες» έγραφε ο Benjamin, θεωρητικός ταυτόχρονα της νεωτερικότητας και του καταναλωτικού φαινομένου (Frisby: 22-3). Πολλοί στοχαστές είδαν τους χρόνους του μοντέρνου να υποστασιοποιούνται πιο άμεσα από οπουδήποτε αλλού στη μόδα – αυτή τη θεσμοποίηση της αδιάλειπτης αλλαγής που στηρίζει την ανάπτυξη της καταναλωτικής αγοράς¹³. Έτσι, η μεταφορά κατανάλωση/μοντέρνο, μεταφορά με, όπως είδαμε, ιστορικό βάθος, στο χωριό δεν είναι κατά κανένα τρόπο απλώς σχήμα λόγου: λειτουργεί ως πολιτισμική πραγματικότητα. Κατασκευή που προσδιορίζει συνάψεις και διασχίζει στεγανά, διαπλέκοντας, τελικά, ετεροειδείς πτυχές της κοινωνικής ζωής.

Η αντιπαράθεση για το ειδικό βάρος του σήμερα έναντι του αύριο εντάσσεται σε μια άλλη ευρύτερη διαπάλη γύρω από τα νοήματα και τις σημασίες, άρρηκτα κι αυτή συνυφασμένη με την αντίστιξη παραδοσιακό/μοντέρνο. Πρόκειται για τη διαπάλη σχετικά με το νόημα της προοδευτικότητας.

Πυξίδα στην προσπάθεια του χωριού να βρει τον ειρμό των αλλαγών που επισυμβαίνουν στο εσωτερικό της κοινωνίας του και να τις αξιολογήσει προσφέρουν οι έννοιες «πρόοδος», «εξέλιξη», «ανάπτυξη». Η προοδευτικότητα συνιστά

κεντρική αξία την οποία διεκδικούν τόσο σχήματα που σημαίνονται ως παραδοσιακά όσο και εκείνα που φέρουν τη σφραγίδα του νεωτερικού. Τελικά η προοδευτικότητα εμφανίζεται στο χωριό ως έννοια πολύσημη όπου η κάθε παράταξη προσπαθεί να επιβάλλει το δικό της περιεχόμενο.

Οι συλλογικές αναπαραστάσεις της πορείας του χωριού τα τελευταία πενήντα χρόνια καταγράφουν ως παραδοσιακή και αυτόχθονη μια «προοδευτική» ιδεολογία, η οποία ορίζει την πρόοδο ως «προκοπή» του νοικοκυριού. Σ' αυτή της την εκδοχή, πρόοδος σημαίνει επαύξηση των περιουσιακών στοιχείων και όλη η έμφαση δίνεται στην καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των παραγωγικών πόρων. Η αξιοποίηση αυτή επιτάσσει πειθαρχίες αλλά και ανοίγματα. Η πρόοδος χτίζεται πά-

νω στη στέρηση: δουλειά και οικονομία. Το στοιχείο ωστόσο το δημιουργικό, αυτό που αξιοποιεί τη στέρηση και μεγιστοποιεί το επίτευγμα είναι το «ανοιχτό», το «μεγάλο» μυαλό. Προέχουν οι ποιότητες συσχέτισης με τον κόσμο εκτός νοικοκυριού, η διάθεση εκσυγχρονισμού της παραγωγής, η διάθεση σύμπραξης με άλλους. Τόλμη και εξωστρέφεια.

Το μοντέρνο μπροστά στο οποίο βρίσκεται σήμερα το χωριό διαφοροποιείται από αυτή την αντίληψη της προοδευτικότητας. Σήμερα αρθρώνεται μια άλλη εκδοχή που κι αυτή δέχεται ως κεντρικό κριτήριο προοδευτικότητας τη δεκτικότητα στην καινοτομία, όπου όμως το καινούριο παραπέμπει κατά κύριο λόγο σε τρόπους ζωής. Η σύμπλευση με τον εκσυγχρονισμό στον τομέα της παραγωγής δεν παρακάμπεται, ούτε αποσυνδέεται η έννοια της προόδου από το μέλημα για ένα καλύτερο μέλλον για τα παιδιά. Ο χώρος, ωστόσο, όπου επιτελείται η πρόοδος και πραγματώνεται η προοδευτικότητα δεν μονοπωλείται πλέον από την παραγωγή. Η προκοπή του νοικοκυριού αποκτά κι άλλες συνδηλώσεις: εισχωρεί τώρα το βιοτικό επίπεδο όχι πια μόνο ως κάτι που ετοιμάζεται για την επόμενη γενιά αλλά ως το «κάτι καλύτερο» που η κάθε οικογένεια θα απολαύσει στο δικό της παρόν. Αυτήν ακρι-

βώς την επί του παρόντος απόλαυση καθιστά ορατή η κατανάλωση. Όταν η Κατίνα μιλάει για το «κάτι καλύτερο», που θα φτιάξουν με τον άντρα της, αναφέρεται στα παιδιά αλλά αναφέρεται και στα φωτιστικά για το σπίτι. Η καταναλωτική αγορά προσφέρει μια ανεξάντλητη πηγή εικόνων που μορφοποιούν την πρόοδο, ενώ η δεκτικότητα προς την πρόοδο διαμεσολαβείται από τη δεκτικότητα απέναντι σε νέες πρακτικές κατανάλωσης¹⁴.

Έτσι η αντίθεση ανάμεσα στις δύο ιδεολογίες, στις δύο δηλαδή εκδοχές της προόδου, υποστασιοποιείται στο χωριό με κεντρική αναφορά την τοποθέτηση απέναντι στην κατανάλωση. Η ιδεολογία που σημαίνεται ως παραδοσιακή ορίζει την κατανάλωση ως υπονομευτική της προόδου ενώ η άλλη,



η νεωτερική ιδεολογία, συνυφαίνει το προοδευτικό, ανοιχτό μυαλό με ανοιχτή, δεκτική στάση απέναντι στις προσφορές της καταναλωτικής αγοράς.

Ο τομέας όμως της καταναλωτικής πρακτικής κατασκευάζεται ως θηλυκός.

Β. Γυναίκα/κατανάλωση: όψεις μιας αμφίδρομης μεταφοράς
Στον εντόπιο λόγο για τη σημερινή αλλά και την αλλοτινή καθημερινότητα ανδρών και γυναικών η πολιτισμική κατασκευή που συνδέει τους άνδρες με την παραγωγή και τις γυναίκες με την κατανάλωση εμφανίζεται με την ισχύ μιας αυτονόητης παραδοχής. Οι συνεκδοχές όμως αυτής της διχοτόμησης διαφοροποιούνται και πάλι ανάμεσα στην «παραδοσιακή» και τη «νεωτερική» αντίληψη της προοδευτικότητας. Πριν ωστόσο φωτίσει κανείς τα πολιτισμικά δεδομένα από αυτή την πλευρά, χρειάζεται να τονιστεί πως το συγκεκριμένο διώνυμο λειτουργεί σε επίπεδο αρχέτυπου.

Η αντίστιξη άνδρας/παραγωγή - γυναίκα/κατανάλωση έχει στοιχειοθετηθεί για πολύ διαφορετικές κοινωνίες. Κι έχει συχνά καταδειχθεί ότι η διασύνδεση της γυναίκας με την κατανάλωση συνιστά ιδεολόγημα, άρρηκτα συνυφασμένο με

την εκβιομηχάνιση και τη νεωτερικότητα (Huyssen 1986: κεφ. 3, Mattelart 1986: 24-35).

Η σύζευξη γυναίκα/κατανάλωση δεν συνίσταται μόνο στο ότι η γυναίκα θεωρήθηκε σύμβολο της σύγχρονης καταναλωτικής αγοράς. Η ίδια η κατανάλωση σημάνθηκε θηλυκά, ως «φύσει» οικιακή, αλλά και φορέας της επιθυμίας και του αλόγου. Και αντίστροφα, η τοποθέτηση της παραγωγής στον χώρο του «δημόσιου» της διασφάλισε ανδρική ταυτότητα. Αυτή η βαθύτατη συγγένεια της κατανάλωσης με τη θηλυκότητα εκφράστηκε και από τη θηλυκή υπόσταση που αποδόθηκε στη διαφήμιση και τη μόδα, κατεξοχήν οχήματα της καταναλωτικής αγοράς. Η διαφήμιση, όπως και η γυναίκα, εκλιπαρεί και χειραγωγεί ενώ συγχρόνως υπόσχεται νέες εμπειρίες (Barthel 1988: 7). Τεχνήτρα της σαγήνης και της αποπλάνησης, η κατανάλωση/διαφήμιση/γυναίκα ξέρει να παρασύρει στον μαλθακό κόσμο της επιθυμίας και της απόλαυσης. Κι αν ψάχνει κανείς για θηλυκή σήμανση της κατανάλωσης σε επίπεδο στοχασμού δεν έχει παρά να ανατρέξει στον όρο «εκ-θηλυσμός του πολιτισμού», ο οποίος καθιερώθηκε πολύ νωρίς ως συνοπτική αναφορά στα πολιτισμικά παρεπόμενα της ανάπτυξης της μαζικής καταναλωτικής αγοράς.

Έτσι, η αντίστιξη άνδρες-παραγωγή / γυναίκα-κατανάλωση που εκφράζεται στο χωριό αποδεικνύεται και πάλι να έχει στέρεες καταβολές. Και είναι τόσο βαθιά εγγραμμένη η αντίστιξη αυτή στις συνειδήσεις ώστε, με τη γνωστή προκρούστεια λογική των άκαμπτων κατασκευών ταυτότητας, οι δραστηριότητες του κάθε φύλου κατονομάζονται κατά τρόπο που τις αντιστοιχεί σχεδόν με το πολιτισμικό αυτό σχήμα. Οποσδήποτε δεν πρόκειται για πιστή αναπαράσταση της τρέχουσας πρακτικής. Στο χωριό οι γυναίκες διαχειρίζονται ένα σοβαρό μέρος του οικογενειακού προϋπολογισμού κι έχουν αποκλειστική δικαιοδοσία ως προς τα σχετικά μικρά και επαναλαμβανόμενα έξοδα διαβίωσης της οικογένειας ή τα καταναλωτικά είδη εσωτερικού χώρου. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι αναλαμβάνουν πλήρως τη μετουσίωση των πόρων που συγκροτούν το «ταμείο» του νοικοκυριού σε αγαθά προς χρήση. Έξοδα που σχετίζονται με το σπίτι ως κτίσμα ή το αυτοκίνητο ή ακόμη κάποια συγκεκριμένα ψώνια για το νοικοκυριό, όπως το κρέας, καθώς και ο μεγάλος καταναλωτικός τομέας της εκτός σπιτιού διασκέδασης, όλα αυτά βρίσκονται στα χέρια των ανδρών. Κι ακόμη η ανδρική παρουσία –ελέγχουσα και ορίζουσα τα όρια– θεωρείται απαραίτητη σε κάθε καταναλωτική δραστηριότητα που κατατάσσεται ως πολυέξοδη, όπως οι καθιερωμένες εξορμήσεις γενικού ανεφοδιασμού στα σουπερμάρκετ της Θήβας, και τα εξίσου καθιερωμένα χριστουγεννιάτικα και πασχαλινά ψώνια, όπου εκτός από τα δώρα θα αγοραστεί και ο ρουχισμός του επόμενου εξαμήνου για το κάθε μέλος της οικογένειας.

