

# SIEGWART LINDENBERG

## A FOGYASZTÁS KISAJÁTÍTÁSÁNAK PARADOXONA.

### I. BEVEZETÉS

A legtöbb hétköznapi árucikk fogyasztását többé vagy kevésbé is ki lehet sajátítani. Például, egy családnak lehet közös fürdőszobája, de élhetnek a személyre szabott fürdőszobák luxusával is, mely esetben a családtagok a fogyasztást teljesen „magánosítják”. Még az olyan személyes fogyasztási cikkek is megoszthatók másokkal, mint a hajvágás, ha például a családtagok egymás után sorban vágatják le a hajukat, nem pedig egyéni döntéseik függvényében külön-külön. Tehát a hajvágás fogyasztása is privatizálható. Egyértelműen kítapintható az a trend, mely szerint minél nagyobb a jövedelme valakinek, annál inkább privatizálja a fogyasztását. A jelen írás tárgyát képező paradoxon a következőképp foglalható össze: a fogyasztás növekvő privatizálásával az emberek láthatóan lerombolnak valami olyat, amit nem tudnak saját erejükből pótolni: nevezetesen a társadalmi elismerés bizonyos formáit. Egyszerűbben fogalmazva, úgy cselekednek, hogy megfosztják magukat a társadalmi elismerés bizonyos formáitól.

A tanulmány, szerkezetéből adódóan, csak később tárgyalja magát a paradox hatást.<sup>1</sup> Részletezem, hogy mit is tekintek a társadalmi elismerés három lényeges formájának. Ezután azokkal a feltételekkel foglalkozom, amelyek között a fontos társadalmi elismerési formák kitermelődnek, majd azzal, hogy miért szűnnek meg ezen feltételek a növekedő személyi jövedelmek hatására. Végül, a fogyasztás kisajátításának ellentmondásos hatásairól lesz szó. A tanulmány néhány okfejtése megtalálható: Lindenberg (1984).  
[...]

### II. TÁRSADALMI ELISMERÉS

Vegyünk két alapvető jószágot, amire mindenkinek szüksége van: testi jól-lét ( $Z_1$ ) és társadalmi elismerés ( $Z_2$ ). Adam Smith jól érvelt, amikor feltételezte, hogy ezen két jószágon kívül nem érdemes más jószágokkal foglalkozni. Gondolatmenetem hasonló példát követ – bár nem állítanám, hogy nem léteznek egyéb alapjóságok is – és a következőkben elsősorban a társadalmi elismeréssel foglalkozom.

Egy, a társadalmi elismertség különböző formáit fenomenológiai szempontból tárgyaló tanulmány finomabb megkülönböztetésekkel élne; mivel ebben a tanulmányban erre nincs szükség, én csak hozzávetőlegesen pontos kategóriákat használok. Háromféle

---

<sup>1</sup> A tanulmány egyes fejezeteit a jobb érthetőség érdekében kihagytuk –szerk. megj.

társadalmi elismerést különböztetnek meg: Státusz, Viselkedési megerősítés, illetve Érzelmi kötődés. Mivel mind a három forma csak adott viszonyban nyer értelmet, a téma kifejtése érdekében két elképzelt, egymással kapcsolatban lévő partnert is segítségül hívok; „Ego”-t és „Alter”-t.

A *Státusz* (Status –a továbbiakban S) korlátos javak feletti rendelkezésből fakadó társadalmi elismerés – ilyen javak például, a privilégium, pénz, kiemelkedő tehetség, hatalom, befolyás, bizonyos fajta tudás, luxus cikkek stb. A Státusz tehát rangsoron alapuló – rang formát öltő – társadalmi elismerés.

A *Viselkedési megerősítés* (Behavioral confirmation –továbbiakban B) annak az érzete, hogy a számunkra releváns közeg szemében megfelelően cselekedtünk. Amennyiben Alter reakcióját könnyen és pontosan ki lehet számítani, Ego megerősítve érezheti magát viselkedésében még akkor is, ha Alter nincs jelen. Ilyen helyzetben Ego vállon veregetheti magát „helyes” cselekedetért, de ha ritkán érkezik megerősítés, a reakció előrejelzése is egyre nehezebbé válik, ezért a várható öndicséret is egyre kevésbé valószínűsíthető.

