replika

TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

2008. november

63. szám

replika
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

alapítva 1990-ben

SZERKESZTI
Bíró Eszter, Dósa Mariann, Fáber Ágoston, Győry Csaba, Huszár Ákos,
Kiss Zsuzsanna, Sallay Zoltán, Simányi Léna, Szabó Linda, Vincze Orsolya
szerk@replika.hu

OLVASÓSZERKESZTŐ
Balikáné Bognár Mária

Kiadja a Replika Alapítvány
1048 Budapest, Óceánárok u. 7. X/39.
Felelős kiadó: Vincze Orsolya
alapitvany@replika.hu

ELŐFIZETÉS
Előfizethető az alábbi címen:
elofizetes@replika.hu





Papíralapú megjelenésünket az NKA támogatja.

http://replika.hu
ISSN 0865-8188

BORÍTÓTERV ÉS NYOMDAI ELŐKÉSZÍTÉS
Netinforg Kft.

NYOMÁS ÉS KÖTÉS
Robinco Kft., 1089 Budapest, Orczy út 28.
Felelős vezető: Kecskeméthy Péter

Tartalom

Replika-monológ

„Utálom, amikor egy régi tárgy poros – az olyan, mint a fésületlen öregember”
Tárgymonológ 7

Tárgy-transzformációk: határátlépés, életrajz, identitás
szerkesztette: Berta Péter

Berta Péter
Szubjektumok alkotta tárgyak – tárgyak által konstruált szubjektumok
Interakció, kölcsönhatás, egymásra utaltság: az „új” anyagikultúra-kutatásról 29

Arjun Appadurai
Az áruk és az érték politikája 61

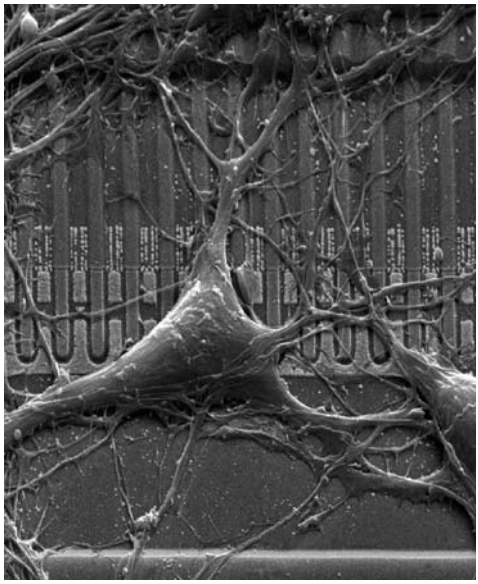
Igor Kopytoff
A dolgok kulturális életrajza: a kommodifikáció mint folyamat 107

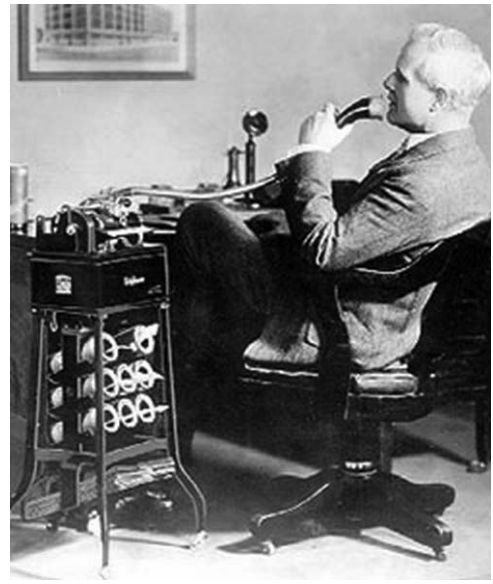
Christopher B. Steiner
Az autentikusság keresése és az afrikai művészet feltalálása 131

Berta Péter
A tárgyak identitáspolitikája
A patinahamisítás mint alkalmi megélhetési/politikai stratégia
és a gábor presztízstárgygazdaság 163

Pellandini-Simányi Léna
„Jaj, mama, minek őrzöd ezt a sok kacatot?”
A berendezési tárgyakhoz kötődő értékrezsimek változásai 197

Abstracts 227





„Utálom, amikor egy régi tárgy poros
– az olyan, mint a fésületlen öregember”

Tárgymonológ



„Utálom, amikor egy régi tárgy poros – az olyan, mint a fésületlen öregember"

Tárgymonológ

Tanár vagyok, a BMF-en dolgozom 1974 óta, szóval elég régóta már, és informatikával foglalkozom. Szokták mondani, vándormadár az ember, amikor sok helyen lakik meg sok helyen dolgozik, hát én nem dolgoztam sok helyen. Ez a fő munkahelyem, bár nagyon sok helyen jártam a világban, és sok mindenben próbáltam valami jót tenni.

A szüleim tataiak, már a nagyszüleim is azon a környéken laktak. Édesapám ágán a felmenők vízimolnárok és tanítók voltak. A Bakony környékén a vízimolnárság dívott, és dédnagypapámtól kezdve molnárok voltak a férfiak a családban, a nők pedig tanítók. A nagypapám is molnár volt, a nagymamám meg tanító. Egészen az államosításig így éldegéltek. Az államosításnál aztán a vízimalmot elvették a nagyszüleimtől. Személyes tragédiájuk, hogy a házukból – ahova beköltöztettek oroszokat, meg mindenféle idegeneket is – át lehetett látni a malomba, ahova már soha többé nem tehették be a lábukat. Szegény nagypapám úgy élte le életének hátralevő részét, hogy a malmába nem mehetett be többet, csak azt látta, hogy időnként jön egy teherautó, és bizonyos gépeket elvisznek onnét. Aztán megélte azt is, ahogy a szeme láttára összedől a malom – mert hát, ugye, amit nem tartanak karban, az tönkremegy; beázik a teteje, szétmegy a fala, így hát végignézte, ahogy összeesik előtte az a szerencsétlen, megfáradt épület. Nagyapámnak az volt a rossz sorsa, hogy bár csak bérelte a malmot, mégis kulák lett. A kulákoknak annak idején nem volt jó világ, szegény nagyapám az utolsó időkben egy műhelyben mint szegegyenesítő dolgozott. Nagyon boldog volt, hogy ilyen munkát kapott, hogy a kihúzott szegeket egyengethette egy darabig. Kegyelemkenyér volt, de hát jövedelem azért. És akkor még kertészkedtek hozzá a házuk körül is, ezzel tartották fönn magukat. A nagymamám általános iskolai tanár volt, és a környéken lakó gyerekeket tanította sok-sok generáción át. Lelkes tanár volt, nagyon szerette csinálni. Sok év távlatából is minden tanítványa nagyon nagy szeretettel üdvözölte. Ahogy mentek az utcán nagyapámmal, akkor ilyen népünnepély volt: Magdi néni, Magdi néni!

Anyai ágon Zalából származik a családom. Én nem csináltam családfakutatást, de van olyan családtag, aki igen, és olyan régi irományokat talált, ahol az őseim mint pap tanítók jelentek meg. Emellett sok vasutas is volt köztük. A nagypapám is szeretett volna vasutas len-

A monológ alapjául szolgáló interjút készítette és szerkesztette: Légmán Anna.

ni, ez volt a szíve vágya. Sajnos nem volt jó a szeme, szemüveget kellett volna viselnie, és annak idején a szemüvegesség az kizáró ok volt a vasutasoknál. Ez egy örök életre szóló trauma volt szegénynek, hogy nem lehetett vasutas. Tizenegyen voltak testvérek, ő volt a legidősebb fiú, és úgy döntöttek a szülei, hogy ő tanuljon. Jegyző lett, és életének nagy részében jegyzőként dolgozott különböző községekben. Megbecsült ember volt, akin tudott, segített. Nagymamámmal Győrben éltek, én azt hiszem, hogy boldogan, csak hát igen nehéz körülmények között, mert mint jegyző, a nagyapám osztályidegen lett. Az ötvenes években jegyzőként nem dolgozhatott tovább, és nem volt könnyű másik állást találnia. Végül küldönc lett, nagyvállalatoknál dolgozott. Jenő bácsi megbízható ember volt, szavahihető, amit rábíztak, azt megcsinálta, elküldték, és ő ment, és intézte a dolgokat. Nagyon hosszú ideig, kilencvennégy éves koráig élt, és nyolcvanöt éves koráig folyamatosan dolgozott. Állandóan úton volt, és mint a kengyelfutó, intézett mindent. Kisgyerekkorától kezdve naplót vezetett. Gyönyörű írása volt, és nagyon szeretett szépen írni, és egész életén keresztül naponta vezette a naplóját, talán ez volt a titka a hosszú életének. Időjárásnaplót is vezetett. Hatvan éven keresztül reggel, délben és este leírta, hogy milyen időjárás volt aznap Győrben. Ezeket szisztematikusan föl is dolgozta, úgyhogy a hatvan évet egymás mellé lehet tenni. A naplóit is úgy készítette, nem szabad napló volt, hogy írt, amennyit írt, hanem megvolt, hogy mennyi helye van egy napra. Ezek a naplók úgy készültek, hogy egymás alatt mindig ugyanaz a nap található, így könnyen össze lehet vetni az éveket.

A nagyanyám családja birtokos volt, nem voltak nagy birtokaik, csak annyi, hogy megélt belőle a család. Az akkori szokás szerint ők tartottak cselédlányt is, aki a ház körül segített. Sok évvel később, amikor az egyik korábbi cselédlánynak a nyugdíját kellett intézni, nem voltak meg a papírjai, hiszen közben háború is volt, és eltűntek a papírok. Akkor eszükbe jutott, hogy Jenő bácsi a naplójában biztos mindent lejegyzett. És persze, hogy fölírta, hogy a Mariska hány éven keresztül melyik nap mit csinált. Elmentek a nyugdíjhivatalba, elővették a naplókat, és harminc évre visszamenőleg megnézték. Azt mondták a nyugdíjhivatalban, hogy jó, rendben van. A napló volt a bizonyítéka annak, hogy őneki munkaviszonya volt sok-sok éven keresztül. A nagymamám nem dolgozott munkahelyen, ő otthon a családot rendezte, a nagypapámnak meg a kifutóállása volt. Annak idején azzal próbálta fenntartani magát a család, hogy távoli községekbe elgyalogoltak, és háton behoztak tizenöthúsz liter tejet, azt megalvasztották, abból készítettek túrót, amit a szomszédok megvettek. Ezzel próbálták kiegészíteni a jövedelmüket. Emellett, ha valahol nagyapám felesleges papírt látott, akkor azt megpróbálta valahogy megszerezni, megvenni. A felesleges azt jelentette akkoriban, hogy a papírnak már az egyik felére írtak, de attól még a másik fele nagyon jó volt. Ő ezeket a papírokat mindig elkérte, és amelyikből lehetett, abból zacskót ragasztott. Ezt el lehetett adni a boltban, és lehetett rajta tojást vagy lisztet venni, és abból lehetett élni egy darabig. Nem volt egy egyszerű élet, különösen egy olyan embernek, akinek még ráadásul a két háború is ott volt az életében. Ott volt az első háború is, meg a második is, mind a kettőben végig szolgált, az első háborúban az olasz fronton, a második háborúban meg a német fronton. Még ötvenéves korában is el kellett mennie a háborúba, hadifogoly is volt, a család meg addig otthon élt valahogy. Kilencvennégy éves korában, amikor meghalt nagyapám, lehetett volna neki cigányzenés temetése. Azóta is nagyon bánom, hogy amikor azoknak a cigányoknak a leszármazottai, akik emlékeztek arra, hogy nagyapám még jegyzőként segített nekik, fölajánlották, hogy eljönnek a cigánybandával a temetésre. De a család úgy döntött, hogy ne legyen cigánybandás temetés. Sajnálom, most már visszavonhatatlan a dolog.

Az édesanyámék ketten voltak testvérek, a győri tanítóképzőbe jártak, édesanyám is, meg a húga is, egy év különbség volt közöttük. Édesanyám utána elment a zeneakadémiára zongorát tanulni, mert ez volt a szíve vágya, és a család mindenét eladta, hogy édesanyám ki tudja fizetni a tandíjat. Elvégezte a zeneakadémiát, a húga pedig védőnő lett. Édesanyám Tatán ismerte meg az édesapámat, és rövid ismeretség után hamar összeházasodtak. Úgy hozta a sorsuk, hogy anyám szüleivel éltek együtt egész életükben. Édesapám és a nagymamám halála után édesanyám gondozta a nagypapámat, ők ketten éltek együtt tovább.

Sok helyen szokás volt apám idejében, hogy pap, orvos és katona lett a fiúgyerekekből. A sorrend talán úgy volt, hogy az első gyerek legyen katona, a második legyen orvos, a harmadik legyen pap. Apámék ketten voltak testvérek, ő katona lett, az öccse meg orvos. A katonákat annak idején a Ludovika Akadémián képezték, így apám is elvégezte az akadémiát, ami aztán az ő személyes sorsát tekintve katasztrofális eredményekkel járt. A Ludovika Akadémiáért kauciót kellett fizetni, le kellett tenni pénzt, és föl kellett mutatni valamilyen életszínvonalat ahhoz, hogy valaki oda bekerülhessen. A család egy távoli rokonának volt egy alapítványa, és édesapám elnyerte ennek az alapítványnak a támogatását, így ösztöndíjasként járhatott az akadémiára. 1945-ben végzett, és rögtön utána hadifogságba esett. Négy évet húzott le orosz fogolytáborokban. Amikor visszakerült Magyarországra, annak ellenére, hogy elvégezte a katonai akadémiát és lehetősége lett volna arra, hogy katona legyen, ő azt mondta, hogy köszöni szépen, nem szeretne katonatiszt lenni. Belejátszhatott ebbe az is, hogy eltöltötte a hadifogságban azt a négy évet keserves körülmények között. Aki úgy döntött a Ludovikából, hogy beszáll az új hadseregbe, az amnesztiát kapott, de apám természetesen nem kapott amnesztiát, ő élete végéig ludovikás tiszt maradt. Nagy kézügyességű ember volt, és amikor végül állást kapott, akkor autószerelőként tudott dolgozni. Először kocsikísérő, majd autószerelő lett, és utána is mindig efféle nagyon jó kis állásokban volt.

Édesapámat 1956-ban természetesen beválasztották a munkástanácsba, mert nem volt egy hőbörgő ember, és általában tisztelték, és ő is tisztelte a környezetéből azt, akit lehetett. Az ő beválasztásának a munkástanácsba szintén keserves következménye lett. Nem elég, hogy katonatiszt volt, még munkástanácstag is volt. 1958-ban internálták, és Nagy Imre kivégzésekor a bizonytalan alakokat összegyűjtötték, így apámat is, és ítélet nélkül, egy évre elvitték a tököli börtönbe. Akkor született a húgom, és édesanyám ott maradt minden jövedelem nélkül. Édesapám börtönben volt, ítélet nélkül, azt sem tudtuk, hogy mikor fog hazajönni, a húgom ott volt picikeként, én meg ötéves voltam. Akkor édesanyám próbált valami állást találni. Először mint zongoratanár próbált meg dolgozni, de kiderült, hogy ez nem nagyon megy, mert ugye, mint egy ludovikás tiszt felesége, megbízhatatlan alak volt, akire nem nagyon érdemes gyereket rábízni. Végül sikerült neki nagy összeköttetések révén egy bölcsődében dadaként elhelyezkedni. Édesanyám dolgos volt, nem szégyellt semmilyen munkát, a kisbabák tisztába rakását is rendesen ellátta. Aztán – szintén összeköttetések révén – bölcsődei dadából a végzettségének megfelelően általános iskolai tanár lett.

Édesapám, bár nem csinált soha semmit, de amikor nagyobb sátoros ünnepek voltak, például november hetedike, akkor előtte a renitens alakokat, mint ő is, összegyűjtötték egy kis kikérdezésre. Még a halála előtt egy hónappal is begyűjtötték, és elvitték Várpalotára, ahol naphosszat kellett egy vaskályha fölött állnia. Ezt abból következtettük ki, hogy katasztrofálisan nézett ki, mikor hazajött. Nem mondta, hogy mi történt vele, mert gondolom, hogy azt megmondták nekik, hogy nem beszélhetnek semmiről. Azt hiszem, az oroszoknál sem beszélhettek szabadon. Amikor német területen fogságba estek, egy darabig azt gondolták,

mivel amerikai hadifogságba kerültek, hogy talán gyorsan véget ér ez az egész. Aztán kiderült, hogy az amerikaiak átadták őket az oroszoknak, az oroszok meg szépen elküldték őket Szibériába. A pontos helyet nem tudom, hogy hol volt. A postabélyegzőn mindig Moszkva volt, ha jól emlékszem, négy éven keresztül jöttek tőle levelek. És hát, siralmasak azok a levelek. Most nyáron olvastam el őket, édesanyám elővette, és odaadta nekem, hogy elolvashassam. Azért siralmasak, mert szemmel láthatóan agyoncenzúrázott levelek voltak. Csak ilyet lehetett írni, hogy jól vagyok, kész, ennyi. És újra, hogy jól vagyok, esetleg annyi, hogy örülök, hogy kaphattam egy levelet. Még virágnyelven sem találtam benne semmi részletet arról, hogy mi volt tegnap, mi lesz holnap, semmi nem volt bennük. És miután hazajött a hadifogságból, akkor még azoknak, akikkel jó barátságban volt, a sógorának például, aki szintén börtönben volt, tehát a szót is megértették volna egymással, azoknak se, soha, de soha egy szót nem mesélt édesapám erről a helyzetről. Visszajött a hadifogságból, és édesanyámnak sem mondott semmit, pedig tökéletes házaséletben voltak, békességben, szeretetben. És később, amikor hazajött Tökölről, arról sem hangzott el soha egy szó sem. Én kisgyerek voltam, tizennégy éves, amikor ő meghalt 1968-ban, még nem nyílt ki annyira a csipám, hogy ezt egyáltalán szóba merjem hozni, hogy mi volt a börtönben, ez nem volt téma soha. Ő nyilván úgy meg volt félemlítve, hogy nem merte elmondani soha, hogy mi történt Tökölön, és mi történt az orosz hadifogságban. Amikor az egy-két napos kis begyűjtésekre elvitték, akkor percnyi pontossággal kikérdezték a napjait, hogy 15-én délután 3-kor kivel találkozott és mit mondott neki ott a sarkon. Senki se emlékszik erre, de hát nyilván valaki figyelte és leírta, és akkor ott ezt elővették, hogy találkozott valakivel ott az utcán és mondott neki valamit. Meg akarták tudni tőle, kivel találkozott. Nem találkozott ő tulajdonképpen senkivel, de hát ez akkor ahhoz a rendszerhez hozzá tartozott. És ennek a részleteiről, hogy akkor most hol volt, meg mit csináltak vele, erről soha nem szólt egy rohadt szót sem. Csak édesanyám mondta, hogy az utolsó meghallgatás, az katasztrofális lehetett, mert magánkívül jött haza apám, alig lehetett ráismerni. Pedig nem csinált semmit, azt tudjuk biztosan, nem szervezkedett, nem tartotta a kapcsolatot „renitens" elemekkel, mert tudta, hogy az veszélyes. Csak hát mégis, ha az ember él, akkor az utcán összetalálkozik emberekkel. Őneki nagyon nehéz élete volt, de mindig megtalálta az örömét. Nagyon szeretett technikai dolgokkal foglalkozni, autókat javítgatott – nekünk is volt egy nagyon régi, öreg Skodánk, amit ő szinte roncsként vett, és megcsinálta úgy, hogy működött, tudtunk vele autókázni. Negyvennégy éves korában meghalt, és édesanyámnak akkor talpra kellett állnia. Elég nehéz történet volt, mert a nagyszüleim túlélték édesapámat, és az egy nagyon szomorú helyzet, amikor egy megrokkant korú idős ember férfikorában lévő fiát veszíti el. Akkor éppen úgy hozta a sorsom, hogy velük laktam, mert Fehérvárra jártam technikumba. Apám halálakor azzal telt az egész este, hogy ott sírtak szegény nagyszüleim. Leginkább a nagypapám, aki azt mondogatta, hogy miért a fia, és miért nem ő. Nagymamámnak ilyen szempontból szerencsésebb természete volt, mert ő el tudta mással foglalni magát, ő annyira látványosan nem szenvedett, csak belülről. Aztán nagypapám két éven belül meghalt, a nagymamám egyedül maradt, és utána még legalább tizenöt évig élt.

Édesanyám így egyedül nevelt minket, nagyon hősiesen és nagyon jól, amennyi tőle telt, azt ő csinálta szívesen, soha nem panaszkodott, nem is vettük észre igazából a nehézségeket, mert amit kellett, mindig megteremtett nekünk. Nagyon szeretett tanítóként dolgozni, és újra visszaköszön a sors, mert most pedig mi nem tudunk úgy elmenni édesanyámmal Tatán, hogy ne jöjjenek oda hozzánk egykori tanítványok, hogy „Bella néni, tanár néni,

hogy tetszik lenni?". És hogy meg ne kérdezzék, megvan-e még mindig a kard. Ugyanis édesanyánk gyerekkorunkban rendszeresen elhozta az osztályt hozzánk, és a családban volt egy nagyon szép díszkard, amit katonai díszszemléken volt szokás használni. És hát mi kell egy gyereknek? Hát ez a kard. Arra aztán emlékezett minden gyerek még felnőttkorában is. Édesanyámat mindenki ismeri, úgyhogy ha Tatán ír valaki egy levelet, elég csak ennyit ráírni, hogy Bella néni. Nagyon jó viszonyban van a sok-sok régi tanítványával, ahogy egykor a nagymamám is. És annak, hogy én is tanár lettem, nagyon fontos gyökere volt nagyanyám és anyám. Elég, ha arra gondolok, hogy két közvetlen elődöm, édesanyám meg a nagymamám ezt mekkora hittel csinálták.

Ketten vagyunk testvérek, a húgom öt évvel fiatalabb, mint én, és hát ez az apátlan helyzet őrá is kihatott. Ő még kislány volt, amikor édesapám meghalt, kilencéves. Édesanyám, amennyire tudta, kompenzálta a helyzetet, de ezt nem lehet kompenzálni. Édesanyámban soha nem merült fel, hogy újra férjhez menjen, bár nem gyászolta édesapámat látványosan, nem volt otthon rossz hangulat, rendes hangulat volt mindig. A húgom az egészségügy iránt érdeklődött, jelenleg a győri véradóban dolgozik. És ha bemegy dolgozni, akkor értelme van a napjának, ami egy nagyon nagy pozitívum egy ember életében, hogy nem azért megy dolgozni, mert munkaidő van, hanem mert munka van. Ami persze tovább tart, mint a munkaidő, de hát ezt ő szívesen csinálja. Két gyereke született, és ő édesanyámhoz hasonlóan egy tyúkanyótípus, nagyon szereti a gyerekeit rendezni, és mindent megtesz értük.

Én 1953-ban születtem. Gyerekkoromban volt egy három-négy főből álló kis csapat, akikkel állandóan együtt lógtam. Nem az iskolából lógtunk, hanem amikor véget ért a suli, mi úgy neveztük, hogy csavargyárba megyünk, ami azt jelentette, hogy csavarogni mentünk. Ez nem egy durva csavargás volt, volt egy ilyen őrjárat útvonalunk, amit rendszeresen végigjártunk, és mindenféle játékokat játszottunk. Az egyik hátborzongató játékunk az volt, hogy kedvenc helyünkön, a tatai vár kilátójában várostromot játszottunk, ami tiszta életveszély volt. Ott egy több tíz méter magas, meredek sziklafal van. Mi, halált megvető bátorsággal, felváltva ostromoltuk és védtük a várat. Le-föl mászkáltunk, még jó, hogy a szülők ezt nem látták. Az egyik barátom, Karcsi ott is lakott a vár környékén, és az ő édesanyja egy nagyon patinás öreg gimnáziumnak volt a pedellusa. Napközisek voltunk, szokás volt annak idején napközibe járni, és a napközi végén ment ez a csavargyári körút, amikor körbejártuk a környéket a barátokkal. Olyan volt Tata akkoriban, mint egy falu, pedig város volt. Ott van a tó, ott lehetett horgászni, oda jártunk mi is horgászni, sőt néha a teknőt is elvittük otthonról, ami egyszer-egyszer kis híján oda is veszett, mert nem arra való a teknő, hogy abban az ember csónakázzon, de azért működött az egész remekül.

Engem már kisgyerekként is az elektronika érdekelt, és annak idején, az ötvenes években, az elektronikát az MHSZ-ben lehetett megtanulni, a Magyar Honvédelmi Szövetségben. Oda jártam rendszeresen a nagyoktól tanulni. Ez egy katonai intézmény volt, ami a honvédséghez tartozott, de voltak civileket is befogadó szárnyai. Az egyik ilyen volt a honvédelmi rádióklub is, ahova mi, civilek is bemehettünk, és ott katonai rádiókat lehetett építeni és javítani. Ott lehetett rádióamatőr vizsgát tenni és rádióamatőr engedélyt is váltani. Akkor számomra a rádiózás volt a „legkúlabb" dolog, olyan, mint manapság az interneten a böngészés, gyakorlatilag ugyanaz, csak sokkal romantikusabb. A világ legtávolabbi pontjaival lehetett rádiókapcsolatot teremteni, ráadásul a vasfüggönynek ezen a felén. A rádióhullámnak ugyanis általában nem húzott határt a zavarás, csak a Szabad Európa meg a BBC adását zavarták. Amikor valaki rövidhullámon rádiózott, és tudta, hogy milyen meteoritrajok-

nál és milyen időjárási helyzetben melyik felhőről visszaverődően lehet távoli helyekkel beszélgetni, akkor létrehozhatta a kapcsolatot. Jól emlékszem, hogy gyerekkoromban a legnagyobb izgalmak közé tartozott, hogy fültanúja és megfigyelője voltam, amikor a nagyok távoli pontokkal, az Északi-sarkkal meg hasonló helyekkel beszélgettek. Nagy sípolás meg fütyülés meg sistergés közepette egyszer csak hallani lehetett a másikat. Először ez morzejellel ment, aztán később beszéddel is. Talán a mostani fiatalok nem is gondolják ezt végig, hogy milyen távoli pontokon mozognak, amikor egyet kattintanak az egérrel. Ha az ember belegondol, akkor borsódzik a háta, hogy a föld túlsó felén megindulnak a merevlemezeken a fejek, azért, hogy azt, amit kértünk, elérjék, mert hát az nem egy központi tárban van valahol, hanem valahonnan le kell tölteni. És ráadásul két milliszekundum vagy egy milliszekundum alatt. Annak idején ez volt a technikai romantika – ahogy a rádióval távoli helyekkel lehetett beszélni, nagy kaland volt, és sokan voltak ennek az élménynek a részesei, én magam is, mint kisgyerek. Ezért most külön élvezet, hogy van Budapesten a Puskás technikumban havonta egy-egy rádiós börze, ahol a régi szakik ott vannak, és félszavakból is értenek, mert hát tudják, hogy mi volt. És ők ismerik egymást a hívójel alapján is.