Κι αντίστροφα, η απουσία του θηλυκού στοιχείου από τον συμβολισμό της παραγωγής καθόλου δεν μπορεί να αποδοθεί σε πραγματική απουσία των γυναικών από την παραγω-

γική διαδικασία. Αντίθετα, η πρωταγωνιστική συμμετοχή της γυναίκας του αγρότη στον καθημερινό μόχθο της παραγωγής αποτελεί γεγονός, εμπεδωμένο στις συνειδήσεις ως χαρακτηριστικό του χωριού: «Εδώ οι γυναίκες δουλεύουν πολύ». Όλοι συμφωνούν στην πεποίθηση ότι η εγχώρια αγροτική εκμετάλλευση είναι εκ των πραγμάτων αδύνατο να επιβιώσει, αν δεν μπορεί να υπολογίσει στην εργατική δύναμη της γυναίκας του αγρότη.

Ωστόσο, οι συμβολισμοί που συνδέουν τις γυναίκες με την κατανάλωση και τους άνδρες με την παραγωγή φαίνονται να αγνοούν το γεγονός αυτό, ότι δηλαδή στην πράξη οι άνδρες έχουν σημαντικές δικαιοδοσίες σε συγκεκριμένους τομείς κατανάλωσης, ενώ αντίστοιχα οι γυναίκες επωμίζονται μεγάλο μέρος της παραγωγικής διαδικασίας. Το χωριό δεν παραβλέπει την καταναλωτική πρακτική των ανδρών και τη δουλειά των γυναικών στα χωράφια. Μόνο που οι προσλήψεις αυτές αλλάζουν ονομασία καθώς διαθλώνται μέσα από το πρίσμα του φυλετικού διπλόου.

Έτσι, η γυναικεία συμμετοχή στην παραγωγή προσλαμβάνεται με όρους που παραπέμπουν, θα έλεγε κανείς, κατά κύριο λόγο σε «νοικοκύρεμα», με την έννοια του περιορισμού των εξόδων (χωρίς τη γυναίκα του αγρότη «δε γίνεται προκοπή», επειδή η δουλειά της «κάνει για τρία μεροκάματα») παρά στην εγγενώς παραγωγική λειτουργία της μεγιστοποίησης των εσόδων. Η ορμή που πραγματώνει τα εξωστρεφή συστατικά της συνταγής της προόδου, που αξιοποιεί τους παραγωγικούς πόρους και διευρύνει τις προοπτικές ανήκει στον άνδρα και ανδρικό είναι το βλέμμα που διαβάζει τα μηνύματα του αδιάκοπα αναπτυσσόμενου έξω κόσμου. Η καθαυτό δηλαδή «παραγωγική» όψη της εργασίας εμφανίζεται με ανδρικό πρόσωπο. Η ίδια πολιτισμική λογική εφαρμόζεται αναφορικά με την κατανάλωση. Η καταναλωτική δραστηριότητα την οποία καθορίζει και διακινεί η γυναίκα τοποθετείται ως μετατροπή των πόρων σε κάτι που θα αναλωθεί, καταγράφεται δηλαδή ως πεμπτουσία της κατανάλωσης. Αντίθετα, οι καταναλωτικές δραστηριότητες των ανδρών αποκτούν συνεκδοχές επένδυσης που, τελικά, παραπέμπουν σε επαύξηση των πόρων του νοικοκυριού¹⁵.

Μετρούσα το καλάμπόκι με τη φούχτα, δύο για το Μπάμπη, μια για τα παιδιά, μια για μένα, κι αν θα 'φτανε. Και το λάδι το τσιγγουνενόμωνα. Μόνο με την οικονομία. Αφού δεν υπήρχαν; Θα τα τρώγαμε;

μου έλεγε η κυρία Παγώνα, 48 ετών, αναπολώντας τα χρόνια της ανέχειας.

Σιγά σιγά φτιάξαμε. Από τη γεώτρηση. Μετά ξελασπώσαμε. Τού 'λεγα, κι αν θάχουμε μίαν αποτυχία θα σε δανείσουν. Μια γύρα να κάνει στην αγορά βρίσκει όσα θέλει. Είναι ξοδευτής. Πήγαινε στα πανηγύρια έπαιρνε μάτσο τα χιλιάρικα, δε του φτάνανε. Δε στερήθηκε. Είναι ο πιο μερακλής, δε λογαριάζει. Κι ο πατέρας του το ίδιο.

Ως προς τα χρήματα που διαχειρίζεται η ίδια, η κυρία Παγώνα λειτουργεί βάσει της αρχής πως κάθε έξοδο αφαιρεί από το ταμείο – το λάδι που θα έτρωγαν θα τους έτρωγε τα λίγα τους λεφτά. Η γυναίκα τοποθετείται στο σημείο όπου οι πόροι απλώς αναλώνονται. Για τα χρήματα όμως που ξόδευε ο άντρας της στα πανηγύρια, τα μαθηματικά του ταμείου περιπλέκονται. Τα χιλιάρικα που ξοδεύονται καταλήγουν να λογαριάζονται ως επένδυση. Ο άντρας «ξοδευτής» συσσωρεύει ένα αποθεματικό γοήτρου, εξαργυρώσιμο σε χρηματοδότηση των σχεδίων του νοικοκυριού¹⁶.

Οι κώδικες της διασκέδασης αναθέτουν στον άνδρα την πιο αμυγή, θα έλεγε κανείς, μορφή κατανάλωσης: εδώ το προϊόν της παραγωγής, το χρήμα, κυριολεκτικά αναλώνεται, δεν μετατρέπεται σε τίποτα απτό. Η ανάλωση αυτή γίνεται μάλιστα με ρητή αναφορά στην αξία της στιγμής, σε δεδηλωμένη αντίστιξη με κάθε σκέψη για το αύριο. Ο μερακλής «δεν λογαριάζει». Οι συμβολισμοί όμως αυτοί μιας αμιγούς κατανάλωσης παροχετεύονται στο συμβολισμό της ανδρικής ταυτότητας. Παρεμβάλλεται το ανδρικό γόητρο το οποίο οικοδομείται ακριβώς στον χώρο αυτό της διασκέδασης. Το ανδρικό γόητρο εξαργυρώνεται με ποικίλους τρόπους, μεταξύ άλλων και σε σκληρά νομίσματα, όπως το δάνειο που θα δώσουν οι φίλοι στην αγορά. Έτσι, τα χιλιάρικα που ο άντρας ξοδεύει στα πανηγύρια αποσυνδέονται από τα συμφραζόμενα της κατανάλωσης και καταγράφονται μαζί με άλλες διαδικασίες επαύξησης του οικογενειακού κεφαλαίου. Τελικά η ανδρική διασκέδαση φθάνει να παραπέμπει σε παραγωγή. Η πολιτισμική κατασκευή άνδρας-παραγωγή / γυναίκα-κατανάλωση έχει εχέγγυα σταθερότητας τέτοια και τόσα που να παράγει τα νοήματα που την αναπαράγουν. Μένει να δούμε από πιο κοντά τους όρους με τους οποίους το χωριό αντιλαμβάνεται τη σύζευξη γυναίκα/κατανάλωση.

Η κατανάλωση ταυτίζεται με το γυναικείο τόσο στις αντιλήψεις για την γυναικεία ταυτότητα που φέρουν το σήμα του παραδοσιακού, όσο και σ' εκείνες που το χωριό κατατάσσει ως νεωτερικές. Μόνο που πρόκειται και πάλι για δύο διαφορετικές ταυτίσεις. Στην πρώτη περίπτωση η ταύτιση αυτή εμφανίζεται ως επιταγή εξοικονόμησης, γυναικεία αποκλειστικά τέχνη. Η ικανοποίηση των αναγκών διαβίωσης του νοικοκυριού κατά τον οικονομικότερο τρόπο ορίζεται ως συστατικό στοιχείο της ταυτότητας νοικοκυρά: κατηγορημα και υποχρέωση αλλά μαζί και θαυμαστή γυναικεία ικανότητα. Τα θαύματα «οικονομίας», δηλαδή εξοικονόμησης, που μόνο οι γυναίκες ξέρουν να επιτελούν, κατέχουν κεντρική θέση τόσο στη μυθολογία της συλλογικής πορείας του χωριού προς την ευημερία, όσο και στον κάθε οικογενειακό μύθο «προκοπής».

Μ' άλλα λόγια, η σύνδεση της γυναίκας με την κατανάλωση, στην παραδοσιακή της εκδοχή, απονέμει σημαντικό ρόλο στη γυναίκα και στο παραδοσιακό δραματολογικό της προοδευτικότητας. Ήταν ομόφωνες οι διαβεβαιώσεις των συνο-

μιλητών μου για την αναντικατάστατη συμβολή της αγρότισσας στην πρόοδο του χωριού και την προκοπή του νοικοκυριού. Η γυναικεία, όμως, συμβολή νοείται εδώ με αναφορά στα εσωστρεφή, συντηρητικά συστατικά της συνταγής που οικοδόμησε την ευημερία – προϋπόθεση περισσότερο παρά υφή προοδευτικότητας.

Στο πλαίσιο της ιδεολογίας της νεωτερικότητας, η διασύνδεση της γυναίκας με την κατανάλωση αποκτά πολύ διαφορετικές συνεκδοχές. Με δεδομένη τη μεταφορά κατανάλωση/μοντέρνο, η κατανάλωση –η οποία παραπέμπει πλέον σε αγορές προϊόντων της μαζικής αγοράς– προσλαμβάνεται ως αυτό που διαμεσολαβεί τη νεωτερικότητα, αυτό που προσδίδει στο μοντέρνο συγκεκριμένη μορφή και το φέρνει κατά κάποιο τρόπο στα μέτρα του χωριού. Σ' αυτό το νεωτερικό δραματολογικό της προοδευτικότητας, η γυναίκα εισέρχεται επί σκηνης σε ρόλους πρωταγωνιστικούς. Δεν είναι μόνο ότι οι ταυτολογίες της πολιτισμικής κατασκευής χρίουν τη γυναίκα κατεξοχήν διαχειρίστρια της κατανάλωσης. Είναι και πως το θηλυκό στοιχείο νοείται ως ουσία συγγενής με το πνεύμα του σύγχρονου καταναλωτικού φαινομένου.

