

A kapitalizmus mint vallás

(2., befejező rész)

Vasárnap is friss zsömle: az „emberiség álma”

„A kapitalista vallás kultusza folyamatos; minden nap az áruféti-sizmus ünnepe... A kapitalista vallás kultusza természetesen az áru kultusza. Ez konkrétan azt jelenti, hogy a csereérték a vallási megdicsőítés tárgyává és a vallási mámor eszközüvé válik.” A fetisizmus újra élettel telik meg, tisztelete a kapitalista kultusz egyetlen tartalmává válik.

Ennélfogva nem maradhat szabadon semmilyen idő, amely a termelés vagy a fogyasztás rendelkezésére állhatna. Meg kell hosszabbítani az üzletek nyitvatartási idejét. A vasárnapokat meg kell szüntetni. Az egyházi ünnepek fölöslegese, hiszen azok a kultikus tisztelet időszakai. A *Frankfurter Allgemeine Zeitung* nem szégyellte az üzletek nyitva tartását módosító törvény megszületése után az „új bevásárlókorszakról” írt cikkében ezt írni ama fotó alá, amely egy boldog családot ábrázolt valamelyik pékségben: „Az emberiség egyik régi álma válik valósággá: friss zsömle vasárnap is” (1996. nov. 4., 3. o.). Az emberek víziói abban merülnek ki, hogy zsömlét vásároljanak. Olyan társadalmi célt propagálnak ezzel, amely abból áll, hogy korlátlanul fogyaszthassunk. Országszerte fellélegeztek az emberek, amikor meghosszabbították az üzletek nyitva tartását: így több időt teremtettek az áru kultuszára. Korunk nem engedheti meg magának, hogy az áruváltás kultuszidejének ne álljon teljesen rendelkezésére. *Az élet teljes ideje a piac isteneit illeti.*

A kapitalizmus ultimatív vallásának korában az ember hagyja, hogy árukkal szűrjék ki a szemét. Azért él, hogy fogyasszon. Az az isten, akit imád és tisztel, nem más, mint az áru, amelyet a kapitalista piac a rendelkezésére bocsát. Az embert azáltal is le lehet alacsonyítani, hogy túlságosan kis célokkal fizetik ki. *Az ember vágyakozása az élvezés élvezetében merül ki.* Isten egyedül elég, mondta Avilai Teréz. A kapitalizmus vallásának embere így alakítja át ezt a mondatot: *Az áru egyedül elég. – Nem éhezi már az igaz életet. Kielégült.*

Az érem másik oldala

A kultusztermékeknek megvan az áruk. *A „spirituális érték-többlet-ért” készpénzzel kell fizetni. A különlegesség, a kultikus kisugárzás az árban csapódik le.* Marx azzal, hogy rámutat az áru kettős karakterére, láthatóvá akar tenni valami láthatatlant. Ezért ír így A tőkében: „Az áruk nem képesek maguk el-menni a piacra, és önmagukat kicserélni. Ezért őrzöik, az áruk tulajdonosai után kell néznünk” (i. m., 99). Ám a kultuszmarketingben sehol sem esik szó a tulajdon-, s főleg nem a hatalmi viszonyokról. Kinek hasznos az aranyborjú körüli tánc? Ki viszi színre a táncot? Ezeket a kérdéseket nem teszik föl, és nem válaszolják meg.

Az áru kultusza elfedi, hogy a kapitalizmus vallása mértéktelenül kizsákmányolja az embert mint fogyasztót; olyan vallás, amely még az ember spiritualitása és vallásos-sága előtt sem hajt fejet. A kultuszmarketing az ember totális igénybe-vételének gigantikus stratégiájaként lepleződik le. *A bálványynak mindent föl kell áldozni – a lelket is.* A kapitalizmus fölzáblja a lelkeket.

A farmerruhák és tornacipők a globális Dél országainak kizsákmányolását jelképezik. Ezeket a kultusztermékeket többnyire olyan országokban állítják elő, ahol alacsony a munkabér. Éhbérért varrják a farmerokat Malajziában, gyártják az Adidas-cipőket a Fülöp-szigeteken, s a Reebokot Indonéziában. Ott, ahol lábbal tapossák az emberi és szakszervezeti jogokat, a kapitalista termelés jól érzi magát. E kultusztermékeknek a gazdag centrumokban keletkező „spirituális érték-többlet” csak fokozza a kizsákmányolás mértékét. A kapitalizmus spiritualitása láthatatlanná teszi az áldozatokat.

