

Παν/μιο Αιγαίου

Τμήμα Κοινωνικής Ανθρωπολογίας και Ιστορίας

Συνέδριο με θέμα: Φύλο, Χρήμα και Ανταλλαγή

Μυτιλήνη 9-10-11 Δεκεμβρίου 2005

Αμπατζή Λιόπη

**«Από τη σκοπιά της κατανάλωσης: ερωτική επικοινωνία στα
μπαρ με κονσομασιόν»**

Εισαγωγή: η κατανάλωση ως επικοινωνία

Η δική μου παρέμβαση στη συζήτηση αφορά στην ανάδειξη της κατανάλωσης ως σκοπιάς για να παρατηρήσουμε και να σκεφτούμε άλλες όψεις της ανθρώπινης δράσης, κι εν προκειμένω για την ετεροφυλόφιλη ερωτική επιθυμία. Δύο ακόμα έννοιες είναι κεντρικές στην οργάνωση του επιχειρήματος που θα θέσω υπόψη σας, αυτές της σκόλης και της διασκέδασης. Το εθνογραφικό πλαίσιο στο οποίο ωρίμασε αυτό το επίχειρημα δεν είναι άλλο από την πρακτική της κονσομασιόν όπως επιτελείται σε εκείνη την κατηγορία μπαρ, που ιδιαίτερο χαρακτηριστικό τους είναι μία συγκεκριμένη μορφή εμπορευματοποίησης της συντροφιάς..

Τα μπαρ με κονσομασιόν είναι χώροι που εντάσσονται στην κατηγορία νυχτερινή διασκέδαση αλλά απευθύνονται μόνο σε άνδρες πελάτες, καταναλωτές . Αυτό γιατί, στα μπαρ με κονσομασιόν, εκτός από τη συνήθη, και κοινή για όλες τις κατηγορίες μπαρ, κατανάλωση ποτών ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα- και το σκοπό ταυτόχρονα- να πληρώσει, να καταναλώσει ένα είδος συντροφιάς στη διάρκεια, η για μέρος, της διασκέδασης του. Για το σκοπό αυτό διατίθενται στο μπαρ, γυναίκες, οι οποίες, στο τέλος της βραδιάς πληρώνονται στη βάση ποσοστών επί των ποτών που κατανάλωσαν μαζί με τους πελάτες. Η πληρωμή της συντροφιάς δεν είναι άμεση. Και δανίζομαι παραφράζοντάς το, το κεντρικό ερώτημα που έθεσε η Α.Μπακαλάκη, «για ποιο πράγμα

πληρώνουν οι άνδρες όταν (δεν) πληρώνουν ποτά ή συντροφιά. (ποιες απαγορεύσεις, αμφιθυμίες ή και ενοχές διακυβεύονται;) Η πληρωμή συντροφιάς δεν είναι άμεση αλλά μεσολαβείται από το κυρίως εμπόρευμα του μπαρ, το ποτό, και τον κώδικα που οργανώνει την κυκλοφορία του, το «κέρασμα». Οι άνδρες εκείνοι που επιθυμούν τη συντροφιά των κονσοματρίς τις κερνούν ποτά, δηλαδή, πληρώνουν τα ποτά που πίνουν άλλοι, καταναλώνουν μέσω των κονσοματρίς, τα περίφημα γυναικεία ποτά που έχουν διακριτή τιμή από τα υπόλοιπα που διατίθενται στο μπαρ.

Συνεπώς, σήμερα θα σας μιλήσω για την κονσομασιόν, για τη διασκέδαση στα μπαρ με κονσομασιόν, για την ερωτική επικοινωνία που συντελείται κι επιτελείται από τους άνδρες και τις γυναίκες που συναντιούνται και αλληλοσχετίζονται στα μπαρ, ιδωμένα από τη σκοπιά της κατανάλωσης. Κι εξηγούμαι

Ούτε ο χρόνος μου επιτρέπει ούτε θεωρώ απαραίτητη μια επισκόπηση των διάφορων αναγνώσεων της κατανάλωσης από την κοινωνική θεωρία, στο σύνολό της. Ωστόσο οφείλουμε όλοι νομίζω να υπενθυμίζουμε τη συμβολή της κοινωνικής ανθρωπολογίας και ειδικά του κλάδου της οικονομικής ανθρωπολογίας στην θεωρητική παραγωγή, ειδικά σε περιστάσεις όπως η σημερινή που μας καλεί νομίζω να αναφερθούμε στη συμβολή της ανθρωπολογίας σήμερα στη ευρύτερη συζήτηση για την κατανάλωση.