Az *Érzelmi kötődés* (Positive affect –továbbiakban A) amit Ego élvez, ha Alter törődik vele. A termelési függvény általunk használt értelmében, az érzelmi kötődés implikálja, hogy Ego hasznosságának tényezői jószágokká váltak, amelyek bizonyos mennyiségű  $Z_1$ -et (testi jól-létet) termeltek Alter-ben.

### A. A Társadalmi Elismerés Termelése

S, B és A megkülönböztetésével tehát a hasznossági függvényt (Utility function) a következőképpen ragadtuk meg és bontottuk tovább:

$$U = f(z_1, s, b, a) \quad (1)$$

ahol  $s$ ,  $b$ ,  $a$ , a sorrendnek megfelelően S, B és A különböző mennyiségei. Mivel nem elemezzük részletesen  $Z_1$ -et, nem finomítjuk tovább a hasznossági függvényt sem. A fenti elemzési logikánkat követve, minden hasznossági argumentum összekapcsolható egy termelési függvényvel a  $J\acute{o}s\acute{z}a\acute{g}_i = x_i + d_i$  egyenlet szerint.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> X-szel a saját erőfeszítéssel szerzett (azaz megvásárolt) jószágot, D-vel pedig mások által juttatott (de pénzzé nem váltható) adomány javakat jelöljük.  $x_i$  és  $d_i$  X és D különböző mennyiségeit jelölik. A termelési függvény szerint X és D különböző mennyiségeinek kombinációjából termelünk társadalmi javakat (például a társadalmi elismerés bizonyos formáit vagy a testi jól-létet) – szerk. megj.

## 1. Státusz

Státuszt az Ego maga által készített vagy megszerzett dolgok segítségével termel. Az adott társadalmi helyzet és kor függvénye, hogy milyen dolgokról is lehet szó. A mai, nyugati társadalmakban nyilvánvalóan státuszképző tényező lehet egy bizonyos képzettség megszerzése, egy politikai pozíció elnyerése vagy betöltése, látványos fogyasztási cikkek megszerzése. Úgy is termelődik státusz, ha az Ego dolgokat kap, de nem tesz semmilyen erőfeszítést megszerzésük érdekében, nem is fizet értük semmit. Hogy mik ezek a dolgok, az megint a társadalom és a kor függvénye. A múltban ilyenek voltak a születési előjogok és az adományozott címek. A státusz termelési függvénye tehát a következőképpen írható le:

$$s = x_s + d_s \quad (2)$$

A nyitott és a zárt társadalmaknak természetesen kisebb és nagyobb  $d_s/s$  arányai vannak.

## 2. Viselkedési megerősítés

Jutalomként éljük meg, ha teljesülnek várakozásaink, és ez pozitív válaszra készítet minket. Másképpen fogalmazva, amikor Alter Ego-val kapcsolatos viselkedési elvárásai teljesülnek egy szemtől-szemben zajló, közvetlen kölcsönhatást hordozó helyzetben, Alter szóban, vagy nem-verbális módon jelzi Ego felé, hogy az, helyesen cselekedett. Ha Ego nincs meggyőződve az ellenkezőjéről, elfogadja Alter válaszát, mint viselkedését megerősítési jelzést. Ha Ego könnyen és pontosan képes Alter válaszát előre jelezni, Alter megerősítő jelzését előre sejtve is megjutalmazhatja saját magát.

Vannak egyéni, illetve többek által osztott elvárások is. Egy vissza-visszatérő helyzetben megfogalmazódó, legalább két ember által osztott, bizonyos viselkedéssel szemben állandósult elvárásokat a szociológiában „társadalmi normának” nevezik. Mindenki tagja legalább egy társadalmi csoportnak, és a csoportban biztos ismétlődnek olyan helyzetek, amelyekre a csoport tagjai által osztott normák vonatkoznak. Idővel ezek a normák többé-kevésbé ismétlődő, normáknak megfelelő viselkedést termelnek, viszont ez a viselkedés, mintegy melléktermékként, fenntartja a viselkedés-megerősítés folyamatát. Ebben az értelemben mindenki részesül bizonyos mennyiségű, adományként kapott, viselkedési megerősítésben ( $d_b$ ).

