

WESSELY ANNA

GONDOLATOK A NŐK MUNKÁJÁRÓL TIBORI TIMEÁNAK

A munka globális elnöiesedése

Guy Standing már 1988-ban megfogalmazta, majd egy évtizeddel később pontosította és adatokkal támasztotta alá azt a hipotézisét, hogy az ezredfordulóra mind szó szerinti, mint átvitt értelemben vége lesz a munkásférfiak évszázadának. Nemcsak abban az értelemben, hogy a nők foglalkoztatása látványosan nő, miközben a férfiaké valamelyest csökken – az ENSZ adatai szerint 1999-ben a 20–54 éves munkaerőnek globálisan már 70%-át nők alkották (Kanji–Menon-Sen 2001) –, hanem abban is, hogy a hagyományosan férfiak által végzett munkákra is mindinkább áterjednek a hagyományosan a női munkavégzéshez és foglalkoztatáshoz kapcsolódó mintázatok a szerződötetés, a javadalmazás formái, a munkahelybiztonság és a munkahelyi képzés és előmenetel lehetőségei tekintetében. Ennek az immár évtizedek óta érvényesülő trendnek a fő mozgatója a nyereséges és versenyképes termelés érdekében a bérköltségek csökkentése, amit még a fejlett országokban is lehetővé tett a dereguláció és a szakszervezetek meggyengülése s következményeként a teljes munkaidejű szabályos foglalkoztatás és a kiszámítható munkajövedelem visszaszorulása. Vagyis globálisan valamelyest csökken a nemi alapú foglalkozási szegregáció, de nem azért, mintha a nők helyzete javulna, hanem mert a férfiaké romlik (Standing 1999).

Ezeknek az adatoknak és elemzéseknek az ismeretében talán kevésbé meglepő Angela McRobbie kijelentése az új kulturális ipar működését elemző könyvében, hogy „a posztfordizmus nőnemű”: míg korábban „a patriarchális társadalom struktúrája nemileg szegregált munkaerőpiacokat hozott létre, ahol férfiak foglalták el a jobban fizető és szakképzettséget igénylő ipari állásokat, a poszt-indusztriális gazdaságba való átmenet hátrányosan érintette a munkásosztálybeli férfiak alkalmaztatásának esélyét, miközben épp ellentétes hatása volt a munkásosztálybeli nőkére. A posztfordista gazdaságban igényelt munka természeténél fogva a női munkaerőnek kedvezett, készségei széles tárának és rugalmasságának köszönhetően.” (McRobbie 2016) A női munkaerőnek egy további fontos, Stand-

ing elemzésében nem szereplő, de a szakirodalomban Arlie Russell Hochschild (Russell Hochschild 1983) nyomán érzelmi vagy affektív munkának nevezett összetevője a saját érzelmi háztartás instrumentális működtetése a munkafolyamatban. A nők szocializációjában szándékosan és következetesen kialakított készségről van szó, amelynek bevetését a munkaadó elvárja, bizonyos szakmákban kifejezetten megköveteli. Ha például a szolgáltató szektorban dolgozó nő nem élvezi, vagy nem fejezi ki, hogy élvezi a munkáját, akkor az személyes kudarcának, vagy pedig az adott állásra való alkalmatlansága bizonyítékának számít.

A kreatív iparágak posztindusztriális gazdasága

Számos jó leírás és elemző próbálkozás született már a kreatív gazdaság működéséről, amelyek több ponton egymással is vitáznak, például arról, „elnőiesedett”-e ez a terjeszkedő, az építészettől a marketingig sokféle kreatívnek nevezett iparágat átfogó üzleti világ. Egy újabb tanulmány például nyomatékosan leszögezi, hogy a kreatív ipar főszereplői többnyire magasan képzett fehér férfiak (Gandini et al. 2017); önfoglalkoztatók, akik rész- vagy kiegészítő feladatokra nőket is alkalmaznak. Egy 2002-es elemzés szerint (Burke et al. 2002) Nagy-Britanniában legalább kétszer annyi az önfoglalkoztató férfi, mint nő; és egy 2004-es tanulmány (Nixon–Crewe 2002) már címében is kimondatlanul vitázik McRobbie érvelésével, mert nem talál bizonyítékot arra, hogy a kreatív iparágakban a munkavállalók nemi hovatartozásának volna bármilyen jelentősége. Ugyanakkor a kreatív ipart gyakran nevezik hipstergazdaságnak, s mint ilyet elemzik: csakhogy a tipikus hipster állítólag a társas hálózata bővítésén fáradozó, ízlésére kényes, kopasz és szakállas, különleges kávét szürcsölgető férfi.