Για την οικονομία λοιπόν αυτής της συζήτησης βάζω ως αφετηρία το έργο των M. Douglas και Baron Isherwood, *the world of goods to 1979*. στον πρόλογο γράφουν ότι οι διαμαρτυρίες για την υπερκατανάλωση και το πλήθος της βιβλιογραφίας επικεντρωνόντουσαν στο ερώτημα γιατί οι άνθρωποι καταναλώνουν και στην απάντηση που περιορίζεται σε 2-3 αυστηρά ορισμένους σκοπούς: υλική και ψυχική ευημερία και για επίδειξη. Η τελευταία αφορά σε μία γενική αναλυτική κατηγορία που καλύπτει κάθε κοινωνική απαίτηση και

παραπέμπει σαφώς στο έργο του Veblen για τη σχόλη, και του Bourdieu- σημαντικά αργότερα για τη διάκριση.

Με το βιβλίο αυτό καλούσαν για μία συστηματική ανάλυση της κατανάλωσης με όρο την επανατοποθέτηση και θέασή της μέσα και ως μέρος της κοινωνικής διαδικασίας της εργασίας, της κοινωνικής συσχέτισης αλλά και των υλικών που την μεσολαβούν . Τα υλικά, φαγητό, ποτό και φιλοξενία, λουλούδια και δώρα που προσφέρουμε και πολλά άλλα αποτελούν τους μεσολαβητές της κάθε κοινωνικής συσχέτισης. Ωστόσο, υλικά, εργασία και κατανάλωση έχουν αυθαίρετα αφαιρεθεί από το κοινωνικό συμφραζόμενο χωρίς το οποίο δεν έχουμε πολλές ελπίδες να κατανοήσουμε και να γνωρίσουμε αυτές τις όψεις της ζωής μας.

Στο πλαίσιο αυτού του προβληματισμού η ανάγνωση της κατανάλωσης που προτείνουν είναι αυτή της επικοινωνιακής σχέσης. Η κατανάλωση είναι ένας τρόπος επικοινωνίας του υποκειμένου με τον εαυτό του, με τους άλλους, αλλά και με τα αντικείμενα που καταναλώνονται.

Κονσομασιόν είναι η γαλλική λέξη για την κατανάλωση αν και δεν γνωρίζουμε πώς και πότε ενσωματώθηκε στο λεξιλόγιο της διασκέδασης στην Ελλάδα, πάντως ο όρος είναι ενεργός και αποδίδει το ίδιο νόημα στην ίδια πρακτική για περισσότερα από 80 χρόνια. Επίσης η πρακτική του εγχρήματου, ανταλλακτικού συμποσιασμού ανδρών και γυναικών στο πλαίσιο δημιουργίας κλίματος ερωτικής προσέγγισης καταγράφεται στην ιστοριογραφική βιβλιογραφία που αφορά στους οίκους ανοχής του Παρισιού από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα. Στην Ελλάδα, τα μπαρ με κονσομασιόν αρχίζουν να αποκτούν σημαντική θέση ως πρόταση διάθεσης του ελεύθερου χρόνου στην Ελλάδα από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 και γρήγορα εξαπλώθηκαν σε όλη τη χώρα κατακτώντας μεγάλο μερίδιο στη νυχτερινή κατανάλωση.