Tízéves lehettem, amikor kitaláltam a barátaimmal, hogy nagyon szeretnék rádiót építeni, de hát egy tízéves gyereknek a rádióépítés 1963-ban nem volt egy egyszerű történet. Nemrég találták fel a tranzisztort, pár éve kezdték el gyártani a Szovjetunióban, ami Magyarországon megfizethetetlen volt. A barátaimmal rendszeresen alkatrészbegyűjtő körutakat tettünk: jártuk a boltokat, és nézegettük, hogy hol lehet tranzisztort venni, meg tekercset venni, és akkor ebből ki-ki megépíthette a maga zsebrádióját. Én is addig jártam az MHSZ nyakára, hogy végül sikerült először egy detektoros rádiót, aztán meg egy tranzisztoros rádiót is építenünk. A rádió akkor működött jól, hogy ha egy nagy antenna tartozott hozzá, úgyhogy harminc-ötven méteres antennákat készítettünk – hihetetlen nagy fák tetején mászkáltunk, és üveggyöngyökkel szigetelt nagy antennákat feszítettünk ki, ami persze tiszta életveszély volt, mert viharban ez villámhárító lett volna. De hát végül is túléltük, nem vesztettünk rajta, és arra emlékszem, hogy nagyon jól lehetett rajta fogni Prágát, remek prágai zenét hallgattunk. A magyar rádiót is jól lehetett fogni, aztán kicsit később meg a luxemburgi rádió volt nagyon menő. Még mindig megvan a detektoros rádióm, amit akkor építettem, hát most már talán kicsit nevetséges, de akkor működött, abban a sátorban, amit lombból építettünk, és az is egy nagyon romantikus dolog volt. Most azt mondanák a gyerekeim, hogy „kúl" … vagy lehet, hogy már elévült a „kúl" is.

Amikor pályaválasztásra került a sor, engem már kisiskolás szinten is az hajtott, hogy az elektronikáról tanuljak. Egy olyan középiskola volt a környékemen, ahol erről lehetett tanulni, a székesfehérvári Ságvári Endre Híradásipari Technikum. Ez annak idején egy nagyon jó hírű iskola volt, talán még most is az, bár most már biztosan másként hívják. Komoly felvételi után lehetett bekerülni, és az én személyes döntésem volt az, hogy, bár nagyon jól éreztem a családban magamat, hogy tataiként nem Tatán, a híres Eötvös Gimnáziumban fogok tanulni, hanem inkább elmegyek ebbe a fehérvári iskolába, és ott tanulok híradástechnikát. Bejáróként jártam az iskolába, a nagyszüleimnél laktam Gárdonyban, leginkább családi okokból. Akkor ez egy nagy hírű, nagyon szigorú intézmény volt, komoly elvárásokkal és komoly dresszúrával. Hat napon át tartott a héten a tanítás, minden szombaton műhelygyakorlat volt, reggel hétkor pontban ott kellett lenni. Mivel én bejáró voltam, ezért nagyon korán kellett kelnem. Az iskolában úgy indult a technikai képzés, hogy meg kellett tanulni reszelni. A tizennégy éves kisgyerek egy éven keresztül állt egy nagy reszelővel egy óriási sa-

tupad előtt, kapott egy darab vasat, és abból a darab vasból kellett neki kalapácsot csinálni. De az év végére az ember megtanulta, hogy az anyag hogyan viselkedik, és megtanulta tisztelni az anyagot meg a munkát – mert nagy munka volt a félév végére kireszelni egy nagydarab vastömbből egy szép, csinos kis kalapácsot. Érettségi címén rádiót kellett építenünk, mivel műhelygyakorlatból is kellett érettségiznünk. Azóta is a fő mániáim közé tartozik, hogy a gyönyörű szerszámokat gyűjtöm. Talán egyszer majd sikerül mással is megosztani ez irányú örömömet, de most egyelőre csak otthon csinálom. Amikor Amerikában laktam, akkor az egyetemi környezetben nagyon hiányzott nekem, hogy olyan emberekkel legyek, akik értékelik a szerszámot, meg élvezik a munkát, amit csinálnak. Így jött az ötlet, hogy akkor beiratkozom egy fafaragó klubba, ami nagy élmény volt. Havonta egyszer összejöttek a szakik, mindenki elhozta azt a szerszámát, amit ő csinált, és elhozta a munkáját, amit az előző hónapban készített, és akkor mindenki megmustrálhatta, hogy „hú, hát ez nagyon szép darab". Az tényleg remek dolog volt; földön járó emberekkel lehetett megismerkedni, nem csak egyetemen lévő tojásfejűekkel, és a szép szerszámokat is lehetett ott élvezni. Az egyéb hobbik mellett nagyon szívesen csinálok szép kézi szerszámokat is.

A középiskola befejeztével természetesen a Műegyetem volt a logikus lépés. Beadtam a jelentkezésemet a Műegyetemre és a Műszaki Főiskolára is. Éppen egy kevéssel maradtam le az egyetemi felvételről. Ekkor jött egy kedves középiskolás barátom, hogy indul egy számítástechnika szak a főiskolán, és ott éppen van egy üresedés, nem pályázom-e azt meg. Akkor a család összeült, és úgy döntöttünk, hogy megpályázom ezt a helyet. Felvettek, és elvégeztem ezt a hároméves iskolát. Jó tanuló voltam, tiszta ötös, ezért a tanulmányaim után lehetőségem lett volna a Videotonnál dolgozni. A főiskolán a Videoton biztosította nekünk a gyakorlatot, és nagyon sok komoly szakember jött hozzánk órát adni. A Videotonban akkor számítógépgyártás folyt, és megkérdezték tőlem, hogy volna-e kedvem ott dolgozni. Ezzel párhuzamosan kaptam egy másik lehetőséget, hogy itt, a főiskolán is dolgozhatnék a számítástechnika szakon. Bár a Videotonnál lehetett volna pénzt keresni, én azonban azt gondoltam, hogy még fiatalon kéne továbbtanulni, ezért a főiskola mellett döntöttem. Logikus lett volna akkor is, hogy a Műegyetemre jelentkezzem. De nem, én meggondoltam magam menet közben. Azt gondoltam, hogy műszaki témákban magamat is tovább tudom fejleszteni, inkább ehhez kapcsolódóan, de más irányban tanulok tovább.

Talán meglepő az eddigi történet alapján, de engem az érdekelt, hogy az idegrendszer, mint az információ feldolgozására létrejött, azt célzó szerkezet, hogyan is működik. Elhatároztam, hogy az idegrendszerről fogok tanulni. Tájékozódtam, hogy ezt hol tehetem meg, és három hely jött számításba. Az egyik természetesen az orvosi egyetem, a másik az ELTE TTK-nak a biológia szaka, a harmadik pedig az ELTE BTK pszichológia szak volt. Én akkor huszonegy éves voltam, kicsit már jártas az iskolai körülményekben, akkor fejeztem be az első diplomámat, és gondoltam, akkor már alaposabban tájékozódom a választás előtt. Elmentem mind a három helyre, kértem tanmenetet, megnéztem, hogy hol mit tanítanak, és azt szűrtem le magamnak, hogy az idegrendszerről az ELTE BTK pszichológia szakán tanítanak a legtöbbet. Igaz, hogy az orvosi egyetemen hosszabb maga a neurológiakurzus egy kicsit, több anatómiát is tanítanak, de az orvosi egyetem alapvetően mégiscsak mást tanít. Ugyanez van a biológia szakon is. Ezzel szemben a pszichológián, amiatt, hogy a magyarországi pszichológusképzés a politikai hovatartozásunk miatt a szovjet-orosz pavlovi iskolához kapcsolódott, fiziológiai alapú volt az oktatás. Ellentétben az akkor nyugatinak tekintett pszichológiával, ahol a viselkedésre helyezték a hangsúlyt, az orosz iskola és az abból táplál-

kozó magyar iskola is alapvetően fiziológiai indíttatású volt. Úgyhogy végül úgy döntöttem, hogy akkor a pszichológiát próbálom meg. A főiskolán közben megvolt az állásom, ezért estin végeztem a pszichológiát.

Közben katona is voltam. A katonaságnál egy véletlen folytán Tatára kerültem, ahol a családom is élt. Honvédként vonultam be természetesen, és a katonai ranglétra legalsó szintjén kezdtem. Az újonnan bevonult katonák voltak a kopaszok, aztán egy idő múlva a gumik, ilyen beceneveink voltak. Nekem úgy hozta a szerencsém, hogy besoroltak egy híradástechnikai szerelőműhelybe takarítónak. Mindent meg kellett ott csinálni, nyolc hónapig én voltam a takarító, ami abszolút nem esett nehezemre, csak kicsit fura volt a helyzet, mert hát napközben csináltam egy katonai fejlesztési munkát is. Érdekeltek az ott folyó események, meg valamennyire értettem is hozzá, és ezt nem lepleztem. Kiderült ott a főnökség számára is, hogy bizonyos dolgokat meg tudok csinálni. Nagyon izgalmas munka folyt ott, és szerencsére sikerült odáig eljutni, hogy működött is, tehát nem csak tervezgettük, hanem elkészült és üzembe helyezték az ott kifejlesztett, akkor újszerű katonai telefonközpontot, aminek nagyon örültem. Nem titok most már, meg a részletek úgysem érdekesek, de a lényege az volt, hogy mikor különböző katonai készültségi szintek voltak, meg volt adva, hogy melyik készültségi szintnél milyen telefonvonalaknak kell élni, és azoknak kivel kell összekapcsolva lenni. Olyan volt, mint egy előre programozott számítógép, ami egy gombnyomásra a készültségnek megfelelően kötötte össze a telefonvonalakat. Akkor ez egy nagy szám volt. De mivel a hírműhelyben én voltam akkor az egyetlen kopasz, mert oda nem vonultattak be kiskatonát a következő nyolc hónapban, ezért, amikor véget ért a munkaidő, akkor én voltam a takarítóbrigád is egy személyben. És hát adódott ez a különleges, majdnem zsarolási lehetőségem, a telefonközpont létrehozása, amit meg kellett oldani. A helybéli emberek nem tudták megoldani, én meg úgy gondoltam, hogy meg tudom oldani. Kötöttünk egy megállapodást a katonai vezetéssel, hogy megcsinálom, amit szeretnének, úgy, ahogy szeretnék, sőt ha tudom, jobban is, de cserébe azt várom el, hogy elengedjenek egy héten kétszer vagy háromszor Budapestre, az esti egyetemre. Ez annak idején rendkívül nagy dolog volt, mert ez azt jelentette, hogy nekem a fél háromkor induló gyorson már rajta kellett lennem, és este a színházi gyorssal utaztam vissza. A színházi gyors az éjszakai vonatot jelentette, hogy a vidékről színházba járók haza tudjanak menni. Nagyon sokszor én is azt a színházi gyorsot értem el. Ilyenkor hajnalra már ott voltam Tatán, nyitásra megérkeztem. Így utólag visszanézve számomra is szinte hihetetlen, de sikerült évkihagyás nélkül megcsinálni az egyetemet, miközben katona is voltam. A többi katonatársamnak azonban nem tetszett a kivételezett helyzetem. Esténként gyakran eljöttem egyetemre, és hát tanulni is kellett. Napközben nem lehetett tanulni, mert hát ott munka volt, úgyhogy én külön engedélyt kaptam, hogy takarodó után kiülhettem tanulni, és ameddig csak kellett, tanulhattam. Sikerült elérnem azt is, hogy kaptam futáshoz igazolást, és azzal kimehettem a laktanyából futni, ilyen kiváltságos voltam. Hát, ez is ennek a munkával kapcsolatos zsarolási történetnek a része, mert kötelezni nem tudtak volna, hogy csináljam azt a munkát, mert nem volt hozzá megfelelő katonai rangom. De én boldogan csináltam, cserébe aztán kialkudtam, hogy elmehettem futni. Most, amikor megszűnt a katonaság, akkor ez már szinte hihetetlen, de akkor ez még nagyon nagy dolog volt, hogy az ember szabadon futhatott az erdőben. Végül úgy szereltem le, hogy újítási díjat kaptam a munkámért, amit a műhelyben csináltam. Kiskatonaként vonultam be, és legnagyobb mérgére a parancsnokaimnak őrvezetőként szereltem le. Ők azt gondolták, hogy nagyon megtisztelnek engem, hogy ha adnak egy ilyen krumplivirágot a váll-lapomra. És hát

akaratlanul is nagyon megsértettem őket, amikor nem voltam elég lelkes, amikor adtak egy ilyen kis fehér izét, egy ilyen váll-lapot. Az egy olyan kis törés volt a közvetlen főnökeimmel való kapcsolatomban; akkor mondták azt, hogy „ez egy reménytelen eset".

Miután a katonaságtól leszereltem, folytattam a Műszaki Főiskolán a számítástechnika szakon a munkámat, járva a szolgálati ranglétrát. Az első beosztásom intézeti szakoktató volt, onnan indultam. Akkor áramkörlaborokat vezettem, műszereket és mérési berendezéseket kellett készítenem és üzemben tartanom, és hát órákat is tartottam. Amikor befejeztem a pszichológia szakot, akkor adódott a lehetőség, hogy régi értelemben véve is oktatói státuszba kerüljek, és ki kellett választani, hogy mi legyen az a terület, amivel foglalkozzam. Ez 1982 tájékán volt, és mivel nekem az eredeti szakmám számítástechnikai mérnök, az újabb szakmám pedig pszichológus volt, hát adódott, hogy a kettőt valahogy szeretném párosítani. És mi az, amit itt, egy műszaki főiskolán hasznosítani lehet? Hát a mesterséges intelligencia. Elkezdtem a főiskolán a mesterséges intelligencia című tárgyat tanítani. Autodidakta módon képeztem magamat, és hát azóta is, egészen a mai napig ezt a tárgyat tanítom. Most már úgy hívjuk, hogy intelligens rendszerek elmélete. Az egyik fő hobbim akkoriban az volt, hogy az itteni laborokat szerettem volna a lehető legjobb szintre hozni. Mindig voltak a környezetemben laborok.

De nem hagytam el teljesen a pszichológiát sem. A pszichológia tanszéken az általános élettani osztályon belül volt egy olyan kutatócsoport, ahol a pszichológia biológiai vonzatait vizsgálták, hogy a pszichológiai jelenségeknek a hátterében milyen fiziológiai működések zajlanak. Ez egy rendkívül izgalmas dolog, ami mellesleg intim kapcsolatban áll a mesterséges intelligenciával is. Ha az ember egy okos gépet akar készíteni, akkor az egyik lehetséges út, hogy megnézi, hogy a biológia ezt hogyan teszi, és ha az ember megérti, hogy a biológiában mi hogyan zajlik, akkor ezt visszafejtve hozzáláthat egy gép tervezéséhez. Én a pszichológia tanszéken sok éven keresztül voltam másodállásban, a pszichofiziológiai méréseknek a technikai részét rendeztem. Ennek lett a melléktermék a doktori munkám, ami az egyensúlyi szabályozás pszichofiziológiájával foglalkozott – hogy hol van egy szervezet egyensúlya, hogy áll a teste, miért ott áll egy élőlény feje, ahol… stb.

A feleségemmel az egyetem alatt ismerkedtem meg. Az ELTE-re jártam, és egy volt barátnőm javasolta nekem, hogy bemutat egy amerikai lánynak. Amikor megtudtam, hogy amerikai, akkor mondtam, hogy eszem ágában sincs megismerkedni vele, mert én nem szeretnék ilyen macerát, a magyar lányokkal is elég macera van. Azt gondoltam, hogy nekem nincs erre szükségem, hogy még egy nehézség legyen az életemben. Aztán egyik este jöttem ki az egyetemről, és a leendő feleségem ott ült a padon, az ELTE bölcsészkara portáján, a volt barátnőmmel együtt, és ott megismerkedtünk. Egy szép tölgyfa pad volt ott az egyetemi bölcsészkari főportán, lent a Pesti Barnabás utcában. És ott ült rajta az a lány, akit én már a buszon nézegettem korábban, barna kendővel kötötte le a haját mindig, és én azt gondoltam, hogy orosz, és orosz lányt, na, azt végképp nem akartam magamnak. Nekünk meg volt írva a sorsunk, hogy összetartozunk. 15 évvel később, amikor valami miatt az egyetemre mentem, akkor észleltem, hogy eltűnt ez a pad az egyetem elől. Bementem a bölcsészkarra, és már nem volt ott a pad. Elkezdtem nyomozni utána, és akkor kiderült, hogy ezt a padot már több éve leselejtezték. Szerencsére lassan mennek itt a dolgok, úgyhogy azt mondták, hogy lehet, hogy valahol a pincében megvan még. Akkor elmentem a gondnokhoz, és mondtam neki, hogy engem ez a pad érdekel, ami ott volt a bölcsészkar előtt. Kiderült, hogy a TMK-ba vitték, a TMK-ban volt egy pár évig. Beszéltem a TMK-sokkal is, akik mondták, hogy igen,

ott volt náluk a pad. De elfáradt, úgyhogy már onnan is kitették. Mondták, hogy nem tudják, hol lehet, de vannak nagy légópincék az ELTE TTK-nak az aljában, oda szokták behányni a használt bútorokat. Ha szerencsém van, még ott van az a pad. Akkor sorban átnéztem ott a leselejtezett bútorokat, tényleg óriási kupac volt, törött, elkopott bútorhegyek. Mondták, hogy ha átválogatom, és megtalálom, amit keresek, akkor megvehetem. Átválogattam, és ott volt. A TMK-sok is megerősítették, hogy igen, ez az a pad, és akkor az ELTE-n megvehettem. Kiállítottak egy számlát, kitalálták, hogy 400 forint, és akkor hivatalosan megvásároltam használt bútorként az ELTE-től, hazavittem, azóta is otthon van. Egyszer majd öregkoromban széppé teszem – most még várja a jó sorsát, ott áll a garázsban, egy léc hiányzik róla, azt is majd egyszer pótolom.

Tehát ott ismerkedtem meg a leendő feleségemmel, és hát akkor ott nem lehetett nem bemutatkozni neki. Rögtön elmentünk hármasban moziba, tiszta vicc volt: a volt barátnőm, a leendő feleségem és én. Február elején volt az első találkozásunk, és júniusban eljegyeztük egymást. Akkor neki még egy évet el kellett végeznie Amerikában az egyetemen, úgyhogy nem volt mit tenni, ő szépen hazautazott. Ez a hetvenes évek legvégén volt, amikor még nem volt internet, telefonunk sem volt, a levelezés maradt. Nagyon aktív levelezésbe kezdtünk, hetente váltottunk levelet, és olyan postaládát csináltam a tárolóból, hogy már messziről lehessen látni, hogy van-e benne levél vagy nincs, hogy akkor szaporázva lehessen venni a lépéseket hazafelé. Azt gondoltuk, hogy majd ez az év eldönti, hogyan tovább. Eldöntötte. Az egy év alatt sűrűn leveleztünk, ez tartotta fönn a kapcsolatunkat, telefonon egyszer sem beszéltünk, mert a fizetésemnek nagyjából a negyede lett volna egy háromperces beszélgetés. Az egy év letelte után elmentem, úgymond, háztűznézőbe Amerikába, Chicagóba. A családja, bár tájékozottak voltak, de nem tudták pontosan, hogy hol van Magyarország – csak azt tudták, hogy a vasfüggöny mögött. Amikor bementem a konyhába az édesanyjához, a menyasszonyom öt nagybátyja ott ült az asztal körül, és vártak engem, a gaz csábítót. Megérkeztem, és egyből nekem estek, mind egy fél fejjel magasabb volt, mint én, úgyhogy amikor fölálltak, az elég nagy sokk volt számomra, pedig nem érzem magam alacsonynak a 187 centiméteremmel. Persze tört angolsággal beszéltem velük, mert az angolom nem volt valami nagyon erős akkoriban. Mindenesetre jól a lelkemre kötötték, hogy vigyázzak erre a lányra, mert különben utánam jönnek. Vicc volt, persze, de akkor nem tudtam eldönteni, hogy ezt mennyire kell komolyan venni. Meg hogy jól meggondoltam-e ezt az utat. Jól meggondoltam. A feleségem Amerikában az egyetem alatt két munkahelyen is dolgozott, hogy ki tudja fizetni az amerikai tandíjat. Van hat testvére, a szülei elváltak, és a családja nagyon rendes és nagyon támogató, de Amerikában az nem szokás, hogy a gyerekeket anyagilag támogassák, meg nem is tehették volna meg a szülei, hogy támogassák mind a hét gyereküket. A feleségem egyrészt egy kórházban volt nővér, másrészt pedig egy étteremben volt szakács. És mellette járt az egyetemre. De megcsinálta. És a nyári háztűznéző után, az egyetem befejezésekor, szeptember elején fogott egy bőröndöt, és idejött.

A feleségem svéd és francia szakos volt az amerikai egyetemen. Úgy került Magyarországra, hogy a magyart, mint kivételt emlegették az egyetemi órákon, hogy általában így van a nyelvekben, kivéve például a magyarban. Így terelődött a figyelme Magyarországra. Nézte a térképen, hogy itt valahol a távoli Európában egy nagyon picike kis ország. Aztán egyszer volt egy hirdetés az egyetem faliújságján, hogy ösztöndíjjal egy hónapra Magyarországra lehet jönni. Akkor ő elhatározta, hogy eljön, és megtanul magyarul. Kicsit elrugaszkodott elképzelés volt, hogy egy hónap alatt megtanul magyarul, és hát nem tudott egy hónap alatt

magyarul megtanulni, ami frusztrálta őt. Egy évvel később egyéves magyarországi ösztöndíjat kapott. Amerikában akkoriban egyedül a Chicagói Egyetem tartott fenn cserekapcsolatot Magyarországgal. Az a professzor, aki létrehozta ezt az ösztöndíjat, egy magyar származású ember volt, aki nagyon jól beszélt magyarul idős korában is, és rendszeresen fordított magyar irodalmat angolra. A feleségem egy év alatt megtanult rendesen magyarul, és mostanra minden bizonnyal jobban tud magyarul, mint én. Ő nyelvészként tanulta a magyart, ismeri a szabályokat, és volt egy nagyon jó tanára az ELTE-n, aki azt mondta, hogy aki a magyar nyelvet akarja tanulni, annak nem elég, hogyha megtanulja a nyelvtant meg a kiejtést, annak magyar irodalmat kell olvasnia. A feleségem sokat olvasott magyarul, és mellesleg megtanulta azt is, hogyan kell a száját tartani. Úgy beszél magyarul, hogy róla senki nem tudja megmondani, hogy nem magyar. Most, hogy diplomata lett, vizsgát kellett tennie egy külföldi nyelvből, ő a magyart választotta, és olyan vizsgaeredményt ért el, amit a vizsgáztatók sem hittek el. Azt mondták, hogy ilyen nincs, magnóra kellett venni, hogy dokumentálják, hogy ilyen remekül meg tud valaki tanulni magyarul. Egy dolog volt a vizsgán, amit nem tudott. Bosszantotta, hogy a barázdabillegetőt nem tudta magyarul. Adamis Anna verseit kellett fordítania, szóba kerültek a madarak, és a barázdabillegetőt nem tudta. Ez volt a nagy sérelme. De a vizsgáztatók sem tudták angolul megmondani, hogy mi az a barázdabillegető.

Amikor a feleségem Magyarországra költözött, el kellett mennem a KEOKH-ba, a külföldieket ellenőrző országos intézménybe, és az ottani hivatali ember azt mondta, hogy akkor most ki kell tölteni az emigrációs nyomtatványokat. Mondtam, hogy nem akarok emigrálni, és akkor nézett rám hosszan: hogyhogy nem akar emigrálni? Mondom, hát, idejön a feleségem. Akkor azt mondja: és ő ezt tudja? Hát – mondom –, persze, hogy tudja. Ide is jött, és akkor itt éltünk. Születtek a kislányaink, akik a nyolcvanas évek elején Magyarországon jártak óvodába, és nem tudtak rendesen megtanulni angolul. Hiába próbálkoztunk otthon angolul mesélni nekik meg angolul beszélni velük, az egész napi magyar óvodai környezet után gyakran megkaptuk, hogy „beszéljél hozzám rendesen", mert ha a gyerek szerette volna relaxáltan hallgatni a mesét, akkor nem akarta törni a kis agyát az angol szövegen. Úgyhogy a feleségem részéről is jött egy nagy hajtóerő, hogy akkor a gyerekeinknek meg kell tanulni angolul, ha már amerikai az egyik águk, meg mellesleg nekem is szakmailag nagy lehetőségnek ígérkezett elmenni egy amerikai egyetemre. Úgyhogy pályáztam, és sikerrel megnyertem egy Soros-ösztöndíjat, aminek eredményeképpen 1990-ben elmentünk Arizonába.

Mi a Magyarországon spórolt pénzzel mentünk ki Amerikába. A Soros-ösztöndíj 1000 dollár volt havonta, úgyhogy abból családot nem nagyon lehetett fönntartani. Lakást kellett bérelni, a feleségem rögtön elment dolgozni, és miután egy évig dolgozott, akkor kiderült, hogy talán beleférne az időmbe, hogy ő elvégezze az MBA szakot. Nem akart mindig nyelvtanár maradni, ezért úgy gondolta, hogy elvégzi az MBA-t. Megcsinálta, és váltott is; sok év óta már, hogy gazdaságfejlesztéssel foglalkozik. Csak hát meg kellett keresni a tandíját, és ezért én éjszakai munkát is vállaltam, az egyetem mellett mindig volt másodállásom. Egy orvosi lézert fejlesztettem egy jó ideig, és sikerült eljutnom odáig, hogy a nulláról elkészült a berendezés. A lézerrel a műtétek során, amikor operálták a sebet, a vérzést meg lehetett állítani. Főállásban az Állami Egyetemnél egy olyan kutatásba kapcsolódtam be, ami a mesterséges intelligenciához kötődött. Akkor volt az első öbölháború, és mivel az én pályázatomban hangsúlyosan szerepelt az a szó, hogy „*intelligence*", alig kaptam meg a vízumot. A kutatás a mesterséges intelligenciának egy ágához kapcsolódott, a lágy számítási modellekhez; angolul „*soft computing*", amit talán úgy lehetne egyszerűen lefordítani, hogy bioló-

giai indíttatású informatika, olyan információfeldolgozás, aminek a hátterében az élővilág modelljei állnak. Meghallgattam minden olyan órát, amit az egyetemen erről tanítottak, és amit tudtam, elolvastam ebben a témában. A professzorom elvárta azt is, hogy tartsak órákat a doktori kurzusban. Volt jó néhány doktori hallgató, aki hozzám volt beosztva konzultációra. Emellett egy szakfolyóirat lektorálásába kellett belefolynom. Összességében három évig voltam a phoenixi egyetemen. Természetesen a lányok jól megtanultak angolul, jártak iskolába, a feleségem pedig szerzett még egy diplomát az ottani egyetemen. Közben volt egy ötletem, ami alapján egy vállalatot is létrehoztunk sok befektetővel. Abszolút természetes lett volna, hogy ott maradunk.

Volt munkavállalási engedélyem, volt egy bejegyzett amerikai cégem, aminek fő részvényese voltam, és volt egy termék, amit gyártottunk, egy levegősterilizáló berendezés. Talán meglepő ez a találmány, hiszen semmi köze a mesterséges intelligenciához, de én mindig is olyan ember voltam, aki szerettem technikai dolgokat kitalálni, és amiket kitaláltam, azt szerettem meg is valósítani. Egy alkalommal a szájsebészeti műtőben jött az ötlet, hogy amikor a nagy sebességű fúrókkal az ember szájában dolgoznak, rengeteg olyan párát hoznak létre, ami nagyon kellemetlen. Be volt öltözve a fogászati személyzet, mint hogyha szkafanderben lettek volna. A munkaruha és a maszk azonban a potenciálisan fertőző részecskékkel telített levegőt nem szűrte ki. Itt jött a felismerés, hogy miért nem tesznek valamit ezzel a levegővel, ami ott keletkezik. Azt mondták, nincs ilyen berendezés. Ha nincs, akkor majd én csinálok. Utánanéztem a szabadalomtárban, és kiderült, hogy tényleg nincs, úgyhogy csináltam. Amikor kipróbáltam a közeli fogorvosi rendelőben a készüléket, akkor az asszisztensek mondták, hogy ha nem lesz ilyen gép, akkor ők nem dolgoznak tovább. Kénytelen voltam valamit tenni az érdekükben, és végül az ottani fogorvosok lettek a cégem első befektetői.

