

## 10 FEJEZET A BOLDOGSÁGKUTATÁS LELEPLEZÉSÉHEZ

*Gion Zsófi*

zsofi.gion@gmail.com

**Frawley, Ashley: *Semiotics of Happiness – Rhetorical beginnings of a public problem*. Bloomsbury Academic, 2015.**

Dr. Ashley Frawley a Swansea Egyetem adjunktusa, szociológiát, társadalompolitikát oktat. Kutatási területe a szemiotika, szociolingvisztika és antropológiai nyelvészet diszciplináris megközelítésében a kortárs társadalom életében megnövekedett jelentőségű érzelmek, attribútumok vizsgálatára terjed ki, kiemelten foglalkozik a társadalmi problémák nyelvészeti megközelítésével.

„Tíz dolog, amitől boldogabb leszel”, „20 lépésben a boldogsághoz”, „15 dolog, amit a boldog emberek másképp csinálnak” – olvassuk nap mint nap a médiában, és válik meggyőződésünk, hogy bizony, ha ezeket a tanácsokat nem fogadjuk meg, boldogtalanok leszünk. Mi több, mivel – ezek szerint – nem is tudjuk, mi a kulcsa a boldogságnak, minden bizonnyal nem is vagyunk boldogok.

Ebből a tézisből indul ki Ashley Frawley is, és jár utána annak, hogy a boldogság hogyan vált társadalmi problémává, ez a probléma minek köszönheti legitimitását, és milyen társadalmi jelenséget szignifikál.<sup>1</sup> Ennek érdekében szemiotikai-retorikai elemzést folytat 100, a brit sajtóban 2003–2010 között megjelent cikkben: megvizsgálja, a korpuszban hogyan jelenik meg a „boldogság” kifejezés, melyek azok a közelítő jelentéstartalmú kifejezések, amelyek differenciálják a jelentést, milyen érvek mentén horgonyoz le a szociális reprezentációban a boldogság mint probléma, és kik az ágensei mindennek.

A szerző a társadalmi problémák realista-objektivistá és konstruktivistá-szubjektivistá megközelítése közül az utóbbit alkalmazza. Amellett érvel, hogy a társadalmat mikro- és makroszinten vizsgáló módszer nem a szubjektumot ragadja meg, inkább preskriptív jellegű: előírja, hogyan kéne működni a társadalomnak. Ezzel szemben a konstruktivistá megközelítés episztemológiai-ontológiai tengelyen vizsgálódik, a szubjektumot állítva fókuszba. Lévén, hogy a boldogtalanság nem objektív probléma, hanem szubjektumhoz kötött, George Herbert Mead szimbolikus interakcionizmusa (Mead 1934) alapján interakciókból következtet az interpretáció során konstruált szubjektumra. Nem arra keresi a választ, hogy mitől vált a társadalom hirtelen boldogtalanná, hanem arra, hogy mitől vált hirtelen olyan tetszetőssé a társadalmi problémák konceptualizálása a boldogság és boldogtalanság nyelvén. A konstruktivistá retorikai megközelítés felhívja a figyelmet arra, milyen szerepet játszik a nyelv abban, aho-

---

<sup>1</sup> 2003-ban intézményesül a boldogságkutatás Nagy-Britanniában, és 2010-ben éri el a csúcst: ekkor vezetik be a „Nemzeti Jóllét Programot” (National Wellbeing Programme, p85).

gyan a világunkról kapott benyomásainkat konstruáljuk és konstituáljuk; továbbá arra a tényre is rávilágít, hogy a valóságról alkotott leírásaink nem ártatlanok, hanem hatással vannak arra, ahogyan felfogjuk a minket körülvevő világot, és abban magunkat.