Στο χωριό, η συγγένεια αυτή αποδίδεται ως ιδιότητα στις νέες γυναίκες, και συγκεκριμένα τη νύφη, η οποία προσλαμβάνεται και ως ο κατεξοχήν δέκτης και μαζί πομπός νεωτερισμών. Τα κατηγορήματα της νύφης είναι κατηγορήματα της κατανάλωσης. Η νύφη είναι, ανάλογα με τον ομιλούντα, «τεμπέλα» και «σπάταλη» ή «θέλει να χαρεί τη ζωή». Επιτιμητικά ή επιδοκιμαστικά, τα κατηγορήματα που το χωριό αποδίδει στην υπόσταση της νύφης είναι απολύτως συναφή με τις συνεκδοχές που έχει για το ίδιο το χωριό το καταναλωτικό φαινόμενο: η «καταναλωτική κοινωνία» αρχίζει εκεί που τελειώνει το αναγκαίο και παίρνουν τον λόγο «οι απαιτήσεις» και οι «ανέσεις» – κι έχει να κάνει με τη «διασκέδαση» και με ό,τι «ευχαριστεί» και όχι με τη δουλειά και τις «υποχρεώσεις».

Η νύφη υποστασιοποιεί ταυτόχρονα τον καταναλωτισμό και την πρόκληση της νεωτερικότητας, συνδυασμό τον οποίο το χωριό κατά κανένα τρόπο δεν αντιλαμβάνεται ως τυχαίο. Στο χωριό, όπως γενικά στα πατροτοπικά συστήματα, η νύφη κατασκευάζεται ως το αλλότριο, δυνάμει ανατρεπτικό, στοιχείο του νοικοκυριού, το μοναδικό μέλος που μόνο να χάσει έχει από τα παραδοσιακά σχήματα. Κατά συνέπεια, προσδιοριστικό στοιχείο της ταυτότητας «νύφη» είναι ο προσανατολισμός της προς αλλαγή. Το χωριό θεωρεί ότι ενώ παλιά η ανατρεπτικότητα αυτή ήταν καταδικασμένη να παραμένει υπόγεια, σήμερα βρίσκει αντίκρισμα στα νεωτερικά μηνύματα που εισέρχονται πλέον εντός των τειχών, στην κοινωνία του χωριού. Τα μηνύματα αυτά παρουσιάζονται με τη μορφή των προκλήσεων της καταναλωτικής αγοράς, και θα βρουν ως κεντρική διαμεσολαβητική φιγούρα τη νύφη, η οποία θα μεταφέρει τις προκλήσεις αυτές στην καρδιά της τοπικής κοινωνίας – το νοικοκυριό.

Σε συμμετρική αντίστιξη προς την ταυτότητα «νύφη» προσλαμβάνεται η «πεθερά». Η πεθερά υποστασιοποιεί τις επιβραβεύσεις που το παραδοσιακό σύστημα επεφύλασσε για τη γυναίκα και άρα κατασκευάζεται ως απόλυτα ταυτοποιημένη με τις θεμελιακές του αξίες. Κι αυτή η ταυτοποίηση, η οποία συμπυκνώνεται στην υπαγωγή του σήμερα στο αύριο, του εφήμερου στο σταθερό, της επιθυμίας στην υποχρέωση, συνοψίζεται στην κατασκευή που θέλει την πεθερά αδιαπραγμάτευτη υπέρμαχο της περιστολής των καταναλωτικών εξόδων. Οι δύο αυτές γυναικείες φιγούρες, που τα σχέδια και η μοίρα τους αλληλεξαρτώνται άμεσα αν και αρνητικά, προσωποποιούν στις συνειδήσεις την πρόκληση της νεωτερικότητας και τις αρνήσεις των παραδοσιακών σχημάτων. Ό,τι κερδίζει η μια το χάνει η άλλη – ή έτσι τουλάχιστον θέλει το πολιτισμικό σενάριο, το ίδιο σενάριο που τις βάζει σήμερα να συγκρούονται ανοιχτά. Όποτε μου μιλούν για τις αλλαγές που έχουν επέλθει στο χωριό οι συνομιλητές μου, γυναίκες δίχως άλλο, συχνότατα όμως και άνδρες, αργά ή γρήγορα αναφέρονται στις προστριβές ανάμεσα στη νύφη και την πεθερά. Και πάντοτε οι προστριβές αυτές χαρακτηρίζονται ως πρόσφατο φαινόμενο, τόσο πρόσφατο όσο και η κοινωνική αλλαγή. Η αλλοτινή νύφη (σύμβολο ανέκαθεν δυνάμει ανατρεπτικότητας αλλά και σύμβολο ταυτόχρονα της δύναμης που είχαν οι αλλοτινές ιεραρχήσεις να εξουδετερώνουν κάθε αντίσταση) «ούτε που τολμούσε να μιλήσει». Έτσι αυτό καθαυτό το γεγονός, ή μάλλον η αναπαράσταση, της διαρκούς προστριβής ανάμεσα στη νύφη και την πεθερά αντιπροσωπεύει για τα υποκείμενα την αυξανόμενη δύναμη των νεωτεριστικών ιδεών στο χωριό.

Οι συνομιλητές μου απεικονίζουν τις προστριβές αυτές κυρίως ως διαμάχες που αφορούν μεν καταναλωτικά σχέδια, φορτίζονται όμως με πολύ ευρύτερες σημασίες. Είναι εντυπωσιακή η αμεσότητα με την οποία τα υποκείμενα διαβλέπουν ιδεολογικές προεκτάσεις στα μικροσυμβάντα περί την κατανάλωση που διαδραματίζονται μεταξύ πεθεράς και νύφης. Ο εγχώριος λόγος διασχίζει απρόσκοπτα τα επίπεδα, παλινδρομώντας από το επιμέρους αντικείμενο της διαμάχης (ένα καταναλωτικό προϊόν) στην εφόλης της ύλης διαπάλη για τις ισορροπίες ανάμεσα σε παραδοσιακές και νεωτερικές αντιλήψεις.

Έτσι, μια διαπάλη που το χωριό αντιλαμβάνεται ως εντελώς κρίσιμη για την πορεία και τη μοίρα της κοινωνίας του διαμεσολαβείται, στις συνειδήσεις, από τα δρώμενα σε μια σφαίρα που το ίδιο το χωριό ορίζει ως κατεξοχήν σφαίρα γυναικών.

Γ. Κατανάλωση ως ρωγμή στη γυναικεία αφάνεια

Αποπή μου είναι ότι οι φορτίσεις αυτές που προσδίδει το χωριό στη γυναικεία καθημερινότητα έχουν σημαντικές προεκτάσεις. Στον βαθμό που τα γυναικεία μελήματα και οι γυναικείες δραστηριότητες αναγνωρίζονται ως συμπαράγοντες μιας εν εξελίξει τάξης πραγμάτων και ως ενεργοί συντε-

λεστές στην έκβαση ζητημάτων που αφορούν το κοινωνικό σύνολο, η γυναικεία ταυτότητα αποκτά μια διάσταση παρουσίας στα κοινά. Πάνω σ' αυτή τη βάση προτείνω πως η διασύνδεση γυναίκα/κατανάλωση αποβαίνει καταλύτης πολιτισμικής παρουσίας ή ορατότητας.

Η οπτική αυτή αντιβαίνει τη μακρά εκείνη παράδοση κριτικής σκέψης, η οποία προσέγγισε τη διασύνδεση της γυναίκας με την κατανάλωση ως πτυχή της γυναικείας υποτέλει-ας¹⁷. Οι προσεγγίσεις αυτές, οι οποίες παρέμειναν κυρίαρχες έως και τη δεκαετία του '80, αναγνώρισαν την υπόσχεση δύναμης που έδωσε στις γυναίκες ο πρωταγωνιστικός τους ρόλος στον τομέα της κατανάλωσης, με τη διαφορά ότι κατέδειξαν την υπόσχεση αυτή ως ιδεολόγημα: ο αποκλεισμός



των γυναικών από τη δράση που ορίζει τους κανόνες του παιγνιδιού της κοινωνικής ζωής, τα κενά δηλαδή της πραγματικής δύναμης και της ουσιαστικής αυτονομίας, αναπληρώνονται με την πλαστή δύναμη να αποφασίζουν και να επιλέγουν στο πεδίο του ασημάντου και του τετριμμένου, όπου τίποτα πραγματικό δεν διακυβεύεται¹⁸.

Ως ο κατεξοχήν τόπος αυτών των μετατοπίσεων που συνθέτουν την «ψευδή συνείδηση» θεωρήθηκε η μόδα. Ανάγοντας την εμφάνιση σε έργο τέχνης, η μόδα τροφοδοτεί την αυταπάτη ότι η ενασχόληση με τον εαυτό ισοδυναμεί με την παραγωγή ουσιαστικού έργου. Υποσχόμενη στην κάθε γυναίκα ότι αρκεί να ξέρει πώς να συνδυάζει υφάσματα και χρώματα προκειμένου να κατασκευάσει την ταυτότητα των ονείρων της και να γίνει ό,τι θέλει –δραστήρια, ερωτική, παιδούλα, χειραφετημένη ή νοικοκυρά– η μόδα αποκρύπτει από τις γυναίκες πόσο ασφυνκτικά είναι στην πραγματικότητα τα περιθώρια μέσα στα οποία κινούνται, και πόσο στην ουσία αυτές οι υποκρίσεις και οι μεταμορφώσεις τις ακυρώνουν ως αυτόνομα υποκείμενα¹⁹.

Τα τελευταία δέκα κυρίως χρόνια οι προσεγγίσεις αυτές άρ-χισαν να χάνουν έδαφος. Μέσα από έναν συγκροτημένο

αντίλογο προτάθηκε ότι η σημασία της διασύνδεσης γυναίκα/κατανάλωση δεν εξαντλείται στα παιγνίδια που η καταναλωτική αγορά παίζει εις βάρος των γυναικών και η έρευνα στράφηκε στους τρόπους με τους οποίους οι γυναίκες αξιοποιούν την προνομακική τους πρόσβαση στους συμβολισμούς της καταναλωτικής αγοράς. Η προσέγγιση της διασύνδεσης γυναίκα/κατανάλωση από τη σκοπιά της στρατηγικής δράσης έδειξε ότι η κατανάλωση υπηρετεί, αλλά και μαζι βοηθά να συγκροτηθούν, σύνθετα γυναικεία προτάγματα, όπου δοκιμάζονται ευαίσθητες ισορροπίες ανάμεσα στη συναίνεση και την αμφισβήτηση²⁰.