A tútelített piacok kapitalizmusa a világ helytelen észleléséből indul ki. Nem a tútelítettség az első számú világprobléma, hanem a javak egyenlőtlen elosztása. Miközben a központokban azon kell töprengeni, hogyan lehetne a tútelített piacokon tovább növelni a forgalmat, a világ népességének nagyobbik része minimális igényeit sem elégítheti ki. Az ő igényeik nem számítanak, mivel nem tudnak fizetni. A tútelí-

tett piacok kapitalizmusa olyan kapitalizmus, amely rég kiegyezett azzal, hogy a lakosság bizonyos csoportjai, sőt egész népek ki vannak zárva a javakból és az emberhez méltó életből. Számukra nincs más lehetőség, mivel csak annak a másik gazdálkodási és elosztási formának van létjogosultsága, amely a tőke logikájának megfelelően fosztogat és mindent elnyel. *Az áru kultusza: a kizártak halála melletti döntés ideológiai felépítménye.*

Az olcsó előállítási költségek és a magas eladási árak iránti kapitalista sóvárgás eközben megbosszulja magát. Mert az a logika, amely egész népeket kizsákmányol és kevesek érdekeinek vet alá, ugyanaz, mint amelyik *sivataggá teszi a földet*, s a magas nyereség érdekében mérgekkel és vegyszerekkel teszi tönkre.

Ezzel a logikával szembeszállva most olyan termékek jelennek meg a piacon, amelyeket mérgek és vegyszerek mellőzésével állítottak elő. De a kultuszmarketing stratégiái ismét utolérlik a piac e disszidenseit, s újból kultusztermékeké teszik a szóban forgó árukat: Sikkes dolog olyan farmerokat hordani, amelyeket nem vegyszerezett gyapotból gyártottak. Ezt a gyapotot olyan kultusztermékként viszik piacra, amely az ökológiai felelősséget reklámozza. A kapitalista logika utoléri a kapitalista termelés alternatíváját is: a kör bezárul. *A kapitalizmus nem engedélyez különutakat.*

Ellenállás a piac bálványának

A kapitalizmus nemcsak anyagi javakat „produkál”, hanem bálványimádást is. Ez a bálványimádás a hatalom kiterjesztésének egyik formája. „Ha a gazdaságilag uralkodó hatalom képes létrehozni ezt a spirituális dimenziót, ezzel megnöveli hatalmát” (P. Richard: *Die Anwesenheit und Offenbarung Gottes in der Welt*, in: *Concilium*. 28. évf., 4. füzet, 301). Az a társadalom, amely átadja magát a bálványimádásnak, nemcsak gazdasági, hanem spirituális uralom alatt is áll.

A nyugati kultúrában kétfajta vallás él egymás mellett, messze-menően konfliktusmentesen: a kapitalizmus vallása és a keresztény vallás. Sőt, a kapitalizmus vallása

képes volt bekebelezni a keresztény vallást. Isten tiszteletét átalakította bálványimádássá. A karácsonyi ünnep, Jézus születése istállóban, szegényes körülmények között, az áru vallásának mámorító ünnepévé züllött le. Ténylegesen egy vallási-toleráns pluralizmus uralkodik, amely jellemző a modern korra. *Ez a pluralista tolerancia azonban csak addig létezik, amíg nem érinti a központi kultuszt.* A Római Birodalom jó példája ennek a vallási türelmenek: Szabadon lehetett gyakorolni a különböző vallásokat és kultuszokat, sőt fölvtették őket a pantheonba, föltéve, hogy nem kérdőjelezték meg a központi császárkultuszt. De ahogy akkoriban, a Római Birodalom korában érvényes volt, ugyanúgy ma is: *Aki hozzányúl a társadalom központi kultuszához, az megtapasztalja a hatalom kezét.*

Gottfried Brakemeier, a Luthéranus Világszövetség elnöke 1996. szeptemberében, Genfben, a Luthéranus Világszövetség évi közgyűlésének megnyitóján a „világgazdasági háborúval” szembeni ellenállásra szólította föl az egyházakat. *A keresztényeknek nem lenne szabad kiegyezniük a neoliberalis gazdasági rendszerrel.*

Brakemeier szembefordult a modern kor világias önértékelésével is: „A világias (szekuláris) világ egyáltalán nem hitvallásmentes. Csak hajlamos arra, hogy elleplezze hitvallásait... Nem a hitetlenség ellen kell harcolni, mert hitetlenség nem létezik. Csak a hitek egymásmellettsége létezik, és a köztük folyó küzdelem.” A Református Szövetség mammonellenes programot akar kifejleszteni. Az egyházakban szaporodnak a totális piac ellen irányuló hangok.