Természetesen az Ego saját erőfeszítései révén, közvetlenül is előállíthat megerősítést ( $x_b$ ).<sup>3</sup> Például, akkor, ha a normák lehetőséget adnak a kimagaslóan dicséretes, konform viselkedés megélésére; vagy akkor, ha releváns személyek egyéni elvárásainak próbál az Ego megfelelni; vagy akkor, ha olyan társadalmi csoportokhoz csatlakozik, ahol több norma van

<sup>3</sup> Mind az adományként mind az erőfeszítés eredményeképp létrejövő viselkedési megerősítés,  $d_b$ , és  $x_b$ , a termelési függvény értelmében, itt termelési tényezőként szerepel– szerk. megj.

érvényben, és ahol az Ego tudatosan próbál megfelelni az összes elvárásnak, esetleg annak reményében, hogy kialakíthat egy olyan norma-konform rutint, ami viselkedési megerősítéssel támogatja őt. Röviden tehát Ego is képes közvetlenül befektetni a viselkedési megerősítés termelése érdekében. A viselkedési megerősítés termelése a következőképp írható le:

$$b = x_b + d_b \quad (3)$$

A társadalmak ebben az esetben is jelentősen eltérhetnek a  $d_b/b$  arányokat illetően. A „hagyományos” társadalmakat gyakran jellemzik úgy, mint ahol köznapi helyzetek sokaságát szabályozzák a normák. Ezekben a társadalmakban tehát az adományként jelen levő viselkedési megerősítés tapinthatóan jelen van, és valószínűleg magas a  $d_b/b$  arány is.

### 3. Érzelmi kötődés

Míg az érzelmi kötődés pontos pszichológiai okai (itt használt értelmében) még nincsenek tudományosan feltérképezve (pl. Rubin, 1973), ismert, hogy három feltétel együttesen hoz létre Ego irányában érzelmi kötődést Alter-ben (és ez oda-vissza kölcsönösen is érvényes). Az érzelmi kötődés, a következő feltételek szerint, annál erősebb: minél nagyobb értéket hordoz Alter számára az Ego-tól érkező transzfer vagy az Ego cselekedetei által kiváltott externális hatás és vice-versa; minél inkább teljesíti Ego Alter viselkedési elvárásait és vice-versa; és minél többet, minél folyamatosabban érintkezik Ego és Alter kölcsönös, kötetlen, hétköznapi módon egymással. Például a legtöbb családban a szülők és a gyerekek kötetlenül és kölcsönösen, napi szinten érintkeznek egymással. A szülők ellenszolgáltatás nélkül (azaz nettó transzferekkel) gondoskodnak gyermekükről, a gyerek viselkedése pedig (mondjuk a tanulás, a beszéd, a nevetés, a járnai tanulás stb.) gyakran jutalmazó jellegű a szülők számára (vagyis pozitív externália). A szülők sok, gyermekeik által támasztott elvárásnak felelnek meg és a gyerekek is arra vannak tanítva, hogy betöltsék a szülők viselkedési elvárásait (szocializáció). Ilyen körülmények között, a szülők és gyermekeik valószínűleg törődni fognak egymással, és vegyük észre, hogy ez az érzés az adott társadalmi feltételekből eredeztethető, így ezen feltételek melléktermékének tekinthető (*adomány típusú tényező:  $d_a$* ).

Lehetséges célzottan is törekedni arra, hogy az érzelmi kötődést eredményező feltételek létrejöhessenek ( $x_a$ ). Például, ha Alter gyakori interakcióban áll Ego-val és pozitív externáliák is származnak viselkedéséből, Ego megpróbálhat Alter kedvében járnai nettó transzfereken (figyelem, ajándékok, segítség stb.) és Alter – Ego által elképzelt – elvárásainak megfelelő tevékenységek végzésén keresztül.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Azt, hogy Ego nem lehet biztos abban, hogy próbálkozása sikerrel jár, tekinthetjük úgy is (hasonlóan más kockázatos helyzethez) mint ami megemeli az érzelmi kötődés árát. Ego megpróbálhat bekerülni egy olyan társadalmi csoportba is, ahol az érzelmi kötődés termelésének lehetőségei biztatónak tűnnek. Ebből következően