Σε αυτή την προσέγγιση, που εστιάζεται στις ενισχυτικές για τις γυναίκες όψεις της διασύνδεσης γυναίκα/κατανάλωση,

εντάσσεται και η πρότασή μου να εξετάσει κανείς πώς η φυλετική αυτή κατασκευή αναδεικνύεται σε συντελεστή πολιτισμικής παρουσίας. Κι αυτό χωρίς να ισχυρίζομαι ότι το ζήτημα της ενισχυτικής έναντι της αλλοτριωτικής όψης της σχέσης γυναίκα/κατανάλωση έχει λυθεί. Με δεδομένες αυτές τις παραδοχές, θα προσπαθήσω να περιγράψω αναλυτικά τους ισχυρισμούς μου και το σκεπτικό που τους στηρίζει. Εδώ, το πρώτο που απαιτείται είναι να αποτιμηθεί η «ορατότητα» ως συνθήκη ύπαρξης για τις γυναίκες στο χωριό. Αποπή μου είναι ότι κατά τη στιγμή της έρευνας διαφαίνονταν απλώς κάποια ανοίγματα προς την κατεύθυνση αυτή – πρώτες ρωγμές στη γυναικεία αφάνεια.

Ασφαλώς τα αυτονόητα, από μακρούς εμπεδωμένα, που ορίζουν ως τόπο του γυναικείου το διαπροσωπικό και το περιορισμένο, ανακύπτουν συνεχώς στον εγχώριο λόγο. Οι αποτιμήσεις αυτές τροφοδοτούνται μεταξύ άλλων και από την ίδια τη διασύνδεση γυναίκα/κατανάλωση. Αν η σύγχρονη καταναλωτική αγορά εμφανίζεται ως τόπος της καινοτομίας, εμφανίζεται όμως μαζί και ως πεδίο του ασημάντου και του τετριμμένου. Η θρυλούμενη προσήλωση του γυναικείου ψυχισμού στην κατανάλωση τροφοδοτεί και στο χωριό την τάση να ορί-

ζεται η γυναικεία καθημερινότητα ως δράση που αρχίζει και τελειώνει με τα μικρά. Όπως παραμένει, ακόμη, ριζωμένη η πεποίθηση ότι ο φυσικός χώρος της γυναικείας δύναμης είναι το παρασκήνιο με κύριες μεθοδεύσεις τη μεταμφίεση και την απόκρυψη. Κατ' αυτή την έννοια, η ίδια η δύναμη της γυναίκας νοείται με κεντρική αναφορά στην αφάνεια.

Αυτό δεν σημαίνει ότι το χωριό δεν λάμβανε υπ' όψιν του τον ευρύτερο αντίκτυπο της γυναικείας δράσης. Αντίθετα, η δύναμη που έχουν οι γυναίκες να επηρεάζουν τη ροή των πραγμάτων ήταν ένα θέμα που προέκυπτε πολύ συχνά στα σχόλια των συνομιλητών μου. Αποφθέγματα και αφηγήσεις που αναφέρονταν, ιδιαίτερα, στην επένεργεια των γυναικείων πράξεων επί της θεσμικής τάξης αποτελούσαν σταθερά μοτίβα. Προκύπτει, ως εκ τούτου, το ερώτημα κατά πόσο οι αναφορές αυτές σηματοδοτούσαν ακυρώσεις της γυναικείας αφάνειας. Μια δεύτερη ανάγνωση αποκαλύπτει ότι οι εντόπιες εκδοχές αναφορικά με πεδία δύναμης και σφαίρες δράσης συνοψίζονταν σε δύο βασικά σχήματα. Το ένα σχήμα παλινδρομεί μεταξύ αντιθετικών υπερβολών, παραμένοντας στο πνεύμα της κλασικής αντίσταξης «γυναίκα παντοδύναμη/γυναίκα ανήμπορη». Στο δεύτερο σχήμα κάνει την εμφάνισή της η διαπραγμάτευση.

Έτσι, στις εγγχώριες αναπαραστάσεις συνάντησα το γνωστό δίπολο όπου στον ένα πόλο η γυναικεία βούληση και οι γυναικείες πράξεις εμφανίζονται ως κρίσιμοι συντελεστές της κοινωνικής τάξης, ως εάν από το τι θέλουν και κάνουν ή δεν θέλουν και δεν κάνουν οι γυναίκες να εξαρτιόταν το αν θα διατηρηθούν ή αν θα αποδιαρθρωθούν οι καταστατικοί θεσμοί της κοινωνίας. Στον αντίθετο πόλο οι γυναίκες παρουσιάζονται να συμμορφώνονται αδιαπραγμάτευτα στους όποιους όρους ύπαρξης τους επιβάλλονται. Η διπολική αυτή εκδοχή, που τη στιγμή της έρευνας είναι ενδεχομένως και η κυρίαρχη, συνοψίζεται εύγλωττα στα σχόλια για την απάρεσκεια των νέων γυναικών προς τη γεωργική εργασία. Στον ένα πόλο της υπερβολής δηλώνεται πως αφού «οι γυναίκες δε θέλουν τη δουλειά», οι νέοι αγρότες είναι κι αυτοί αναγκασμένοι να εγκαταλείψουν τη γεωργία. Άρα η γυναικεία βούληση παρουσιάζεται ρυθμιστής της ίδιας της φυσιογνωμίας του χωριού. Στον άλλο πόλο η γυναικεία βούληση ακυρώνεται από την πεποίθηση πως «αν παντρευτείς αγρότη τι θα κάνεις; θες δε θες θα δουλέψεις».

Οι μυθοποιήσεις αυτές δεν αναιρούν τη συνθήκη της αφάνειας. Μάλλον συνιστούν, θα έλεγε κανείς, παρενέργειες της συνθήκης αυτής. Είτε παρουσιάζεται ως παντοδύναμη είτε ως παντελώς ανήμπορη, και στις δύο εικόνες η γυναίκα και η γυναικεία δράση τοποθετούνται έξω από τις διαδικασίες που διαμορφώνουν και μεταλλάσσουν θεσμούς και αντιλήψεις. Και στη μια και στην άλλη περίπτωση, η γυναίκα αναπαρίσταται περισσότερο ως φορέας του φανταστικού παρὰ ως δρων, διαπραγματευόμενο κοινωνικό υποκείμενο.

Οι διπολικές όμως αυτές τοποθετήσεις συνυπάρχουν, συχνά στα ίδια άτομα, με μια αίσθηση ότι τα πράγματα δεν είναι, σή-

μερα πλέον, ακριβώς έτσι. Μια άλλη αντίληψη, που φαινόταν να ανιχνεύει ισορροπίες και να θέλει να αμβλύνει άκαμπτες αντιτιξίες, άρχιζε να παίρνει μορφή στο χωριό. Εδώ η άρθρωση ενός γυναικείου «θέλω» που αμφισβητεί και διεκδικεί δεν εξισούται με τη διάλυση των πάντων, ούτε όμως και παρουσιάζεται ως βούληση καταδικασμένη να παραμείνει εξουδετερωμένη και άφωνη. Το γυναικείο «θέλω» τοποθετείται στις ενδιάμεσες σφαίρες, εκεί όπου επιτελείται η κοινωνική δράση.

Θα αναφερθώ εδώ και πάλι στα σχόλια κάποιων συνομιλητών μου για το ζήτημα της γυναικείας εργασίας. Τα άτομα αυτά, κατά κανόνα νεότερες γυναίκες αλλά και κάποιοι άνδρες, δεν μιλούν για το θέμα με όρους του «όλα-ή-τίποτα». Τους ενδιαφέρουν περισσότερο τα περιθώρια που υπάρχουν να μειωθεί ο φόρτος εργασίας. Εδώ η έμφαση δεν τίθεται τόσο στην απροθυμία των νέων γυναικών να δουλεύουν, όσο στο αίτημά τους να μην δουλεύουν «σαν τα ζώα». Το «σαν τα ζώα» των νέων γυναικών, δεν αναφέρεται στην ποσότητα της δουλειάς. Αναφέρεται στην αυτονόητη αποδοχή ότι το πόσο θα δουλέψει η γυναίκα καθορίζεται ερήμην της. Η παραπομπή είναι στις *παλιές νοοτροπίες* που όριζαν ότι η γυναίκα οφείλει να προσαρμοστεί προς τις εκάστοτε απαιτήσεις της παραγωγής, καταθέτοντας σε κάθε περίπτωση τη μέγιστη προσφορά. Η υπονοούμενη αντίστιξη «σαν άνθρωπος» παραπέμπει σε μια ποιοτικά πολύ διαφορετική σχέση της αγρότισσας με τη δουλειά – μια σχέση όπου η γυναίκα λειτουργεί ως δρων υποκείμενο. Ένα υποκείμενο που διαμορφώνει αυτοδύναμα δικούς του στόχους και διαχειρίζεται τις συνθήκες αντί να συμμορφώνεται προς ό,τι παρουσιάζεται ως εκ των πραγμάτων επιβεβλημένο. Αλλά κυρίως ένα υποκείμενο που διεκδικεί ανταλλάγματα με τους δικούς του όρους, που δεν αρκείται πλέον στην επιδοκimasία και μόνο. Στον λόγο των γυναικών αυτών τα ωφελήματα αυτά («να δω κι εγώ κάτι από τη δουλειά μου») υποστασιοποιούνται σε καταναλωτικά αγαθά. Και θα έλεγε κανείς πως, αντίστροφα, η μορφοποίηση την οποία προσφέρουν τα καταναλωτικά αγαθά συμβάλλει αφεαυτής στο να καθιερωθεί το μη αυτονόητο της γυναικείας συμβολής.

Θεωρώ τη συμβιβαστική λογική που διέπει τα σχόλια αυτά για τη γυναικεία βούληση ως σημείο μιας αντίληψης που επιτελεί τη μετάβαση από τη μυθοποίηση στη διαπραγμάτευση. Η γυναικεία βούληση όχι τόσο έγκλειστο στοιχείο ικανό, αν βγει στην επιφάνεια, να σαρώσει το κοινωνικό οικοδόμημα, όσο παράμετρος της κοινωνικής ζωής, σε ενεργή συναλλαγή με συνθήκες και όρους ύπαρξης. Μια γυναικεία βούληση που διεκδικεί παρουσία. Δεν αναφέρομαι στο σημείο αυτό στο εάν και κατά πόσο οι γυναίκες στο χωριό σήμερα έχουν ή δεν έχουν ευρύτερα περιθώρια από άλλοτε να διαπραγματευθούν τους όρους της ζωής τους. Εκείνο που έχει σημασία για τους σκοπούς της ανάλυσης είναι ότι η διαπραγμάτευση εγκαθίσταται ως αναπαράσταση γυναικείας δράσης αμβλύνοντας, κι ως ένα βαθμό έκτοπιζοντας, το δίπολο γυναίκα παντοδύναμη/γυναίκα ανήμπορη.