Logikus lett volna Amerikában maradni. És hát ott volt a családi háttér is. Mindezek ellenére, a feleségemmel szerencsére egyetértve, úgy döntöttünk, hogy hazajövünk. Ez 1993-ban volt, már a rendszerváltás után voltunk, nem mintha ebből a mi kis családunknak, a feleségemnek és nekem, személyesen bajom lett volna. A feleségem 1979-ben úgy jött Magyarországra, mint amerikai. 1980-ban összeházasodtunk, és hát az első néhány évünket a szocializmusban éltük le, ő amerikaiként – de hát nem politizáltunk, és próbáltuk végezni a munkánkat, úgyhogy személyesen nem volt belőle konfliktusunk. Mindenesetre 1993-ban, amikor rendszerváltás volt, könnyebb lett neki, könnyebb volt a visszatérés. A Magyarországra való visszaköltözés indokai között több tényező is szerepelt. Én szerettem volna itthon dolgozni, a tanultakat itthon kamatoztatni. A másik fontos tényező a családom volt, édesanyám, a testvérem és a keresztszüleim itt éltek Magyarországon. Ezenkívül szerettem volna, hogy ha a gyermekeim megtanulnak magyarul, mert addigra rendesen elfelejtettek magyarul, hiába erőlködtünk Amerikában, hogy fönntartsuk a magyart, nem szerettek magyarul beszélni. Úgyhogy akkor kellett egy újabb váltás, jöjjünk haza, és írassuk be a gyerekeket zenei általános iskolába, tanuljanak zenét, meg tanuljanak magyar nyelvtant és magyar történelmet és magyar irodalmat. Végül is így alakult, és azt hiszem, hogy nem bántuk meg azóta sem, mert a gyerekeink most már otthonosan mozognak mind a két világban.

Rendszeresen járok azóta is Amerikába. 1989 előtt nehezebb volt, mert háromévente tudtunk csak menni a magyar szabályok szerint. És anyagilag sem volt az egy egyszerű történet, az útiköltséget, a beváltható pénzt meg kellett keresni. Alapvetően mindig az volt a benyomásom Amerikában, hogy ott az emberek hisznek abban, hogy vannak jó dolgok, soha nem fásultak, soha nem volt olyan, hogy nem érdekli őket, amit csinálnak. Cinikus, fáradt,

lemondó hangulattal nagyon ritkán találkoztam. Abban is hittek, hogy a munkát érdemes jól csinálni, abban is hittek, hogy vannak jó dolgok, és hogy a jó dolgokért érdemes kiállni. Ez egy nagyon pozitív élményem volt mindig. Igaz, hogy a feleségem családjában sokan voltak kétkezi emberek, akiknek nyilván magától értetődő volt, hogy a munkát el kell végezni. A nejem családjának egy része farmer volt. Egy farmon az állatot el kell látni, korán hajnalban föl kell kelni, ott adódik, hogy mi a munka. Lehet húzódzkodni ide-oda, de a munkát, azt el kell végezni. A feleségem családja nem volt nagyon gazdag, a papája ágán voltak tizenegyen testvérek, a mamája ágán meg kilencen vagy tízen, és a nejemék is heten voltak. A szülei elváltak, és a gyerekek finanszírozták a saját életüket. Az összes gyerek a saját lábára állt, és az összes gyerek a saját erejéből diplomát szerzett. Ők hittek abban, hogy jó dolgokat érdemes végigvinni. Volt egy öccse, aki siket lett, a fülére terjedt egy betegség. A mama áldozatos munkával hordta mindenhova, úgyhogy végül ő is elvégezte a főiskolát, programozó lett, most asztalosként dolgozik, épületeket épít. A család a külvárosban lakik egy nagyon csendes helyen. Befogadtak engem, én meg próbáltam hasznosítani magam, amikor meglátogattuk őket. Ez azt jelentette, hogy minden ház körüli munkát, beleértve a tetőfedéstől a parkettázásig, megoldottam. Ez Amerikában remekül működött, ott szeretnek barkácsolni, ott ennek hagyománya van. Ha valaki a ház körül akar valamit csinálni, akkor azt támogatja minden, kézikönyvek, eszközök, kölcsönzők, tanácsadás, úgyhogy ott elememben voltam. Kiderült, hogy le kéne cserélni a tetőt az óriási házukon, hát én még nem csináltam tetőt, de akkor megvettük az anyagot, a régi tetőt lebontottam, az összes gyerek odaállt segíteni, és akkor elmentem, megnéztem, hogy csinálják más helyeken, elolvastam a könyvben, aztán megcsináltuk. Ez talán '86 nyarán volt, és most cseréltek tetőt, úgyhogy húsz évig kitartott. A feleségem édesanyjától nagyon sokat tanultam, mert annak ellenére, hogy nem végzett egyetemi tanulmányokat, mindig is hitt abban, hogy érdemes valamit jól csinálni. Hihetetlen, ahogy a gyerekeket rászoktatta a tudás szeretetére. Ott állandóan könyvhegyek voltak a lakásban, az összes gyerek könyvekkel volt körülvéve.

Aztán hazajöttünk Amerikából, és azóta alapvetően itthon dolgozunk. Eleinte úgy volt, hogy tovább csinálom az Amerikában alapított cégemet. Folytattam is még vagy két-három évig. Megszerveztem ennek a berendezésnek az itthoni gyártását, Szentesre jártam egy vállalathoz, ahol megengedték, hogy a magyarországi gyártást elindítsuk. Csak hát hamar világossá vált, hogy Magyarország kis piac ahhoz, hogy ilyesmivel lehessen foglalkozni. Kiderült az is, hogy ha Európában akartam volna forgalmazni a termékemet, akkor országonként kellett volna bevizsgáltatni a készüléket. Akkor nagyon nagy bajban voltunk, és dönteni kellett, hogy mi legyen. Álljak át erre teljesen, és hagyjam ott a főiskolai állást, vagy pedig a céget hagyjam abba. Hosszas vívódás után úgy döntöttünk, hogy akkor a céget hagyom és a tanítást folytatom, mert ezt inkább szerettem volna csinálni. Nehéz döntés volt, mert már meg volt szervezve a gyártás, több tucatot legyártottam belőle, és nagyon érdekes volt, hogy Thaiföldön keresték leginkább ezt a készüléket, oda szállítottam is belőle többet. Ugyanis egyszer elvittem Thaiföldre egy kiállításra a berendezést, és a világkiállításon a főbejárattal szemben lévő, legszuperebb orvosi berendezések közé kellett elhelyezni, úgyhogy hihetetlen stresszben voltam, de végül is sikerült kiállítani, nem lógott ki a berendezés azok közül a szuper high-tech nyugatnémet meg izraeli szerkezetek közül. És már az első nap jött a királyi klinika megrendelése, azonnal megrendeltek belőle néhány darabot. Én akkor hazajöttem Thaiföldről, és Szentesen legyártottuk nekik a gépeket, és több hullámban elszállítottuk Thaiföldre. Még évekig szállítottuk hozzá a szűrőket meg a tartalék alkatrészeket. Aztán végül még-

is meghoztuk a fájdalmas döntést, hogy inkább a főiskolai munkát csinálom. De a probléma nem múlt el, az orvosi levegőtisztítás egy nagyon fontos dolog, úgyhogy lehet, hogy egyszer még elő kell hogy vegyem, és meg kell hogy oldjam.

A munkám a főiskolán továbbra is az intelligens rendszerek témakörhöz kapcsolódik, de egy másik területet is kellett választanom, ami a mobil informatika lett. Ezt az 1990-es évek közepén kezdtük el tanítani, azóta van ilyen szakirány itt a főiskolán. A technikai fejlődés miatt megengedhetjük, hogy hordozható szerkezeteket készítsünk, erre példa a mobiltelefon, ami ugye mindenkinek van már. A hordozható szerkezetek megalkotásában nagyon fontos szerepe van az informatikának: hogy lehet ezeket programozni, használni, biztonságosan kezelni. Több mint tíz évfolyam végzett ezen a szakirányon, évente húsz-huszonöt ember. A legfőbb felvevőpiacunk a nemzetközi cégek. Ha háromszor annyi embert képeznénk, mint amennyit most, akkor is lenne állásuk. Én rendszeresen azzal küzdök, hogy a régi kedves diákokból lett kollégák megkeresnek, hogy „Bandi, kéne még két-három rendes ember". Na, most nem tudok két-három rendes embert, mert jó esetben tudok egyet-kettőt. Tulajdonképpen ez most a fő munkám. Ehhez társul jó néhány egyéb kiegészítő hobbi és szerelem. Most nem az emberi szerelemre gondolok, bár az is egy nagyon fontos terület, szerencsére a feleségemmel továbbra is együtt élünk, és azt gondolom, hogy minden a vágyaimnak megfelelően alakult ezen a téren, de vannak azért technikai vonzatú szerelmek is.

Az egyik az a gyűjtemény, ami itt a főiskolai szobámban körülvesz bennünket. Nagyon szeretek technikai eszközöket készíteni, és a készítéshez hozzá tartozik, hogy az ember megnézi, hogy más hogyan csinálta. Lehetne úgy is, hogy csak úgy kitalálok valamit, de teljes őrültség a langyos vizet föltalálni, ha más már föltalálta. Úgyhogy én szeretem megnézni azt, hogy ha valami eszembe jut, akkor más csinált-e már olyat, és hogyan csinálta. Azonkívül sajnálom eldobni, ha valami szép a kezembe kerül. És hát ugye nagyon széles a szépség kategóriája, én a technikai szépségekre figyelek leginkább. Meggyőződésem, hogy a technikában rengeteg olyan képzőművészeti alkotás van, amit nagyon sokan nem vesznek észre. Ahhoz, hogy egy technikai berendezés működhessen, talán szépnek is kell lennie, mert különben nem fog működni. Ha valamit nem megfelelő műgonddal készítenek el, akkor az tönkremegy, vagy nem működik. Itt, a szobám falán azt látni, hogy mióta csak a főiskolára kerültem, azóta a szemétre kerülő dolgokat mindig alaposan megszűrtem, hogy az én szűrőmön keresztül is a szemétre kerülhet-e, vagy sem. És ha úgy gondoltam, hogy nem, akkor eltettem, és hát ennek egy pici szegmense látszik itt a falakon. Mindent nem lehet gyűjteni, és én próbáltam leszorítani a gyűjtőmániámat az elektronika aktív elemeire, azokra a tárgyakra, amiktől az elektronika működik. Nem tudok dobozokat gyűjteni, nem tudok trafókat gyűjteni, nem tudok óriási vasakat gyűjteni, bár azok is kellenek az elektronika működéséhez.

Alapvetően azokat az elektronikai eszközöket kezdtem el gyűjteni, amik a lelke az egésznek, mint a tranzisztor, integrált áramkör, mikroprocesszor. Csak hát nem egy bonyolult felismerés, hogy, természetesen, ezek a tárgyak sem a semmiből pattantak ki, úgyhogy érdemes lenne megnézni, hogyan jutottunk el hozzájuk. Itt a falon tematikusan össze van rakva egy szegmense ennek a gyűjteménynek. Az elmúlt tíz-tizenöt évben elég nagy mániákussággal jártam a bolhapiacokat és a rádiós börzéket, és – mindenütt megfordulva és kiépítve egy ehhez kapcsolódó baráti, emberi, ismerősi, szakmai hálózatot, azaz a legfontosabb dolgokat – azzal áltatom magam, hogy összegyűjtöttem az elektronika előfutárának tekinthető elektroncsöves témakörből mindent, ami számít. És ha bármelyik darabját kiveszi az em-

ber, akkor az úgy néz ki, mint egy műalkotás. Ezeken több ember hosszú-hosszú ideig gondolkozott. Kitalálták, hogy azt miért úgy kell meghajlítani, vagy miért úgy kell benyomni, hogy azt a funkciót támogassa, mert ha nem támogatja, akkor nem lesz jó és nem fog működni. Sok üvegtechnika van bennük és fémtechnika, speciális dolgokat kell csinálni ahhoz, hogy ezek működhessenek. A zsákutcák is érdekesek lennének, amikbe bementek, de nem lett belőlük semmi… de itt a falon azok vannak, amik működtek, vagy amik akár még most is működnének. Tehát ami letisztult, amiről kiderült, hogy ilyennek kell lennie ahhoz, hogy működni tudjon.

És ha már az ember ilyen mániás, akkor természetesen eljut odáig, hogy az elektroncső sem úgy pattant ki a semmiből, annak is volt előfutára, hát mi volt az előfutára, természetesen a fényforrások. Ugyanis ugyanaz a technika kellett hozzá, ugyanaz az üvegtechnika, ugyanaz a fémtechnika, csak éppen más volt a célja. Itt elektronokat kell előállítani, ott pedig alapvetően fényt kell előállítani. Így jött az a kiegészítő kis szerelem, ami a fényforrások gyűjtése felé irányított, és hát azt gondolom, hogy a legfontosabb fényforrásokat összegyűjtöttem az elmúlt 10 év alatt, az ősi szénszálastól és az egyenes volfrámszálastól a legújabbakig. Így az ember a fejlődésében látja az egészet. Mert ha egy tárgyat kiragad, az mesélhet sok mindent, de sokkal érdekesebb, ha látja az ember, hogy honnan jött. Meg esetleg merre megy. Ez itt nagyjából látszik. Ami talán számomra a legérdekesebb szerelemág, és nincs itt a falakon, azok az adattárak. Tehát az, ami információt tárol. Úgy gondolom, hogy amit eddig megvalósítottak, azokból majdnem mindenem van, egy-egy kivételtől eltekintve.

Úgy hozta a jó sorsom, hogy a feleségem révén nagyon sokat járunk úgymond haza, az ő hazájába, Chicagóba a családjához, és a munkája révén Washingtonba is. Washingtonban van az egyik legnagyobb múzeum, a Smithsonian Institute, egy csodálatos hely, ahol nagy számítástechnikai gyűjtemény is van. Nagyon készültem rá, mikor először oda jutottam, hogy meglátogatom, és megnézem ezeket a nagy, ősi gépeket. Gondoltam, hogy ott sok időt eltöltök majd, legnagyobb bánatomra azonban kiderült, hogy be van zárva. De véletlenek révén pont az igazgatót sikerült telefonon fölhívnom, és miután elmeséltem, hogy én egy begőzölt gyűjtő vagyok, és szeretnék bemenni a múzeumba, akkor fogadott. Azóta többször voltam nála, és talán nem vagyok nagyképű, de úgy látom, hogy egyes területeken nagyobb gyűjteményem van, mint nekik. Amikor elkezdtem mesélni a gyűjteményemről, akkor behívta a kollégáit is. Ez gyűjtői hiúság, bár nem vagyok hiú ember talán, de amikor egyszer elkezdte kérdezgetni, hogy „és ez van-e?" És mondom, hogy van, és nekik nincs, „és ez van-e?". És nekem van, és nekik nincs, akkor a sokadik ilyen kérdésnél eléggé vicces volt a helyzet, és, úgymond, hízott is a májam.

S azon kívül, hogy ez egy szerelem, az estéket és a hétvégéket nagyon jól el lehet vele tölteni. Természetesen ezeket a gyűjteményeket nem magamnak csinálom, épp ezért a többség nem is otthon van. Van otthon is a rendezési fázisban rengeteg olyan tárgy, ami előbb-utóbb majd kiállításra kerül, de alapvetően az a célom vele, hogy ne csak én élvezzem, hanem más is élvezhesse. Sokszor a főiskolán, annak ellenére, hogy itt informatikus gyerekek vannak, megkapom ezt, hogy hű, tanár úr, ez csodálatos, ide beköltözöm, ki se megyek, de nem tudom, mik azok. Hogy ne ez legyen a helyzet, elhatároztam, hogy meghirdetek egy fakultatív tárgyat, amiben ezeket a technikai eszközöket tételesen feldolgozom. Nem így ömlesztve, mert ez így túl sok, nagyon nyomasztja az embereket. Tételesen feldolgozva, minden egyes órán valamit bemutatok. Két féléven keresztül már sikeresen ment ez az óra. Azt gondolom, hogy ez egy olyan lehetőség, ami nem sok helyen van, hogy valaki a múzeumban tanulhat a

tárgyról. Amikor befejeződik egy óra, akkor beviszem az adott tárgyat a laborba, a gyerekek megnézhetik, megfoghatják, kinyithatják, ha lehet, akkor működésbe hozhatják. És sokszor nagyon büszke vagyok, amikor a diákok előbb hozzák működésbe, mint ahogy én elkezdeném magyarázni, hogy mit kell vele csinálni, mert őket is érdekli. Bármelyik tárgyat kiveszem, mindegyiknek külön története van, valaki hosszú időn keresztül készítette, gondolkozott rajta, az volt az életműve, az az egy darab, az volt a nagy alkotás, amit ő csinált. Nincs följegyezve sehol, de ha az ember elkezdi kutatni, akkor talán megtalálja, hogy azt a tárgyat ki készítette. Úgyhogy én elhatároztam, hogy egyrészt a gyűjteményhez kapcsolódó passzióként, másrészt, hogy ne legyen az, hogy agyonnyomasztom a látogatókat, ezekből a tárgyakból minden héten egyet kinevezek, és azt mondom, hogy most ezt fókuszba hozom. Így elkezdtem ezt „A fókuszban" című sorozatot. Most a nyár miatt nincs kiállítva semmi, mert nem szeretném, ha porosodna a kiállított tárgy. Én személy szerint, és múzeumi látogatóként is, utálom, amikor egy régi tárgy poros – az olyan, mint a fésületlen öregember, nem vonzó. Ezeket a tárgyakat nagyon szépen meg kell tisztítani, gyönyörűen meg kell világítani, nagyon szép high-tech környezetet kell hozzá teremteni, és természetesen leírást kell hozzá készíteni. Ha kiállít az ember egy ilyen tárgyat, azon túl, hogy műtárgy, valamilyen funkciója is volt. Úgy néz ki a kiállítás, hogy fönt van az üvegpolcon maga a tárgy, alatta pedig egy külön megvilágításban a szigorúan kétoldalas, A4-es papíron 14-es betűmérettel a leírás, hogy ki találta fel, mire használták, hol szolgált, és mi történt vele.

Eddig még csak négy tárgy volt kiállítva, például az első sorozatban gyártott mechanikus számológép, a Thomas aritmométer. Ebből Magyarországon – tudomásom szerint – három darab van, egy a műszaki múzeumban, a másik egy magángyűjtőnél a raktárában, és nálam is van egy példány. Amikor elkezdtem a weben kutatni utána, akkor azt találtam, hogy 117 darab van nyilvántartásban belőle a világon. Vannak megszállott emberek, nem csak én, más is, van, aki még nálam jobban is, és van, aki csinált egy külön honlapot a Thomas aritmométerről, egy virtuális múzeumot. A világban az összes nyilvántartott Thomas aritmométer lelőhelyét felkeresi, és megmutatja, hogyan néznek ki azok a múzeumok, ki csinálta az adott darabot, és milyen jellemzőkkel rendelkezik. Az enyém még nincs regisztrálva, de majd fogom.

Kiállítottam repülőgépek fekete dobozát is. 10 éve nagyon célirányosan elindultam abba az irányba, hogy szerezzek fekete dobozt. Van egy rádióamatőr-klub, ahol rádiós börzét is rendeznek rendszeresen, havonta egyszer, és én oda évek óta eljárok. Ott megismerkedtem egy emberrel, aki a reptéren dolgozott, és segített nekem fekete dobozt szerezni. Összehozott azokkal az emberekkel, akik ezért felelősek. Levelet írtam, majd elmentem, és személyesen előadtam nekik, hogy nekem nagyon kellene egy ilyen. Azt mondták, hogy írjak a vezérigazgatónak. Végül megadták az engedélyt, és két darabot is kaptam. Az egyik a fedélzeti beszélgetést, a másik meg a repülési adatokat rögzítő fekete doboz. Az amerikai fekete dobozok nem olyan szépek, mint az oroszok. Nekem orosz van. Általában mindegyik sárga színű, tehát a fekete doboz igazából sárga. A külső része az úgynevezett tök, ez a szakkifejezés, ez védi meg a doboz belsejében levő magnót attól a hihetetlen nagy strapától, amit egy repülő lezuhanásakor ki kell bírnia. Ez egy üvegszállal erősített anyagból van, műgyantával kitöltve, úgyhogy amikor elkezd égni, akkor ez szenesedik, elvonja a hőt, és a belseje nem melegszik föl annyira. A fekete dobozt a repülőgépek farában függőleges síkban helyezik el, mert általában az szokott egyben leesni, és az többnyire megmarad. Amikor megtalálják a dobozt, akkor a magnószalagot kiveszik belőle. Ha nem nagyon melegszik át, akkor az infor-

máció megmarad a mágneses hordozón, még akkor is, ha megnyomorodott egy picit. Fölteszik egy másik magnóra, és lejátsszák. Amióta a fekete dobozt kitalálták, nem olyan nagyon régen volt ez, azóta a repülésbiztonság jelentősen javult, amiatt, hogy lehet tudni már menet közben is, amikor még nem esett le a gép, hogy mi történik. Korábban csak akkor lehetett valamit tippelgetni, amikor leesett a gép, és nem tudták, hogy miért esett le. De most már, hogy van fedélzeti adatrögzítő, folyamatosan lehet monitorozni, hogy mi történik, és ha valami olyasmi történik, akkor azt meg lehet előzni, ki lehet javítani. Most már talán elektronikusak a fekete dobozok, de még ezeket a mechanikus jószágokat is használják. Ami itt ki volt állítva, az 4658,3 órát repült. Remélem, hogy itt a főiskolán sok mindent megtanulnak a diákok, sok érdekességet, de azt gondolom, hogy ha egyszer itt valaki elolvassa a fekete dobozról szóló kétoldalas leírást, és megnézi a fekete dobozt ezen a kiállításon, arra élete végéig emlékezni fog. Lehet, hogy ha majd sok évvel később összetalálkozom egy fiatal kollégával, akkor megkérdezi tőlem, hogy „megvan-e még a fekete doboz?". Vagy azt, hogy „megvan-e még az a morzegép, amit kiállított?". Remélem, hogy meglesz.

Mindenesetre a család részéről nem kis tűrőképességet igényel ez az egész, mert ahhoz, hogy ezek a tárgyak szép rendben legyenek – hát, mint minden születésnél –, kell egy hosszas előkészület. Ez különösen a családtagoknak nagy erőpróba: mert ezek azért jó darabig ott hevernek a konyhaasztalon, meg a nappaliban különböző helyeken. És az otthoni vitrin, ahol a feleségemnek kellene, hogy legyenek a csecsebecséi, tele van elektroncsövekkel, úgyhogy ez egy nagy kihívás számára. Nagyon tiszteletreméltó, hogy elviseli ezt a mániámat, és támogat is, de ő ezt nem annyira szereti. Amikor hazaviszek egy újabb elektroncsövet, nem annyira esik extázisba tőle, mint hogyha egy szép vázát vinnék neki.

Ha az ember mániás, akkor rengeteget tud beszélni a mániájáról. De ami szakmailag a legnagyobb izgalom számomra a technikában, az a gyorsulás. Nem az van, hogy egy kicsit változik, hanem hogy eszméletlen gyorsan változik a technika. Amit három éve vettünk, azt már ki kell dobni, legyen az számítógép vagy mobiltelefon, és amit most veszünk, az sokkal többet tud, sokkal gyorsabb, sokkal tovább bírja, sokkal több mindent lehet vele csinálni. Ez a technikai fejlődés elképesztő. Hogyha az ember ebbe belegondol, és sok-sok tényezőjét elkezdi elemezni, vizsgálni, akkor kiderül, hogy ezek a tényezők külön-külön is mind elképesztő sebességgel változnak. Van Amerikában egy nagy mozgalom, ami a fejlődést próbálja megérteni, és végiggondolni azt, hogy mi lesz ebből. Ennek a mozgalomnak az egyik kulcsfogalma a szingularitás; ez egy olyan speciális helyzetet jelent, amikor majd a gépek gyorsabbak és okosabbak lesznek, mint az ember. Sokkal több alkatrész van egy integrált áramkörben, sokkal nagyobb a memóriakapacitás egy tárolóban, sokkal több fér rá egy merevlemezre, sokkal nagyobb a sávszélessége a mobiltelefonnak, és lehetne sorolni szinte vég nélkül. És ha ezek egyszer csak valahogy összeállnak, akkor ki tudja, hogy mi lesz. Sokan azt mondják, hogy ez nem a távoli jövő, pont a hihetetlen gyorsulás miatt, hanem a közeli jövő. A gép gyorsabban tud adatot előkeresni, hogyha át kell vinni egy adatot valahonnét valahova, hát nincs az a technika, az a postagalamb, vagy bármi más, ami olyan gyorsan át tudná vinni, mint az internet, mert néhány milliszekundum alatt a világ túlsó felére odajut az a kép, amit itt kattintottam a fényképezőgépemmel. Ami egy hátborzongató dolog. Vagy a sakkozás például. Nagyon sokan nagyon bonyolult emberi tulajdonságnak tartották a sakkozást. Hát most már odajutottunk, hogy bizonyos esetekben vitathatatlan, hogy sokkal jobb sakkozó a gép. Még a nemzetközi nagymesterek nagyjából fele-fele arányban meg tudják verni a gépeket, de hát az emberiség döntő többsége alulmarad a sakkozógéppel szemben.

Nagyon sok olyan szegmense van már most is az informatikának, ahol vitathatatlan a gépek fölénye. És az a nagy izgalom, hogy mi van, amikor ez egyszer összeáll, és a számítógép majd el tud kezdeni tanulni. Egyszer majd elkezd tanulni a számítógép, és elkezdi majd saját magát védeni, és elkezdi majd saját magát szervezni. És akkor nem leszünk többé vetélytársak. Mert sokkal gyorsabban fog reagálni, sokkal megbízhatóbban, körültekintőbben, és amikor én odanyúlnék, hogy lekapcsoljam a számítógépet, az a kapcsoló úgysem a trafót kapcsolja le, hát még egy szoftver van közben, a gép letiltja a kapcsolót. Ha nem készül fel erre a társadalom, akkor a számítógépeket nem fogjuk tudni kikapcsolni. Azt fogják mondani, hogy oké, nyugi, ne szólj bele, én pontosan tudom, hogy mit csinálok, ne, ne, ne kapcsolgass, ne kapcsolgass! Nem mondom, hogy ez a közeljövő-e, de hogy nem lesz érvényes a kapcsoló, amit kapcsolgatok, az könnyen elképzelhető. Ez a szingularitás az, ami az informatika és a mesterséges intelligencia témaköre kapcsán izgat, és hát próbálok benne tájékozódni, hogy hogyan lehet erre fölkészülni. Mert elkerülni lehetetlen. És mi lesz még tíz év múlva, és mi lesz még húsz év múlva? És mi lesz még harminc év múlva, ha ez a tendencia így marad? És most úgy néz ki, hogy így marad; mit lehet ezzel kezdeni? Nem hiszem, hogy bárki is meg tudná mondani, hogy mi itt a megoldás. Régi mondás, hogy a fiatal diákokat a jövő érdekli, tehát érdekes a technikatörténet, nagyon imádom, na de hát igazából a diákoknak abból kell majd megélni, hogy tíz év múlva is ott kell lenniük a szakmában és meg kell keresniük a pénzüket. Nagyon fontos, hogy a jéghegynek legyen alja is, de az ember próbáljon meg egy kicsit előre is nézni, tehát olyasmit mutassunk a diákoknak, ami még két év múlva is igaz lesz.