Az érzelmi kötődés ( $a$ ) termelési függvénye így írható le:

$$a = x_a + d_a \quad (4)$$

Ha végigtekintünk a társadalmi elismerés mindhárom összetevőjén, láthatjuk, hogy csak a státusz esetében fontos a jószág által elfoglalt pozíció, a státusz-jószág pozícionális jószág (lásd Hirsch, 1978). Ez annyit tesz, hogy nem lehetséges mindenki számára magas státuszt adni, mivel a státusz maga az emberek közötti összehasonlításból fakadó különbségeken alapul. Ezzel ellentétben a viselkedési megerősítést és az érzelmi kötődést elméletileg a társadalomban egyenlően is el lehetne osztani, éppen ezért ezek a javak a társadalmi elismerés különösen fontos forrásai az alacsony jövedelemmel és alacsony státusszal rendelkező egyének számára. Látnunk kell azonban, hogy a fogyasztás kisajátítása csökkenti hozzáférési esélyeiket ezekhez a javakhoz. A következő rész, a csoportképződés és a norma-kialakulás tárgyalásán keresztül, a kisajátítás, magánosítás és a társadalmi elismerés közötti kapcsolattal foglalkozik.

[...]

### III. OSZTOZKODÓ CSOPORTOK

Vannak olyan javak, melyek előállítás vagy megszerzése meghaladja az egyén lehetőségeit, ilyen javak költségeinek megosztására jönnek létre az informális csoportok.<sup>5</sup> Informális csoportokon belül tehát a fogyasztáson és a költségeken is osztozkodnak. Például egy faluban több gazda közösen birtokol egy kombájnt, amit egyéni tulajdonként egyikük sem engedhetne meg magának. Ugyanebben a faluban a gazdák kölcsönös kockázat-viselő csoportot hozhatnak létre, úgy, hogy az egyes egyéneket sújtó csapásokból fakadó költségeket is megosztják (mint például, betegség esetén).

A *költségmegosztás* gyakorlata során az egymásra irányuló pozitív externáliák kölcsönösen erősítik egymást. A megállapodásból mindenki hasznot húz, mert mindenki hozzájuthat a számára – egyenként – egyébként elérhetetlen javakhoz. Minél több jószágon osztozkodik a csoport, ceteris paribus, annál erőteljesebben érvényesülnek a kölcsönös, pozitív externális hatások. De a *közös fogyasztás* negatív külső gazdasági hatásokat eredményez, például ha egy gazda, akkor akarja használni a kombájnt, amikor éppen a

---

természetesen kikerülhet bizonyos társadalmi csoportokból, és elveszítheti az addig élvezett adomány egy részét is – mindez a másik oldalon az érzelmi kötődés árának emelkedéséhez vezet.

<sup>5</sup> A költségmegosztás esetünkben a termelés (termelési költségek) megosztását is magában foglalja.

másikon van a sor, vagy ha a másik nemtörődömsége miatt a kombájnt egy hétig ki kell vonni a forgalomból.

### A. Normák és Meta-Normák

Pozitív externális hatásokat és a szemtől-szembeni kommunikáció lehetőségét élvező osztozkodó csoport – a megosztott használatból fakadó – negatív externális hatásokat csillapítandó, normákat hoz létre. A fogyasztás formáinak meghatározása, a karbantartás megszervezése, a felelőségek megállapítása stb. érdekében a csoport tagjai különböző megállapodásokat kötnek. Ezekből a megállapodásokból lesznek a szabályok (vagyis a normák) amelyek az osztozás konkrét kérdéseit szabályozzák. Ezek után a megállapodások betartásáról, közös megállapodások meghozataláról, bizonyos személyek fennhatóságának elismeréséről, az osztozkodásról mint az emberre jellemző tulajdonságról stb. szóló meta-normák (tehát normák a normákról) fejlődnek ki (lásd Lindenberg, 1978). Ezek a normák az úgynevezett erkölcs lényegi elemeiként szerepelnek, és céljuk az, hogy társadalmi dilemma-típusú szituációkban szabályozzák az együttműködést. Tény ugyanis, hogy létezik a megosztási feltételeket szabályozó keretek áthágására ösztönző erő (lásd Ullmann-Margalit, 1977; Opp, 1985). A normák létrehozása és fenntartása szempontjából két feltétel játszik különösen fontos szerepet: a mindennapi osztozkodás során használt javak mennyisége, illetve a csoport nagysága.