Συνοπτικά: Οι συλλογικές αναπαραστάσεις του γυναικείου έχουν αρχίσει να οριοθετούν για τη γυναικεία δράση μια θέση στο εσωτερικό της σφαίρας όπου διαμορφώνεται και αναπλάθεται η θεσμική τάξη. Συγκεκριμένα, θεωρώ ότι τη στιγμή αυτή έχει αρχίσει να μορφοποιείται και να αρθρώνεται μια αντίληψη, η οποία αναγνωρίζει ότι τα γυναικεία εν οίκω επενεργούν σε θεσμούς και κανόνες, όπως και τοποθετεί τη γυναικεία δράση στον ενδιάμεσο χώρο ανάμεσα στην άλογη ανατρεπτικότητα και την απόλυτη συμμόρφωση – τον χώρο δηλαδή της διαπραγμάτευσης. Τα δύο αυτά στοιχεία, συνδυαζόμενα, ενσωματώνουν διαστάσεις παρουσίας κι ορατότητας στους προσδιορισμούς του γυναικείου. Στον βαθμό δε που οι αντιλήψεις αυτές κερδίζουν έδαφος, επιτελούνται σχισμές στον πέπλο της αφάνειας.

Μένει να εξετάσω από πιο κοντά πώς οι συμβολικές φορτίσεις της κατανάλωσης φθάνουν να προσδίδουν παρουσία στη γυναικεία δράση. Στο σημείο αυτό επανέρχομαι στις κρίσιμες για τη γυναικεία παρουσία πολιτισμικές κατασκευές που συσχετίζουν κατανάλωση/μοντέρνο/γυναίκες και όλα αυτά με τη διαπάλη ιδεολογιών. Οι διασυνδέσεις αυτές παρουσιάζονται στις συνειδήσεις ως ορατές, απτές πραγματικότητες, βιώματα της καθημερινότητας, με κατεξοχήν σημεία αναφοράς τα επιμέρους καταναλωτικά επεισόδια. Με δεδομένες τις συμβολικές φορτίσεις, τις οποίες το καταναλωτικό επεισόδιο με τη σειρά του επεξεργάζεται και κατακυρώνει, κάθε τέτοιο συμβάν και οι ιστορίες που πλέκονται γύρω από αυτό προσφέρουν, θα έλεγα, ένα θέαμα, μια παράσταση κοινωνικής αλλαγής όπου οι γυναίκες εμφανίζονται σε ρόλους πρωταγωνιστικούς. Με τους προβολείς στραμμένους προς γυναικείες φιγούρες, και θυμίζω πως κατά κανόνα τους ρόλους αυτούς τους αναλαμβάνουν η πεθερά και η νύφη, αναφαίνεται και εκδραματίζεται το πώς τα εν οίκω γυναικεία επενεργούν σε ζητήματα που το χωριό ορίζει ως κρίσιμα για την εν γένει κοινωνική του ζωή.

Σε αυτή τη θεατρικότητα η οποία, αφεαυτής, τείνει να φέρνει στο φως το πόσο κινήσεις στο χώρο του γυναικείου αφήνουν τα αποτυπώματά τους στο χώρο της κοινής ζωής, συμβάλλει και το γεγονός ότι η κατανάλωση κινείται στον χώρο του ορατού. Η ορατότητα των προϊόντων σημαίνει ότι οι παρεμβάσεις των νέων γυναικών κυριολεκτικά αλλάζουν το σκηνικό της καθημερινότητας κι αυτό δεν διαφεύγει την προσοχή κανενός. Όπως δεν διαφεύγει σε κανέναν πως όταν αλλάζει το σκηνικό αυτό, κλονίζονται και τα ιδεολογικά αυτονόητα που μεταφέρουν οι παλιές εικόνες. «Στο σουπερμάρκετ εγώ βάζω το μπεϊμπιλίνο, αυτή οπωσδήποτε θα το βγάλει. Με θέλει ακόμη να πλένω τις πάνες». Η σκηνή ανακύπτει, απaráλλαχτη, σε πολλές διηγήσεις και σχόλια. Ο λόγος για τον οποίο κάθε φορά που φτάνει το καροτσάκι του σουπερμάρκετ στο ταμείο, διαδραματίζεται μια αναμέτρηση περί το αν θα περάσει το προϊόν αυτό της ευκολίας ή αν θα επιστραφεί στο ράφι είναι γιατί και οι δύο γυναίκες ξέρουν

πως στο βαθμό που τα μπεϊμπιλίνο και τα πλυντήρια εκτοπίζουν τις πάνες και τις σκάφες, εκλείπει μια εξαιρετικά εύγλωττη μορφοποίηση του ακλόνητου των ιεραρχήσεων: η θέα της νύφης στη μπουγάδα.

Το καταναλωτικό, τέλος, επεισόδιο είναι εξαιρετικά ενδειγμένο να δείξει και να υποστασιοποιήσει διαδικασίες διαπραγμάτευσης. Η μάχη για τα νοήματα και τις αντιλήψεις διεξάγεται για ένα αντικείμενο, ή, καλύτερα, για την εικόνα του. Και οι εικόνες είναι εύπλαστες, μεταφέρουν μηνύματα διαφορούμενα, αφήνουν περιθώρια για δοκιμαστικά και υπαναχωρήσεις (McCracken:168-169). Το να αγοραστεί μια έγχρωμη τηλεόραση, και μάλιστα αιφνிடιαστικά, κατεγράφη από όλους στο σπιτικό της κυρίας Δήμητρας καθώς και, αναμφίβολα, από όσους ήρθαν να δουν και να σχολιάσουν, ως κίνηση ρηξικέλευθη, που θέλει να ακυρώσει τα υφιστάμενα. Από κει και πέρα αρχίζει η διαπραγμάτευση, που κι αυτή αφήνει προφανή τα σημάδια της στον χώρο. Άλλο πράγμα η έγχρωμη τηλεόραση στην κουζίνα (θα καθορίζουν στο εφεξής οι νέοι το ύψος του σπιτιού;) άλλο επάνω, στο υπνοδωμάτιο. Στο καταναλωτικό επεισόδιο όλα παίζονται στις αποχρώσεις. Δεν είναι πεδίο του «όλα-ή-τίποτα», είναι πεδίο της διαπραγμάτευσης. Και η κεντρική τοποθέτηση των γυναικών στον χώρο αυτό ανοίγει ένα δρόμο για να μιληθεί και να αναγνωριστεί η διαπραγμάτευση ως γνώρισμα της γυναικείας δράσης.

Σε όλη την έως τώρα ανάλυση έχω εκλάβει ως δεδομένο ότι η συνθήκη της αφάνειας αποδυναμώνει. Και, αντίστοιχα, ότι συνιστά στοιχείο υπόστασης, δύναμης και αυτονομίας το να κατακυρώνεται η γυναικεία δράση ως φορέας μελημάτων του κοινωνικού συνόλου και να νοούνται οι γυναίκες παρούσες και ενεργές στις διαδικασίες διαμόρφωσης των θεσμών και των κανόνων του παιγνιδιού. Χωρίς να θέλω να αναιρέσω αυτή την παραδοχή, θα ήθελα να επισημάνω ότι σε ένα πλαίσιο όπου το φύλο υπεισέρχεται σε όλες τις ιεραρχήσεις της κοινωνικής ζωής, η αφάνεια παρέχει όχι μόνο προστασία αλλά και δυνατότητες να αντισταθμιστούν ποικίλες υποβαθμίσεις, ενώ ένα κλίμα εγγήγγορσης ως προς τον θεσμικό αντίκτυπο της γυναικείας δράσης περιέχει και κινδύνους αυξημένων ελέγχων της γυναικείας συμπεριφοράς.

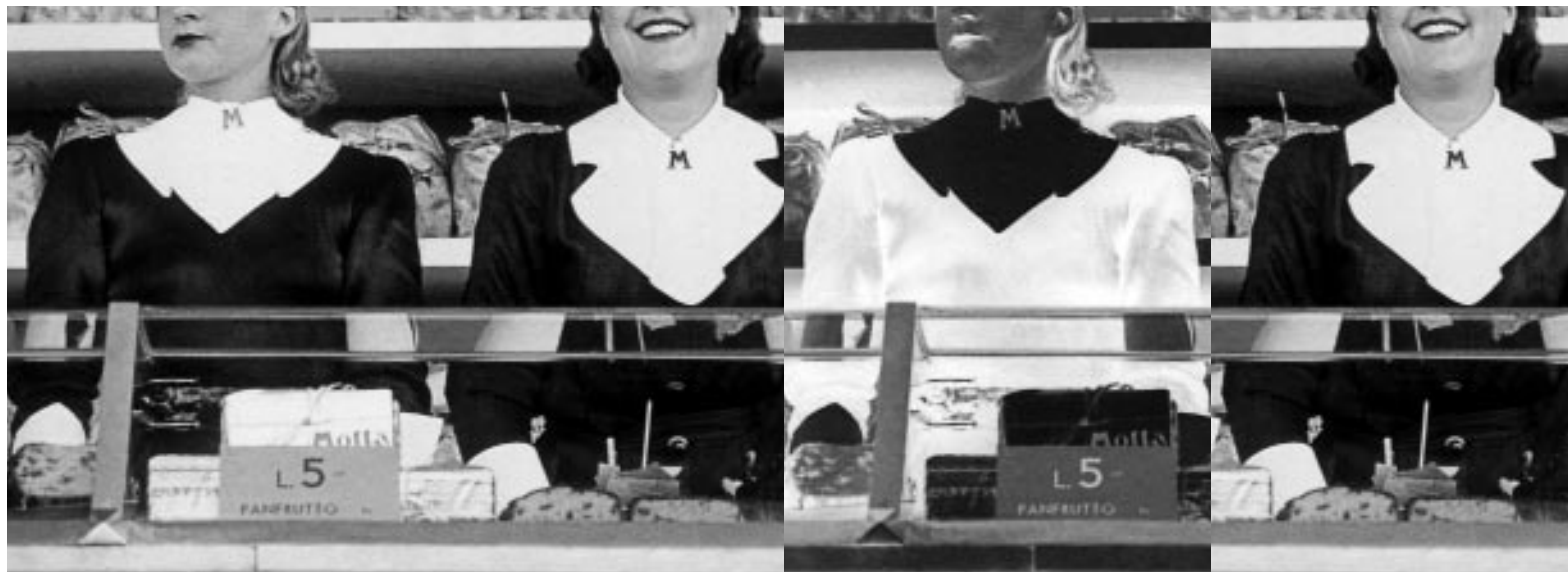
Τις δύο αυτές όψεις, τις βρήκα να αντανakλώνται και στην αμφιθυμία των νεότερων κυρίως γυναικών απέναντι στην ίδια τη συνθήκη της αφάνειας. Οι γυναίκες αυτές είχαν συνείδηση της προστασίας που προσφέρει η κλασική εκδοχή της αφανούς γυναικείας δύναμης, την οποία εξάλλου και οι ίδιες σε μεγάλο βαθμό προσυπέγραφαν. Από την άλλη μεριά όμως διέβλεπαν πως μια δύναμη της οποίας αναγνωρίζεται το εκτόπισμα και που καταχωρείται στην επιφάνεια της κοινής κοινωνικής ζωής ασκείται υπό τελείως διαφορετικούς όρους από ότι μια δύναμη που εκφέρεται παρενθετικά και χαμηλόφωνα. Και από την άποψη αυτή η κατανάλωση φάνηκε εξαιρετικά ενδειγμένη ως γυναικείο ιδίωμα πολιτισμικής παρουσίας: οι πολυσημίες της καταναλωτικής πρακτικής άφηναν στις γυναίκες