A hipstergazdaság értelmezésében Michael Scott (2017) az új kispolgárság Bourdieu által meghatározott jellemzőit hozza összefüggésbe a gazdasági integráció Polányitól átvett három típusával. A független kulturális mikroállalkozásokat létrehozó hipsterkörökben két jellegzetes stratégiát ismer fel: az egyikkel a hipster kulturális kompetenciáját és a társas hálózatban testet öltő társadalmi tőkét – azaz a belőle merített szívességeket, baráti segítségként kapott ingyenmunkát – szimbolikus tőkévé konvertálja (kulturális tőkefelhalmozás); a másik stratégiát követve pedig önfoglalkoztatóként gazdaságira váltja kulturális tőkét, azaz a megélhetés érdekében és a nyereség reményében esztétizálva, művészetivé avatva (*artificalion*) élményként forgalmazza a bevett kispolgári szolgáltató tevékenységet. Példái az elsöre az avantgárd divattervezés, a másodikra pedig a tetoválás.

McRobbie a hipstert a szubkulturális vállalkozó korszerű típusaként határozza meg, amelynek jellegzetes képviselői a korábbi ifjúsági szubkulturák jegyeinek és újításainak bennfentes ötvözeteire keresnek vevőt a divatvilág közép- és

nagyvállalati szférájában. A hipszter állandó versenyben van hasonló stratégiát alkalmazó társaival, ami szakadatlan elkülönböződésre készíti, ízlésválasztásai-
ban határozottan elitista, miközben ironikus távolságot tart a politikától – amibe
egy időben belefért a „Verem a feleségem” (*Wife Beater*) feliratos trikók divatja is,
néha azzal a távolságtartó felirattal kiegészítve, hogy „Azért, mert ilyen inget hor-
dok, még ne hidd, hogy verem a feleségem”. A hipszter arról híres, hogy vadászik a
városban az autentikus körzetekre és vendéglátóhelyekre, amelyeket felfedez, s ily-
módon – követőivel, hálózatával együtt – voltaképp előkészíti a lakáspiaci dzsent-
rifikálásra. Talán nem is érdemes folytatni a hipszter meghatározására irányuló
próbálkozások áttekintését. A New York-i New School Universityn egykori részt-
vevők és megfigyelők által szervezett szimpózium sem jutott dűlőre, a legeggyérte-
műbben még a címében a híres pornográfia-„definíciót” idéző, Dayna Tortorici
(2017) fogalmazott esszéje címében: You Know It When You See It.

***Kultúra: A munkásifjúsági szubkulturától a klubkulturán át
a kreatív szektorban végzett munkáig***

Angela McRobbie személyében is megjeleníti azt a változást, amely a birmingha-
mi Kortárs Kultúrakutató Központban az 1970-es években született tanulmá-
nyoktól a kultúripar mai elemzéseiig ível. Dick Hebdige már 1979-ben világosan
látta, hogy a szabadidős ifjúsági szubkulturák fennmaradását kétfelől fenyege-
ti veszély: a csoport titkos jeleit, testbeszédét, öltözkédét és jelvényként használt
tárgyait megfejtő, elmagyarázó társadalomtudomány és az ugyanezeket mint
divattárgyakat felkapó és terjesztő kereskedelem felől. Mindkét kisajátítás bekö-
vetkezett, és a punkkal valóban vége is lett a második világháború után egymást
követő munkásifjúsági szubkulturák sorának. Ami belőlük maradt, az bevonult a
felsőfokú művészeti oktatásba, ahol végbement az egykori társadalomkritikai düh
művészeti alakítása, azaz esztétizálása és intézményesítése. Egykor önreflexív és
emancipatorikus igényű kutatása pedig *Cultural Studies* néven egyetemi szak lett,
amely a vállalkozói egyetemek kreatív gazdasági oktatásának tantervében is he-
lyet kapott mint a szubkulturális tőke kereskedelmi értékének kiaknázását segítő
módszer.