Nekem a szívem csücske a mesterséges intelligencia témában az úgynevezett biológiai gyökerű informatika. Ugyanis régi közhely, hogy az élet alapényezője az információfeldolgozás. Van az informatikának egy olyan ága, ami kimondottan a biológiából indul, és azt igyekszik megérteni, hogy hogyan működik az idegrendszer, és ezt a megértést fölhasználva próbál alkotni valamit. Amikor például az embert a reptéren átvizsgálják, akkor sokszor nem elég az, hogy átröntgenezik az ember táskáját, hogy van-e benne robbanószer, hanem természetes lett sok helyen már a szagfelismerő berendezés is. Egy speciális itatóspapírral körbetörölgetik az ember táskáját belülről, majd beleteszik egy szagfelismerő készülékbe, és a készülék megmondja, hogy milyen összetételű kémiai anyag volt a táskámban. Ezt a vizsgálatot neurális hálózatok elvén működő számítógép végzi, szilíciumalapú digitális elektronika van benne, aminek a metaforája az idegrendszer.

Ezek így dióhéjban a szakmai dolgok, amikkel szívesen foglalkozom. És van még egy egészen más szakmai szerelmem, ami merőlegesen csatlakozik a korábbiakhoz. Mindig is igyekeztem megtalálni, hogy hol lehet a mobilinformatikát és a mesterséges intelligenciát használni, hol fontos ez igazán. Az egyik ilyen terület a fogyatékkal élők informatikai támogatása, melynek önmagában is számos részterülete van. Ennek keretében például már tíz éve felkérem egy vak matematikus kollégámat, aki minden szabad idejét számítógépekkel tölti, hogy hozza el az óráimra azokat a technikai eszközöket, amik ebben a témában föllelhetők. Ne én mutassam be ezeket, mint kívülálló, hanem ő, aki használja őket, mutassa meg a diákoknak, hogy egy vak ember hogy tud számítógépet használni. Nyolc évvel ezelőtt lehetőség nyílt arra, hogy ne csak az itteni diákoknak mutassuk ezt meg, hanem a vakoknak is. Volt egy pályázati lehetőség munkahelyteremtésre, és akkor jött az ötlet, hogy készítsük fel a vakokat arra, hogy használni tudják ezt a korszerű technikát, amivel a munkába állásukat is megkönnyíthetik. Azóta folyamatosan tartunk vakoknak és látássérülteknek tanfolya-

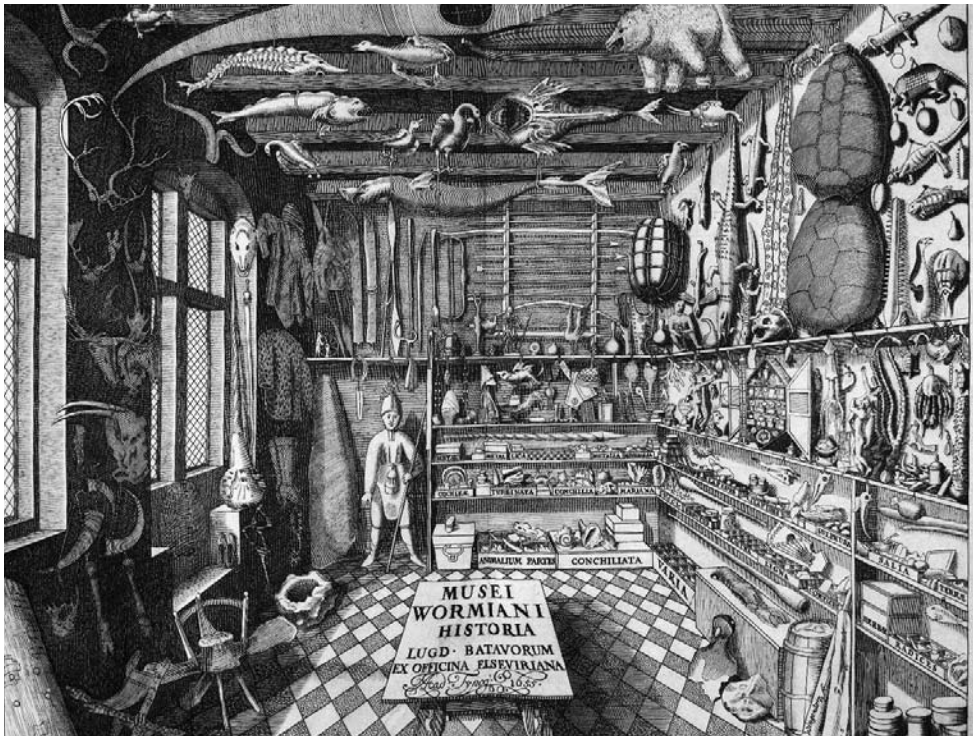
mot. Száznál többen végeztek már itt. És akkor adódott a lehetőség, hogy megcsinálhatnánk ezt siketeknek is. És mivel volt egy kedves kolléganőm, aki erősen nagyothalló, fölvetettem, hogy volna-e kedve esetleg hallássérülteknek órát tartani. Azóta nekik is van tanfolyam. Berendeztem egy speciális eszközökkel felszerelt fejlesztő laboratóriumot, melyben az egyik oldalon van a vakoknak, a másik oldalon pedig a hallássérülteknek egy gépsor, ugyanis mindkét csoportnak speciális körülmények kellenek. A siketek jelnyelven beszélnek, a tanítás jelnyelven folyik, a vakoknak pedig beszélő számítógépeik vannak, nekik monitor nem is kéne, a monitor csak azért van, hogy ha segíteni szeretne az ember valamit, akkor lássa, hogy mi van a monitoron. Eddig mindig sikerült megszervezni, hogy nem kell érte fizetni senkinek, tehát a vakoknak is, a siketeknek is mindig ingyenes volt a képzés, a kar mindig segített annyira, hogy ki tudtuk fizetni a tanárokat, ki tudtuk fizetni a vizsgabiztost, a Neumann Társaság pedig ingyen adta a vizsgakártyát.

Az ELTE-s doktorim az új rendszer szerint nem PhD-nek minősült, úgyhogy meg kellett csinálnom a PhD-t is, idén volt a védésem. A disszertációm témája az automatikus személy- és tárgyazonosítás volt. Az elmúlt években több olyan kutatási projektet is vezettem, melynek tárgya a biometrikus személyazonosítás és a rádiófrekvenciás tárgyazonosítás volt. Most is van egy EU-s projektünk, ahol a mobiltelefonnal végezhető rádiófrekvenciás azonosítást vizsgáljuk. Ezzel az új lehetőséggel, ha például gyógyszert odarakunk a telefonhoz, akkor a telefon beazonosítja azt, és elmondja a gyógyszer szedési útmutatóját, és hogy mi a mellékhatása. Ez a vakoknak és az időskorúaknak is jó lehet. Nagyon röviden ez az én szakmai történetem.

A személyes történetemről csak annyit, hogy boldog vagyok. Van két szép, okos felnőtt lányom. Nagyobbik lányom elvégezte a Külkereskedelmi Főiskolát, de ő mindig is újságíró szeretett volna lenni, és nagyon szeret fotózni is. Így aztán szabadúszó fényképész és újságíró lett. Több országban, számos angol nyelvű folyóiratnak dolgozik. Most jött haza az első hivatalos útjáról, amit a Kazah Nagykövetség finanszírozott, tíz napon keresztül vitték Kazahsztánban mindenfele, árkon-bokron keresztül helikopterrel, és most szervezi a kiállítását Koppenhágában erről az útról. Ő nagy fotós objektívekkel dolgozik. És mindig kérdezem tőle, hogy hát nem remeg a kezed? Azt mondja, hogy nagyon jól jön neki, hogy lövő volt. Nagyon jó érzékkel tudott sportpuskával lőni, és most sem remeg a keze. Fogja a nagy objektívet, és tudja, hogy mikor kell a lélegzetét visszatartani, és mikor vehet levegőt. És most ilyen globalizált világban élünk, hogy Dániában lakik. Nem tudok mit tenni ellene, ő jól érzi magát, és interneten tartjuk vele a kapcsolatot. A barátja egy lengyel fiú, számítógépes megszállott, egyfolytában interneteznek. A kicsi lányom, aki már nem is olyan picike, a Közgazdasági Egyetemen elvégzett három évet, és tapasztalatot szerezni elment Chicagóba. Egy évig dolgozott egy ottani nagy áruházláncban, nagyon élvezte, bár sokak szerint rendkívül unalmas munka az eladást szervezni. Ő részlegfőnök volt, sok-sok ember volt beosztva alá, akiket irányítani, mozgatni kellett, hogyan töltsék fel a polcokat, és mit csináljanak. Most hazajött, és az egyetem utolsó két évét végzi. És abból a józan felismerésből kiindulva, hogy akkor lesz jó állása, ha munkatapasztalata is van, nyáron részmunkaidőben dolgozott egy cégnél. A feleségem, most éppen úgy hozta a sors, hogy Amerikában dolgozik, és amikor tud, ő is jön, meg amikor tudok, én is megyek hozzá.

Most Solymáron lakunk egy nagy családi házban. Ha jól emlékszem, közel tíz albérletben laktam, amióta Pestre kerültem. Amikor a feleségemmel összeházasodtunk, elkezdtünk építeni egy kis lakást a II. kerületben. Én azt gondoltam, hogy egy év alatt kész lesz, aztán

majdnem tíz évig tartott. A hatodik év tájékán beköltöztünk; hát, nagy kaland volt, mert a négyemeletes társasházban a mi lakásunk volt kész, a többin meg süvített a szél keresztbe, és a szomszéd kertből slagon hoztuk a vizet, hogy egyáltalán a gyerekeket lehessen fürdetni. A rokonság teljesen el volt képedve azon, hogyan lehet lavórban gyereket fürdetni, de hát fölnőttek a gyerekek, és talán emiatt nem sérültek lelkileg, hogy hideg vízben kellett néha fürödni, és teherlifttel kellett néha felmenni az emeletre, mert a lépcsőházat még burkolták. Sokáig laktunk ott, közel volt az iskola, közel volt az óvoda, remek volt a park, abszolút remek hely volt. Miután Amerikából hazajöttünk, akkor már igencsak kicsinek bizonyult a másfél szoba, úgyhogy a családom kijelentette, hogy vagy valamit változtatunk, vagy megyünk vissza Amerikába. Mert igaz, hogy most jöttünk haza, de hát ott azért sokkal jobb lakásunk volt, meg sokkal könnyebb volt az egészet megteremteni. Akkor az a családi döntés született, hogy megpróbáljuk itthon, és építettünk egy nagyon szép családi házat, oda gyorsan kiköltöztünk, és azóta is ott lakunk – egy nagyon vadregényes, szép helyen, nagyon élvezzük. A gyerekek azt mondják, hogy a világvége, de majd hozzánőnek. Úgyhogy ez a történet.



Tárgytranszformációk: határátlépés életrajz identitás

Szerkesztette: Berta Péter





Berta Péter

Szubjektumok alkotta tárgyak – tárgyak által konstruált szubjektumok

Interakció, kölcsönhatás, egymásra utaltság: az „új" anyagikultúra-kutatásról

Az alábbi tanulmány[1] a társadalomtudományi vizsgálódások egy olyan, az elmúlt két-három évtizedben kibontakozó, intenzív társadalomelméleti érdeklődéssel jellemezhető szemléletmódjáról kíván vázlatos áttekintést adni, amely a modern vagy „új" anyagikultúra-kutatás[2] (*new material culture studies*) néven vált ismertté. A tanulmány első része – főként Miller (1994) és Buchli (2002a) kutatástörténeti áttekintéseire támaszkodva – az anyagi kultúra iránti társadalomtudományi érdeklődés fontosabb szakaszait mutatja be (elsősorban az angol nyelvterületen zajló kutatásokra, illetve az elmúlt másfél évszázadra fókuszálva). A második rész néhány olyan sajátosságra hívja fel a figyelmet, amelyek a problémaérzékenység, az elméleti és a módszertani orientáció tekintetében egyaránt heterogén „új" anyagikultúra-kutatás szemléletmódját alkalmazó írásokra – vagy legalábbis azok jelentős részére – jellemzőek. A harmadik rész olyan kérdésfelvetéseket ismertet (a teljesség igénye nélkül), amelyek iránt e szemléletmód képviselői intenzív érdeklődést mutatnak, míg a negyedik szerkezeti egység a *Replika* e számában olvasható írások egymás mellé helyezésének apropóját: a modern anyagikultúra-kutatásban egyre népszerűbbé váló „életrajzi módszert" és annak előnyeit mutatja be röviden.

1 A tanulmány alapjául szolgáló londoni könyvtári kutatást a MÖB Magyar Állami Eötvös Ösztöndíja és Michael Stewart szakmai támogatása tette lehetővé. A támogatást ezúton is köszönöm. Köszönettel tartozom Huszár Ákosnak, Pellandini-Simányi Lénának és Szalai Andreának a tanulmány korábbi változataihoz fűzött észrevételeikért.

2 Habár az 'anyagi kultúra' fogalmához számos különböző értelmezés társul, mégis elengedhetetlen, hogy e tanulmány legalább egy vázlatos „munkadefinícióval" szolgáljon annak mibenlétét illetően. Woodward és Attfield meghatározásai hasznos kiindulópontot jelenthetnek számunkra. Woodward (2007: 14) amellett érvel, hogy az anyagi kultúra részének kell tekintenünk „minden olyan anyagi formát öltő tárgyat (amilyen például a cipő, a csésze, a toll), valamint az ilyen tárgyak hálózatait (amilyen például a ház, a személyautó, a bevásárlóközpont), amelyeket az emberek észlelnek, megérintenek, használnak", amíg Attfield (2000: 3) szerint a hétköznapi élet anyagi kultúrája magában foglalja „a fizikai tárgyat annak valamennyi anyagi aspektusával együtt, valamint a tervezés, az előállítás, a terjesztés, a fogyasztás, a használat, a használatból való kivonás, az újrahasznosítás stb. folyamatait".

Annak ellenére, hogy a szakirodalom a tárgyak kategóriáját a „dolgok" részhalmazának tekinti, az egyszerűség kedvéért ebben az írásban a dolgok és a tárgyak kifejezéseket szinonimákként kezelem, ugyanúgy, ahogyan az anyagi kultúra és a tárgyi kultúra, illetve a modern és az „új" anyagikultúra-kutatás terminusokat is.

1. A tárgyak „színre lépése", marginalizálódása és rehabilitálása a társadalomtudományokban

1.1 Evolucionizmus, gyarmatosítás, múzeum: a tárgy mint kulturális bróker

Miller (1994) és Buchli (2002a) amellett érvelnek, hogy a tárgyak iránti szisztematikus társadalomtudományi érdeklődés a 19. század második felében válik szembetűnővé, elsősorban a felvilágosodás intellektuális „hagyatékának" (az egyetemesség eszméje és lehetősége iránti érdeklődésnek), a kialakulófélben lévő antropológia evolucionista társadalom- és kultúrafelfogásának, valamint a gyarmatosításnak köszönhetően. Az evolucionizmus a társadalmi formációk és kultúrák közötti különbségeket egy hierarchikus modell keretei között értelmezte, azt feltételezve, hogy valamennyi társadalom és kultúra a fejlődés ugyanazon szakaszain megy keresztül. A „kezdetlegeset" a „modernnel" összekötő egyenes vonalú fejlődés gondolata, amely a gyarmatosítók dominanciájának legitimálására és naturalizálására is szolgált, azt eredményezte, hogy az eltérő társadalmi berendezkedésű és technikai fejlettségű társadalmakhoz és kultúrákhoz különböző értékek társultak. Az evolucionizmus víziója szerint a társadalmi és technikai fejlődés csúcsát az európai viktoriánus társadalom képviselte (mint a legmodernebb és leghaladóbb szellemiségű társadalmi formáció), amíg más nem európai társadalmak a hierarchia alsó régiójában helyezkedtek el, annak legalján pedig a különböző zsákmányoló társadalmak kaptak helyet (vö. Buchli 2002a: 3). Amint arra Buchli felhívja a figyelmet (2002a: 4), az anyagi kultúrát ebben a kontextusban az összehasonlított társadalmak „fejlettségi szintjének" nyilvánvaló jeleként, illetve bizonyítékaként értelmezték, vagyis úgy gondolták, hogy „a társadalmi fejlődés ugyanúgy »kiolvasható« egy bizonyos embercsoport vagy nemzet anyagi kultúrájából, ahogyan egy kövületből is kiolvashatóak olyan információk, amelyek hozzájárulhatnak a földi élet evolúciós szakaszainak meghatározásához. (…) A tárgyakat így közvetlenül összekapcsolták a haladás gondolatával – történelmi, technikai és társadalmi értelemben egyaránt –, röviden szólva, ahogyan azt a tizenkilencedik században értelmezték, az anyagi kultúra volt (…) az egyetemes haladás és a modernség legfontosabb jelölője".

A kultúraközi találkozások számát megsokszorozó gyarmatosítás következtében a távoli, „idegen" kultúrák tárgyai addig nem látott mennyiségben és gyorsasággal jutottak el Nyugatra, és – hasonlóan az arisztokrácia tulajdonát képező furcsaságok termeiben (*cabinets of curiosities*) egykor felhalmozott különlegességekhez – főként a nyilvános múzeumokban kaptak helyet. Az érdeklődő nyugati szemlélő és az „idegen" kultúrák tagjai közötti érintkezés legelterjedtebb módját „a másik" reprezentációinak tekintett, megvásárolt, elcserélt vagy erőszakkal kisajátított tárgyak megtekintése és értelmezése jelentette. E tárgyak legfontosabb funkciójának éppen ezért azt tekintették, hogy „megjelenítsék előállítóikat. A fényképezés tömeges elterjedése előtt az utazók, felfedezők és misszionáriusok számára a tárgy volt a felkeresett egzotikus helyek és emberek reprezentálásának elsődleges eszköze. Kezdetben az antropológiát főként a szalonokban művelték, ahol a tárgyak megfelelő szimbólumai voltak azoknak az embereknek, akiknek a jelenlétét nem tekintették sem szükségesnek, sem pedig kívánatosnak" (Miller 1994: 13). Az „idegen" reprezentációinak minősülő tárgyak társadalomtudományi jelentősége és vonzereje ebben az időszakban tehát abból a képességükből fakadt, hogy kulturális brókerekként vagy tolmácsokként csillapították az érdeklődő nyugatiak kíváncsiságát: megjelenítették, materializálták, „magyarázták" és igazolták „a másik" kul-

túrájához társított értékeket (vagy azok részleges hiányát), illetve sztereotípiákat. A legtöbb nyugati kutató és laikus számára az „idegen" kultúrákkal kialakított viszony a szimbolikus és politikai határokat átlépő, utazó tárgyak által közvetített (mediált), vagyis a tárgyhasználat médiuma segítségével megkonstruált viszony volt.

1.2 Szociálantropológia és résztvevő megfigyelés: a tárgyak marginalizálódása

Az 1920-as és 30-as évektől a tárgyak iránti társadalomtudományi érdeklődés jelentős hanyatlásnak indul (vö. Miller 1987: 3; Olsen 2003: 87), a tárgyak „népszerűsége" csupán a múzeumok falai között és a régészet esetében maradt változatlan. Buchli (2002a: 7) értelmezése szerint ez a tendencia – legalábbis az angol nyelvterületen – a brit szociálantropológia megjelenésével és térhódításával magyarázható, közelebbről a társadalomtudományi adatgyűjtés módszereinek átalakulásával (a fényképezés tömeges elterjedésével és a résztvevő megfigyelés megjelenésével), valamint az antropológia problémaérzékenységét érintő hangsúlyeltolódással. A „karosszék-antropológusok" helyét, akik a tárgyakat a láthatatlan és egzotikus „másik" kultúráját megjelenítő szemiophorokként[3] hasznosították, jobbára olyan kutatók vették át, akik „a társadalmakat a hosszú ideig tartó résztvevő megfigyelés innovatív technikája segítségével közvetlenül igyekeztek megérteni: az interjú, a diskurzus, a megfigyelés és a társadalmi struktúra rekonstruálása váltak a megértés tökéletesebb, uralkodó eszközeivé" (Buchli 2002a: 7). A dolgozószobáját és szűkebb társadalmi kontextusát maga mögött hagyó, az „idegen" társadalom tagjait személyesen felkereső kutató már nem az importált, múzeumokban kiállított tárgyakat tekintette a legígéretesebb információforrásoknak, éppen ezért azok veszítettek korábbi társadalomtudományi jelentőségükből és vonzerejükből. „A fényképezés és a vizuális információk rögzítésének más módszerei csökkentették a tárgyak jelentőségét. (…) A tárgyak, a muzeológia, a korábbi elméletek periferiálisakká, másodlagosakká, bizonyos értelemben elavultakká váltak, és valószínűtlennek tűnt, hogy hozzá tudnának járulni a modern »haladó« elméletek és perspektívák fejlődéséhez…" (Miller 1994: 14–15). Ezzel párhuzamosan a tudományos érdeklődés fókuszában álló problémák csoportja is átrendeződött: az evolúció kérdése fokozatosan háttérbe szorult, annak helyét pedig a társadalmi struktúra, a rokonság és a kultúra különböző aspektusainak tanulmányozása vette át. „Az anyagi kultúra mint intellektuális és politikai eszköz marginális jelentőségűvé vált…" (Buchli 2002a: 7).

Miller (1987) a tárgyak társadalomtudományi marginalizálódását három tényezőre vezeti vissza. Egyrészt amellett érvel, hogy mivel a (hétköznapi) tárgyak a 20. század során egyre nagyobb számban és egyre változatosabb módokon vesznek körül bennünket, jelenlétüket hajlamosak vagyunk triviálisnak, „láthatatlannak" és következmények nélkülinek gondolni, ennek köszönhetően pedig úgy tekinteni rájuk, mint amelyek vizsgálata társadalomtudományi szempontból érdektelen és jelentéktelen. Ez az értelmezés azonban elfedi a tárgyak, illetve a tárgyak és a szubjektumok kapcsolatának voltaképpeni természetét. Miller szerint részben a (hétköznapi) tárgyak szubjektumokra gyakorolt hatásának alábecsülése vezet az anyagikultúra-kutatás elutasításához, illetve e kutatási terület tudományos presztízsének csökkenéséhez.

3 A 'szemiophor' kifejezést Buchli (2002a: 6) idézi Pomiantól (1990), aki olyan jelentésteli tárgyak megjelölésére használja azt, amelyek használati értéke döntően abból fakad, hogy megjelenítik az egyébként nem láthatót (a távoli „idegent" stb.).

A tárgyaktól és tanulmányozásuktól való elfordulás egy további okát Miller abban látja, hogy a társadalomtudományi vizsgálódások általában jóval nagyobb figyelmet szenteltek a termelés különböző aspektusainak, mint a fogyasztásnak. Miközben a társadalmi viszonyok kialakulását a 20. század jelentős részében a termelési viszonyokra igyekeztek visszavezetni, e kutatások elhanyagolták és marginális jelentőségű gyakorlatként tüntették fel a fogyasztást, alábecsülve annak a társadalmi viszonyokra gyakorolt hatását (vö. Miller 1987: 3). Ennek köszönhetően részben „láthatatlanná" tették, alulreprezentálták a javak és a fogyasztók, illetve a termelők és a fogyasztók közötti interakciók egy olyan fontos csoportját, amelyek nyilvánvaló bizonyítékként szolgáltak (volna) az anyagi kultúra jelentőségével kapcsolatban, akárcsak arra vonatkozóan, hogy a kultúra, a gazdaság és a társadalom legtöbb dimenziója lényegében értelmezhetetlen az anyagi aspektusok beható vizsgálata nélkül.

Végül a tárgyak társadalomtudományi „száműzetésének" harmadik oka Miller szerint az a széles körben elterjedt 20. századi attitűd, amely a szubjektumokat körülvevő tárgyak mennyiségének és típusainak látványos gyarapodását fenyegető, destruktív folyamatként értelmezi. A technikai fejlődés és a fogyasztói igények növekedésének következményeit mérlegelő társadalomkritikai elemzések előszeretettel stigmatizálták a tárgyakat: gyakran definiálták azokat az emberi kapcsolatok és a személyesség ellehetetlenülésével, háttérbe szorulásával fenyegető, negatív fétisekként (vö. Miller 1987: 3–4, a tárgy = fétis megfeleltetés típusaival kapcsolatban lásd: uo. 204–206). Máskor a tárgyak haszontalan vagy nyomasztó dolgokként (Woodward 2007: 98) jelentek meg, vagy az elidegenedés, az elszemélytelenedés és az automatizálódás forrásaiként határozták meg őket (Olsen 2004). Ez „…az anyagisággal szembeni kifejezetten negatív attitűd, amely a modern kritikai (és nem annyira kritikai) gondolkodást jellemzi (lásd például a frankfurti iskolát, Heideggert, Poppert, Sartre-ot)…", jegyzi meg Olsen (2003: 94), oda vezetett, hogy „a gép, a készülékek, a hideg és embertelen technológia a nem autentikus, elidegenedett modern lét megtestesítőjévé vált".

Olsen (2003: 95) – Bruno Latour (1993) nagy visszhangot kiváltó, tudománytörténeti és -szociológiai munkájára támaszkodva – arra hívja fel a figyelmet, hogy a tárgyak 20. századi társadalomtudományi mellőzöttségének kialakulásában a felvilágosodás korának intellektuális öröksége is szerepet játszott. Hangsúlyosan utal például annak a karteziánus dualizmusnak a „kártékony" hatására, amely a világot a szubjektumok (szellem) és a dolgok (test) egymástól mereven elkülöníthető és elkülönítendő, eltérő természetűként definiált csoportjaira osztotta fel. Ezek a dichotómiák akkor, amikor a társadalomtudományi érdeklődés fókuszába a társadalom és a kultúra kerül, maguk is hozzájárulnak annak a vélekedésnek a kialakulásához és legitimálásához, miszerint a tárgyak tanulmányozása – mivel azok a szubjektumoktól idegenek, „távoliak", eltérő természetűek – csekély intellektuális tétel és haszonnal kecsegtető gyakorlat.