κάθε περιθώριο να διαχειριστούν τις όποιες τους αμφιθυμίες. Έτσι, δεδομένου ότι η κατανάλωση είναι τόσο άρρηκτα συνδεδεμένη με τα οικιακά, οι νέες γυναίκες μπορούσαν, ως ένα βαθμό και εφόσον το ήθελαν, να αποκρύψουν ότι οι καταναλωτικές τους πρακτικές αφορούσαν οτιδήποτε πιο ευρύ από ένα διακανονισμό που περιοριζόταν αποκλειστικά στα εσωτερικά και ενδοοικογενειακά. Η νεαρή αγρότισσα που μου μίλησε για το σχέδιό της να πείσει τον άντρα της να πάνε μια εβδομάδα με την παρέα τους για «παραθέριση» («να βάλουμε ένα δύο μεροκάματα παραπάνω, τι έγινε;») ήξερε πολύ καλά πως μια τέτοια κίνηση, κατά μήνα Αύγουστο, εποχή συγκομιδής για τη ντομάτα, θα κλόνιζε εκ θεμελίων ένα ολόκληρο οικοδόμημα επιταγών που αφορούσαν την απόλυτη προτεραιότητα της δουλειάς στη ζωή της αγρότισσας. Δήλωνε, ωστόσο, πως το μόνο που ζητούσε είναι να πάνε, να κάνουνε και τα παιδιά τα μπάνια τους, να περάσουνε κι εκείνοι καλά σαν οικογένεια με την παρέα τους. «Τι έγινε;» Αν όμως φρόντιζαν να μη φανεί ότι ένα συγκεκριμένο ενδοοικογενειακό διακύβευμα εντάσσεται σε κάτι ευρύτερο και το τροφοδοτεί, κάποιες νέες γυναίκες προσπαθούσαν, από την άλλη μεριά, να βρουν τρόπους να εγκατασταθούν οι «δημόσιες» όψεις της γυναικείας πρακτικής στα αυτονόητα της καθημερινότητας. Και σε αυτό, πάλι, το πρόταγμα η κατανάλωση φαινόταν να προσφέρεται ως το κυριότερο όχημά τους. Έτσι, το πιο συνειδητό ίσως πρόταγμα κοινωνικής παρουσίας, η γυναικεία παρέα, οργανώνεται στον καινοτόμο για το χωριό θεσμό της καφετέριας. Η ιδέα μιας παρέας γυναικών κατά τον χρόνο της έρευνας έχει στοιχεία βαθύτατα επαναστατικά, ιδιαίτερα όσον αφορά στην ταυτότητα της νέας. Ο χρόνος της παρέας ορίζεται ως χρόνος χωρίς στόχο, εκ προθέσεως χαμένος, αφιερωμένος μόνο στην ευχαρίστηση της συναναστροφής. Αγνοώντας χρονικούς περιορισμούς, η παρέα αντιβαίνει την κατάκτηση του γυναικείου χρόνου στη διαρκή υπηρεσία των άλλων, ως ομολογία ενός υπόχρεου εαυτού. Κατά προσωρινή έστω κάθε φορά υπέρβαση των κεντρικών «υποχρεώσεων» της ζωής, η παρέα διεκδικεί και καταθέτει αυτονομία: ζητά αποκλειστικότητα, συγκροτεί τους δικούς της κώδικες, απαιτεί την αφοσίωση των μελών της. Η παρέα υπερασπίζεται την υπόστασή της και στον χώρο. Η αυτονομία της δεν μπορεί να πραγματωθεί στον χώρο του οικιακού. Ο χώρος της παρέας, εκεί που εκφράζεται η ουσία της, είναι το έξω – η παρέα θέλει τα στέκια της, προσδιορίζεται θα έλεγε κανείς από αυτά. Όλα τα παραπάνω υπαινίσσονται ελευθερίες και δυνατότητες απολύτως ασύμβατες με τα από μακρού παγιωμένα κατηγορήματα της γυναικείας ταυτότητας, ιδιαίτερα δε της νέας. Τον καιρό της έρευνας, αρκετές νέες γυναίκες κάνουν επίμονες προσπάθειες να εγγράψουν τη γυναικεία παρέα στα αποδεκτά του χωριού. Το εγχείρημα αυτό δεν προσक्रούει μόνο στις επικρίσεις του περιβάλλοντος. Προσक्रούει και στις απ' εαυτών πραγματούμενες προφητείες (*self fulfilling prophesies*) των ίδιων των γυναικών, οι οποίες

φαίνονται να αποδέχονται την ιδέα μιας εγγενούς γυναικείας διαιρετικότητας, που υπονομεύει κάθε μορφή συλλογικότητας. Αν παρά τις δυσκολίες, οι γυναίκες αυτές επιμένουν τόσο, είναι γιατί έχουν επίγνωση πως η διεκδίκηση της γυναικείας παρέας επιτελεί τομές σε όλο το εύρος της γυναικείας ταυτότητας. Κι αυτό που ιδιαίτερα τις ελκύει είναι η ορατότητα τέτοιων τομών, μια και η παρέα είναι, από την ίδια τη φύση της, ορατή.

Εξ ου και η σημασία της καφετέριας το απόγευμα της Κυριακής.

Η καφετέρια συγκεντρώνει κάποια βασικά στοιχεία που την καθιστούν εξαιρετικά πρόσφορη να υπηρετήσει τα νεωτερι-



κά αυτά προτάγματα²¹. Σε πλήρη αντιδιαστολή, σε επίπεδο παραστάσεων, με το καφενείο, η καφετέρια εκπροσωπεί την είσοδο της μαζικής καταναλωτικής αγοράς στο χωριό και από την άποψη αυτή ταυτίζεται με την ίδια την ιδέα της νεωτερικότητας. Παράλληλα, η καφετέρια πληροί και το βασικό αίτημα της παρέας για μια δημόσια ορατή παρουσία. Πράγματι, κατά τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή, το θέαμα μιας παρέας νέων γυναικών στην καφετέρια που βρισκόταν στην είσοδο του χωριού είχε αρχίσει να εντάσσεται στο όλο σκηνικό της Κυριακής, με σαφείς συνδηλώσεις, για το χωριό, μιας νέας γυναικείας ελευθερίας. Όμως η καφετέρια αυτή, τοποθετημένη μακριά από την αγορά και την αφετηρία των λεωφορείων, στις παρυφές κατοούσιαν του χωριού, θεωρείτο ήδη από κάποιες γυναίκες πολύ αποκομμένη από τους δημόσιους χώρους. Οι γυναίκες αυτές προσπαθούσαν να καθιερώσουν ως απόληξη της κυριακάτικης βόλτας μια καφετέρια πιο κοντά στο κέντρο κι αυτό το εγχείρημα και οι ίδιες αλλά και το χωριό το προσελάμβαναν και ως διεκδίκηση ορατότητας. Έτσι οι επικριτές καταλόγιζαν στις γυναίκες αυτές ότι κάνουν τις Αθηναίες, ότι πάνε στην κεντρική καφετέρια για να δείξουν πως αυτές δεν τις νοιάζει, θα πάνε και στη μια

καφετέρια θα πάνε και στην άλλη, όπου θέλει η παρέα και το σπίτι ας περιμένει. Οι πρωταγωνίστριες, από τη μεριά τους, λένε πως η παλιά καφετέρια είναι πληρική αφού «δεν πάει κανένας, μόνο κάτι παιδιά από το Λύκειο». Που πάνε να φάνε μια πάστα με τις φίλες, μήπως κάνουν τίποτα κακό για να πρέπει να κρύβονται πέρα, στην άκρη του χωριού; Καιρός να καταλάβει το χωριό πως η εποχή που «ντρεπόσουν να περάσεις το δρόμο» έχει περάσει. Η διεκδίκηση στην οποία αναφέρονται τα εκατέρωθεν σχόλια, είτε αποδοκιμαστικά είτε αμυντικά, είναι σαφής: η αγορά ενδιαφέρει τις νέες γυναίκες ως χώρος ορατότητας και παρουσίας. Αυτό που πράγματι θέλουν είναι να αποκτήσουν οι πράξεις και οι επιδιώξεις τους μια θέση στο προοικόνιο της κοινής ζωής.

Baudelaire, C., 1964 (πρώτη έκδοση 1863) «The Painter of Modern Life» στο C. Baudelaire, *The Painter of Modern Life and Other Essays*, μετ. και επιμ. J. Mayne, Λονδίνο, 1-40.
Baudrillard, J., 1970 *La Société de Consommation: ses Mythes, ses Structures*, Παρίσι, Denoel.
Brown, M., 1990a «Introduction: Feminist Cultural Television Criticism — Culture, Theory and Practice» στο Brown, M. (επιμ.) *Television and Womens' Culture*, Beverly Hills, C.A. Sage, 11-22.
— 1990b «Conclusion: Consumption and Resistance – the Problem of Pleasure» στο Brown, M. (επιμ.)... , 201-210.
Clarke, J., Hall, S., et al., 1976 «Subcultures, Cutures and Class», στο Hall, S. και Jefferson, T. (επιμ.) *Resistance through Rituals - Youth Subcultures in Postwar Britain*, Λονδίνο, Hutchinson, 9-75.
De Certeau, M., 1984 *The Practice of Everyday Life*, Berkeley, Univ. of California Press.



Η αίσθηση που, τελικά, παραμένει πιο πολύ από τον εντόπιο λόγο, και κυρίως τον λόγο των νεότερων γυναικών για την κατανάλωση και τους συμβολισμούς της είναι η αμφιθυμία. Και είναι ίσως αυτή καθαυτή η αμφιθυμία, ανεξάρτητα και από το αντικείμενό της, που παραπέμπει στη συγγένεια της κατανάλωσης με τη μοντέρνα ευαισθησία. Παλινδρομικός και αναστοχαστικός, διστακτικός και ποικίλος στις αξιακές του αναφορές, ο λόγος των νέων γυναικών για τις προσκλήσεις και τους κινδύνους της καταναλωτικής αγοράς είναι από την ίδια του τη δομή, θα έλεγε κανείς, νεωτερικός.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Abu-Lughol, L., 1986 *Veiled Sentiments: Honor and Poetry in a Bedouin Society*, Berkeley, Univ. of California Press.
Appadurai, A., 1986 «Commodities and the Politics of Value» στο A. Appadurai, *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge Univ. Press, 3-63.
Barrett, M., 1982 «Feminism and the Definition of Cultural Politics» στο Brunt, R. και Rowan, E. (επιμ.) *Feminism Culture and Politics*, Λονδίνο, Lawrence and Wishart, 37-58.
Barthel, D., 1988 *Putting on Appearances: Gender and Advertizing*, Φιλαδέλφεια, Temple Univ. Press.