McRobbie és Sarah Thornton a *house* és a *rave* partik elemzésében mutatta
be a szórakoztatóipartól eredetileg független ifjúsági klubkultúra kialakulásának
gyökereit, majd megszilárdulását és szervező elveinek beépülését a kreatív ipari
vállalkozásokba. Például az eseményszervező mint foglalkozás innen vette át a
széles kapcsolatháló működtetését, a szájról szájra, pletykaként terjesztett reklám
alkalmazását, az informális munkavállalás és az önfoglalkoztatás gyakorlatát.
A létrejövő drága és költséges éjszakai kultúra persze már nem volt megfizethető
az egykori klubközönség tagjainak, felfelé kellett tolni az ifjúság korhatárát. Meg

is született az 50 évesnél fiatalabbakat összefogó *middle youth* kategóriája. Az új típusú munkaerőpiaci szerveződés, a kulturális tevékenységek üzleti oldala beke-
rült a művészeti gyakorlatba és a művészetoktatásba is. Az önreklámot („önpro-
motálást”) szolgáló hálózatépítés és partizás a művészi munka részévé vált például
a YBA (*Young British Artists*)-ként emlegetett csoportban, amelyet az 1997-ben
Sensation: Young British Artists From The Saatchi Collection címmel Londonban,
a Royal Academy of Arts termeiben rendezett kiállítás repítette a művészeti világ
központjába. Az üzleti érdekek és gyakorlat nyílt vállalása maga után vonta az
elit- és a tömegkultúra közti határvonal elmosódását is. A kilencvenes évek elején
még létező *indie* – független zenei, filmes, dizájner stb. – csoportok megszűntek,
a sikeresek egy ideig a nagy cégek alvállalkozóiként, vagy, ami még rosszabb, egy
vagy legfeljebb néhány évig, innovatív műhelyeiként maradhattak fenn.

A 2000-es években indult el az Egyesült Királyságban a kultúrripari munka
második hulláma, amelynek során a független szerveződések az üzleti siker
reményében ösztönözte az állami kulturális politika. A nagy magáncégek pe-
dig felkarolták, feltökésítették e vállalkozásokat, és a korábbi kezdeményezők
és résztvevők már csak szabadúszóként, alkalmi szerződésekkel, távmunkával
vagy egy-egy projekthez kapcsolódva folytathatták a munkát (Neff et al. 2005).
A túlélés feltételévé vált a párhuzamosan végzett sokféle részmunka keverékéből
létrejövő „portfólió-karrier” s az ennek megfelelő sokoldalúság (*multiskilling*,
multitasking). A kreatív ipari munkák többsége kiszámíthatatlan s rosszul fi-
zetett, de még így is az önmegvalósítás, sőt a szabadság ígéretével kecsegteti például
a társadalmi felemelkedésre és megbecsülésre vágyó etnikai kisebbségek tagjait,
akárcsak a hagyományos házasságtól és a háztartásba zártaságtól menekülő nőket.
Ám éppen ők azok, akiknek a kudarc után nem marad más, mint a visszahúzódás
a tradicionális keretekbe, mert kiderül, hogy azok a társadalmi kategóriák, mint a
kor, a nem, az etnikum, a régió, a családi jövedelem, amelyekről a szociológusok is
úgy gondolták, hogy mindinkább kiüresednek, elveszítik jelentésüket, mégiscsak
alakítják az élet- és karrieresélyeket. Ulrich Beck találó kifejezésével e kategó-
riák zombimódra élnek, hatnak tovább: „Zombi intézményekben élünk és zombi
kategóriákkal kutatunk: élőhalott kategóriákban, amelyek vakká tesznek ben-
nünket a sebesen változó valóságra [...], mint amilyen az »osztály«, a »család«,
a »munka«, az »üzem«. Mit jelentenek ma ezek a fogalmak? Épp a reflektáló
szociológusoknak okoz különös nehézséget, hogy egyáltalán választ adjanak erre
a kérdésre.” (Grefe 2000)

A posztfordizmus neme

A nők alapvetően közép- vagy alsó középosztályi jellegű munkát keresnek, ami-
nek érdekében a munkáscsaládok lányai közül is mind többen vesznek részt fel-

sőfokú képzésben. A kreatív ipar a szenvedéllyel végzett élvezetes munka lehetőségével vonzza őket, „miközben ez a munka manapság szükségképp prekárius és semmi biztonságot nem ígér” (McRobbie 2016), azaz nem lehet számítani a foglalkoztatással korábban járó biztonságra és védelemre. Az érzelmi egybeolvadás a munkával („*I love my job*”) sajátos ethoszként, valóságos szerelmesregényként működik (megtalálni az igazit, és kitartani mellette), és a gazdasági szemlélettől idegenkedő bohém szellemiség természetes velejárójaként tünteti fel a rossz fizetést, az elmaradó béremelést, a kiszámíthatlanul hosszú munkaidőt (Curtin–Sanson 2019).