Η ταύτιση ανάμεσα στο όνομα αυτής της πρακτικής διασκέδασης και την αναλυτική κατηγορία «κατανάλωση» δεν πρέπει να δημιουργεί

παρερμηνείες στη σφαίρα του αυτονόητου. Ωστόσο αυτή η σύμπτωση καλεί και προκαλεί για τη διερεύνηση των όρων και ορίων της. Με άλλα λόγια μια καταναλωτική πρακτική που αποτελεί επιλογή διασκέδασης και φέρει το όνομα 'κονσομασιόν' δεν εξαντλεί την καταναλωτική διάσταση στην κατανάλωση ποτών, ή το «ξόδεμα» χρημάτων, αλλά τοποθετεί σε άλλη προοπτική την συγκρότηση της επιθυμίας, την οριοθέτηση του εαυτού προς τα συναισθήματα, την ατομικότητα, τους τρόπους συσχέτισης με τους άλλους και τα αντικείμενα, τις δεσμεύσεις και τις πολλαπλές εντάξεις του εαυτού (οικογένεια, εργασία, κοινωνικότητα) σε ολοκληρωμένες διαδικασίες νοηματοδότησης της καθημερινής δράσης. Και πριν προχωρήσω ας μην ξεχνάμε ότι καταναλώνω, στα αγγλικά αυτή τη φορά, σημαίνει επίσης καταστρέφω, σπαταλάω, χαλάω.

Διασκέδαση για άνδρες, ανδρισμός (κάβλα, καβλάντα)

Η συντροφιά με τις κονσοματρίς ανοίγει την προοπτική της ερωτικής συσχέτισης χωρίς δέσμευση, υποχρέωση (βλ οικογένεια, εργασία) καθώς και χρόνου για τον εαυτό, την επιθυμία, με μια γυναίκα της διασκέδασης, δηλαδή του γλεντιού, του ποτού, του χορού, του σεξ, διαθέσιμη για αγχολυτική, επιβεβαιωτική, ανανεωτική συντροφιά. Με άλλα λόγια μια γυναίκα κομμένη και ραμμένη στα μέτρα της (φαντασίωσης της) ετερόφυλης ερωτικής επιθυμίας. Έτσι ένας ανδρικός εαυτός συγκροτείται μέσα στην κονσομασιόν, αποδεσμευμένος από τον κόσμο της υποχρέωσης που αντιπροσωπεύει η συζυγική οικιακότητα, κατάσταση η οποία αφορά και τη συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών της κονσομασιόν.

Με τα λόγια μιας κονσοματρίς:

«Εδώ είναι φώτα, μουσική, ποτά [...] ο άλλος έρχεται να ξεσκάσει, να περάσει καλά, να ξεχάσει τα προβλήματά του [...] θέλει να γελάσει, να νιώσει ωραίος, να καυταντίσει με τις γυναίκες, να λέμε μαλακίες, όχι σοβαρές συζητήσεις [...]».

Η κονσοματρίς περιγράφει τους όρους ενός 'ερωτικού κεφιού'¹ ως αφηγήτρια από μία θέση ιεραρχικά προσδιορισμένης με έμφυλους και σωματικούς τρόπους, εμπλοκή στην παραγωγή του. Οι έγνοιες, λοιπόν, εξαφανίζονται, τα προβλήματα ξεχνιούνται, ενώ η επικοινωνία είναι 'ελαφριά': γέλια και ανάλαφρες κουβέντες, φλερτ και ερωτικές φιλοφρονήσεις, σε ένα περιβάλλον γλεντιού. Η ερωτική επικοινωνία δεν είναι άλλη από ένα σκηνοθετημένο παιχνίδι γοητείας, όπου τα σώματα και οι τεχνικές τους ενορχηστρώνονται σε σχήματα επιθυμίας, όπου τα όρια μεταξύ διασκέδασης και σεξουαλικής διέγερσης (καύλα) είναι παραπειστικά και παραπλανητικά. Για όλους. Εκ των προτέρων.

Το μοτίβο που κυριαρχεί στις κουβέντες στο μπαρ είναι η διαρκής άμεση ή υπαινισσόμενη αναφορά στο σεξ.² Άνδρες και γυναίκες χρησιμοποιούν συστηματικά λέξεις με σεξουαλικό περιεχόμενο και αναφέρονται απροκάλυπτα στη σεξουαλική πράξη, στα γεννητικά όργανα, στη σεξουαλική επιθυμία.