Ezt az anyagi kultúrát a szubjektumok világától hangsúlyosan eltávolító szemléletmódot Miller (1994: 417) az anyagi kultúra „dualista vagy redukcionista felfogásaként" definiálja. A kétosztatúnak tekintett – szubjektumokra és dolgokra osztott – világ víziója azért félrevezetően redukcionista, mert mindkét kategóriát önálló, elkülönült egésznek tekinti, azt sugallva, mintha a szubjektumok létezhetnének a dolgokkal kialakított interakciók, vagyis a dolgok jelenléte és tevékeny közreműködése nélkül. Olsen – Millerhez hasonlóan – amellett érvel, hogy a tárgyak társadalomtudományi marginalizálódása olyan folyamat, amely során az „imperialista társadalmi és humanista diskurzusok" voltaképpen „elnémították és »mássá tették«" (*„othered";* Olsen 2003: 100) a tárgyakat, vagyis el*idegenítették* őket a szubjektu-

moktól, és elleplezték a tárgyhasználó egyének és csoportok életében betöltött valódi jelentőségüket. Másutt ugyanő (Olsen 2003: 87) a társadalomtudományok domináns kultúra- és társadalomkoncepcióját egyszerűen „antimateriálisként" határozza meg.

1.3 A társadalomtudományok anyagi fordulata (material turn): a tárgyak újrafelfedezése és rehabilitálása

Az 1960-as évek végétől egyre több kutató – főként antropológusok és régészek – ismerte fel, hogy az anyagikultúra-kutatások tudományos jelentőségének és szerepének újrafogalmazása elodázhatatlan feladat, és egyre többen kezdtek el intenzíven érdeklődni a dolgok anyagi aspektusai, illetve azok szubjektumokra gyakorolt hatásai iránt. Ez a tendencia nem sokkal később olyan tudományterületeken is megjelent, mint a szociológia, a kultúratudomány, a művészettörténet, a történettudomány vagy a fogyasztáskutatás (vö. Buchli 2004). A tárgyak iránti társadalomtudományi érdeklődés látványos megélénkülésére, illetve a tárgyak és a szubjektumok összetett viszonyrendszerét vizsgáló kutatások és publikációk számának feltűnő gyarapodására számos szerző a társadalomtudományok *anyagi fordulata*ként (*material turn*; vö. Kitzmann 2005; Edwards 2002: 69), illetve a modern vagy „új" anyagikultúra-kutatás kezdeteként utal (vö. Olsen 2003: 93).[4] Olsen (2004: 89) ezt a folyamatot az anyagikultúra-kutatás „újrafeltalálásaként", illetve „a dolgok rehabilitációjaként" definiálja, Woodward (2007: 28) a „társadalomtudományok rematerializálásaként" írja le, Miller (1998a: 4) pedig amellett érvel, hogy manapság az anyagikultúra-kutatás „általános reneszánszának" lehetünk tanúi. „A tudományos kutatás szélcsendjében eltöltött számos évtized után (az anyagikultúra-kutatás – B.P.) újra a figyelem középpontjába került, mint olyan élenjáró kutatási irány, amely felszabadító erővel hat diszciplínák egész sorára a muzeológiától a régészetig" (Miller 1998a: 4).

Az *anyagi fordulat* bekövetkezése arra a felismerésre vezethető vissza, hogy a bennünket körülvevő dolgok nem marginális jelentőségűek – éppen ellenkezőleg: a szubjektumok és a dolgok állandó interakcióinak, kölcsönhatásának és egymásra utaltságának köszönhetően a tárgyak tanulmányozása nélkülözhetetlen velejárója a legtöbb társadalomtudományi kutatásnak. E felismerés figyelmen kívül hagyása könnyen a tárgyak és a velük kialakított interakciók kultúra-, társadalom- és identitásformáló „képességének" elhallgatásához vagy e képesség jelentőségének alábecsüléséhez vezethet, aminek egyenes következménye, hogy a szubjektumok természetének, (kül)világhoz való viszonyának megismerése is csupán korlátozott, részleges lehet. Az anyagi kultúra újrafelfedezésében és rehabilitálásában jelentős szerepet játszottak a strukturalista/posztstrukturalista elméletek (többek között Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Jean Baudrillard, Michel Foucault és Pierre Bourdieu egyes munkái; vö. Olsen 2006); a szociálkonstruktivizmus, a szemiotika és a kultúratudomány kibontakozása, a fogyasztás iránti tudományos érdeklődés megjelenése és térhódítása, valamint a társadalomtudományok szöveg- és nyelvközpontúságával kapcsolatos kritikai attitűd kialakulása (vö. Woodward 2007: 5; Miller 2002: 237).

4 Megjegyzendő, hogy az „anyagi fordulat" kezdetét – attól függően, hogy mely tudományterület(ek) kerül(nek) figyelmük középpontjába – különböző szerzők más-más időpontokhoz kapcsolják.

2. A modern vagy „új" anyagikultúra-kutatás: Hogyan „konstruálnak" a dolgok szubjektumokat?

Milyen sajátosságok fűzik össze a modern vagy „új" anyagikultúra-kutatáshoz sorolható vizsgálatokat (vagy legalábbis azok egy részét)?

1. A modern anyagikultúra-kutatás öndefiníciójának sarkalatos pontja az a felismerés, hogy a bennünket körülvevő tárgyak és a segítségükkel létrehozott társadalmi viszonyok vizsgálatát tévedés lenne csupán a szélesebb horizontú kutatások járulékos következményének vagy „melléktermékének" tekinteni, mivel az *önmagában is elegendő okot szolgáltat a tudományos érdeklődésre és kutatásra.* (Ezzel azonban korántsem szeretném azt a látszatot kelteni, mintha e szemléletmód képviselői kívánatosnak tartanák, hogy az anyagi kultúrát önmagában: a társadalmi, politikai stb. dimenzióktól elszigetelten, a kontextusból kiragadva értelmezzék. Amint arra később még visszatérek, a helyzet éppen ennek fordítottja.)

Az anyagikultúra-kutatás rehabilitálásának hangsúlyos része azon tévhit de-konstruálása, amely szerint a tárgyakkal való foglalatosság nem más, mint azok (negatív értelemben vett) fetisizálása (vö. az 1.2 részben írottakkal). Miller és Tilley (1996: 11) amellett érvelnek, hogy ez a megfeleltetés „egyfajta naiv humanizmus, amely a személyeket anyagi kultúrájuk kontextusán kívül, illetve az abból fakadó kényszerektől függetlenül képzeli el, és ezáltal létrehoz egy dichotómiát az emberek és a tárgyak között, ami a fetisizmus voltaképpeni forrása. Valójában csak az anyagikultúra-kutatás az, amely rendelkezik a tárgyak defetisizálásának kulcsfontosságú feladatához szükséges akarattal és tudással, amely feladat ma éppen olyan fontos formája az emberiség emancipációjának, mint volt egy évszázaddal ezelőtt".

A tárgyak defetisizálása és rehabilitálása – Miller szerint – csak valódi jelentőségük részletes feltérképezése: a társadalmi viszonyok, kategóriák és határok megkonstruálásában és fenntartásában betöltött tényleges szerepük felismerése és tanulmányozása révén valósítható meg. A tárgyak nélkülözhetetlenségének és hétköznapi hatalmának demonstrálására Miller többek között úgy tesz kísérletet, hogy felhívja a figyelmet azok „alázatosságára" (*humility of objects;* vö. Miller 1987: 85–108; 1994: 408; 2005a: 5), illetve ennek következményeire. Vagyis arra, hogy bár a szubjektumok értékítéletei és választásai során az őket körülvevő tárgyak rendszerint észrevétlenek maradnak és gyakran marginális jelentőségűnek tűnnek, az, hogy nem vonják minduntalan magukra a figyelmet, nem jelenti egyben azt is, hogy ne gyakorol(hat)nának jelentős hatást a szubjektumokra és döntéseikre.

> Az ember alkotta tárgyak rendelkeznek egyfajta „alázatossággal", ami az attól való ódzkodásban nyilvánul meg, hogy felfedjék: képesek meghatározni azt, ami társadalmilag észlelhető. Furcsa módon épp anyagi aspektusaik azok, amelyek egyrészt annyira kézzelfoghatóvá és szemmel láthatóvá teszik őket, ám ugyanakkor oda vezetnek, hogy a tárgyak az öntudatlan és megkérdőjelezetlen tudás részeivé válnak. Amikor egy műalkotásra pillantunk, gyakran épp a keret az, amely meghatározza a tartalom minőségével kapcsolatos percepciónkat (vagyis rávezet bennünket arra: azért vagyunk itt, hogy esztétikai élményre tegyünk szert), miközben a keret által közrefogott darab, pusztán önmagában, elmulaszthatná a „megfelelő" válasz kiváltását. A „láthatatlan" smink hasonlóképpen arra hivatott, hogy anélkül fokozza az arc vonzerejét, hogy magára vonná a figyelmet. Így az ember alkotta tárgyak akkor a leghatékonyabbak percepciónk meghatározásában, amikor alázatosak, vagyis elkerülik azt, hogy figyelmünk kö-

> zéppontjába kerüljenek. Számos tárgy, legyenek azok az otthon díszítésére szolgáló dekorációk vagy a hétköznapi ruházat elemei, hajlamos arra, hogy inkább ezt a percepció határán található pozíciót foglalja el, semmint hogy – amint az magával a képpel történik – tekintetünk fókuszába kerüljön. Ezek a tárgyak a leggyakrabban akkor vonják magukra a figyelmünket, amikor úgy érezzük, hogy valami új vagy nem helyénvaló történik velük (Miller 1994: 408).

A jelentéktelenség és passzivitás gondolata, amelyet a felületes szemlélő a tárgyak 'alázatosságából' fakadó észrevétlenséghez társít, csupán megtévesztő látszat, ennek belátása pedig elvezethet bennünket ahhoz a meglepő felismeréshez, hogy a „tárgyak nemcsak azért fontosak, mert szemmel láthatóak és fizikai értelemben kényszerítő erővel bírnak, vagy lehetővé tesznek számunkra bizonyos dolgokat, hanem gyakran éppen azért, mert nem »látjuk« őket" (Miller 2005a: 5).

2. A modern anyagikultúra-kutatás nem a használati kontextusukból kiragadott tárgyak anyagi tulajdonságainak aprólékos leírását vagy a tárgyak „lepkegyűjteményszerű" katalógusokban való elhelyezését tekinti legfontosabb céljának. Másként fogalmazva: *a)* a dolgok társadalmi karrierjének nem a „statikusabb", *b)* kontextus-független pillanataira kíváncsi, és *c)* határozottan elutasítja azt az álláspontot, miszerint a dolgok és a szubjektumok elszigetelt, önálló és önfenntartó világokként léteznének egymás mellett, akárcsak azt a feltételezést, hogy „alanyi jogon" kizárólag az utóbbiak érdemesek arra, hogy a tudományos vizsgálódás fókuszába kerüljenek. Ez azonban nem jelenti azt, hogy „elfordulna" a tárgyak olyan anyagi aspektusaitól, mint a forma, az anyag, a szín vagy a tartósság, és lebecsülné azok társadalmi jelentőségét – éppen ellenkezőleg. Kifejezetten nagy hangsúlyt fektet a *dolgok rematerializálására* (vö. Domeñska 2006: 173), vagyis annak megértésére, hogy azok anyagi tulajdonságai hogyan gyakorolnak hatást a szubjektumok döntéseire és választásaira, miként vesznek részt a (kül)világhoz való viszonyuk koordinálásában (például az észlelés/érzékelés vagy az emlékezés szervezésében), identitásaik materializálásában, hogyan teszik lehetővé az olyan absztrakt kategóriák megjelenítését, mint a nemzet, a transzcendens, az érzések vagy az élmények csoportja. A tárgyak anyagi dimenziói a tudományos vizsgálódás szempontjából kizárólag akkor minősülhetnek marginális jelentőségűnek, ha azokat statikus, passzív és dekontextualizált tulajdonságokként fogjuk fel, és a tárgyakat „kiemeljük" azon társadalmi viszonyok és jelentések bonyolult hálózatából, amelynek valójában szerves részei, és amelynek formálódására maguk is jelentős hatást gyakorol(hat)nak.

Megjegyzendő, hogy néhány kutató szerint az „új" anyagikultúra-kutatás még mindig nem szentel akkora figyelmet a dolgok anyagi aspektusainak, mint amennyit azok valójában megérdemelnének. Véleményük szerint a társadalomtudományok *anyagi fordulat*a, a tárgyak rehabilitációja még nem ért véget, vagy másként fogalmazva: csak részben valósult meg, mivel a tárgyikultúra-kutatás nem tudja kellőképpen függetleníteni magát a társadalomtudományok nyelv-, szöveg- és jelentésközpontúságától, ennek köszönhetően pedig az anyagi dimenziókat gyakran másodlagosnak tekinti a tárgyakhoz társított jelentések és értékek világához képest. Olsen (2004; vö. 2003: 90) érvelését idézve: „az »új« anyagikultúra-kutatás még mindig távol tartja magát a dolgok anyagiságától, és az uralkodó antimaterialista és szociálkonstruktivista elméletek részeként definiálja önmagát. Amennyiben az anyagi kultúra újra megjelent, szimbólumok, metaforák és szövegek formájában tért vissza".

3. A modern anyagikultúra-kutatás fókuszában *a dolgok és a szubjektumok összetett viszonyrendszer*ének különböző aspektusai állnak. A leggyakrabban feltett kérdések egyike így foglalható össze: hogyan határozható meg a cselekvőképesség „eredete" és eloszlása a dolgok és a szubjektumok közötti interakciók esetében? Mindenekelőtt az anyagi világ formálja-e a vele interakcióba lépő szubjektumot, vagy éppen ellenkezőleg, elsősorban a cselekvő szubjektum az, amely az interakciók során alakítja, saját hasonlatosságára és igényei szerint formálja az anyagi világot? (Vö. Gell 1998; Knappett 2002, 2005 [vö. Wilhelm 2006]; Dant 2004: 60–83; Miller 2005a: 11–15; Latour 2005: 63–86; Knappett – Malafouris 2008; Osborne – Tanner 2007; Pinney – Thomas 2001; Binsbergen 2005: 19–22.) Az utóbbi évtizedekben számos kutatás tett kísérletet a cselekvőképesség „forrását" és „társadalmi eloszlását" megvilágító olyan elméletek kidolgozására, amelyek szakítanak az addig megszokott egyoldalú: szubjektumközpontú, az emberi tényező kizárólagosságát (és felsőbbrendűségét) hangoztató felfogással.

E szemléletmód jellemző vonása, hogy legtöbb képviselője a szubjektumot és identitásait nem már „előzetesen létező", „befejezett" minőségekként fogja fel, az anyagi világot pedig nem olyan passzív és statikus „lenyomatként" értelmezi, amely e minőségek reprezentálására és reprodukálására szolgál (ahogyan azt hosszú ideig tették), hanem elismeri a dolgok – társadalmilag közvetített vagy a társadalmi jelentéstulajdonítástól független – cselekvőképességét. Vagyis úgy gondolja, hogy nemcsak a szubjektumok alakítják az őket körülvevő dolgokat, hanem – kontextusonként változó mértékben és változatos módokon – a dolgok is jelentős hatást gyakorol(hat)nak a szubjektumokra. A cselekvőképesség éppen ezért nem kapcsolódik kizárólag sem a dolgok, sem pedig a szubjektumok világához: *e két világ a közöttük kialakuló interakciók kontextusában jön létre és tesz szert jelentésre*, így a dolgok és a szubjektumok *egyszerre alakítói és termékei is ezen interakcióknak, valamint egymásnak.* A szubjektum–anyagi világ közötti viszony dialektikus értelmezése az ágencia „demokratikusabb" vagy szimmetrikusabb eloszlásának gondolatához vezet, amit pontosan érzékeltet a dolgok és a szubjektumok közötti *megosztott vagy hibrid cselekvőképesség* [*hybrid agency*], illetve az *anyagi ágencia* [*material agency*] fogalmainak közelmúltbéli elterjedése a társadalomtudományokban, valamint az az értelmezés, amely a cselekvőképesség forrását magában az interakció kontextusában véli felfedezni. (Vö. mindezt a cselekvőhálózat-elméletet [*Actor-Network Theory*] kidolgozó szerzők munkáival, illetve az utóbbiak kritikai irodalmával [ennek kapcsán lásd például Law – Hassard 1999; Latour 2005].)

A modern anyagikultúra-kutatás éppen ezért előszeretettel foglalkozik „az élő és élettelen világok közötti kölcsönhatás" (Attfield 2000: 1; vö. uo. 40.) természetével, vagyis azzal, hogy „a környezet részét képező, látszólag élettelen dolgok hogyan gyakorolnak hatást az emberekre, illetve az emberek hogyan hatnak rájuk" (Woodward 2007: 3). Kissé másként fogalmazva: amíg a korábbi anyagikultúra-kutatások többsége elsősorban az iránt érdeklődött, hogy a szubjektumok hogyan alkotnak különféle tárgyakat, a modern anyagikultúra-kutatás sokkal inkább arra kíváncsi, hogy *a tárgyak (dolgok) hogyan hoznak létre szubjektumokat* (vö. Olsen 2003: 100). Pontosabban szólva arra, hogy *a dolgokkal kialakított interakcióink kontextusában, a tárgyhasználat interaktív médiuma segítségével hogyan hozzuk létre és definiáljuk önmagunkat, miként konstruálunk és jelenítünk meg (materializálunk), illetve manipulálunk identitásokat, társadalmi határokat és viszonyokat*. E kutatások is rávilágítanak arra, hogy az anyagi kultúra korántsem passzív és marginális része a szubjektumok és a társadal-

mi csoportok életének, mivel – többek között – épp általa „jutunk el önmagunk, mások, valamint az olyan absztrakt kategóriák megértéséhez, mint a nemzet vagy a modern" (Miller 1994: 397). A dolgok és a szubjektumok kapcsolatát ezért olyan fogalmak segítségével célszerű megragadni, mint a *kapcsolatiság* (*relationality*), a *folyamatos interakció* és *kölcsönhatás*, valamint a *kölcsönös függőség* és *egymásrautaltság*.

A szubjektumok és a dolgok kapcsolatát dialektikus viszonyként értelmező, legismertebb és legnagyobb hatású elmélet kétségtelenül Daniel Miller nevéhez (1987; 2005a: 7–10; vö. Simányi 2005: 186–188) fűződik. Miller – hegeli alapokon nyugvó – elméletének sokszor idézett alapfogalma az objektifikáció, amelyre számos kutató úgy tekint, mint a modern anyagikultúra-kutatás öndefiníciójának egyik kulcskategóriájára. Tilleyt (2006: 61) idézve:

> Az objektifikáció (…) olyan fogalom, amely a szubjektumok és a tárgyak közötti viszony megértésének egy sajátos módját kínálja, ami pedig az anyagikultúra-kutatás központi kérdése. E koncepció megkísérel túllépni a modern empirista gondolkodás ama dualizmusán, miszerint a szubjektumokat és a tárgyakat teljesen különböző és ellentétes entitásokként kell felfognunk: humánként és nem humánként, élőként és élettelenként, aktívként és passzívként és így tovább. Az emberek a dolgok előállításán, használatán, cseréjén, fogyasztásán, a velük kialakított interakciókon és a velük való együttélésen keresztül alkotják meg önmagukat. A tárgyak világa éppen ezért központi jelentőséggel bír a társadalmak és individuumok identitásainak megértése szempontjából. (…) megérintjük a dolgokat, és ezzel egyidejűleg a dolgok megérintenek bennünket. E kapcsolat a kölcsönösségen alapul.

4. E szemléletmód képviselői előszeretettel folyamodnak a „*tárgyak módszertani »életre keltésének«*" (Lury 1996: 26) stratégiájához, vagyis gyakran ruházzák fel azokat olyan tulajdonságokkal, amelyeket rendszerint a szubjektumok sajátjának szokás tekinteni. A tárgyak „társadalmi életével" (vö. Appadurai 1986 – lásd ebben a számban), „kulturális életrajzával" (vö. Kopytoff 1986 – lásd ebben a számban), „identitásaival" (vö. Hoskins 2006), valamint „identitáspolitikájával" (vö. Berta 2008b – lásd ebben a számban) foglalkozó kutatások nyilvánvaló példái ennek a gyakorlatnak. Amint arra Lury (1996: 26) is utal, a „tárgyak módszertani »életre keltése«" nagymértékben hozzájárul a „tárgy = statikusság és passzivitás" megfeleltetés de-konstruálásához, és megkönnyíti a *tárgyhasználat dinamikus* és *folyamatszerű aspektusainak* felismerését és értelmezését, amelyek akkor, ha csupán a tárgyak társadalmi karrierjének egy-egy „állomására" összpontosítjuk figyelmünket, valószínűleg rejtve maradnának. A dinamika/folyamatszerűség kifejezések itt két értelemben is használatosak. Egyrészt *a tárgyakhoz társított* társadalmi jelentések, értékek és funkciók módosulására (hétköznapi használati tárgyból műalkotás vagy múzeumi kiállítási tárgy; tömegcikkből egyedi[esített] emléktárgy stb.), vagyis a tárgyak „belső" dinamikájára vonatkoznak. Másrészt *a tárgyak köré szerveződő, valamint a tárgyhasználat révén létrehozott* társadalmi gyakorlatokra, viszonyokra és minőségekre utalnak (például a fogyasztásra és a fogyasztói szubkultúrákra: ízlés- és márkaközösségekre; az identitásszimbólumok körül kialakuló konfliktusokra; vagy a különféle technológiai újítások [mobiltelefon, internet stb.] társadalmi és gazdasági hatásaira), vagyis a dolgokat körülvevő kontextushoz kapcsolódó („külső") dinamikára. Mivel a világot „a tárgyak és a szubjektumok dialektikus (…) kapcsolatai hozzák létre" (Miller és Tilley 1996: 6), a modern anyagikultúra-kutatásnak „sokkal inkább a tárgyakat körülvevő dinamikával kell foglalkoznia, semmint osztályozásuk és definiálásuk statikusabb pillanataival" – érvel Myers (2001: 8).

5. A modern anyagikultúra-kutatás meghatározó vonása, hogy nem elkülönülő tudományterületként, hanem „csupán" szemléletmódként definiálja önmagát, és nem is tekinti céljának, hogy idővel önálló diszciplínává váljon (vö. Miller 1998a: 4).[5] Éppen ezért én is „csupán" szemléletmódról (esetenként közös értelmezési keretről vagy érdeklődési körről) beszélek, és kerülöm a diszciplína kifejezés használatát. Az „új" anyagikultúra-kutatás a laza szerveződésű, csekély intézményesítettséggel jellemezhető szemléletmódok közé tartozik, amely számos, hosszú kutatástörténeti múltra visszatekintő tudományterület (szociológia, kultúratudomány, antropológia, régészet, művészettörténet stb.) kutatóit kapcsolja össze – gyakran ideiglenesen, egy-egy kutatás erejéig – a *hasonló problémaérzékenység, kérdésfeltevések, elméleti orientáció* és *fogalomkészlet* „virtuális szálai" segítségével.

A modern anyagikultúra-kutatás mibenlétét: elméleti és módszertani sajátosságait tárgyaló, programadó publikációk rendszerint nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy tudatosítsák a diszciplináris lét elutasításából fakadó előnyöket (vö. Miller–Tilley 1996; Attfield 2000: 36; Miller 1998a; Woodward 2007: 26; Tilley és mtársai 2006 stb.). Gyakran utalnak például arra, hogy ily módon

- elkerülhető a „diszciplináris sovinizmus" (Miller – Tilley 1996: 6) csapdája, vagyis kiküszöbölhető az a gyakorlat, hogy a szociológusok vagy antropológusok kizárólag önmagukat olvassák;
- megszabadulhatunk a tudományként való létezésből fakadó hátrányok: kényszerek és korlátok jelentős részétől, a tudományos problémaérzékenységet és módszertant gyakran jellemző redukcionizmustól (Miller 1998a: 4). E diszciplináris kényszerek és korlátok tudatos figyelmen kívül hagyása – érvel Miller és Tilley (1996: 13) – „kifejezetten hasznos lehet, ha oda vezet, hogy figyelmünket olyan területekre összpontosítjuk, amelyeket a létező diszciplínák figyelmen kívül hagynak a tudományterületek határaival kapcsolatos kényszerek miatt. A diszciplína hiánya tudatos választás, nem csupán a szabadelvű individualizmus önmagáért való eklektikus játéka";
- lehetőség nyílik a különböző tudományterületek keretei között zajló anyagikultúra-kutatások integrálására, anélkül, hogy újratermelnék a diszciplínák közötti aszimmetrikus erőviszonyokból fakadó egyenlőtlenségeket;
- a tudományként való létezés hiánya alkalmat ad az anyagi kultúra, illetve az anyagikultúra-kutatások értékként tételezett heterogenitásának demonstrálására és újratermelésére. A *Handbook of Material Culture* szerkesztői szerint: az „ilyen kutatási területek óhatatlanul eklektikusak: viszonylag behatárolatlanok és kötetlenek, cseppfolyósak, széttagoltak (…). Ezt inkább erényként, semmint gyengeségként fogjuk fel, illetve a diszciplináris léttel járó, elkerülhetetlen kötöttségek alternatívájának tekintjük" (Tilley és mtársai 2006: 1).

---

5 Amint arra Attfield (2000: 3) utal, ha kevesen is, de akadnak olyan kutatók, akik a diszciplináris lét szükségessége mellett foglalnak állást.

Megjegyzendő, hogy a diszciplináris „identitás" hiányának, illetve annak köszönhetően, hogy az anyagi kultúrát rendszerint a társadalmi, gazdasági, politikai stb. viszonyokkal összefüggésben vizsgálják, számos olyan szerző, aki többek között az „új" anyagikultúra-kutatás szemléletmódját is alkalmazza, nem definiálja magát anyagikultúra-kutatóként, munkáját pedig a modern anyagikultúra-kutatás részeként, hanem (kizárólag) szociológusként, antropológusként stb. utal önmagára.

A tudományként való létezés elutasításának előnyeit a legszemléletesebben Miller és Tilley (1996: 4–5) foglalják össze a *Journal of Material Culture* első számának bevezetőjében:

> Az a tény, hogy nem létezik olyan tudományterület, amelyet „anyagikultúra-kutatásnak" hívnak, előnyként definiálható. A diszciplínák a határaik fenntartására szolgáló eszközeikkel, intézményi struktúráikkal, kanonizált szövegeikkel, módszertanaikkal, belső vitáikkal és körülhatárolt kutatási területeikkel természetüknél fogva hajlamosak arra, hogy inkább konzervatívak legyenek. (…) Ezért e folyóirat létrehozásával nem az a célunk, hogy a kortárs fogyasztói javakkal, tájakkal, régészeti leletekkel, építészettel, műalkotásokkal és etnográfiai gyűjteményekkel kapcsolatos tanulmányokból egy új „tudományterületet" hozzunk létre, vagy hogy megteremtsük egy diszciplína egyik ágát, hanem az, hogy ösztönözzük az elképzelések és megközelítésmódok egymást inspiráló kapcsolatát olyan személyek között, akik a társadalmi viszonyok anyagi dimenziói iránt érdeklődnek. Ilyenformán nem létezik az elődök olyan sora, akiknek tisztelettel kellene adóznunk, és nem is törekszünk arra, hogy kialakítsunk egy ilyen genealógiát. E folyóirat létrehozásával továbbra is szilárdan elkötelezettek maradunk a befogadás politikája mellett.