A nők intenzív érzelmi kötődése munkájukhoz nemcsak az alkotóművészetekben vagy a kreatív iparágakban van jelen, lassan minden foglalkozásra kiterjed. A posztfordista gazdaságban már nincsenek bértárgyalások és kollektív szerződések; minden munkavállaló „vállalkozó”, aki saját foglalkoztathatóságába fektet be az alkalmaztatás reményében. A vállalkozás ebben az értelemben már nem pusztán gazdasági forma, hanem létezési mód, életérzés. Az egyén önmagát, egész személyét mint humán erőforrást fogja fel, amelyet állandóan készenlétben és karban kell tartania, és amelynek piaci értékét – akár hitelből, eladósodva – képzéssel, további szakmai készségek elsajátításával kell növelnie, hogy megállhassa helyét egy kompetitív munkaerőpiacon. Ha nem becsülné nagyon a megszerzett állást, az saját vállalkozói kudarcával, a lemondások és erőfeszítések (az anyagi és érzelmi befektetései) hiabavalóságával szembesítené (Adkins 2016). A kutatóintézetek és az egyetemek világában zajló, a hatékonyságra hivatkozó racionalizálás (Halffman–Radder 2015), amely mindenkire rákényszeríti „a CV politikáját”, és „mindennapi küzdelem tárgyává teszi azt, hogy mit, mennyit s hogyan termelünk”, miközben „az affektusok és a szeretet, a rugalmasság és a termelékenység nyelvén” szólítja meg tudóst (Mannevo 2016:80, 86), nehezen feloldható és gyakran inkább letagadott érzelmi konfliktusba hajszolja a nőket, akiknek a posztfordista nemi szerződés egyaránt előírja az intenzív anyai gondoskodást, az otthoneremtést, a heteronormatív intimitást és a munkához, a munkavégzéshez való vállalkozói, befektetői ethosz elfogadását „a prekaritás, a csökkenő bérek, a növekvő munkanélküliség és eladósodás körülményei között” (Adkin 2016:13–14). Az együttesen csak hősies túlmunkával, agyonhajsoltan teljesíthető követelmények sokakat választás elé kényszerítenek, aminek eredménye többnyire a nagy szerelem, a kutatói pálya elhagyása. A munka iránti rajongó hűségben benne van a nemek közti egyenlőség lehetőségének a feladása is: az alárendelődés a szépségipar diktátumának, a média baloldaliság- és feminizmusellenes nyelvének átvétele, a posztfeminista jelmez felöltése és a női gender tökéletes alakítására törekvés, amit McRobbie oly pontosan és érzékletesen mutatott be egy korábbi tanulmányában (McRobbie 2007).

Közösségi kapitalizmus: önkéntesség és közösség

A jóléti állam lebontása mindenütt a munkaviszonyok állami deregulációjával és a szociálpolitika decentralizációjával járt együtt; a szociális háló biztonságát elvesztő állampolgároknak az új rendszer az öngondoskodást és a kockázatok individuális kezelését javasolja. A már korábban – inkább a nyugati democráciákban, mint az államszocialista országokban – kialakult önkéntes szektor kibővült, a civil szervezetek is munkaadók lettek, az államot tehermentesítve egyre újabb feladatokat vállalnak, sőt sajátos hídszerepet töltenek be az önkéntes munka és a bérmunka között. Ez a „bérmunkán túli” gazdasági szektor az életvilágbeli erőforrások bevonásával, az aktív nyugdíjasok fizetetlen munkájával, adományok és segélyek gyűjtésével és elosztásával stb. nem a munka és a magánélet, hanem a megfizetett és a nem megfizetett munka közti határvonalat homályosítja el. Egy kommunitárius ideológia híveiként azt is gondolhatnánk, hogy a helyi közösségekben így létrejönnek a nem elidegenült, nem kiszolgáltatott munkavégzés szigetei. Valójában a civil szféra mint munkaadó csak rosszul fizetett és bizonytalan szociális munkát kínál – főleg a nőknek és az idősebbeknek (Dyk 2018). A fiatal generáció az önkéntességet instrumentálisan, a későbbi jobb foglalkoztathatóságuk, a munkaerőpiaci előnyt jelentő gyakorlati tapasztalatszerzés érdekében választja, átmeneti megoldásnak, és a nyomasztó munkaviszonyoktól vagy a munkanélküliségtől való időleges menekülésnek tekinti (Jardim–Marques da Silva 2020:187). Az anyagi és a társadalmi reprodukciónak ezeket a látszólag nem elidegenedett formáit, a helyi társas kapcsolatháló gazdasági értékesítését nem véletlenül nevezik „közösségi kapitalizmusnak”.