Featherstone, M., 1987 «Consumer Culture, Symbolic Power and Universalism» στο Stauth, G. και Zubaida, S. (επιμ.), *Mass Culture Popular Culture and Social Life in the Middle East*, Boulder, Westview Press, 17-46.
Fiske, J., 1989. *Reading the Popular*, Βοστώνη, Unwin and Hyman.
— 1993. *Power Plays Power Works*, Λονδίνο, Verso.
Frisby, D., 1985 *Fragments of Modernity: Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer and Benjamin*, Cambridge, Cambridge University Press.
Hall, S., 1981 «Notes on Deconstructing the Popular» στο Samuel, R. (επιμ.), *Peoples History and Socialist Theory*, Λονδίνο, Routledge Kegan Paul, 227-41.
Hebdige, D., 1981 *Υπο-Κουλτούρα: το Νόημα του Στυλ* (μετ. Ε. Καλλιφατίδη), Αθήνα, Γνώση.
— 1983 «Travelling Light: One Route to Material Culture», *Rain*, 59, 11-13.
Harrowitz, D., 1985 *The Morality of Spending: Attitudes towards the Consumer Society in America, 1875-1940*, Baltimore, The John Hopkins Univ. Press.
Huysen, A., 1986 *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture and Postmodernism*, Bloomington, Indiana Univ. Press.
Jackson-Lears, T.J., 1983 «From Salvation to Self-Realization - Advertising and the Therapeutic Roots of the Consumer Culture 1880-1930» στο Fox, R.W. και Jackson-Lears, T.J. (επιμ.) *Cultural Essays in American History 1880-1980*, Νέα Υόρκη, Pantheon Books, 3-38.

Kaplan, A. 1992 (πρώτη έκδοση 1987) «Feminist Criticism and Television» στο Allen, R.C. (επιμ.) *Channels of Discourse Reassembled - Television and Contemporary Criticism*, Λονδίνο, Routledge, 247-283.

Kellner, D., 1992 «Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities», στο Lash, S. και Friedman, J. (επιμ.) *Modernity and Identity*, Οξφόρδη, Blackwell, 141-177.

Lefebvre, P., 1968 *Vie quotidienne dans le monde moderne*, Παρίσι, Gallimard.

Mc Cracken, G., 1988 *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Bloomington, Indiana Univ. Press.

Leach, W. 1984 «Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores 1890-1925» *The Journal of American History*, 171 (Sept), 319-342.

Mattelart, M., 1986 *Women, Media, Crisis: Femininity and Disorder*, Λονδίνο, Comedia.

Miller, D., 1994 *Modernity, an Ethnographic Approach: Dualism and Mass Consumption in Trinidad*, Οξφόρδη, Berg.

— 1995 «Consumption Studies as the Transformation of Anthropology» στο Miller, D. (επιμ.), *Acknowledging Consumption: a Review of New Studies*, Λονδίνο, Routledge, 264-295.

— 1996 «Introduction: Anthropology, Modernity and Consumption» στο Miller, D. (επιμ.), *Worlds Apart: Modernity through the Prism of the Local*, Λονδίνο, Routledge, 1-22.

Morin, E., 1967 *La Metamorphose de Plozevet: Commune en France*. Παρίσι, Fayard.

Μπακαλάκη, Α., 1993 «Ανθρωπολογικές προσεγγίσεις της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας» *Διαβάζω* (Αφιέρωμα στην Κοινωνική Ανθρωπολογία), 323, 24 Νοεμβρίου, 52-58.

— 1994 (επιμ.) *Ανθρωπολογία Γυναίκες και Φύλο*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.

Nava, M., 1991 «Consumerism Reconsidered. Buying and Power», *Cultural Studies*, 2, 157-74.

Παπαταξιάρχης, Ε., 1992α «Εισαγωγή. Από τη σκοπιά του φύλου: Ανθρωπολογικές θεωρήσεις της σύγχρονης Ελλάδας» στο Παπαταξιάρχης, Ε. και Παραδέλλης, Θ. (επιμ.), *Ταυτότητες και Φύλο στη Σύγχρονη Ελλάδα*, Αθήνα, Καστανιώτης και Παν. Αιγαίου, 11-98.

— 1992β «Ο κόσμος του καφενείου: Ταυτότητα και ανταλλαγή στον ανδρικό συμποσιασμό», στο Παπαταξιάρχης, Ε. και Παραδέλλης, Θ. ... 209-250.

Philibert, J.M., 1989 «Consuming culture - a study of simple commodity consumption» στο Rutz, H.J. και Orlove, B.S. (επιμ.), *The Social Economy of Consumption*, Lanham, University Press of America, 59-84.

Porter-Benson, S., 1986 *Counter Cultures: Saleswomen, Managers and Customers in American Department Stores 1890-1940*, Urbana, University of Illinois Press.

Radway, J., 1988 *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Chapel Hill, Univ. of North Carolina Press.

Robertson, R., 1992 *Globalization- Social Theory and Global Culture*, Λονδίνο, Sage.

Roman, L.G., 1988 «Intimacy, Labor and Class Ideologies of Female Sexuality in the Punk Slam Dance» στο Roman, L.G. και Christian-Smith, L. (επιμ.) *Becoming Feminine: the Politics of Popular Culture*, Λονδίνο, The Falmer Press, 143-185.

— και Christian-Smith, L. (επιμ.) 1988 *Becoming Feminine: the Politics of Popular Culture*, Λονδίνο, The Falmer Press.

Rosaldo, M.Z., 1974 «Woman, Culture and Society – a Theoretical Overview» στο Rosaldo, M.Z και Lamphere, L. (επιμ.), *Woman Culture & Society* Stanford, Stanford Univ. Press.

Simmel, G., 1978 (πρώτη έκδοση 1900) *The Philosophy of Money*, Λονδίνο, Routledge.

Swingewood, A., 1977 *The Myth of Mass Culture*, New Jersey, Humanities Press.

Williams, R.H., 1982 *Dream Worlds: Mass Consumption in Late 19th Century France*, Berkeley, Univ. of California Press.

Willis, P., 1977 *Learning to Labour: How Working Class Kids Get Working Class Jobs*, Westmead, Saxon House.

— 1978 *Profane Cultures*, Λονδίνο, Routledge & Kegan Paul.

Wilson, E., 1985 *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Λονδίνο, Virago.

Yanagisako, S.J., «Mixed Metaphors – Native and Anthropological Models of Gender and Kinship Domains» στο Collier, J.F., Yanagisako, S.J., (επιμ.) *Gender and Kinship - Essays towards a Unified Analysis*, Stanford, Stanford Univ. Press, 86-118.

Zerubavel, E., 1991 *The Fine Line Boundaries and Distinctions in Everyday Life*, Νέα Υόρκη, Free Press.

Ευχαριστίες

Το άρθρο αυτό ξεκίνησε από μια εισήγηση που έκανα στο διεπιστημονικό σεμινάριο μεθοδολογίας για την ψυχοκοινωνική έρευνα, το οποίο οργάνωσε και διευθύνει ο καθηγητής Κλήμης Ναυρίδης στο Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ευχαριστώ τα μέλη του σεμιναρίου για την εποικοδομητική τους κριτική. Ευχαριστώ επίσης την καθηγήτρια Δήμητρα Μαδιανού για τα εκτεταμένα κριτικά της σχόλια, τα οποία επηρέασαν πολύ την τελική μορφή του κειμένου, καθώς και τις Ηλιάνα Αντωνοκοπούλου, Τάνα Βοσνιάδου και Χρύση Ιγγλέση για τις βοηθητικές τους παρατηρήσεις και το αμέωτο ενδιαφέρον τους.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. Τη συνεισφορά όσο και τους κινδύνους αυτών των αναλύσεων εικονογραφεί πιστεύω απολύτως η μεγάλη κουβέντα για τη θεμελιακή μεταφορά άνδρες-δημόσιο/γυναίκες-ιδιωτικό που ξεκίνησε με το κλασικό της άρθρο η Μ. Rosaldo (1974). Κανείς δεν αμφισβήτησε ότι η μεταφορά αυτή προσέφερε ένα εξαιρετικά διεισδυτικό αναλυτικό εργαλείο για τη μελέτη της ιεράρχησης των φύλων. Ωστόσο η χρήση της μεταφοράς αυτής χωρίς τη δέουσα προσοχή στις εκάστοτε αποχρώσεις, οδήγησε συχνά σε ανυπόστατες γενικεύσεις και στάθηκε εμπόδιο στο να κατανοηθούν διαπολιτισμικές και διαχρονικές διαφοροποιήσεις. Βλ. ενδεικτικά Μπακαλάκη (1994) και Yanagisako (1987).

2. Η συλλογή του υλικού έγινε κατά την περίοδο Αύγουστο 1985- Νοέμβριο 1986. Τους οκτώ πρώτους μήνες έμενα στο χωριό. Για την πολύτιμη συνεργασία τους στον σχεδιασμό της έρευνας, καθώς και στη συλλογή σημαντικού μέρους του υλικού ευχαριστώ την Άννα Κούλη και τη Γεωργία Πετράκη. Κατά το χρόνο της έρευνας το χωριό είχε περίπου 1350 κατοίκους και δεν έφερε σημάδια δημογραφικού μαρασμού. Δειγματοληπτική έρευνα που διεξήγαγα κατά τη διαμονή μου, έδειξε πως μολονότι 45% των κατοίκων ήταν πάνω από 50 ετών, το ποσοστό των «συνταξιούχων» ήταν σχετικά χαμηλό (ένας στους πέντε ήταν άνω των 65 ετών). Το χωριό αυτοπροσδιορίζεται ως κοινότητα γεωργική «κρεμμυδοχώρι», ενώ η Κωπαίδα συνιστά κύρια αναφορά στον τρόπο που το χωριό τοποθετεί τον εαυτό του γεωγραφικά και ιστορικά. Πράγματι η απογραφή έδειξε ότι τα δύο τρίτα των εργαζομένων ανδρών είναι αγρότες. Η παραγωγή είναι εν μέρει μόνο εκμηχανισμένη. Στον σχετικά μικρό (μέση έκταση περίπου 50 στρ.) και κατακερματισμένο κλήρο εφαρμόζεται πολυκαλλιέργεια και ως εκ τούτου απαιτείται εντατική συμμετοχή των γυναικών στην παραγωγή. Παράλληλα, ο εξωγεωργικός τομέας εμφανίζεται έωρωτος – οι λίγες βιοτεχνίες, κάποια μηχανουργεία καθώς και πολλές από τις μικροεπιχειρήσεις που σχετίζονται με την οικοδομή, έχουν τη βάση τους στο χωριό και ακτίνα δραστηριότητας σε όλη την περιοχή, ενώ σε ανάπτυξη βρίσκεται ο τομέας υπηρεσιών για τον ελεύθερο χρόνο. Κεντρικές πόλεις αναφοράς σε ό,τι αφορά «ποιότητες ζωής» – εκπαίδευση, υγεία, κατανάλωση- είναι η Θήβα, σε απόσταση είκοσι περίπου χιλιομέτρων και η Αθήνα λιγότερο από εκατό χιλιόμετρα μακριά.