Habár sokan és sokszor tesznek említést e szemléletmód határainak „rugalmasságáról", nyíltan és szándékosan vállalt eklektikusságáról, integráló-„befogadó" jellegéről, megjegyzendő, hogy a programadó publikációk szerzői rendszerint alig utalnak a tudományterületként való létezésből fakadó – kétségtelenül jelentős – előnyökre (például arra, hogy a diszciplináris státus hogyan konvertálható kutatási támogatásokká vagy álláshelyekké stb., vö. Miller és Tilley 1996: 12), és csekély figyelmet szentelnek annak definiálására, hogy mely kutatások és milyen kritériumok alapján *nem* sorolhatóak a modern anyagikultúra-kutatás szemléletmódjához. Okkal jegyzi meg ezért Woodward (2007: 26), hogy „az interdiszciplináris megközelítésmód befogadó jellegének ünneplése ellenére bizonyos fokú veszélyt rejt magában, ha kivétel nélkül minden, az anyagi kultúrával foglalkozó írást az anyagikultúra-kutatás részének tekintünk pusztán azért, mert azok így vagy úgy az ember alkotta vagy egyéb tárgyakat vizsgálják".

Az „új" anyagikultúra-kutatáshoz sorolható tanulmányok tudományfelfogását gyakran definiálják *interdiszciplinárisként*, vagyis olyan szemléletmódként, amelyre a különböző tudományterületekhez kapcsolódó módszerek és fogalmak cseréje és kölcsönzése jellemző. A tanulmányok és monográfiák másik csoportja *transzdiszciplináris* jellegű, vagyis előszeretettel vizsgál olyan összefüggéseket és problémákat, amelyek a különböző diszciplínák érdeklődési körén kívül, a tudományterületek határai által közrefogott „senki földjén" helyezkednek el. Megint mások az *anti-* vagy *posztdiszciplinaritás*t (vö. Attfield 2000: 1) tekintik az „új" anyagikultúra-kutatás egyik jellemző vonásának, vagyis amellett érvelnek, hogy a diszciplináris keretek „idejét múltnak" tekinthetőek, mivel a tudományos kutatás számára inkább hátrányok és korlátok, semmint előnyök forrásai. Amíg az inter- és transzdiszciplináris megközelítésmód úgy definiálja magát a létező diszciplínákhoz képest, hogy elfogadja azok létezését, addig az anti- vagy posztdiszciplinaritás képviselői a diszciplináris létezést szükségtelennek és haszontalannak tartják.

Habár „egyetlen olyan diszciplína sem létezik, amely egyesítené az anyagi kultúra különböző megközelítésmódjait, és intézményi identitással ruházná fel azokat" (Tilley és mtársai 2006: 1), a modern anyagikultúra-kutatás mint koherens szemléletmód mégis vitathatatlanul jelen van a társadalomtudományi gondolkodásban és a tudományos termékek piacán. E szemléletmód „identitását" és integritását elsősorban nem a tudományként való létezés

biztosítja, hanem a – már említett – közös problémaérzékenység, elméleti-módszertani orientáció és fogalomkészlet, továbbá azok a publikációk, amelyekben az előbbiek testet öltenek. Ide tartoznak például

- a dolgok és a szubjektumok közötti viszonyrendszer általános aspektusaival foglalkozó munkák (lásd például Dant 1999, 2005; Boivin 2008; Miller 2005a: 1–50; Knappett 2005 stb.);
- az „új" anyagikultúra-kutatás egészével vagy egy-egy részterületével kapcsolatos eredmények áttekintésére vállalkozó kézikönyvek (lásd például Buchli 2002b; Tilley és mtársai 2006 stb.), könyvek és tanulmányok (lásd például Woodward 2007; Myers 2001: 3–61; Marcus–Myers 1995a: 1–55; Phillips–Steiner 1999a: 3–19);
- az olyan könyvsorozatok, mint a Routledge-nél megjelenő *Material Cultures* és *Collecting Cultures,* a Berg Publishers által gondozott *Materializing Culture,* a Duke University Press *Objects/Histories* című sorozata, vagy a budapesti Néprajzi Múzeum által publikált *Tabula*-könyvek, illetve *MaDok*-füzetek (lásd különös tekintettel: Fejős–Frazon 2004, 2005); valamint
- a vizsgált szemléletmódot képviselő, vagy ahhoz közel álló folyóiratok. Az előbbiek közül külön figyelmet érdemel a gyakran az „új" anyagikultúra-kutatás vezető nemzetközi fórumaként is emlegetett, 1996 óta megjelenő *Journal of Material Culture* (Sage), amelynek szerkesztői a University College London Antropológia Tanszékén működő Anyagi Kultúra Csoport (*Material Culture Group*) munkatársai. (E csoport egyike a vizsgált szemléletmód intézményesült intellektuális központjainak.) Az anyagi kultúra iránti érdeklődés megélénkülését jól mutatja az ezredforduló táján létrejött folyóiratok sora. Ide sorolható – csupán néhányat említve közülük – a Sage-nél megjelenő *Body & Society* (1994), *Journal of Visual Culture* (2001), *Journal of Consumer Culture* (2001), vagy a Berg Publishers által kiadott *Food, Culture and Society* (1997); *Textile* (2003); *Home Cultures* (2004); *Material Religion* (2005); *The Senses & Society* (2006); *The Journal of Modern Craft* (2008), a *Photography & Culture* (2008), a magyar nyelvű folyóiratok közül pedig a *Tabula* (1998, Néprajzi Múzeum). Jó néhány további, hosszabb múltra visszatekintő folyóirat is jelentős szerepet vállal az anyagikultúra-kutatás újabb eredményeinek publikálásában. (Ilyen például a *Winterthur Portfolio* [1966, Chicago University Press]; a *Journal of Consumer Research* [1974, Chicago University Press]; a *Museum Anthropology* [1976, Blackwell]; a *Media, Culture & Society* [1978; Sage]; a *Visual Anthropology Review* [1984, University of California Press]; a magyarországi folyóiratok közül pedig a *Replika* [1990, Replika Alapítvány]).

3. Problémaérzékenység, ami összeköt: kérdésfelvetések

Habár számos olyan kérdéscsoportról szó eshetne, amelyek vizsgálatában az „új" anyagikultúra-kutatás szemléletmódja meghatározó szerepet játszik, itt csupán néhányat említek meg ezek közül. (A szelekció természetesen nem mentes a szubjektivitástól, azaz tükrözi a válogató személyes érdeklődésének és tájékozottságának irányultságát és korlátait.) Megjegyzendő, hogy az alábbi kérdésfelvetések esetenként részlegesen átfedik egymást, és nem cé-

lom a hozzájuk kapcsolódó fontosabb kutatási eredmények és szakmai viták ismertetése – e tanulmány kizárólag arra vállalkozik, hogy néhány gyakran vizsgált, a szubjektumok és a dolgok közötti interakciók különböző aspektusaival kapcsolatos problémakör megemlítése révén felkeltse az olvasó érdeklődését a modern anyagikultúra-kutatás iránt. Az egyes témakörökhöz társított kötetek és tanulmányok értelemszerűen nem pótolhatják – példának okáért – a kritikai muzeológia vagy a globalizálódó művészeti piac egyre bővülő, könyvtárakat megtöltő szakirodalmát, csupán arra hivatottak, hogy kiindulópontként szolgáljanak az olvasó számára a további tájékozódáshoz.

a) A modern anyagikultúra-kutatás egyik központi kérdése *a személyek és a dolgok közötti határ(képzés)* problémája (vö. Dant 1999: 176–195; Keane 2006: 197–202; Miller 1994: 415–417). Hol és milyen kritériumok alapján jelölik ki különböző társadalmi és kulturális kontextusokban, illetve történelmi periódusokban a szubjektumokat a dolgoktól elválasztó szimbolikus határokat? Szükségszerű-e, hogy – a nyugati karteziánus hagyományt követve – a közöttük húzódó választóvonalat átjárhatatlan akadályként fogjuk fel? Mihez kezdjünk a dologszerű tulajdonságokkal rendelkező szubjektumokkal (lásd az árucikként értelmezett, dehumanizált rabszolga esetét), valamint az antropomorf(izált), a szubjektumokra jellemző vonásokkal (társadalmi nemmel, tulajdonnévvel stb.) felruházott, illetve a szubjektum „kiterjesztéseként" felfogott dolgokkal? (Ez utóbbiak kapcsán lásd a „[szét]oszthatóság személyiség" [*partible personhood*] főként Marilyn Srathern [1996, 1999] által kidolgozott fogalmát, amelyet a melanéziai társadalmakban általánosan elterjedtnek tekint. Vö. még Hoskins 1998: 9–13; Munn 1986.) A szubjektumok és a dolgok kultúraérzékeny viszonyrendszereiben hol kap helyet az emberi test, amely egyszerre jellemezhető szubjektum- és dologszerű tulajdonságokkal? A szubjektumok és a dolgok közötti határképzés problémája nagy jelentőségre tett szert többek között az abortusszal kapcsolatos társadalmi vitákban, amelyek kiindulópontja az embrió/magzat ontológiai státusával kapcsolatos dilemma: meddig tekintendő az embrió/magzat az élettelen dolgok egy típusának, és mikortól számít önálló személynek?

b) Az „új" anyagikultúra-kutatás intenzív érdeklődést mutat a társadalmi termékként felfogott *autentikusság, valamint annak megkonstruálása és társadalmi, gazdasági hasznosításának lehetőségei* iránt (vö. Cohen 1988; Lacy–Douglass 2002; Wang 1999). Közelebbről aziránt, hogy a különböző érdek- és értékközösségek milyen stratégiák és technikák segítségével, milyen kritériumok alapján és milyen motivációknak – gazdasági haszonszerzés, identitástervek stb. – engedve hozzák létre saját autentikusság-értelmezéseiket, elkülönítve az autentikus tárgyak, élmények vagy gyakorlatok csoportját a nem autentikusakétól. Az ide sorolható kutatások gyakran kérdeznek rá arra is, hogy miként jellemezhetőek a rivalizáló-versengő autentikusságolvasatok (és a mögöttük álló társadalmi csoportok) közötti dominancia-küzdelmek. Az autentikusságot ezért célszerű a társadalmi különbségtétel, azaz a dolgok és gyakorlatok – sohasem érdek- és értékmentes – osztályozásának ideológiájaként értelmeznünk, amely elválaszthatatlan az érték és a különbség politikájától. Az *autentikus* megkonstruálásának folyamatát e kutatások rendszerint olyan kontextusokban vizsgálják, mint a kulturális örökség- vagy az etnoturizmus (különös tekintettel a turista vagy reptéri művészetre; vö. Graburn 1976; Phillips 1998; Fejős–Szijártó 2000; Fejős–Szijártó 2003; Sz. Kristóf 2004), a múzeumi reprezentáció, vagy a nyugati művészetértelmezés és az általa uralt, globalizálódó művészeti piac (vö. Steiner 1994a; Marcus–Myers 1995b; Phillips–Steiner 1999b; Wherry 2006).

c) A bemutatott szemléletmódhoz kapcsolódó tanulmányok gyakran teszik fel azt a kérdést, hogy *a dolgok hogyan vesznek részt a szubjektumok és a társadalmi csoportok önmeghatározási kísérleteiben, vagyis identitásprojektjeiben?* A dolgokkal – és más szubjektumokkal – kialakított interakciók (például a fogyasztás) kontextusában hogyan hozunk létre, jelenítünk meg (materializálunk) és manipulálunk különböző (etnikai, nemzeti, lokális stb.) identitásokat, társadalmi határokat és viszonyokat? Hogyan jellemezhető az identitásszimbólumok körül kialakuló társadalmi konfliktusok természetrajza, a rivalizáló résztvevők által alkalmazott ideológiák és gyakorlatok csoportja? (Vö. a „szimbolikus konfliktusok" Harrison [1995] által kidolgozott négy típusával. Ezek közül a „tulajdonlási verseny" kapcsán lásd Feischmidt 2002; Magyari-Vincze 1999, illetve a repatriotizációról később írottakat.)

d) *A stílus, az ízlés és az esztétika politikája*. A modern anyagikultúra-kutatás élénken érdeklődik aziránt, hogy a kulturális és egyéb javak szelektív fogyasztása, illetve a fogyasztás módjának tudatos megválasztása révén hogyan szerveződnek fogyasztói ízlések és stílusok, ezek segítségével pedig fogyasztói (szub)kultúrák (például stílus- és márkaközösségek), valamint identitások (vö. a „szubkulturális tőke" fogalmával; Thornton 1995). Mi történik akkor, ha az olyan társadalmi egységek, mint a társadalmi osztály, az etnikai csoport vagy a nemzet, létrehozzák a fogyasztói ízlés vagy az esztétika rájuk jellemző – osztályjellegű, etnicizált vagy nemzetiesített – olvasatát, amelyet saját identitásszimbólum-készletük elemeként definiálnak? Az *etnicizált, nemzetiesített fogyasztói ízlés* vagy *esztétika* hogyan hasznosulhat a különbség politikájának eszközeként: miként járulhat hozzá a társadalmi csoportok közötti különbségek és szimbolikus határok létrehozásához, megjelenítéséhez és újratermeléséhez (vö. Bourdieu 1984; McCracken 1988)? E kérdéseket gyakran teszik fel például azok a szerzők, akik a nemzet és a nemzet iránti elkötelezettség fogyasztáson keresztüli megalkotásának és újratermelésének stratégiáit vizsgálják (vö. Foster 2002; Fox 2006; Caldwell, 2002); akik arra kíváncsiak, hogy az etnikai identitás szimbólumaiként értelmezett kulturális javak és kompetenciák (például az etnikai csoportokra jellemző művészeti stílusok stb.) milyen szerepet játszanak az etnikai identitáspolitikában; vagy akik a hétköznapi ellenállás (anyagi) kultúrájához (*politics of material resistance*), az *ellen*(tárgyi)*kultúra* fogalmához sorolható jelenségek elemzésére vállalkoznak. (Az utóbbiak kapcsán lásd például Steiner [1994b], valamint Hebdige [1979] klasszikus munkáját, illetve a *bricolage* technikáival foglalkozó egyéb írásokat.)

e) *Tárgyak és emlékezet* (*materializing memory*). A vizsgált szemléletmód képviselői gyakran kérdeznek rá arra, hogy milyen szerepet töltenek be az emlék(ezésre késztető)tárgyak a múlthoz való viszony megszervezésében és reprezentálásában, illetve manipulálásában (vö. Forty–Küchler 2001; Küchler 2002; Hallam–Hockey 2001; Kwint–Breward–Aynsle 1999; Saunders 2004). Hogyan megy végbe a gyakran rivalizáló, párhuzamos (nemzeti, etnikai, lokális stb.) történelemolvasatok materializálása (például emlékművek, emlékhelyek, utca- és térnevek, múzeumi kiállítások, megemlékezési szertartások segítségével), és hogyan zajlik ez a folyamat az egyéni életutak esetében (például az „életrajzi tárgyak" [*biographical objects*, vö. Hoskins 1998]: családi ereklyék, szuvenírek, fényképek révén; vö. Albano 2007; Rojek–Urry 1997; Hitchcock–Teague 2000; Fejős 2004; Rogan 2004; Otto–Pedersen 2004)? Miként válhatnak a múlt reprezentációinak tekintett tárgyak az emlékezés politikájának stratégiai eszközeivé (vö. Frazon–K. Horváth 2002; Feischmidt 2002), a történelem- és hagyományalkotás meghatározó elemeivé?

f) *Tárgy(kölcsön)hatások*. Az „új" anyagikultúra-kutatás jelentős figyelmet szentel a kultúraközi találkozási helyzetek nyomán kialakuló tárgy(kölcsön)hatások tanulmányozásának. Lásd például a kolonializációval/posztkolonializációval kapcsolatos olyan elemzéseket, amelyek azt vizsgálják, hogy a gyarmatosítók tárgyi kultúrája milyen hatást gyakorolt a lokális világokra és viszont: az afrikai, amerikai vagy ausztráliai „első nemzetekre" jellemző rituális és hétköznapi használati tárgyak, stílusok, formák és minták, vagy a tagjaikról készült fényképek hogyan jutottak el a gyarmatosítók otthonába, és ott milyen jelentés és érték társult hozzájuk? (Vö. Thomas 1991, 1994, 1999; Pinney–Peterson 2003; Lydon 2005; Hunt 2005 stb.) Az utóbbi néhány évtized kutatásai hasonlóképpen jelentős figyelmet szenteltek a tudástípusok, technológiák és egyéb árucikkek kulturális és társadalmi kontextusok közötti áramlásának. Jól szemléltetik ezt például azok a tanulmányok (vö. Miller 1998b: 169–188; Miller–Slater 2000; Wilk 1995; Foster 2008), amelyek a globalizáció kártékony hatásait hangoztató (gyakran a démonizálás stratégiáját alkalmazó, politikai és gazdasági érdekek által vezérelt) állásfoglalások ellensúlyozására törekedve azt vizsgálják, hogy a lokális életvilágok hogyan képesek a „saját hasonlatosságukra formálni", a lokális identitástervek konstitutív, hasznos részeivé alakítani a globalizáció olyan ikonjait, mint amilyen a Coca-Cola vagy az internet.

g) *Kontaktzónák: a reprezentáció és az érték politikája*. Az e szemléletmódhoz kapcsolódó kutatások egy része a tárgyak és személyek (valamint az utóbbiak különböző csoportjai: látogatók, kurátorok, szponzorok) közötti találkozások kontextusául szolgáló „kontaktzónák" (*contact zones*, Clifford 1997: 192, vö. Pratt 1992: 6–7) vizsgálatát tekinti feladatának. A múzeum – mint a legtöbbet tanulmányozott kontaktzóna – esetében többek között arra kérdeznek rá, hogy a kiállítótermekbe kerülő tárgyak a többszintű rekontextualizáció során milyen szimbolikus: a jelentés és érték dimenzióit érintő átalakulásokon mennek keresztül? A múzeumi reprezentáció hogyan válhat a politikai, etnikai vagy kulturális csoportok identitáspolitikai terveinek – az önmegmutatásért és az elismertetésért tett erőfeszítéseinek – eszközévé, illetve kontextusává, olyan korlátozott forrássá vagy „értékarénává" (Appadurai 1986 – lásd ebben a számban), amelynek felügyeletéért gyakran intenzív verseny alakul ki? A kritikai muzeológia kibontakozásának és egyre látványosabb társadalomtudományi térnyerésének fényében hogyan értelmezhető/értelmezendő újra a múzeum, mint társadalmi intézmény, valamint a különböző csoportok reprezentációs igényeinek „ütközőzónájában" tevékenykedő kurátor mint kulturális/társadalmi bróker tevékenysége? (A kritikai muzeológia könyvtárnyi irodalmából lásd például Karp–Lavine 1991; Greenberg–Ferguson–Nairne 1996; Kirshenblatt-Gimblett 1998; Macdonald 1998; Boswell–Evans 1999; Fejős 2003a, 2003b; Carbonell 2004; Marstine 2005; Pollock 2007; Karp–Kratz–Szwaja–Ybarro-Frausto 2006.) Az érték- és jelentés(újra)alkotás hasonló, bár ritkábban vizsgált kontaktzónái az aukciós házak (vö. Geismar 2001), valamint a művészeti galériák (vö. Velthuis 2003, 2005).

h) *Szerzőség, (intellektuális) tulajdon és copyright, valamint a kulturális örökség politikája*. Az utóbbi két-három évtizedben a társadalomtudományi kutatások egyre nagyobb figyelmet szentelnek a különböző társadalmi formációk (etnikai csoportok, nemzetek és államok) részéről megfogalmazott azon követelések, illetve az utóbbiak által kiváltott reakciók elemzésének, amelyek olyan anyagi formát öltő és intellektuális javak visszaszolgáltatására (repatriotizálására) irányulnak, amelyek egykor saját elődeik tulajdonát képezték, időközben azonban a kulturális vagy etnikai értelemben vett „másik" (múzeumok, egyetemek stb.) birtokába kerültek (vö. Harrison 1999; Sz. Kristóf 2004; Brown 2004; Glass 2004; Cuno 2008).

A visszakövetelt dolgok csoportja a javak számos típusát foglalja magában. Ide sorolhatóak – csak néhányat említve közülük – az antikvitás korából származó (görög, egyiptomi stb.), ma a nyugati múzeumok kiállítótermeiben látható tárgyi emlékek, az amerikai, afrikai vagy ausztráliai „első nemzetek" tagjaitól származó rituális kellékek és hétköznapi használati tárgyak, a gyarmatosítók által róluk készített fényképek, illetve az „első nemzetek" osztatlan közös tulajdonaként értelmezett művészeti technológiák, stílusok és motívumok. A visszakövetelés kétségtelenül identitás- és gazdaságpolitikai törekvés, amelynek célja a szóban forgó javak birtoklása, sokszorosítása és árucikké alakítása, valamint az előbbiektől remélt haszon feletti társadalmi felügyelet kisajátítása. (Ilyen haszonforma például az identitásreprezentáció és -revitalizáció lehetősége, a kérdéses javak korlátozott-irányított megtekintéséből [a kulturálisörökség-turizmusból stb.] származó bevételek csoportja stb.) A kisajátítás igénye nem nélkülözheti a legitimáció valamilyen formáját: ezt rendszerint a kulturális örökség és az elidegeníthetetlenség ideológiái biztosítják, vagyis az a gyakorlat, hogy a csoport a visszakövetelt javakat saját kulturális öröksége, identitásszimbólum-készlete elidegeníthetetlen elemeiként, kulturális vagy lokális identitása ikonjaiként definiálja (vö. a kulturális copyright fogalmával). A modern anyagikultúra-kutatás a repatriotizáció folyamata iránt nemcsak a javak különböző társadalmi és kulturális kontextusok, értékrezsimek[6] közötti mozgása, az identitás kérdését érintő aspektusok, valamint az árucikké alakíthatóság lehetősége miatt érdeklődik, hanem azért is, mert ez a folyamat rendszerint nem konfliktusmentes: a visszakövetelt, korlátozott forrást képező javak elosztása, elhelyezése és felügyelete kapcsán gyakran alakul ki „tulajdonlási verseny" (Harrison 1995) az érdekelt felek között.

i) *Művészet, dominancia, és a globalizálódó művészeti piac* (vö. Marcus – Myers 1995; Phillips–Steiner 1999b). A művészettel kapcsolatos, gyakran vizsgált kérdésfeltevések egyike röviden így összegezhető: a társadalmi, politikai és kulturális különbségek hogyan gyakorolnak hatást a művészet fogalmával kapcsolatos taxonómiákra, és viszont: az utóbbiak hogyan járulnak hozzá a társadalmi és politikai egyenlőtlenségek újratermeléséhez, „kimerevítéséhez" vagy naturalizálásához (vö. Bourdieu 1984)? Másként fogalmazva: a művészet (annak intézményrendszere, kánonjai stb.) és az esztétikai értékítélet hogyan hasznosulhat a hatalom technológiájaként (vö. Foucault 1980)? E kérdésfelvetések kiindulópontja az a tapasztalat, hogy a *művészet* – akárcsak az autentikusság – nem utolsósorban olyan *értékideológia,* amely számos szállal kötődik a politikai és társadalmi (erő)viszonyok rendszeréhez – annak ellenére is, hogy a művészeti kánonokat felügyelő csoportok igyekeznek elleplezni ezt, azt a látszatot keltve, mintha a művészet világa a társadalmi-kulturális gyakorlatok egy önálló, független területét alkotná. Ezzel szemben számos kutató (lásd például Steiner 1994a, Myers 2001) rámutatott arra, hogy a művészetet a nem művészettől elválasztó szimbolikus határ meghúzása, valamint a művészet kategóriáján belüli osztályok fontossági sorrendjének kijelölése nemegyszer olyan gyakorlat, amely a tárgyakhoz társított kultúrák és társadalmi csoportok közötti különbségek megjelenítésére és újratermelésére (is) szolgál.

Miért válhat a művészet a különbség politikájának meghatározó színterévé? Részben azért, mert a művészet nagyra értékelt kategóriájába tartozó javak korlátozott forrást képeznek. Amint arra Steiner (1996: 213; lásd még ebben a számban) is felhívja a figyelmet, a ritkaság fenntartásában a kánonteremtést felügyelő és az abból kiszoruló csoportok egyaránt érdekeltek, hiszen a művészetté nyilvánított javak értéktelítettségének, jövedelmező árucik-

6 Az értékrezsim (*regime of value*) fogalmának definícióját lásd Myers 2001: 14–15.

ké alakíthatóságának éppen a ritkaság az egyik forrása: „A művészettörténet kánonja, mint bármely más, taxonomikus hierarchián alapuló rendszer, csak akkor bír jelentéssel, és valójában csak akkor hatékony, ha kirekeszti a nem kanonizáltnak és alacsonyabb rendűnek tekintett dolgok nagy csoportját. (…) …a kanonizált képtelen lenne túlélni antitézise – a nem kanonizált nélkül" (Steiner 1996: 213). A művészet „hatalmi dimenziója" mindenekelőtt az osztályozás és a határképzés – gazdasági, politikai és társadalmi célok, illetve érdekek és értékek által (is) vezérelt – folyamataiban ragadható meg.

Mivel a „mit tekintsünk művészetnek/műalkotásnak?" kérdéssel kapcsolatos javaslatok, valamint a mögöttük meghúzódó érdekek és igények gyakran jelentős eltérést mutatnak,[7] a művészet esetenként vitatott tartalmú kategóriává, a kánont felügyelő, illetve az abból kiszoruló csoportok közötti konfliktusok színterévé, egyfajta szimbolikus „ütközőzónává" válik. Az „új" anyagikultúra-kutatás ezért a művészet fogalmát és a művészeti piacot hatalmi játéktérnek (is) tekinti, amely alkalmas a különböző társadalmi csoportok (például a gyarmatosítók és az afrikai, ausztráliai vagy észak-amerikai „első nemzetek") közötti dominanciaviszonyok megjelenítésére (materializálására), újratermelésére és – esetenként – azok manipulálására is.

Szemléletes példája az osztályozás hatalmának, valamint a politika és a Nyugat művészetértelmezése közötti kölcsönhatásnak az a folyamat, amelynek következtében a nem nyugati társadalmak kulturális termékeinek megítélése az utóbbi két-három évtizedben jelentős mértékben átalakult. Amíg e kulturális termékeket a nyugati művészet kategóriáját felügyelő csoportok korábban nem tekintették művészetnek, vagy a művészet egy alacsony presztízsűként, marginálisként definiált kategóriájába sorolták (a „primitív művészetébe"), az 1970-es évektől egyre többen vetették fel e gyakorlat tarthatatlanságát. A „primitív művészet" kifejezés helyett olyan terminusok jelentek meg, mint a „nem nyugati művészet" (*nonwestern art*), a „törzsi művészet" (*tribal art*), vagy – újabban – az „őslakos művészet" (*indigenous art*), a „kis létszámú népek művészete" (*art of small-scale societies*), vagy az „első nemzetek művészete" (*First Nations' art*), és egyre határozottabban fogalmazódott meg az az igény, hogy gondolják újra a nyugati művészetkoncepciót úgy, hogy abban az „első nemzetek" kulturális termékei is a Nyugatéihoz hasonló helyet és megbecsülést kapjanak (Myers 2006a: 267–268). Mi indította el ezt a folyamatot?

Ahogyan az „első nemzetek" kulturális javai a gyarmatosító hatalmak hierarchikus társadalom- és kultúraszemlélete (az „első nemzetekhez" és kultúrájukhoz társított olyan értékelő jelzők, mint a „primitív", a „civilizálatlan" vagy a „fejletlen") miatt szorultak ki a Nyugat által felügyelt művészet fogalmából vagy kerültek a „primitív művészet" kategóriájába, azok szimbolikus rehabilitációját is egy „külső", társadalmi-politikai változás idézte elő: a gyarmatosítás társadalmi megítélésének gyökeres átalakulása. Ez a folyamat nem utolsósorban az „első nemzetek" kulturális és politikai érdekvédelmi szervezeteinek tevékenységére, valamint a (poszt)kolonializáció gyakorlatával és hatásaival foglalkozó társadalomtudományi kutatásoknak szánt figyelem növekedésére vezethető vissza.