IRODALOM

- ADKINS, LISA (2016) Contingent Labour and the Rewriting of the Sexual Contract. In Adkins, Lisa–Dever, Maryanne (ed.) *The Post-Fordist Sexual Contract. Working and Living in Contingency*. New York: Palgrave Macmillan, 1–28. DOI:10.1057/9781137495549
- BURKE, ANDREW E.–FITZROY, FELIX R.–NOLAN, MICHAEL A. (2002) Self-employment, Wealth, and Job Creation: The Roles of Gender, Non-pecuniary Motivation and Entrepreneurial Ability. *Small Business Economics*, 255–270.
- CURTIN, MICHAEL–SANSON, KEVIN (2016) *Precarious Creativity: Global media, local labor*. Oakland, California: University of California Press.
- DYK, SILKE VAN (2018) Post-Wage Politics and the Rise of Community Capitalism. *Work, Employment and Society*, 3, 528–545. DOI: 10.1177/0950017018755663

- GANDINI, ALESSANDRO–BANDINELLI, CAROLINA–COSSU, ALBERTO (2017) Collaborating, Competing, Co-working, Coalescing: Artists, Freelancers and Social Entrepreneurs as the ‘New Subjects’ of the Creative Economy. In Graham, James–Gandini, Alessandro (eds.) *Collaborative Production in the Creative Industries*. London: University of Westminster Press, 15–32. DOI: 10.16997/book4.b. License: CC-BY-NC-ND 4.0
- GREFE, CHRISTIANE (2000) Freiheit statt Kapitalismus: Gespräch mit Ulrich Beck und Richard Sennett, *Die Zeit*, 2000. ápr. 6.
- HALFFMAN, WILLEM–RADDER, HANS (2015) A megszállt egyetemből legyen újra közintézmény! *BUKSZ – Budapesti Könyvszemle*, 1, 114–120.
- HEBDIGE, DICK (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen.
- JARDIM, CAROLINA–MARQUES DA SILVA, SOFIA (2020) Young People Engaging in Volunteering: Questioning a Generational Trend in an Individualized Society. In Ferreira, Vitor Sérgio (ed.): *Youth Studies and Generations. Values, Practices and Discourses on Generations*. Basel: MDPI, DOI:10.3390/books978-3-03928-327-9
- KANJI, NAZNEEN–MENON-SEN, KALYANI (2001) *What does the Feminisation of Labour Mean for Sustainable Livelihoods?* London: International Institute for Environment and Development.
- LUKEŠ, MARTIN–FELDMANN, MANUEL–VEGETTI, FEDERICO (2019) Work Values and the Value of Work: Different Implications for Young Adults’ Self-Employment in Europe. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 682, 156–171. DOI:10.1177/0002716219828976
- MANNEVUO, MONA (2016) Caught in a Bad Romance? Affective Attachment in Contemporary Academia. In Adkins, Lisa–Dever, Maryanne (eds.) *The Post-Fordist Sexual Contract. Working and Living in Contingency*. New York: Palgrave Macmillan, 71–88. DOI:10.1057/9781137495549
- MCRROBBIE, ANGELA (2007) Top Girls? Young women and the post-feminist sexual contract. *Cultural Studies*, 4–5, 718–737. DOI: 10.1080/09502380701279044
- MCRROBBIE, ANGELA (2016) *Be Creative! Making a Living in the New Cultural Industries*. Cambridge, Polity. (e-book)
- NEFF, GINA–WISSINGER, ELIZABETH–ZUKIN, SHARON (2005) Entrepreneurial Labor among Cultural Producers: “Cool” Jobs in “Hot” Industries. *Social Semiotics*, 3, 307–334. DOI: 10.1080/10350330500310111
- NIXON, SEAN–CREWE, BEN (2004) Pleasure at Work? Gender, Consumption and Work-based Identities in the Creative Industries. *Consumption Markets & Culture*, 2, 129–147. DOI: 10.1080/1025386042000246197

- RUSSELL HOCHSCHILD, ARLIE (1983) *The Managed Heart*. Berkeley, CA: University of California Press.
- SCOTT, MICHAEL (2017) „Hipster Capitalism” in the Age of Austerity? Polanyi meets Bourdieu’s new petite bourgeoisie. *Cultural Sociology*, 1, 60–76. DOI: 10.1177/1749975516681226
- STANDING, GUY (1999) Global Feminization Through Flexible Labor: A Theme Revisited. *World Development*, 3, 583–602.
- TORTORICI, DAYNA (2010) You Know It When You See It. In Greif, Mark–Ross, Kathleen–Tortorici, Dayna (eds.) *What was the Hipster? A Sociological Investigation by n+1*. HarperCollins. (e-book)