A világiasság homlokzata elrejtí az élet bibliai Istene szerinti tájékozódás és a korlátlan növekedés bálványkultusza szerinti tájékozódás közötti mély konfliktust. „A Mammon akkor tud uralkodni, ha az emberek legfőbb célként fogadják el a folytonos pénzszaporítás rossz végtelenségét, s ennek megfelelően viselkednek is” (Kuno Füssel, i. m., 148). *Ha tehát a túltelített piacok kapitalizmusának e vallását nem győzzük le az égben, akkor nem fogunk tudni védekezni ellene a földön.*

A Biblia fétiskritikája

A bibliai fetiszizmus-kritika aktuális jelentőségűvé válik ebben az összefüggésben. Izajás 44. fejezete klasszikus példája a felvilágosult bibliai fetiszizmus-kritikának. *Izajás mítosztalanítja a fétist:* A kovács megmunkálja vasat, az asztalos a fát, a szobrász megformálja az arcot. Izajás ironikusan írja le, mi történik azután az anyaggal. A fa egyik részével az ember megsüti a kenyerét, a másikkal bálványokat csinál magának (Iz 44,19). *A bálvány magunk gyártotta termék. Az ember azonban természetfölötti képességeket tulajdonít neki, és letérdel kezeinek terméke előtt. A halált életnek állítja be.*

Az Istenről szóló bibliai beszéd felvilágosító hagyománya mítosztalanítja a bálványokat, és felimerhetővé teszi az áldozatokat. Oly módon válnak láthatóvá, amilyenek. Ezért Martin Buber is „semmiknek” nevezi a bálványokat. Isten tisztelete mindenekelőtt a bálványimádás tagadása. Ebben annak a szabadságnak a szelleme tükröződik, amely a bibliai Kivonulás óta Isten nevével kapcsolódik össze. A próféták ezért bálványimádást emlegetnek abban az összefüggésben is, amelyet az újkorban önmegalázással, önmagunktól való elidegenedéssel, alávetettséggel és a szabadság hiányával írunk le.

Amikor Bolz és Bosshart a kultuszmarketing koncepciójával „az árufetiszizmus rosszallásának megszüntetését” akarja elérni, akkor azt a szabadságelképzelést teszik prédává, amelynek mind a bibliai hagyomány, mind az európai felvilágosodás elkötelezettje. Ma úgy tűnik, mintha az elidegenedésről alkotott elképzelés teljesen idejétmúlt, vagy a modern

előtti kor maradványa lenne.

A bálványokat fel kell áldozni

Kapitalizmus-kritikájában Marx teológiai fogalmakat használ, s a bibliai forrásokból táplálkozó ethosz alapján fetiszizmusként avagy bálványimádásként kritizálja a kapitalizmust. Marx mintegy a közgazdaságtantól a teológia kritikájához vezető utat járja be. A túltelített piacok kapitalizmusa ellentétes irányú úton halad. A közgazdaságtanból vallás lesz.

A miénkhez hasonló, magukat világiasan értelmező koroknak is megvan a vallásuk, hangsúlyozzák a reklámstratégiák. „Csak nem szabad a vallást a hivatalos egyházakban keresni. *A modern vallásosság helyszínei* ma nem a hagyományos értelemben vett templomok, hanem a fogyasztás templomai (az áruházak).”

A túltelített piacok kapitalizmusa ellen irányuló minden kritikának ezért azzal kell kezdődnie, hogy *ne higgyük el a kapitalizmus uralkodó vallásosságának világiasságát.* „Világiassága” (szekularitása) mögött a korlátlan fogyasztás és az emberi szükségletek végtelen fokozásának vallása rejtőzik.

A modern világszemlélet lebecsülte a vallást, s ez katasztrofális tévitételekhez vezetett: szabadabbá tette a teret a kapitalizmus kendőzött, de ettől még nem kevésbé jelenvaló és hatékony vallása számára, annak minden pusztító kihatásával együtt.

Az ember humanitásáról alkotott elképzelésünk forog kockán. Kevesek profitéhsége azt kívánja, hogy feláldozzuk neki a humanitást. A piac bálványa egy halálos spirál csalétkeket szórja szét, s ezért mélyesen destruktív vallást képvisel. A túltelített piacok kapitalizmusában jelentkező hedonizmus halálos spirálja ellen nemcsak politikai, hanem teológiai ellenállást is kell hirdetni. Az ember humanitása érdekében el kell tűnnie ennek a bálványnak, hogy ismét helyreállítható legyen az ember méltósága.

Franz Segbers

Forrás: Junge Kirche, 1997/4

Egy parfüm örökkévalósága címmel megjelent lapunk 1998. áprilisi számában.

(Ez az írás 25 éve, 1996-ban keletkezett, és 1951/52-re mutat vissza.)