A gyarmatosítás újraértékelése a Nyugat felügyelete alatt álló művészetfogalom újrafogalmazásához vezetett: annak beismeréséhez, hogy a nyugati modernizmus esztétikai doktrínája (a tárgyak formai-anyagi aspektusainak primátusát hangsúlyozó művészetfogalom;

7 Ugyanez a helyzet a múzeumi reprezentáció kapcsán felmerülő „Mit tekintsünk kiállításra érdemes darabnak?" kérdés esetében is.

vö. Myers 2006a: 271) csak egy a számos, egymás mellett létező művészetértelmezés közül, annak univerzalizálása: egyetemes „zsinórmértékként" definiálása pedig tarthatatlan gyakorlat. Éppen ezért „a posztmodern kritikusok egy a »művészettel« kapcsolatos kevésbé lineáris, decentralizáltabb értelmezés szükségessége mellett érveltek – amely a »művészetet« kevésbé egységesnek és többszörös történelemmel rendelkezőnek tekinti…" (Myers 2006a: 271., vö. uo. 273).

E folyamat eredményeként a „művészet kánonjának" nyugati kapuőrei az afrikai, ausztráliai vagy észak-amerikai „első nemzetek" tárgyi kultúrájának számos elemét (lásd például az ausztráliai pintupik akrilfestményeit [vö. Myers 2002; 2006b]) rekontextualizálták, vagyis „új" helyet és pozicionális értéket társítottak hozzájuk a dolgok világán belül: azok a „nem művészet" (antropológiai lelet, egzotikus kuriózum, szuvenír) vagy a „primitív művészet" kategóriájából a „nagyra becsült, magasztos" művészet (*high art*) kategóriájába kerültek át, és ezzel párhuzamosan egyre nagyobb jelentőségre tettek szert a globalizálódó művészeti piacon (az aukciósházakban, művészeti galériákban). (E folyamat különböző aspektusairól lásd: Myers 2002; Errington 1998; Satov 1997; Steiner 1994a; Clifford 1988; Price 1989; Merlan 2001.) A szimbolikus rehabilitáció nyomán a művészet az „első nemzetek" identitáspolitikai törekvéseinek is hangsúlyos, pozitív eszközévé, illetve színterévé vált. Amint azt Graburn és Glass (2004: 109)[8] megjegyzik: „a gyarmatosított társadalmak tagjai és művészei oda jutottak (…), hogy a csak mostanában hangoztatott »művészi képességeik«, valamint művészeti termékeik tartalma alapján határozzák meg önmagukat. (…) a művészi erőfeszítések gyakran megkönnyítik azt, hogy újradefiniálják önmagukat, és helyet találjanak – politikai, kulturális és gazdasági értelemben egyaránt – a nagyvilág összetett viszonyrendszerében; ezért a művészeti termékeket »a gyengék fegyverének« is nevezhetjük (Scott 1985)."

A „primitív művészettel" kapcsolatos vitában idővel jelentős hangsúlyeltolódás következett be: annak fókuszába maga a „primitív" kategóriája, illetve a „primitivizmus" került. Amint arra többen is rámutattak, ez a polémia korántsem csak az utóbbi fogalmakról szólt, hanem legalább annyira a Nyugat önképéről és a modernségről/modernitásról, mint ideológiai konstrukcióról, mivel a Nyugat többek között épp az általa megalkotott „primitívvel" szemben határozta meg önmagát.[9]

Az „új" anyagikultúra-kutatás – nemcsak az „első nemzetek" művészete iránti érdeklődése miatt – jelentős figyelmet szentel a globalizálódó művészeti piacon megfigyelhető folyamatok vizsgálatának. Mi és hogyan szabályozza a (potenciális) műalkotások kulturális és társadalmi kontextusok közötti áramlását, a keresleti és a kínálati viszonyokat? Hogyan hatnak a galériatulajdonosok, gyűjtők és kereskedők várakozásai és igényei a helyi (művészeti) termelésre, és viszont: a kínálati oldalon található alkotók, valamint a helyi szinten tevékenykedő kereskedők képesek-e befolyásolni a műtárgypiac folyamatait, és ha igen, hogyan és milyen mértékben? A művészet iránt érdeklődő kutatók gyakran teszik fel azt a kérdést is, hogy miként viszonyul a „magas művészet" (*high art*) a turista vagy reptéri művészethez, valamint a giccs kategóriájához (vö. Lindquist 2002; Binkley 2000).

---

8 Bevezető ahhoz a lapszámhoz, amely a „Beyond Art/Artifact/Tourist Art: Social Agency and the Cultural Value(s) of Objects" címmel 2002 novemberében az Amerikai Antropológiai Társaságban megrendezett konferencia előadásait tartalmazza.

9 A „primitív művészetet" érintő vita fontos állomása volt a New York-i Museum of Modern Art 1984-ben megrendezett kiállítása, amely az alábbi címet viselte: „»Primitivizmus« a huszadik századi művészetben – a törzsi és a modern hasonlósága". Lásd ennek kapcsán Flam–Deutch 2003, illetve Myers 2006a.

j) *A tárgyak társadalmi élete* (Appadurai 1986 – lásd ebben a számban) *és kulturális életrajzai.* Az 1980-as évek közepén Kopytoff (1986 – lásd ebben a számban; vö. Dant 1999: 130–152) tanulmánya nyomán számos kutató kezdte el alkalmazni az addig a személyekhez társított „életrajzi módszert" a tárgyak esetében is. Tanulmányaikban arra tesznek kísérletet, hogy rekonstruálják és/vagy dokumentálják egy konkrét tárgy(típus) társadalmi karrierjét az előállítástól a forgalomból való kivonásig vagy megsemmisülésig (avagy az életút egy rövidebb szakaszát) – ráirányítva a figyelmet a tárgyak társadalmi létének dinamikusabb aspektusaira. Közelebbről arra, hogy a bennünket körülvevő tárgyak nem egy „kimerevített" pillanatban, más tárgyaktól és a szubjektumoktól elszigetelten, passzívan és mozdulatlanul léteznek, hanem az őket használó egyénekhez és csoportokhoz kapcsolódó gyakorlatok és tervek sora *szerveződik köréjük*, illetve *alakul ki miattuk*. Az „életrajzi perspektíva" éppen azt teszi kimutathatóvá, hogy társadalmi karrierjük során a tárgyak milyen szimbolikus és anyagi tulajdonságaikat érintő átalakulásokon mennek keresztül: hogyan és miért módosulnak a hozzájuk társított (gazdasági, érzelmi vagy identitás-)értékek, jelentések és funkciók. E transzformációk végbemehetnek egy konkrét értékrezsim keretei között (az értékrezsim átalakulásának eredményeként), de oly módon is, hogy a tárgy az egyik értékrezsimből egy másikba kerül át, ahol „új" pozicionális értékek, jelentések és funkciók társulnak hozzá (vö. Berta 2006).

A tárgyéletrajzok vizsgálata újfent emlékeztet arra, hogy a dolgok nem periferiális jelentőségű résztvevői a szubjektumok életének és önmeghatározási kísérleteinek, hanem azok fókuszába is kerülhetnek. Emellett arra is rávilágít, hogy nemcsak a szubjektumok rendelkezhetnek cselekvőképességgel, hanem a dolgok is „képesek" arra, hogy hatást gyakoroljanak a szubjektumokra: cselekvésre késztessék őket, vagy különböző reakciókat (érzelmi kötődést, hiány- és veszteségérzetet stb.) váltsanak ki belőlük. Másként fogalmazva: „képesek" arra, hogy „mozgásba hozzák" a szubjektumokat és csoportokat, és a társadalmi folyamatok dinamikájának forrásaivá váljanak.

k) *Tárgyidentitások és a tárgyak identitáspolitikája* (Berta 2008b – lásd ebben a számban). A tárgyidentitás kifejezés megjelenése az „új" anyagikultúra-kutatás szemléletmódját alkalmazó tanulmányokban (vö. Hoskins 2006; Domańska 2006; Berta 2008b – lásd ebben a számban) elsősorban arra a felismerésre vezethető vissza, hogy identitásainkat gyakran a tárgyhasználat médiumán keresztül konstruáljuk és jelenítjük meg, és eközben a dolgokat nemegyszer oly módon is perszonifikáljuk, hogy a személyekre jellemző identitásokat társítunk hozzájuk. Amikor tárgyakat vagy technológiákat genderizálunk, vagyis „férfiként" vagy „nőiként" beszélünk róluk, etnicizálunk vagy nemzetiesítünk (etnikai/nemzeti karakterrel ruházunk fel), helyiként (a lokalitás szimbólumaként) határozunk meg, voltaképpen társadalmi és kulturális identitásokat tulajdonítunk nekik. Emellett számos olyan társadalmilag konstruált, a dolgok rendszerezésére szolgáló tárgyosztályra is érdemes tárgyidentitásként tekintenünk, amelyekhez nem kapcsolódik a perszonifikáció mozzanata (ide sorolható például az árucikk, a műalkotás vagy az elidegeníthetetlen javak kategóriája). Az „új" anyagikultúra-kutatás hangsúlyos feladatának tekinti a tárgyidentitások kulturális definícióinak összehasonlítását (hogyan értelmezik különböző kontextusokban az etnicizált vagy a nemzetiesített javak, a luxus- vagy a tömegcikk fogalmát stb.), illetve a tárgyidentitás-váltások vizsgálatát (az elidegeníthetetlen vagy egyedi kulturális javak árucikké alakításának különböző stratégiáit, vagy azt, hogy miként lesz a tárgyi leletekből [hétköznapi használati tárgyakból vagy rituális kellékekből] egyedi műalkotás).

Az elmúlt évtizedben egyre többen kérdeztek rá például arra, miben és mennyire térnek el egymástól a *hasznosíthatóság* versus *hasznavehetetlenség* (hulladék), illetve az *újrahasznosíthatóság* kulturális értelmezései. E kérdésfelvetés eredményeként irányult a figyelem a használtcikk-kultúrák (*second-hand cultures*; vö. Gregson–Crewe 2003) olyan megjelenési formái felé, mint az olcsó használt cikkeket árusító jótékonysági üzletláncok (*charity shops*; lásd a haldoklógondozással foglalkozó szervezetek támogatására szakosodott üzleteket az Egyesült Királyságban), vagy azok a hétvégenként, többnyire a szabadban (iskolaudvaron, parkolókban stb.) szerveződő alkalmi használtcikk-piacok, ahova az „árusok" autóik csomagtartójában hozzák – és gyakran onnan is értékesítik – portékáikat az érdeklődőknek (*car boot sale*). Ugyancsak a használtcikk-kultúrákhoz sorolható a régiségkereskedelem, vagy a különböző tárgytípusok gyűjtésére specializálódott gyűjtők tevékenysége.

A fentiekkel összhangban amellett érvelek, hogy nemcsak a személyek és társadalmi csoportok, de a dolgok esetében is beszélhetünk identitáspolitikáról (vö. Berta 2008b – lásd ebben a számban). Az utóbbi kifejezés itt egyrészt azon stratégiák és technikák megjelölésére szolgál, amelyek egy konkrét tárgy identitásrepertoárjának (származásának, kulturális életrajzának; etnikai vagy társadalmi nemi identitásának stb.) manipulálására irányulnak. E törekvések célja rendszerint az identitáshamisítás, vagyis az, hogy a kérdéses tárgy egy olyan tárgykategória elemeként tűnjön fel, amelynek valójában nem része, vagy egy olyan konkrét tárggyal azonosítsák, amellyel nem azonos. (Lásd például a képzőművészeti alkotásokkal kapcsolatos hamisításokat [vö. Jones 1990, 1992; Radnóti 1995], a márkahamisítás eseteit [vö. Jamieson 1999], valamint a tárgyak etnikai identitásának vagy eredetének manipulálására irányuló kísérleteket [lásd Berta 2008b – ebben a számban –, illetve Steiner 1994a].)

Másrészt a tárgyak identitáspolitikájának azok a társadalmi vagy szakmai viták is részét képezik, amelyek egy tárgy(típus) valamely identitása miatt alakulnak ki. Amikor egy település lakói a lokalitástudat megkonstruálására és materializálására törekedve saját érdekeiket és értékeiket előtérbe helyező, egymással rivalizáló kisebb csoportokba tömörülnek azért, hogy eldöntsék, mely tárgy(típus) lenne a legalkalmasabb arra, hogy a lokális identitás autentikus szimbólumává váljon, éppen ez a helyzet. A tárgyak identitáspolitikájához sorolhatóak azok a jelentésdefiníciós küzdelmek is, amelyek az előállítók, kereskedők és fogyasztók különböző köreit tömörítő érdekcsoportok között folynak azzal kapcsolatban, hogy hol húzandó meg a művészet vagy az árucikk kategóriájának határa: mely dolgok válhatnak e kategóriák részévé (és részesülhetnek a hozzájuk társuló jelentésekből és értékekből), illetve melyek szorulnak ki onnan (vö. a „Művészet, dominancia és a globalizálódó művészeti piac" című résszel, valamint Steiner e számban olvasható írásával).

l) *A technológia, mint anyagi kultúra.* Az „új" anyagikultúra-kutatás nagy gondot fordít a technológiák és a társadalom/kultúra kapcsolatának, egymásra gyakorolt hatásának értelmezésére. Közelebbről annak vizsgálatára, hogy az új technológiák megjelenése és elterjedése milyen társadalmi változásokat idéz elő (a helyváltoztatás újabb technológiái hogyan járultak hozzá a turizmus különböző formáinak kialakulásához, és tették azokat hétköznapi árucikké; az internet elterjedése nyomán hogyan jönnek létre az „elképzelt közösségek" [Anderson 1983] újabb típusai, illetve hogyan nyer új jelentést a transznacionalizmus vagy a diaszpóra fogalma stb.), valamint arra, hogy a társadalmi és piaci igények hogyan gyakorolnak hatást a technológiai fejlődésre. A leggyakrabban tanulmányozott területek kétségtelenül a kommunikációt és a térbeli mobilitás gyakorlatát érintő technológiai újításokkal kap-

csolatosak (a televízióval [vö. Allen–Hill 2004], a rádióval [vö. Skuse 2005], a számítógéppel, a mobiltelefonnal [vö. Horst és munkatársai 2005], az internettel [vö. Miller–Slater 2000; Smith–Kollock 1999] és a személyautókkal [vö. Miller 2001]).

E kutatások ugyanakkor a technológia-kritikának is jelentős figyelmet szentelnek. Vizsgálják például az új technológiák társadalmi kapcsolatokra gyakorolt hatásait, vagy azt, hogy a technológiák globalizálódása (lásd például a gyorsétterem-hálózatok elterjedését) részt vesz-e, és ha igen, milyen módon a gazdaságilag kevésbé fejlett régiók „szimbolikus gyarmatosításában", a Nyugat hegemóniájának, a világrészek közötti társadalmi és gazdasági egyenlőtlenségeknek a kialakításában és újratermelésében. Ugyancsak gyakran kérdeznek rá arra, hogy a különböző árucikkek (keleti szőnyegek, képzőművészeti alkotások, „nemzeti ételek" stb.) mellett hogyan válnak társadalmilag jelöltté (az etnikai, lokális vagy nemzeti identitás markerévé stb.) az előállításuk során alkalmazott technológiák is. Hogyan jönnek létre a *nemzeti* vagy *etnotechnológiák* (vö. Banerjee–Miller 2003; Küchler–Were 2005a; Esterik 1999), és miként járulnak hozzá különböző identitásprojektekhez, illetve alakíthatók át jövedelmező árucikkekké (lásd például a „nemzeti" recepteket és szakácskönyveket [vö. Appadurai 1988; Keller Brown–Mussell 1984; Cwiertka 2007] stb.)?

m) *A dolgok anyagi aspektusai és az érzékelés/észlelés kultúrái.* Amint arról a tanulmány második részében már esett szó, az „új" anyagikultúra-kutatás intenzíven érdeklődik aziránt, hogy a dolgok anyagi tulajdonságai (forma, szín, anyag, tartósság stb.) milyen szerepet játszanak a szubjektumok és a dolgok közötti interakciókban: mikor és miért társítanak jelentést hozzájuk, e tulajdonságok hogyan „befolyásolják" a szubjektumok dolgokra irányuló választásait (vö. Miller 2005b; Fejős–Frazon 2007). Ezzel összhangban az utóbbi néhány évtizedben egyre több kutatás (vö. Howes 2003, 2004; Classen 1993; Edwards–Gosden–Phillips 2006) szentelt figyelmet annak, hogy egyes kulturális vagy társadalmi változók (lokalitás, társadalmi nem, etnikai identitás stb.) miként befolyásolják az érzékelés/észlelés folyamatait. Hogyan jellemezhetőek és miben térnek el egymástól az érzékelés/észlelés (szub)kultúrái (lásd például a társadalmicsoport-specifikus testképkoncepciókat; a színek társadalmi nemi, kulturális vagy etnikai alapon szerveződő jelentéseit; valamint azokat a zenei vagy a képzőművészeti alkotások egy csoportja köré szerveződő ízlésközösségeket, amelyek identitását és belső kohézióját a fogyasztás sajátos módja biztosítja)?[10]

A közelmúltban egyre több kutató érdeklődését keltette fel a materiális és az immateriális, vagyis az anyagi formát öltő és az absztrakt dolgok (érzések, emlékek, transzcendens világok stb.) viszonya. Az ide sorolható kutatások egyöntetűen kritikával illetik azt a – szakmai diskurzusokban és a közbeszédben egyaránt gyakran felbukkanó – véleményt, miszerint a materiális és az immateriális egymást kizáró minőségek, azok viszonya pedig kizárólag oppozícióként értelmezhető. Ezzel szemben amellett érvelnek, hogy a materiális és az immateriális egymást feltételező és kiegészítő kategóriák, amelyek kölcsönösen megvilágítják és értelmezik, illetve formálják egymást. Az *immateriális világok anyagi kultúrái*val foglalkozó kutatások gyakran teszik fel azt a kérdést, hogy az anyagi formát öltő dolgok milyen szerepet játszanak az immateriális világok megjelenítésében, érzékelhetővé és észlelhetővé tételében

10 Lásd az érintéssel (Classen 2005; Pye 2007), a szaglással (Classen–Howes–Synnott 1994; Drobnick 2006), a hangokkal/hallással (Bull–Back 2003), az ízl(el)éssel (Korsmeyer 2005), vagy a vizuális kultúra (Mirzoeff 2002) különböző aspektusaival foglalkozó írásokat. Vö. a *Senses & Society* című folyóirat tanulmányaival.

(lásd a transzcendens világ[ok] anyagi kultúráit: a szakrális segédeszközöket és épületeket; vö. a *Material Religion* című folyóirat tanulmányaival, vö. Miller 2005b), valamint a velük folytatott kommunikációban (lásd a transzcendensnek felajánlott áldozatokat stb.). Másrészt hangsúlyozzák az olyan kutatások szükségességét, amelyek annak értelmezésére irányulnak, hogy az immateriális világok hogyan gyakorolnak hatást a nem közvetlenül őket reprezentáló dolgokra, értékpreferenciákra és gyakorlatokra. Ez utóbbi folyamattal foglalkozik például Maurer (2005) tanulmánya, amely azt mutatja be, hogy a transzcendenssel kapcsolatos iszlám elképzelések hogyan befolyásolják az iszlám bankok pénzügyi tevékenységét (például a kölcsönügyleteket).

n) *A test mint tárgy: esztétizálás és kommodifikáció.* A test nemcsak az érzékelésnek/észlelésnek tulajdonított jelentőség miatt vált az „új" anyagikultúra-kutatás hangsúlyos kutatási területévé, hanem kulturális meghatározottsága és az esztétizálás, illetve az árucikké alakítás gyakorlata iránti érdeklődés miatt is. Az előbbi kapcsán többnyire azt vizsgálták, hogy milyen stratégiák és technikák segítségével megy végbe, illetve hogyan hasznosul a test esztétizálása. Számos kutatás értelmezte például a „második bőrként" is definiált öltözködéshez (vö. Küchler–Were 2005b; Küchler–Miller 2005), a tetováláshoz (vö. Gell 1993; Pitts 2003; Thomas–Douglas–Cole 2005), illetve a testékszerekhez társuló kulturális és társadalmi jelentéseket, vagy a testtervezés és -karbantartás olyan esztétikai szempontok által (is) vezérelt formáit, mint a testtudatos táplálkozás vagy a plasztikai sebészeti beavatkozások csoportja.

A test árucikké alakításának különböző formái ugyancsak számos kutatást inspiráltak. Részletesen vizsgálták például a kommodifikált emberi test és a divatvilág kapcsolatát, de az áruba bocsátás olyan kevésbé magától értetődő, ritkábban tanulmányozott típusait is, mint a prostitúció (vö. Ichinosawa 2007), a szentté vagy boldoggá avatott személyek gyógyító erejűnek tekintett, ereklyeként tisztelt földi maradványaira specializálódott kereskedelem (vö. Geary 1986; Geisbusch 2007), a megélhetési stratégiaként szolgáló mozgáskultúrák csoportja (lásd a balettet; vö. Wulff 1998), vagy a test miniatürizált másolataiként értelmezhető Barbie-babák árucikk-kultúrája (vö. Rogers 1999; Chin 1999; Phillips 2002). Az utóbbi néhány évtizedben az új biotechnológiák elterjedése nyomán a(z emberi) biotőke (*biocapital*, vö. Rajan 2006) is egyre nagyobb gazdasági jelentőségre tett szert, és a test kommodifikációjának olyan, eddig ismeretlen formái jelentek meg, amelyek újabb lendületet adtak a szubjektumokat a dolgoktól elválasztó határ természetének és kijelölésének kérdésével, valamint a test státusával kapcsolatos korábbi társadalomtudományi vitáknak. Ide sorolhatóak például a „szövetgazdaságok" (*tissue economies*, vö. Waldby–Mitchell 2006) olyan típusai, mint a szervfelajánlás és -kereskedelem (vö. Scheper-Hughes 2000; Scheper-Hughes–Wacquant 2003; Wilkinson 2003; Ben-David 2005; Appadurai 2005; Leach 2005), a petesejt-adományozás gyakorlata, a spermabankok vagy a béranyaság (vö. Kopytoff 1986 – lásd ebben a számban).

o) Az „új" anyagikultúra-kutatás iránt érdeklődő antropológusok, művészettörténészek, geográfusok és szociológusok egyre gyakrabban kérdeznek rá arra, hogy milyen szerepet töltenek be a szubjektumok és társadalmi csoportok életében a *tájak és tájreprezentációk*. Hogyan teszik társadalmilag jelöltté a tér egyes szegmenseit: miként strukturálják, illetve „népesítik be" anyagi formát öltő dolgokkal (épületekkel, emlékművekkel, határjelekkel stb.), valamint jelentésekkel, értékekkel és emlékekkel azokat a különböző egyének és csoportok, és e gyakorlatok révén hogyan hozzák létre a tér nemzetiesített, etnicizált, politikai vagy lokális változatait (vö. Bender 1999, Ilyés 2004)? Az utóbbi másfél évtizedben számos kutatás

foglalkozott például azzal, hogy a nemzeti tájak hogyan hasznosulhatnak szimbolikus, illetve gazdasági erőforrásokként a honvágy-, a kulturális örökség- és az ökoturizmus keretei között, akárcsak azzal, hogy a szocialista országok politikai elitje milyen technikák és stratégiák segítségével hozta létre az átpolitizált, ideológiai „termékként" felfogott teret, illetve hogyan hasznosította azt. Ez utóbbi kutatások rámutattak arra, hogy a domináns politikai ideológia hogyan materializálta, naturalizálta, propagálta és reprodukálta önmagát a nyilvános terek strukturálása és megjelölése révén (az utcanév-választás stratégiáitól az ideológiai üzenetet hordozó köztéri emlékművek felállításán át a szocialista építészetig), a magánszférához tartozó terek kialakításának részleges felügyelete segítségével (lásd a lakótérszerkezettel, a lakberendezési stílussal és tárgyakkal kapcsolatos szocialista „irányelveket"), valamint a szocialista táj művészeti reprezentációit felhasználva (lásd például az e tárgyú képzőművészeti és irodalmi alkotásokat). (Vö. Buchli 2000; Reid– Crowley 2000; Reid 2000; Crowley–Reid 2002; Dobrenko–Naiman 2005).

p) Az „új" anyagikultúra-kutatás szemléletmódját alkalmazó, legkidolgozottabb és leggyakrabban vizsgált területek egyike kétségtelenül a *fogyasztáskutatás*é. Az, hogy itt csupán egy rövid bekezdés erejéig esik szó róla, két okkal magyarázható. Egyrészt azzal, hogy a fogyasztás különböző aspektusaival érintőlegesen már a korábbi téma- és kérdésfelvetések egy része is foglalkozott, másrészt azzal, hogy a közelmúltban épp a *Replik*ában jelent meg a fogyasztói társadalom és kultúra kérdéseit érintő egyik legrészletesebb magyar nyelvű áttekintés (Simányi 2005), valamint egy ahhoz kapcsolódó, hiánypótló fordításblokk (lásd a 2005/51–52. számban. Vö. a *Replika* 1996/21–22. számában megjelent „Fogyasztás és kultúra. Fogyasztás, idő, történelem" című, illetve az 1997/26. számban található, „A fogyasztói szocializmus" címet viselő tanulmányblokkal).

4. Tárgy-transzformációk: határátlépés, életrajz, identitás

A *Replika* e számában olvasható tanulmányokat a tárgyak jelentését, értékét érintő transzformációk és a tárgyak körül kibontakozó társadalmi, kulturális és gazdasági folyamatok iránti érzékenység, valamint a tárgyak különböző használati kontextusok és értékrezsimek közötti mozgásával kapcsolatos érdeklődés fűzi össze. Habár eltérő módon és mértékben, de valamennyi tanulmány megkülönböztetett figyelmet szentel a dolgok kulturális életrajzainak.

Appadurai és Kopytoff itt közölt írásai eredetileg az „új" anyagikultúra-kutatás egyik intellektuális mérföldkövének számító tanulmánygyűjteményben, *A dolgok társadalmi életé*ben [*The Social Life of Things*] jelentek meg 1986-ban. Egyetérthetünk Graeber (2001: 30) megjegyzésével, miszerint „ha létezik olyan tanulmány, amelyről elmondható, hogy a legnagyobb hatást gyakorolta arra a módra, ahogyan az antropológusok mostanában az érték mibenlétéről beszélnek, az kétségtelenül Arjun Appadurai »Az áruk és az érték politikája« című munkája…". *A dolgok társadalmi élete* társadalomtudományi jelentőségét jól mutatja az a Wim van Binsbergen és Peter Geschiere (2005) által szerkesztett, főként Afrikára fókuszáló terjedelmes tanulmánygyűjtemény is [*Commodification: Things, Agency and Identities (The Social Life of Things Revisited)*], amely egyrészt az Appadurai szerkesztette kötet társadalomtudományokra gyakorolt hatásának elemzésére vállalkozik, másrészt a kommodifikáció kulturális és társadalmi dinamikáját megvilágító újabb tanulmányok sorát gyűjti össze.