A szakmunka a pszichológia és gazdaságtudomány diszciplínájában – azon két területen, ami kísérletet tett a boldogság kvantifikálására – definiálja a kifejezés szignifikátumát, majd ezt kommunikáció- és médiaelméleti keretben a narratívák szemiotikai és retorikai elemzésével veti össze. A boldogságkutatás történelmi-kulturális előzményeiből indul ki, megvizsgálja, mely jelentésstruktúrák járultak hozzá a boldogság mint sajátos szignifikáns konstruálásához. Ezt követően az állítástevők<sup>2</sup> által generált folyamatot és a retorika társadalmi problémák vizsgálatában betöltött jelentőségét veszi górcső alá. Ez alapozza meg azt az elemzést, ami az elmúlt évszázad brit sajtójának retorikáját vizsgálja abból a szempontból, hogy hogyan vált a boldogságkutatás intézményesültté, egyúttal identifikálja az állítástevők kiemelkedő aktorait, aminek eredményeképp a legjellemzőbb csoport, a szakértők szerepét analizálja. Ezt követi egy szemiotikai leltár azon kulcsszavakból, amik a problémát karakterizálják, amik a kontextusai ennek a retorikának és az állítástevők versenyének. Végül felsorakoztatja azon állításokat, amikre a boldogságkutatás diskurzusaiban a Toulmin-modell (Toulmin 2003) alkalmazható, és megfigyeli, hogy a kiinduló tényállások (*grounds*) milyen biztosítékok mentén (*warrants*) válnak állításokká (*conclusions*).

A téma újszerűsége abban rejlik, hogy tetten ér egy, a 21. század társadalmát foglalkoztató, trendi jelenség mögé bújtatott problémát. Napjaink társadalmát a boldogság mint érték meglehetősen leköti, amit az is mutat, hogy számos nézőpontból tekintettek már a jelenségre: rengeteg irányzat, intézményesített megközelítés (pl.: pozitív pszichológia), kutatás, publikáció keresi a választ arra, hogyan legyünk boldogok – mégis, nem elhanyagolható tény, hogy a dolog arról szól, hogy nem vagyunk jól. Ezek a narratívák azt sugallják, hogy a boldogság egy olyan elérendő cél, ami gyakorlat vagy terápia nélkül megközelíthetetlen. A nyugati társadalom központi problémájaként definiálják, és minden probléma megoldásának eszközül szerepeltetik. Nem hagyható figyelmen kívül, hogy a társadalomnak igénye is van ezekre az útmutatókra. A kötet gyakorlatilag lerántja a leplet erről a trendről, és nevéen nevezi az igazi problémát: a „boldogság” eredetileg nem az emberek helyzetének definiálására használatos kifejezés, így arra sem alkalmas, hogy általa az állítástevők hadjáratot folytassanak a társadalmi átalakulásért. Mégis, a mai narratívák érvénytelenítik a tipikus, új társadalmi problémák köré szerveződött megközelítéseket, és a társadalom felső rétegétől elindul egy trend, ami a boldogság tengelyén határozza meg a mindennapi ember identitását.

A kötet arra vállalkozik, hogy bebizonyítsa, a boldogság mint társadalmi probléma nem annak a szignifikánsa, hogy a mentális állapotaink fejlesztésre szorulnak, hanem annak, hogy nem tudunk mit kezdeni a bizonytalansággal: vagyis a változás implicit kritikájának szignifikátuma rendelődik hozzá. A probléma dekonstrukciójának érdekében a szerző jelentéseket és jelentésalkotókat vizsgál: feltérképezi, melyek azok az ágensek, az állítástevők, akik el tudták érni, hogy a társadalomban lehorgonyozzon ez a narratíva és trenddé váljék. Magát a narratívát, a szignifikációt is vizsgálja, azonban a probléma recepciójának leírására nem vállalkozik: nincs eszköze arra, hogy bemutassa, hogyan dekódolja ezeket az üzeneteket a társadalom, de arra van, hogy szemléltesse, hogyan vonódott be abba a gyakorlatba, ami a nyelvre mint állítástevő aktivitásra tekint.