Ο υπερτονισμός της σεξουαλικότητας μέσω λεκτικών και σωματικών πράξεων θεωρείται συστατικό στοιχείο της παρέας στο μπαρ και αποτελεί το μέσο επίτευξης της 'καυλάντας'. Η 'καυλάντα', δηλαδή η απροσδιόριστη σεξουαλική επιθυμία, μια επιθυμία που δεν ορίζεται σε σχέση με ούτε απευθύνεται σε μία συγκεκριμένη γυναίκα, θεωρείται μηχανική αντίδραση και σύμβολο του ανδρισμού. Η επιθυμία αυτή, αν και αποτελεί μέρος της ευχαρίστησης των ανδρών στο μπαρ και ζητούμενο της διασκέδασής τους, δεν οδηγείται σε ικανοποίηση μέσω της σεξουαλικής συνεύρεσης. Ωστόσο, η φαντασίωση της πιθανότητας της

¹. Ο Παπαταξιάρχης (1991: 170) αναφέρει ότι το κέφι, σύμφωνα με τον περιηγητή του 19ου αιώνα Richard Burton, είναι το κεντρικό σύμβολο του ανατολικού ερωτισμού.

². Για τις συζητήσεις με σεξουαλικό περιεχόμενο στα hostess clubs στην Ιαπωνία, η Alison (1994: 75) αναφέρει ότι αποτελούν στρατηγική για την κατασκευή του φύλου και όχι της σεξουαλικότητας ή της ετεροφυλοφιλίας. Επειδή στις κουβέντες αυτές υποβαθμίζονται οι γυναίκες, η έμφαση δίνεται στην ανισορροπία του φύλου που δίνει στους άνδρες την ευχαρίστηση της κυριαρχίας.

σεξουαλικής συνεύρεσης και της διαπροσωπικής οικειότητας καλλιεργείται συστηματικά αλλά αναβάλλεται επ' αόριστον .

Ο ανδρικός εαυτός που αναδύεται μέσα από αυτή την πρακτική κατανάλωσης συνομιλεί με αντιλήψεις που είχαν κι εξακολουθούν σε μεγάλο βαθμό να έχουν καθοριστική απήχηση στη διαμόρφωση της ερωτικής υποκειμενικότητας στη σημερινή Ελλάδα.

Η εμβληματικότητα του ανδρισμού συνδέεται κυρίως με την εννοιολόγηση της ερωτικής επιθυμίας ως γνωρίσματος των ανδρών, δηλαδή ως έμφυλη διαφορά με σωματικές κι ανατομικές διαστάσεις. Η ερωτική επιθυμία, όπως έχει καταδείξει συστηματικά ο Κ. Γιαννακόπουλος, περιγράφεται ως ένστικτο, που εδράζεται στο κάτω μέρος του σώματος, και σωματοποιείται ως φυσιολογική βιολογική λειτουργία (στύση). Ο άνδρας καλείται από νεαρή ηλικία να επιβεβαιώνει και να δημοσιοποιεί τον ανδρισμό του μέσα από σεξουαλικές σχέσεις με γυναίκες.³ Εξάλλου, η δύναμη της σεξουαλικής ανάγκης των ανδρών θεωρείται τόσο μεγάλη, που υποχρεούνται να την ικανοποιήσουν με οποιονδήποτε –πολιτισμικά και κοινωνικά δυνατό– τρόπο.⁴ Επιπλέον, θεωρείται ότι οι άνδρες από τη «φύση» τους είναι φορείς της σεξουαλικής επιθυμίας και οι γυναίκες τα αντικείμενα αυτής της επιθυμίας.⁵

³. Ο Γιαννακόπουλος (1995, 2001) υποστηρίζει ότι στην ελληνική σεξουαλική κουλτούρα η εννοιολόγηση της σεξουαλικής συμπεριφοράς συνδέεται με τη συγκρότηση μιας έμφυλης ταυτότητας ή, με άλλα λόγια, η υιοθέτηση μιας σεξουαλικής συμπεριφοράς δεν οδηγεί στη συγκρότηση μιας σεξουαλικής αλλά μιας έμφυλης ταυτότητας.

⁴. Ο Γιαννακόπουλος υποστηρίζει πως, σύμφωνα με την κυρίαρχη σεξουαλική ιδεολογία, η σεξουαλική επιθυμία εννοιολογείται ως ένστικτο. Στην εργασία του (1995) δείχνει πως το σεξουαλικό αυτό ένστικτο και ο διαχωρισμός του ανδρικού σώματος χρησιμοποιείται από τους άνδρες ως στρατηγική πρόσβασης σε ομόφυλες σεξουαλικές πρακτικές χωρίς αυτό να συνεπάγεται την ανάληψη της ταυτότητας του «πούστη/αδελφής».