3. Μια απόπειρα επιλεκτικής έστω επισκόπησης της βιβλιογραφίας για τη σημασία της καθημερινότητας ως τόπου όπου επιβεβαιώνονται αλλά και μετασχηματίζονται οι θεσμοί θα αποτελούσε αντικείμενο ξεχωριστής έρευνας. Αναφέρω μόνο τους LeFebvre (1968) Certeau (1984) ως διαβάσματα που επηρέασαν καθοριστικά την προσέγγισή μου. Κάποιες μελέτες και θεωρητικές διατυπώσεις των μελετητών του Κέντρου Πολιτισμικών Σπουδών του Μπίρμινγχαμ παραμένουν, κατά την άποψή μου υποδειγματικές για τη σαφήνεια με την οποία ανέδειξαν αλλά και οριοθέτησαν το ανατρεπτικό δυναμικό των τρόπων με τους οποίους ομάδες εκτός εξουσίας διαχειρίζονται το υλικό της καθημερινότητας, και κυρίως τα προϊόντα της καταναλωτικής αγοράς. Hall & Jefferson (1976), Willis (1977 και 1978), Hebdige (1981). Επίσης Fiske (1989 και 1993) Για τα μοτίβα αυτά με ιδιαίτερη αναφορά στις γυναίκες, βλέπε και Norman & Christian Smith (1988) και Radway (1984).

4. Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα για τη μελέτη μου είναι η πολιτική διάσταση αυτής της κοινότητας: ενδημικό γνώρισμα της θέωσης του καταναλωτή ως ατόμου υπό κυριαρχία, είναι η τάση να συνδέεται η ροπή προς κατανάλωση με τη συλλογική φυσιογνωμία των κοινωνικά υποτελών. Ο λόγος για την κατανάλωση και την παθολογία της είναι εγγενώς ταξικός, έμφυλος και φυλετικός. Πολύ διεξοδικά στοιχειοθετεί τα μοτίβα αυτά για την Αμερική ο Horowitz (1985).

5. Ο πολιτικός χαρακτήρας της καταναλωτικής πράξης έχει μελετηθεί με πρωταρχική αναφορά στη «μάχη για το νόημα», βλ. Appadurai (1986: 57), Hall (1981: 33), Hebdige (1983:11), Nava (1991:163), Featherstone (1988: 23-26). Για μια διεξοδική παρουσίαση της συσχέτισης ανάμεσα σε καταναλωτικές πρακτικές και διαπραγματεύσεις ταυτότητας, βλ. McCracken (1988).

6. Η τακτοποίηση της πραγματικότητας σε δίπολα αυτού του τύπου έχει συζητηθεί ως κώδικας σχόρωσης ενάντια στην αλλαγή. Βλ. Philibert (1989: 65), Zerubavel (1991: 25-65).

7. Τη διαπλοκή αυτών των αντιτιθέων μεταξύ τους και το πώς αυτές υπεισέρχονται στις συμβολικές κατασκευές του φύλου παρακολούθησε η Jane Gowan σε μικρή πόλη της Μακεδονίας (1992).

8. Για κάποιες διεισδυτικές τοποθετήσεις του πώς η οριοθέτηση συνοδεύει τη συνείδηση αυξανόμενης εξάρτησης από κάποια απόμακρη «κέντρα» βλ. Cohen (1985), Miller (1995), Robertson (1992).

9. Σύμφωνα με το λεξιλόγιο του χωριού «κλέβει» η νοικοκυρά που συρροτεί ένα δικό της «κομπόδεμα» αφαιρώντας από το ποσό που της παραχωρείται για τις τρέχουσες ανάγκες του νοικοκυριού.

10. Ας σημειωθεί ότι στο λεξιλόγιο του χωριού η λέξη «μοντέρνο» ως χαρακτηρισμός δρώμενων μέσα στο χωριό έχει ακραίες συνδηλώσεις και φορτίζεται κατά κανόνα αρνητικά.

11. Χρησιμοποιώ «κατανάλωση» ως συντομογραφία για την ανάπτυξη της καπιταλιστικής μαζικής αγοράς, δηλαδή, τον πολλαπλασιασμό προϊόντων και υπηρεσιών συν τους μηχανισμούς που πυροδοτούν την αυξητική δυναμική της ζήτησης.

12. Τον δρόμο για τη θεωρητική επεξεργασία της σχέσης νεωτερικότητας/κατανάλωση σε επίπεδο grand theory άνοιξε ο Georg Simmel (1978). Για μια εθνογραφική επισκόπηση βλ. Miller (1995, 1996). Από τους πρώτους εκφραστές της ταύτισης κατανάλωση-μεταμοντέρνο υπήρξε ο Baudrillard (1970). Για μια κριτική των τρόπων με τους οποίους η κατανάλωση χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να υποστηρίξει την μεταμοντέρνα εξέλιξη του υποκειμένου, βλ. Kellner (1992).

13. Ο Baudelaire, στο πολυφνές του δοκίμιο για την ουσία της νεωτερικότητας, που δημοσιεύτηκε το 1863, έδωσε όλο το βάρος στην νέα αίσθηση του χρόνου και όρισε τη μόδα ως τον τόπο όπου το εφήμερο δίδει την ομορφιά του. Για μια εκλεπτυσμένη ανάλυση της σύνθετης σχέσης μόδας/νεωτερικότητα βλ. Wilson (1985).

14. Για μια πρωτοποριακή εθνογραφική τεκμηρίωση της διαπλοκής ανάμεσα σε ορισμούς του προοδευτικού και στάσεις απέναντι στην κατανάλωση, βλ. Morin (1967: 365 et passim).

15. Τα στοιχεία μου είναι εξαιρετικά ανεπαρκή για να αποδώσουν το τελετουργικό και τον συμβολισμό της ανδρικής κοινωνικότητας στον δημόσιο χώρο της διασκέδασης. Για τα υπερβατικά συστατικά της ανδρικής κοινωνικότητας βλ. Παπαταξιάρχης (1992β).

16. Η συνάντηση, ιδιαίτερα, της φεμινιστικής αποδόμησης θεσμών και συμβόλων με τη μαρξιστική απομυθοποίηση της μαζικής καταναλωτικής αγοράς, παρήγαγε έναν συνεκτικό κριτικό λόγο που παρέμεινε κυρίαρχος έως τη δεκαετία του '80. Για μια ανάλυση η οποία προσεγγίζει τα μοτίβα που πραγματεύομαι από τη σκοπιά της χειραγώγησης των γυναικών από τις πατριαρχικές καπιταλιστικές δομές, βλ. Mattelart (1986: 26-37).

17. Ως κατεξοχήν υπήρξε αυτής της γιγαντιαίας εξαπάτησης των γυναικών θεωρήθηκε η διαφήμιση. Αναφέρω δύο χαρακτηριστικά σχόλια. Σε απάντηση ενός διαφημιστικού σποτ που παρουσιάζει ως επαγγελματικά πετυχημένη τη γυναίκα με τα «απελευθερωμένα» εσώρουχα, η Barthel σχολιάζει: «Αυτά τα απελευθερωμένα προϊόντα προσφέρουν νέες μαγικές φόρμουλες επιτυχίας. Στα “αθέμιτα πλεονεκτήματα” που υπόσχονται, εκείνο που έχει να απαντήσει κανείς είναι ότι τα μόνα πραγματικά αθέμιτα πλεονεκτήματα είναι αυτά που κρατούν στα χέρια τους οι απόφοιτοι του Harvard». (1986:130). 'Η, κατά τον Jackson-Lears: «Οι διαφημιστές, εορταστικά και με τυμπανοκρουσίες πρόσφεραν στις γυναίκες την ελευθερία να καπνίζουν τσιγάρα Lucky Strike.... Διαμέσου της κατανάλωσης, πρόσφεραν μια κάλπικη απελευθέρωση και πολλές γυναίκες αποδέχτηκαν αυτή τη νέα εκδοχή της ανδρικής ηγεμονίας» (1983: 27). Η κυριαρχία αυτών των θεωρήσεων έως και τη δεκαετία του '80 φαίνεται και από την αίσθηση του ρηξικέλευθου που μεταδίδουν κείμενα τα οποία πρότειναν ότι οι έννοιες της χειραγώγησης και της ψευδούς συνείδησης δεν αρκούν για να κατανοηθεί η σχέση των γυναικών με την κατανάλωση, π.χ. Barrett (1982).

18. Για διεξοδικές κριτικές παρουσιάσεις των παραδοχών που υποστηλώνουν τη διασύνδεση της μόδας με υποτέλεια βλ. Wilson (1985: κεφ. 11) και Radcliffe-Richards (1980: κεφ.7).

19. Ιδιαίτερα πρόσφορη για την εφαρμογή μιας τέτοιας οπτικής υπήρξε η ανάλυση της επικοινωνίας των MME. Βλ. ενδεικτικά Brown (1990 a και b) Kaplan (1992)... Πρωτοποριακή στην λεπτομερειακή εξέταση της στρατηγικής που υπηρετούν συγκεκριμένα καταναλωτικά σχήματα, υπήρξε η μελέτη της Leslie Roman για το πώς κορίτσια εργατικής τάξης στο Λονδίνο χρησιμοποιούν ένα συγκεκριμένο ιδιαίτερα βίαιο χορό (1988). Για τις απελευθερωτικές όψεις του ρόλου του καταναλωτή, όπως αυτός βιώθηκε από τις αστές κατά την πρώτη περίοδο ανάπτυξης της μαζικής καταναλωτικής αγοράς, στις αρχές του αιώνα, βλ. Leach (1984) και Benson (1986).

20. Το πώς ο αφανής και ξέχωρος κόσμος των γυναικών μπορεί να λειτουργήσει ως προστατευτικό κέλυφος και πηγή δύναμης και αυτονομίας, έδειξε με εξαιρετική ενάργεια η πρωτοποριακή μελέτη της Lila Abu-Lughod (1986).

21. Στο Σοχό της Μακεδονίας η καφετέρια λειτουργούσε, τα μέσα του '80 ως τόπος και σύμβολο νεωτερικών κατασκευών γυναικείας ταυτότητας, Cowan (1991).