Először is, minél több jószágon osztozik a közösség, annál nagyobb figyelmet szentelnek a meta-normáknak, mert egyazon meta-norma több csoportos osztozkodási megállapodásra is alkalmazható. Emellett, amilyen mértékben hajlandóak a tagok elfogadni a meta-normákat, olyan mértékben csökkennek a megállapodásokhoz szükséges tranzakciók, és a végrehajtásuk kikényszerítéséhez szükséges intézkedések költségei. A meta-normákra fordított figyelem annyit tesz, hogy a tagok számára megéri – és ezért hajlandóak – erőfeszítéseket tenni a szabályszegők szankcionálása és az újonnan jövők (például, gyerekek) szocializációja érdekében, azért, hogy azok is elfogadják ezeket a meta-normákat.

Másodszor, mivel meta-normák szabályozzák az együttműködést a vegyes motívumú játékokban (mixed-motive games), az osztozkodó csoport legalább néhány tagja motiválva lesz arra, hogy a normákat megszegje, bármilyen helyzetről is van szó. Esetünkben, mivel egy szemtől-szemben folytatott interakciókkal élő csoportról van szó, a csoport soha nem lesz olyan nagy, hogy a szabályszegők véglegesen el tudjanak bújni a többiek szeme elől. Ezért a lényegi kérdés nem az, hogy az emberek meg tudják-e titokban szegni a normákat, hanem az, hogy vajon alá tudják-e ásni egyes helyzeteket szabályozó ad hoc megegyezéseken keresztül a normákat. Ahogy egyre nagyobb az osztozkodó csoport, úgy nőnek az uralkodó meta-normákat megszegő közös megegyezés tranzakciós költségei is. Ezért, minél nagyobb az osztozkodó csoport annál valószínűbb, ceteris paribus, hogy meta-normák is megjelennek.

## B. Adomány

Minél több figyelmet fordítanak a normákra és minél inkább betartják őket, annál nagyobb mértékben részesül minden csoporttag az *adományként kapott viselkedési megerősítés*-ből is. Az emberek, minden interakciót magába foglaló esetben, jelezni fogják a másik számára, hogy az „helyesen cselekszik”. Mindemellett, mivel könnyen előre látjuk a többiek reakcióját, valószínű, hogy a normakonform viselkedésért önmagunkat is gyakran jutalmazzuk meg.

*Az adományként kapott érzelmi kötődés* mértéke annál nagyobb lesz: minél több mindennapi használati cikk termelése történik közösen; minél több jószágot vásárolnak meg közösen; minél kisebbek a közös fogyasztás negatív externális hatásai; minél nagyobb a viselkedési megerősítés gyakorisága; és minél gyakrabban kerülnek a szereplők informálisan kölcsönös kapcsolatba egymással. A fenti feltételek fennállása esetén számíthatunk arra, hogy adományként kapott érzelmi kötődés fejlődik ki osztozkodó csoportok megjelenése esetén. Nagyobb osztozkodó csoportokban, amikor is a költség, vagy a termelés költségeinek megosztása nagyobb mértékű, körkörösén terjedő kötődések megjelenésére is számíthatunk.

Az adomány része a teljes jövedelemnek. Ahogy saját erőből egyre nehezebb hozzájutni a társadalmi elismertség bármelyik összetevőjéhez, úgy emelkedik ennek az ára. Adott ár mellett, minél magasabb az adomány mértéke, annál magasabb a teljes jövedelem. De mivel a jövedelem jó része pántlikázott (azaz nem lehet másra költeni), valószínű, hogy az egyén hiányt szenved azokban a javakban, melyek esetében az adomány mértéke relatíve alacsony. Nézzünk egy konkrétabb példát. Az a személy, aki egy olyan szoros közösség tagja, amelyben a mindennapi javak költség (vagy termelés) megosztása igen elterjedt, illetve az informális interakciók gyakorisága is magas, nagymértékben élvezi az adományként kapott viselkedési megerősítést és érzelmi kötődést. Ehhez az adományhoz képest úgy fogja érezni, nincs megfelelő státusza és fizikai állapotával is kevésbé lesz elégedett.

Ha eltűnnének, vagy legalábbis összezsugorodnának az osztozkodó csoportok, az adományként kapott viselkedési megerősítés, illetve érzelmi kötődés mértéke is érezhetően csökkenne. De vajon milyen körülmények között változnak az osztozkodást szabályozó megállapodások?