Az alapos, többretű, több diszciplináris megközelítéssel is dolgozó elemzés végül rávilágít arra, hogy a legkisebb közös nevezőre hozva majdnem minden problémáról elmondható, hogy orvosolható az individuum, a gondolkodás, viselkedés és életmód változtatásával, de leginkább azzal, hogy emlékeztünkbe vessük azon helytálló értékeket és hiedelmeket, amik-

<sup>2</sup> Magyar terminus híján a *claims-makers* kifejezést a recenzió szerzője *állítástevő*-re fordította.

ről a boldogságnak szólnia kellene. A célkitűzés tehát nemcsak teljesül, de a kötet konklúziója túl is mutat az új társadalmi probléma dekonstrukcióján, implicit megoldást kínálva.

A kutatás arra vállalkozik, hogy egy pszichológiai irányzat kritikáját fogalmazza meg. A vállalkozás merészségét mutatja, hogy olyannyira intézményesült irányzatról van szó, hogy a boldogságkutatásra akadémiai intézetek is épülnek. Frawley kritikáját alapos bibliográfiával támasztja alá, a boldogságkutatásban neves szerzőket is felvonultatva, mely biztos hivatkozási alapot jelenthet a témában kutatóknak. Ezen felül a szakmunka felhasználható mintaként is arra, milyen felkészültségek mentén érdemes ilyen súlyú kritikát megfogalmazni. A kommunikációkutatáshoz abban a tekintetben járul hozzá, hogy a tömegmédiá elméleteit alkalmazva (kapuőr, agenda-setting) plasztikusan ábrázolja, hogyan terjedhetnek el és válhatnak társadalomformáló narratívákká megalapozatlan állítások. A szemiotikai kutatásokhoz ugyan nem tesz hozzá, igaz, módszerében ötvözi a retorikával, mindazonáltal ez nem jelent paradigma-váltó megközelítést.

A szignifikáció elméleti vizsgálatának háttérbe szorulása némi űrt is hagy a szakmai olvasóban, hiszen a hangsúly eltolódik a problémára és a problémát identifikáló ágensre, az állítástevőkre. Ugyan az utolsó két fejezetet a szignifikánsok és szignifikátumok számba vételeinek szenteli, a kettő közötti relációt, magát a szignifikációt homályban hagyja. A szemiotikai érdekeltségű olvasó mire eljut ezekhez a fejezetekhez, úgy várja a konklúziót, mint csattanót – ami azonban elmarad.

Helyette inkább olyan benyomást kelt a könyv, mintha három gondolatot járna körbe újra meg újra: (1) a boldogság mint probléma azt implikálja, hogy a mai társadalom boldogtalan; (2) ennek felelősei az állítástevők, akik azonban egy paradoxont erőltetnek a társadalomra: a boldogságot lebegő vagy üres szignifikánsként emelik diskurzusokba, hogy a társadalom zsigeri reakciót adhasson, szubjektív jelentést tulajdoníthasson – miközben az instrukciók, tanácsok éppen hogy zárt szignifikánsként pozicionálják a boldogságot: valami, amihez szakértőkre van szükség, ami távol áll a hétköznapi megértéstől; (3) és mindezt a szakértőre hivatkozás mint érvelési heurisztika működteti.

A cím azonban többet ígér ennél: *A boldogság szemiotikája – egy közös probléma retorikai kezdete* magába foglalhatná például a közösségi oldalakon évek óta trendi tartalmak, az inspiráló idézetek nem csak nyelvi, de vizuális elemzését is. Természetesen célkitűzéseit ebben a formában is teljesíti a kötet, és nemcsak megválaszolja, hogyan vált mainstream témává a boldogságkutatás, hanem módszert is ad azok kezébe, akiknek gyanús, hogy a boldogságkutatás miért ennyire trendi évek óta, miközben az emberek semmivel sem lettek boldogabbak. A *Semiotics of Happiness* a boldogságkutatás háttérében álló tudományt megkérdőjelezők self-help kötete.

## Irodalom

Mead, George Herbert (1934) *Mind, Self, and Society*. Chicago, University of Chicago Press.

Toulmin, Stephen E. (2003) *The Uses of Argument*. Cambridge, Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511840005>