⁵. Όπως έχει διατυπωθεί και από τη McIntosh, «Άνδρες που δεν νιώθουν την επιθυμία για το σεξ καθεαυτό [...] είναι περιφρονητέοι». Στο ελληνικό συμπιέχον

Για να ξαναγυρίσουμε στο μπαρ, υπό το φως αυτών των αντιλήψεων, στο πλαίσιο αυτό, η κονσοματρίς καλείται να αναλάβει να υποστηρίξει ένα παιχνίδι γοητείας. Στο παιχνίδι αυτό, περιγράφει θαυμάσια ο Μπωντριγιάρ:, ότι η κονσοματρίς ως γυναίκα, ως ο Άλλος της ερωτικής επικοινωνίας, δεν έχει δικό της κορμί ` η δική της επιθυμία, γίνεται μια απόλυτα φαινομενική παράσταση, μια τεχνική κατασκευή όπου έρχεται να πιαστεί η επιθυμία του άλλου. Όλη η τέχνη της γοητείας συντίθεται στο να αφήνει τον άλλο να πιστεύει ότι είναι και παραμένει το υποκείμενο της επιθυμίας...(Μπωντριγιάρ, 1984: 98)

Η ερωτική επικοινωνία, το παιχνίδι αυτό της γοητείας, αποτελούν δημόσια παράσταση της ερωτικής επιθυμίας και επιβεβαίωση ανδρισμού. Στην αξιολογική οικονομία της κονσομασιόν η επιθυμία αριθμητικοποιείται, είναι μετρήσιμη κι αποτυπώνεται σε κλίμακα διαβαθμίσεων. Η επιθυμία μετριέται όταν καταμετρούνται τα κερασμένα ποτά και η συχνότητα των επισκέψεων στο μπαρ του πελάτη. Η επιθυμία πια εξατομικεύεται και προσωποποιείται σ' εκείνην την κονσοματρίς που συστηματικά δέχεται μεγάλο αριθμό ποτών και καθημερινών επισκέψεων στο μπαρ από το συγκεκριμένο καταναλωτή/ πελάτη που πλέον προσδιορίζεται ως 'καφούρης'.

Ως «καφούρα» περιγράφεται εκείνη η συναισθηματική κατάσταση στην οποία το υποκείμενο συγκλονίζεται από την ερωτική επιθυμία κι έρχεται σε ρήξη με τον εαυτό που θεωρούσε ότι είχε μέχρι εκείνη τη στιγμή, τις προτεραιότητες και τις στρατηγικές του. Εκ των υστέρων η καφούρα σχολιάζεται πολύ αρνητικά, ως αρρώστια, τρέλα, σπατάλη, ξόδεμα. Κι ενώ τα 'καφούρια' στο μπαρ αποτελούν εκείνη την κατηγορία πελατών που οικονομικά ευεργετούν την επιχείρηση και την κονσοματρίς, ωστόσο λόγω αυτών των αντιλήψεων η κατάστασή τους αποδοκιμάζεται ως τρέλα, ανοησία, επιπολαιότητα, «καλά, θα του περάσει».

.Από την άλλη πλευρά όμως το υποκείμενο πελάτης- καφούρης ως προς την επιδίωξη της ερωτικής επιθυμίας πέτυχε, όχι μόνο να έχει

κάποιος άνδρας που δεν θα εκμεταλλευτεί την ευκαιρία για σεξ με μία γυναίκα θεωρείται 'μαλάκας'. Βλ. Γιαννακόπουλος (1995: 65).

επιθυμία αλλά αυτή να είναι μετρήσιμη, δημόσια, ορατή. Η «καψούρα» υπερβαίνει την κατανάλωση για την επιθυμία. Πρόκειται για το σημείο όπου η ίδια η ερωτική επιθυμία καταναλώνεται μέσα από τη σπατάλη, το ξόδεμα ακόμα και την καταστροφή εαυτού και συναισθημάτων.