## C. Változás a Növekvő Jövedelmű Osztozkodó Csoportokban

Egy, valószínű feltételezéseket tartalmazó modell segítségével ki lehet mutatni (lásd Lindenberg, 1982), hogy az egyén által szabadon felhasználható jövedelem növekedése általában zsugorítja az egyént eredetileg magába foglaló osztozkodó csoportokat. Más szavakkal, a szabadon felhasználható jövedelem növekedése növeli a fogyasztás magánosítását is.

Röviden összefoglalva a gondolatmenet a következő. Feltételezve, hogy az egyének egyáltalán az osztozkodást szabályozó megegyezésre tudnak jutni, minden résztvevő számára létezik egy optimális csoportméret, attól függően, hogy az egyén milyen fontosságot tulajdonít a jószágnak, mekkora a jövedelme, mennyi a jószág teljes ára és milyen mértékben vannak jelen az osztozkodási helyzetekből fakadó negatív externális hatások. Ha csatlakozik a csoporthoz egy ember, a jószág egy főre eső ára csökkenni fog (nyereség), de az egyes egyéneket veszélyeztető negatív externális hatások mértéke nőni fog (veszteség). Amikor a határnyereség egyenlő lesz a határveszteséggel, az osztozkodó csoport elérte optimális méretét. Nyilvánvaló, hogy amennyiben a paraméterek bármelyikében változás áll be, a csoport optimális mérete is változik. Ha például tíz gazdának tulajdonában van egy kombájn és mindegyik gazda jövedelme növekszik, akkor egy idő után megengedhetik már maguknak, hogy a csoport két, egy-egy kombájnt bíró ötfős csoporttá váljon szét. Ha a felhasználható jövedelem tovább gyarapodik, mindegyik gazda vesz magának egy kombájnt, és így megtörténik fogyasztás teljes magánosítása.

#### IV. A PARADOX HATÁS

Amint teljessé válik egy meghatározott jószág fogyasztásának magánosítása, nem lesz több osztozkodás (az adott jószág esetében), és ugyancsak eltűnnek az osztozkodásra vonatkozó normák is. De még akkor, ha a magánosítás nem is válik teljessé, az osztozkodó csoportok összezsugorodása azt eredményezi, hogy a normákat egyre inkább átmeneti (ad hoc) helyzetekre vonatkozó megegyezések fogják aláásni.

A normák gyengülése, vagy akár felszívódása melléktermékkre is hatással lesz: *kevesebb adományként kapott viselkedésbeli megerősítés* jelentkezik a rendszerben. Minél kevesebb viselkedési mintát szabályoznak normák, annál kevésbé lehet a normák követését jutalmazni. Mindez maga után vonja azt is, hogy az egyén, másoktól érkező viselkedési megerősítésre számítva, kevésbé tudja majd saját magát is jutalmazni saját viselkedéséért.

*Az adományként kapott érzelmi kötődés* ugyancsak halványulni fog a magánosítás erősödésével, mert az érzelmi kötődés kialakulásához szükséges három feltételből legalább kettő gyengül: kisebb mértékben lesz jelen pozitív externális hatás és csökken a viselkedésbeli megerősítés gyakorisága. Hasonlóképpen, az informális interakciók sűrűsége is csökkenni fog, ahogyan a kiváltó ok, az osztozkodás is csökken.

Hogyan reagál az egyén arra, hogy a különböző adományok mennyisége csökken? Azt gondolhatnánk, hogy (a megnövekedett mennyiségű) pénzének egy részét  $x_b$  és  $x_a$  megvásárlására, azaz olyan javakra fogja költeni, amelyekkel viselkedési megerősítést és érzelmi kötődést termelhet. Kétségtelenül ez fog történni, de látni kell, hogy nem könnyű sem előállítani, sem megszerezni ezeket a javakat. Jó okunk van feltételezni, hogy a viselkedés



megerősítés és az érzelmi kötődés mennyiségei nem folytonosak,<sup>6</sup> ami hiányuknak egy újabb formájához vezet. Érvelésünk röviden a következő:

Ahhoz, hogy viselkedés megerősítés termelődjön, először normákat kell létrehozni. Mivel a normák az osztozkodást szabályozó megállapodásokból folynak, először ezeket a megállapodásokat kell megkötni. Osztozkodási megállapodást nem lehet egyszerűen normák létrehozása érdekében kötni, mert a normákat, adott költség- vagy termelésmegosztási struktúra mellett, a negatív externáliákra adott válaszok mentén az egész közösség alakítja ki. Tehát először jószágok (és nem normák) kell, hogy az osztozkodás tárgyai legyenek. Továbbmenve, minél inkább magánosították a szóban forgó jószágok fogyasztását, annál inkább hiúsul meg minden, közössé tételükre irányuló, materiális alapot nélkülöző „kísérlet”: a költség- vagy termelési megosztás pozitív externális hatásai nem fogják felülmúlni a közös fogyasztás negatív hatásait. Más szóval, ugyanazok a feltételek, melyek között az adományként kapott viselkedés megerősítés és érzelmi kötődés mennyisége csökken, valószínűsítik a hétköznapi jószágokon osztozó informális csoportok mesterséges létrehozásának kudarcát is egyben.

Ez nem jelenti azt, hogy minden informális csoport felszívódik. Bridzs- és tenisz klubokat, zenekarokat és más önkéntes csoportokat alapítanak majd az emberek, ahol megosztják egymással a költségeket (termelést) és a fogyasztásban is közösködnek. Ezen megállapodásokból fakadó pozitív externáliák és normák szintje alacsony lesz, mivel a fogyasztás kisajátításának szintje szinte minden jószágnál magas.

A paradox hatás a következőképpen ragadható meg: láthatjuk, hogy az emberek önkéntesen fosztják meg magukat a viselkedés megerősítés és az érzelmi kötődés formáitól.

### A. Kumulatív jószágok

Miért akarják az emberek a fogyasztás magánosításával szétrobbantani az osztozkodó csoportokat, ha tudják, hogy ez viselkedés megerősítésben és érzelmi kötődésben mérhető veszteséggel jár? Vegyünk egy példát. Ha egy családban mindegyik családtag magánférője fokozatosan bővül, olyan helyzet jöhet létre, ahol mindenkinek saját szobája, saját szórakoztató műszaki cikkei, telefonja és fürdőszobája lesz. Ez azt eredményezi, hogy a család tagjainak nem kell az osztozkodást szabályozó megállapodásokat kötniük egymással, és a meta-normákra sem kell túlzott figyelemmel lenniük. Az interakciók gyakorisága is alacsonyabb lesz. Békén hagyják egymást, nem ítélkeznek a másik felett, normálisan bánnak egymással, de különösebb közös szerepvállalás nélkül. Egy bizonyos pontnál talán bevallják, hogy hiányoznak nekik a „régis szép idők” amikor sokkal szegényebbek, de valahogy sokkal fontosabbak is voltak egymás számára és sokkal határozottabbak tudtak lenni abban, hogy mit és miért is kell tenniük. Tudatában voltak ezek az emberek a fogyasztás magánosítása felé tett lépéseik következményeivel?

---

<sup>6</sup>A kínálati görbéjük nem folytonos – szerk. megj.

Valószínűleg nem, de ez nem is igazán lényeges. Soha senki sincs abban a helyzetben, hogy választhasson a magánosítás és az adomány között, mivel a viselkedés megerősítés és az érzelmi kötődés kumulatív *jószágok*. Ezen jószágok sok kis, a végkimenet szempontjából jelentéktelen döntés eredményekképpen jönnek létre (lásd ugyancsak Kahn, 1966). A kumulatív javak a közjavak egyéni léptékű analógiáinak tekinthetők. Legyen  $\beta$  az a viszonylagos mennyiség, amennyivel az egyén adott döntésén keresztül a végső jószág előállításához hozzájárul. Minél kisebb  $\beta$ , annál kevésbé valószínű, hogy az egyént  $\beta$  bármilyen lépésre is készítse. A közjavak esetében, az egyéni hozzájárulások szempontjából, a csoport mérete válthat ki hasonló hatást.<sup>7</sup>

Röviden tehát, a magánosítás, növekvő jövedelem mellett történő, kiterjesztésének (azaz a közös fogyasztás negatív externális hatásainak csökkentésének) alternatívája *mindig* felülírja a már meglévő, adományban kapott viselkedés megerősítéshez és érzelmi kötődéshez való ragaszkodás alternatíváját. Csak nem halmazati jószág-típusú szelektív ösztönzők (azaz magas  $\beta$  értékű javak) tudják megakadályozni, vagy lassítani (adózási ösztönzők például) a magánosítási folyamatot.

[...]

## V. KÖVETKEZTETÉSEK

Nélkülözés léphet fel adomány-típusú javak jelenléte, vagy a kínálati folytonosság hiánya esetén is.<sup>8</sup> Mindkét esetben olyan szerkezeti változások indulnak be, amelyek kevésbé teszik vonzóvá a deprivált állapotot. A tanulmányban tárgyalt paradox hatás szerint az emberek nyilvánvalóan hajlanak arra, hogy önkéntesen elmélyítsék saját deprivált állapotukat. Kimutattam, hogy a költségeken (vagy a termelésen) és a fogyasztáson való osztozkodás az embereket arra készíti, hogy figyelemmel legyenek a normákra, ami az adományként kapott javak bővüléséhez, a társadalmi elismertség két összetevőjének, a viselkedési megerősítés és az érzelmi kötődés erősödéséhez vezet.

Az adományként kapott javak elpusztítása (azaz, hogy magunkat fosztjuk meg a megerősítés és érzelmi kötődés bizonyos mennyiségeitől), anélkül, hogy pótlásuk egyéni erőfeszítések segítségével lehetséges volna az a paradox hatás, amely a rendelkezésre álló jövedelem növekedésével együtt jelentkezik. Ahogy a jövedelem növekedik, az osztozkodó csoportok összezsugorodnak, és a fogyasztás magánosítási folyamata felerősödik. Normákat nem lehet létrehozni és karbantartani osztozkodó csoportok nélkül, és így az adományként kapott viselkedés megerősítés és érzelmi kötődés is gyengülni kezd.

<sup>7</sup> Minél nagyobb a csoport, annál kisebb egy résztvevő hozzájárulásának marginális mértéke – szerk. megj.

<sup>8</sup> A nélkülözés definíciója a cikk elején található -röviden bizonyos kívánt javak hiányára utal. Adomány esetén annak konvertálhatatlansága, a nem folytonos kínálat esetén a köztes helyzetekben jelentkező hiány értendő nélkülözés alatt – szerk. megj.

Köztudott, hogy az emberek saját magukról alkotott képe nagyban függ a társadalmi elismertségtől. A viselkedés megerősítéstől és az érzelmi kötődéstől való megfosztottság azokat sújtja leginkább, akik nem rendelkeznek túl magas státusszal. Ők ugyanis nem képesek az egyik társadalmi elismertséget egy másikkal helyettesíteni, így nehezen képesek magukról pozitív énképet felállítani. Tudjuk, hogy önképünk minél romboltabb, annál nehezebben tanulunk hibáinkból, következésképpen ezeknek az embereknek még egy további hátránnyal is meg kell küzdeniük. Következésképpen megérné, ha az állam némi figyelmet fordítana a helyi hagyományokra, etnikai sajátosságokra, nyelvjárásokra, és más „javakra”, amelyek a különböző helyi osztozkodó csoportok létrejöttét segítik.

**HIVATKOZÁSOK**

- Becker, G.S. 1976. "A theory of social interaction". In G.S. Becker, *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago: 253–283.
- Hirsch, F. 1978. *Social Limits to Growth*. Cambridge, Mass.
- Kahn, A. 1966. "The tyranny of small decisions". *Kyklos*: 23–46.
- Lindenberg, S. 1979. "Solidaritátsnormen und sozial Struktur", paper presented at the annual meeting of the Section for Theoretical Sociology of the Deutsche Gesellschaft für Soziologie, mimeo. (A tanulmányt előadta a Német Szociológiai Társaság elméleti szociológiai szekciójának évenkénti találkozásán.)
- Lindenberg, S. 1982. "Sharing groups: theory and suggested applications" *Journal of Mathematical Sociology*, 9: 33–62.
- Lindenberg, S. 1984. "Normen und die Allokation sozialer Wertschätzung". In H. Todt (szerk.), *Normgeleitetes Verhalten in den Sozialwissenschaften*. Berlin: 169–191.
- Opp, K.D., 1985. *Die Entstehung sozialer Normen*. Tübingen: Mohr.
- Ouchi, W. 1980. "Markets, bureaucracies, and clans". *Administrative Science Quarterly*, 25: 129–41.
- Rubin, Z. 1973. *Liking and Loving*. New York.
- Ullmann-Margalit, E. 1977. *The Emergence of Norms*. Oxford: Oxford U. P..