Appadurai és Kopytoff tanulmányai egyrészt azért váltak hallatlanul népszerűvé (nemcsak a modern anyagikultúra-kutatás szemléletmódját képviselő kutatók körében), mert szerzőik olyan gondolatébresztő, inspiratív elemzői kategóriák sorát alkották meg és „emelték be" a társadalomtudományi diskurzusokba, amelyek hasznos elemeivé váltak a dolgok és a szubjektumok viszonyával foglalkozó értelmezések fogalmi eszköztárának. Appadurai tanulmányának köszönhető például az 'értékrezsim' (*regime of value*), az 'érték és a fogyasztás politikája' (*politics of value and consumption*), az 'értékverseny' (*tournament of value*), és a 'dolgok társadalmi élete' (*social life of things*) kifejezések meghonosítása,[11] amíg a 'dolgok kulturális életrajza' (*cultural biography of things*) terminus Kopytoff nevéhez fűződik. Appadurai és Kopytoff írásainak tudományos jelentősége és vonzereje ugyanakkor – e fogalmak bevezetésén túl – szemléletformáló jellegükből is fakad, vagyis abból, hogy újszerű, dinamikusabb perspektívát kínálnak a dolgok és a szubjektumok közötti interakciók, valamint a tárgytranszformációk értelmezéséhez. E perspektíva hangsúlyos eleme az életrajzi módszer, amely – érvelnek a szerzők – a dolgok vizsgálata során is eredményesen alkalmazható. Kopytoff (1986: 66–67 – lásd ebben a számban: 109) szerint akkor, ha

> …egy dolog életrajzával foglalkozunk, hasonló kérdéseket tehetünk fel, mint a személyek életrajzával kapcsolatban: szociológiai értelemben milyen életrajzi lehetőségek kapcsolódnak a kérdéses dolog „státuszához" az adott kultúrában és időszakban, illetve azok milyen módon valósulnak meg? Honnan származik az adott dolog, és ki készítette? Milyen életutat járt be idáig, és mit tekintenek az emberek az ilyen dolgok ideális életútjának? Milyen „korokat" vagy periódusokat különítenek el a dolog „életében", és milyen kulturális markereket társítanak azokhoz? Hogyan változik a dolog használata az idő előrehaladtával, és mi történik vele akkor, amikor használhatóságának végére ér?

Az életrajzi megközelítés képviselői abból a feltételezésből indulnak ki, hogy a tárgyak – miközben előállításuk pillanatától eljutnak a használatból való végleges kivonásig – nemcsak arra képesek, hogy materializálják tulajdonosaik életútját, vagyis „emléktárgyakká", életrajzi tárgyakká váljanak, hanem eközben maguk is szert tehetnek társadalmilag konstruált életrajzokra. Ezek az életrajzok a tárgy társadalmi karrierjének számos mozzanatát magukban foglalhatják: az előállítás helyétől és idejétől a tulajdonosok során át a tárgy használati kontextusok és értékrezsimek közötti vándorlásáig, a tárgy jelentésében és értékében bekövetkezett fontosabb változásokig, valamint azoknak a társadalmilag konstruált tárgykategóriáknak (árucikk, identitásszimbólum stb.) a soráig, amelyekbe a tárgyat életútja különböző periódusaiban használói besorolták. Amint arra Appadurai felhívja a figyelmet, az egyes tárgyak egyedi kulturális életrajzait érdemes elkülöníteni az egyes tárgykategóriák vagy tárgyosztályok (például a műalkotás, az ereklye) társadalmi karrierjétől (bár ez korántsem mindig egyszerű feladat), mivel ez utóbbiak vizsgálata tágabb időintervallumot átfogó perspektívát igényel, és részben eltérő természetű következtetések levonására ad alkalmat. A tárgyéletrajzok azonban más rendezőelvek mentén, például az alapján is csoportosíthatók, hogy a bennük dokumentált eseményekre egy konkrét kulturális vagy társadalmi kontextus határain belül került-e sor, vagy azokat jórészt a tárgyak *szimbolikus határ*átlépései: kulturális vagy társadalmi kontextusváltásai idézték elő (vö. Berta 2006).

Az életrajzi megközelítés újszerűsége, „magyarázó ereje" elsősorban abban rejlik, hogy olyan perspektívát kínál, amely alkalmas a tárgyak szimbolikus és anyagi metamorfózisai-

11 Appadurai tanulmányának kritikáját lásd Graeber 2001: 30–33.

nak, valamint az értékrezsimek és kontextusok közötti mozgásának nyomon követésére, vagyis képes a tárgyakkal kapcsolatos folyamatszerűség és dinamika észlelésére és megragadására – így lehetővé teszi a szubjektumok és a dolgok közötti interakciók mélyebb megértését.

Miközben Appadurai és Kopytoff az árucikké alakítás, illetve az egyedivé tétel (szingularizálás) társadalmi dinamikáját: technikáit és stratégiáit, korlátait és fokozatait, motivációit és hasznosításának lehetőségeit vizsgálják, számos olyan, a tárgyak társadalmi létmódjával kapcsolatos felismerésre és összefüggésre rámutatnak, amelyek hangsúlyos elemei(vé váltak) a modern anyagikultúra-kutatás öndefiníciójának. Melyek ezek?

a) Egyrészt az a tapasztalat, hogy a dolgok nem statikus és inaktív „díszletei" a szubjektumok életének, hanem maguk is folyamatosan változnak: szimbolikus transzformációkon (jelentés- és értékváltozásokon) mennek keresztül, értékrezsimeket és használati kontextusokat elválasztó szimbolikus határokat lépnek át, változik térbeli elhelyezkedésük és aktuális tulajdonosaik személye. A dolgok tehát *mozgásban lévő entitások* (*objects-in-motion*), vagyis a köréjük szerveződő és az általuk előidézett társadalmi dinamika perspektívájából (is) érdemes vizsgálni azokat.

b) Szorosan kapcsolódik ehhez a *folyamatszerűség* iránti érzékenység gondolata. Eszerint az anyagikultúra-kutatásnak nemcsak arra kell rákérdeznie, hogy a tárgyak mely tárgyosztályokba tartoznak, hanem ugyanilyen hangsúlyosan figyelembe kell vennie azt az utat is, amelyet a dolgok az egyes tárgyosztályokba kerülésükig, illetve a tárgyosztályok között megtesznek. Vagyis a tárgyak nemcsak „a valamiként való létezés", hanem „*a valamivé válás*" perspektívájából is érdemesek az elemzésre. A folyamatszerűség iránti érzékenység követelménye arra is figyelmeztet, hogy a dolgok elválaszthatatlanok azoktól a társadalmi, gazdasági és kulturális folyamatoktól (és nehezen értelmezhetőek azokból kiszakítva), amelyek hatást gyakorolnak rájuk, és amelyek alakításában maguk is részt vesznek. Ahogyan Domañska (2006: 181) – Kristeva kifejezését parafrazeálva – rámutat: az életrajzi módszer elsősorban „a »folyamatban lévő tárgy« (vagyis a folyamatszerű tárgy) iránt érdeklődik…".

c) Végül Appadurai és Kopytoff tanulmányai arra is felhívják a figyelmet, hogy *a tárgyak* nem „befejezett", „lezárt", hanem társadalmi karrierjük során mindvégig „*nyitott*" *entitások* – szimbolikus és anyagi tulajdonságaik tekintetében egyaránt.

Az életrajzi megközelítés számos elemzésben meghatározó szerephez jutott. Csupán néhányat említve ezek közül: Callahan (1999) a philadelphiai Szabadság Harang, Hamilakis (1999) az athéni Parthenon márványszobrai, Gosden és Marshall (1999) egy Fidzsi-szigetekről származó, ma az oxfordi Pitt Rivers Múzeumban kiállított nyaklánc, Hansen (1995) a használt ruhák egyes típusai, Rainbird (1999) a csendes-óceáni szigetvilág nyugati részén élő társadalmak fazekastermékei, Saunders (1999) az igazgyöngyök, Fenn (1997) a James A. Teit által észak-amerikai tahltan közösségekből összegyűjtött tárgyak, dalok, fényképek stb. egy csoportja, Gilling és Pollard (1999) a helyhez kötött, megalitikus kőtömbök, Stengs (2005) az uralkodó Chulalongkorn portréi, Turgeon (1997) az Amerikába érkező, Európában készített rézüstök, Berta (2006, 2008a) pedig az erdélyi gábor romák ezüst presztízstárgyai esetében használja az életrajzi módszert. Az anyagikultúra-kutatás eredményeit bemutató nemzetközi konferenciákon gyakran külön szekcióban kapnak helyet a tárgyéletrajz-vizsgálatok (lásd például a Susan Pearce tiszteletére 2008 decemberében Leicesterben megrendezett Anyagi világok [*Material Worlds*] című konferenciát, azon belül is a „Tárgyéletrajzok/életrajzi tárgyak" szekció előadásait).

Az érték politikája iránt intenzíven érdeklődő kritikai muzeológia és művészetantropológia területén különösen produktívnak bizonyult a tárgyak kulturális életrajzainak vizsgálata, ugyanakkor e módszer jól hasznosítható a tárgyak és az emlékezet kapcsolatát, az autentikusság megkonstruálását, a kulturális örökség politikáját és a repatriotizációra irányuló törekvéseket, valamint a régiségpiac és az aukciósházak tevékenységét elemző kutatásokban is.

„Az autentikusság keresése és az afrikai művészet feltalálása" című tanulmány egy fejezet Steiner nagy visszhangot kiváltó *African Art in Transit* (1994a) című monográfiájából, amely az anyagi kultúra, a nyugati művészeti kánon(ok) és a globalizálódó művészeti piac, valamint a kommodifikáció kapcsolatát vizsgálja. Az itt közölt fejezet elsősorban arra keres magyarázatot, hogy mely (érdek)csoportok milyen szempontok alapján és milyen motivációknak engedve konstruálják meg az „afrikai művészet" kategóriáját és az autentikusság fogalmát, és hogyan igyekeznek manipulálni azokat. (A művészet kategóriájához kapcsolódó autentikusság-értelmezésekben rendszerint kitüntetett szerep jut a tárgyéletrajzoknak.) Pellandini-Simányi tanulmánya annak elemzésére vállalkozik, hogy miként változik a lakberendezési tárgyakhoz társított jelentések és értékek csoportja három középosztálybeli család három generációja esetében, amíg Berta tanulmányának fókuszában az erdélyi gábor romák ezüst presztízstárgyai és az e tárgyakra irányuló patinahamisítás – mint gazdasági és politikai stratégia – vizsgálata áll.

Hivatkozott irodalom

Albano, Caterina (2007): Displaying Lives: The Narrative of Objects in Biographical Exhibitions. *Museum and Society* 5(1): 15–28.

Allen, Robert C. és Annette Hill (szerk.) (2004): *The Television Studies Reader*. London: Routledge.

Anderson, Benedict (1983): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

Appadurai, Arjun (1988): How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India. *Comparative Studies in Society and History* 30(1): 3–24.

Appadurai, Arjun (1986): Introduction: Commodities and the Politics of Value. In *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 3–63. Magyarul: Az áruk és az érték politikája. *Replika* 63: 61–106.

Appadurai, Arjun (2005): Materiality in the Future of Anthropology. In *Commodification: Things, Agency, and Identities*. Wim van Binsbergen – Peter Geschiere (szerk.). Berlin: LIT, 145–173.

Attfield, Judith (2000): *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*. Oxford: Berg.

Banerjee, Mukulika–Miller, Daniel (2003): *The Sari*. Oxford: Berg.

Ben-David, Orit Brawer (2005): *Organ Donation and Transplantation: Body Organs as an Exchangeable Socio-Cultural Resource*. Westport: Praeger.

Bender, Barbara (1999): *Stonehenge: Making Space*. Oxford: Berg.

Berta Péter (2006): Tárgyhasználat, identitás és a különbség politikája. (Az etnikai identitásszimbólum-alkotás gyakorlata az erdélyi gáborok között.) In *Ethno-Lore. Az MTA Néprajzi Kutatóintézetének évkönyve XXIII.* Vargyas Gábor (szerk.). Budapest: Akadémiai, 147–192.

Berta Péter (2008a): Identitás(szimbólum)-brókerek. Bazár jellegű ügyletek és kockázatmenedzselés a gábor presztízstárgygazdaságban. *Tabula* 11(1–2): 3–44.

Berta Péter (2008b) A tárgyak identitáspolitikája. A patinahamisítás, mint alkalmi megélhetési/politikai stratégia és a gábor presztízstárgygazdaság. *Replika* 63: 163–196.

Binkley, Sam (2000): Kitsch as a Repetitive System: A Problem for the Theory of Taste Hierarchy. *Journal of Material Culture* 5(2): 131–152.

Binsbergen, Wim van (2005): Commodification: Things, Agency, and Identities: Introduction. In *Commodification: Things, Agency, and Identities*. (*The Social Life of Things Revisited.)* Wim van Binsbergen–Peter Geschiere (szerk.). Berlin: LIT, 9–52.
Binsbergen, Wim van–Peter Geschiere (szerk.) (2005): *Commodification: Things, Agency, and Identities. (The Social Life of Things Revisited.)* Berlin: LIT.
Boivin, Nicole (2008): *Material Cultures, Material Minds: The Impact of Things On Human Thought, Society, and Evolution.* Cambridge: Cambridge University Press.
Boswell, David–Evans, Jessica (szerk.) (1999): *Representing the Nation. Histories, Heritage and Museums*. London: Routledge.
Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge MA: Harvard University Press.
Brown, Michael F. (2004): *Who Owns Native Culture?* Cambridge, MA: Harvard University Press.
Buchli, Victor (2000): *An Archaeology of Socialism*. Oxford: Berg.
Buchli, Victor (2002a): Introduction. In *The Material Culture Reader*. Victor Buchli (szerk.). Oxford: Berg, 1–22.
Buchli, Victor (szerk.) (2002b): *The Material Culture Reader*. Oxford: Berg.
Buchli, Victor (szerk.) (2004): Material *Culture. Critical Concepts in the Social Sciences.* London: Routledge.
Bull, Michael–Back, Les (szerk.) (2003): *The Auditory Culture Reader*. Oxford: Berg.
Callahan, Robbey (1999): The Liberty Bell. From Commodity to Sacred Object. *Journal of Material Culture* 4(1): 57–78.
Caldwell, Melissa L. (2002): The Taste of Nationalism: Food Politics in Postsocialist Moscow. *Ethnos* 67(3): 295–319.
Carbonell, Bettina Messias (szerk.) (2004): *Museum Studies: An Anthology of Contexts.* Oxford: Blackwell.
Chin, Elizabeth (1999): Ethnically Correct Dolls: Toying with the Race Industry. *American Anthropologist* 101(2): 305–321.
Classen, Constance (szerk.) (1993): *Worlds of Sense: Exploring the Senses in History and Across Cultures.* London: Routledge.
Classen, Constance (szerk.) (2005): *The Book of Touch*. Oxford: Berg.
Classen, Constance–David Howes–Anthony Synnott (2007): *Aroma: The Cultural History of Smell*. London: Taylor&Francis.
Clifford, James (1988): *The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art.* Cambridge, MA: Harvard University Press.
Clifford, James (1997): *Routes: Travels and Transitions in the Late 20th Century*. Cambridge MA: Harvard University Press.
Cohen, Eric (1988): Authenticity and Commodification in Tourism. *Annals of Tourism Research* 15:371–386.
Crowley, David–Susan E. Reid (szerk.) (2002): *Socialist Spaces: Sites of Everyday Life in the Eastern Bloc*. Oxford: Berg.
Cuno, James (2008): *Who Owns Antiquity? Museums and the Battle over Our Ancient Heritage*. Princeton: Princeton University Press.
Cwiertka, Katarzyna J. (2007): *Modern Japanese Cuisine: Food, Power and National Identity*. London: Reaktion Books.
Dant, Tim (1999): *Material Culture in the Social World: Values, Activities, Lifestyles.* Buckingham: Open University Press.
Dant, Tim (2004): *Materiality and Society*. Maidenhead: Open University Press.
Dobrenko, E. A.–Eric Naiman (szerk.) (2005): *The Landscape of Stalinism: The Art and Ideology of Soviet Space*. Washington: University of Washington Press.
Domañska, Ewa (2006): The Return to Things. *Archaeologia Polona* 44: 171–185.
Drobnick, Jim (szerk.) (2006): *The Smell Culture Reader*. Oxford: Berg.
Edwards, Elizabeth (2002): Material Beings: Objecthood and Ethnographic Photographs. *Visual Studies* 17(1): 67–75.
Edwards, Elizabeth–Chris Gosden–Ruth Phillips (szerk.) (2006): *Sensible Objects: Colonialism, Museums, and Material Culture*. Oxford: Berg.
Errington, Shelly (1998): *The Death of Authentic Primitive Art: And Other Tales of Progress*. Berkeley: University of California Press.
Esterik, Penny Van (1999): Fabricating National Identity: Textiles in Lao PDR. *Museum Anthropology* 23(1): 47–55.
Feischmidt Margit (2002): Szimbolikus konfliktusok és párhuzamos nemzetépítés. In *A nemzet antropológiája*. A. Gergely András (szerk.). Budapest: Új Mandátum, 112–125.
Fejős Zoltán (2003a): *Tárgyfordítások*. Budapest: Gondolat.

Fejős Zoltán (2003b): Museums: Border Makers, Border Breakers. In *The Making and Breaking of Borders. Ethnological Interpretations, Presentations, Representations*. Teppo Korhonen–Helena Ruotsala–Eeva Uusitalo (szerk.). Helsinki: Finnish Literature Society, 293–302.
Fejős Zoltán (2004): The Journey's Memory: The Objects and the Images. In *Touristic Construction and Consumption of Culture(s)*. Miklós Cseri–Zoltán Fejős–Zsuzsa Szarvas (szerk.). Budapest–Szentendre: Hungarian Ethnographical Society – Musem of Ethnography–Hungarian Open Air Museum, 11–24.
Fejős Zoltán–Szijártó Zsolt (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest–Pécs: Néprajzi Múzeum–PTE Kommunikációs Tanszék.
Fejős Zoltán–Szijártó Zsolt (szerk.) (2003): *Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k. A turizmus társadalomtudományos magyarázata*. Budapest: Néprajzi Múzeum.
Fejős Zoltán–Frazon Zsófia (szerk.) (2004): *Korunk és tárgyaink – elmélet és módszer*. Budapest: Néprajzi Múzeum.
Fejős Zoltán–Frazon Zsófia (szerk.) (2005): *Jelentésteli tárgyak*. Budapest: Néprajzi Múzeum.
Fejős Zoltán–Frazon Zsófia (szerk.) (2007): *Műanyag*. Budapest: Néprajzi Múzeum.
Fenn, Catherine J. (1997): Life History of a Collection: The Tahltan Materials Collected by James A. Teit. *Museum Anthropology* 20(3):72–91.
Flam, Jack–Miriam Deutch (szerk.) (2003): *Primitivism and Twentieth-Century Art: A Documentary History*. Berkeley: University of California Press.
Forty, Adrian–Susanne Küchler (szerk.) (2001): *The Art of Forgetting*. Oxford: Berg.
Foster, Robert J. (2002): *Materializing the Nation: Commodities, Consumption, and Media in Papua New Guinea*. Bloomington: Indiana University Press.
Foster, Robert J. (2008): *Coca-Globalization. Following Soft Drinks from New York to New Guinea*. New York: Palgrave Macmillan.
Foucault, Michel (1980): *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972–1977*. New York: Pantheon.
Fox, Jon E. (2006): Consuming the Nation: Holidays, Sports, and the Production of Collective Belonging. *Ethnic and Racial Studies* 29(2): 217–236.
Frazon Zsófia–K. Horváth Zsolt (2002): A megsértett Magyarország. A Terror Háza, mint tárgybemutatás, emlékmű és politikai rítus. *Regio* 13(4): 303–347.
Geary, Patrick (1986): Sacred Commodities: The Circulation of Medieval Relics. In *The Social Life of Things*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 169–191.
Geismar, Haidy (2001): What's in a Price? An Ethnography of Tribal Art at Auction. *Journal of Material Culture* 6(1): 25–49.
Gell, Alfred (1993): *Wrapping in Images: Tattooing in Polynesia*. Oxford: Clarendon.
Gell, Alfred (1998): *Art and Agency. An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon.
Geisbusch, Jan (2007): For Your Eyes Only? The Magic Touch of Relics. In *The Power of Touch. Handling Objects in Museum and Heritage Contexts*. Nicholas Pye (szerk.). Vancouver: University of British Columbia Press, 73–88.
Gillings, Mark–Joshua Pollard (1999): Non-Portable Stone Artifacts and Contexts of Meaning: The Tale of Grey Wether. *World Archaeology* 31(2): 179–193.
Glass, Aaron (2004): Return to Sender. On the Politics of Cultural Property and the Proper Address of Art. *Journal of Material Culture* 9(2): 115–139.
Gosden, Chris–Yvonne Marshall (1999): The Cultural Biography of Objects. *World Archaeology* 31(2): 169–178.
Graburn, Nelson H. H. (szerk.) (1976): *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. Berkeley: University of California Press.
Graburn, Nelson H. H.–Aaron Glass (2004): Introduction. *Journal of Material Culture* 9(2): 107–114.
Graeber, David (2001): *Toward An Anthropological Theory of Value. The False Coin of Our Own Dreams*. New York: Palgrave.
Greenberg, Reesa–Bruce W. Ferguson–Sandy Nairne (szerk.) (1996): *Thinking about Exhibitions*. London: Routledge.
Gregson, Nicky–Louise Crewe (2003): *Second-Hand Cultures*. Oxford: Berg.
Hallam, Elizabeth–Elizabeth Hockey (2001): *Death, Memory and Material Culture*. Oxford: Berg.
Hamilakis, Yannis (1999): Stories from Exile: Fragments from the Cultural Biography of the Parthenon (or 'Elgin') Marbles. *World Archaeology* 31(2): 303–320.
Hansen, Karen Tranberg (1995): Transnational Biographies and Local Meanings: Used Clothing Practices in Lusaka. *Journal of Southern African Studies* 21(1): 131–145.
Harrison, Simon (1995): Four Types of Symbolic Conflict. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 1(2): 255–272.
Harrison, Simon (1999): Identity as a Scarce Resource. *Social Anthropology* 7(3): 239–251.

Hebdige, Dick (1979): *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
Hitchcock, Michael–Ken Teague (szerk.) (2000): *Souvenirs: The Material Culture of Tourism*. London: Ashgate.
Hoskins, Janet (1998): *Biographical Objects: How Things Tell the Stories of Peoples' Lives*. London: Routledge.
Hoskins, Janet (2006): Agency, Biography and Objects. In *Handbook of Material Culture*. Christoper Tilley–Webb Keane–Susanne Küchler–Michael Rowlands–Patricia Spyer (szerk.). London: Sage, 74–84.
Horst, Heather–Daniel Miller–Diane Austin-Broos–Elaine Bauer–James G. Carrier –Barry Chevannes–Lars Hinrichs–Aisha Khan–Karen Fog Olwig–Don Slater–Karla Slocum–Richard Wilk–Kevin A. Yelvington (2005): From Kinship to Link-Up: Cell Phones and Social Networking in Jamaica. *Current Anthropology* 46(5): 755–799.
Howes, David (2003): *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory.* Ann Arbor: University of Michigan Press.
Howes, David (szerk.) (2004): *Empire of the Senses: The Sensual Culture Reader.* Oxford: Berg.
Hunt, Nancy Rose (2005): Bicycles, Birth Certificates, and Clysters: Colonial Objects as Reproductive Debris in Mobutu's Zaire. In *Commodification: Things, Agency, and Identities*. *(The Social Life of Things Revisited.)* Wim van Binsbergen – Peter Geschiere (szerk.). Berlin: LIT, 123–142.
Ichinosawa, Jumpei (2007): Economic Anthropology of Bangkok Go-Go Bars: Risk and Opportunity in a Bazaar-Type Market for Interpersonally Embedded Services. In *Choice in Economic Contexts: Ethnographic and Theoretical Enquiries.* Donald C. Wood (szerk.). Amsterdam: Elsevier, 125–150.
Ilyés Zoltán (2004): Szimbolikus határok és határjelek. A turisták és a helyiek határtermelő és -olvasó aktivitása Gyimesben. In *[vagabundus] Gulyás Gyula tiszteletére.* Biczó Gábor (szerk.). Miskolc: Kulturális és Vizuális Antropológiai Tanszék, 189–212.
Jamieson, Mark (1999): The Place of Counterfeits in Regimes of Value: An Anthropological Approach. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 5(1): 1–11.
Jones, Mark (szerk.) (1990): *Fake? The Art of Deception*. Berkeley: University of California Press.
Jones, Mark (szerk.) (1992): *Why Fakes Matter. Essays on Problems of Authenticity*. London: British Museum Press.
Karp, Ivan–Steven D. Lavine (szerk.) (1991): *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington: Smithsonian Institution Press.
Karp, Ivan–Corinne A. Kratz–Lynn Szwaja–Tomás Ybarro-Frausto (szerk.) (2006): *Museum Frictions: Public Cultures/Global Transformations*. Durham: Duke University Press.
Keane, Webb (2006): Subjects and Objects. In *Handbook of Material Culture.* Christopher Tilley–Webb Keane–Susanne Küchler–Michael Rowlands–Patricia Spyer (szerk.). London: Sage, 197–202.
Keller Brown, Linda–Kay Mussell (szerk.) (1984): *Ethnic and Regional Foodways in the United States: The Performance of Group Identity*. Knoxville: University of Tennessee Press.
Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1998): *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
Kitzmann, Andreas (2005): The Material Turn: Making Digital Media Real (Again). *Canadian Journal of Communication* 30(4): 681–686.
Knappett, Carl (2002): Photographs, Skeuomorphs and Marionettes: Some Thoughts on Mind, Agency and Object. *Journal of Material Culture* 7(1): 97–117.
Knappett, Carl (2005): *Thinking Through Material Culture: An Interdisciplinary Perspective*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
Knappett, Carl–Lambros Malafouris (szerk.) (2008): *Material Agency. Towards a Non-Anthropocentric Approach*. New York: Springer.
Kopytoff, Igor (1986): The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process. In *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 64–94. Magyarul: A dolgok kulturális életrajza: a kommodifikáció mint folyamat. *Replika* 63: 107–130.
Korsmeyer, Carolyn (szerk.) (2005): *The Taste Culture Reader: The Experience of Food and Drink.* Oxford: Berg.
Sz. Kristóf Ildikó (2004): Kulturális KRESZ az amerikai Délnyugaton, avagy hogyan legyünk „holisztikusak" manapság? In *Fehéren, feketén. Varsánytól Rititiig. Tanulmányok Sárkány Mihály tiszteletére I.* Borsos Balázs–Szarvas Zsuzsa–Vargyas Gábor (szerk.). Budapest: L'Harmattan, 97–118.
Küchler, Susanne (2002): *Malanggan: Art, Memory and Sacrifice*. Oxford: Berg.
Küchler, Susanne–Graeme Were (2005a): *Pacific Pattern*. London: Thames & Hudson.
Küchler, Susanne–Graeme Were (szerk.) (2005b): *The Art of Clothing: A Pacific Experience*. London: University College London Press.
Küchler, Susanne–Daniel Miller (szerk.) (2005): *Clothing as Material Culture*. Oxford: Berg.
Kwint, Marius–Christopher Breward–Jeremy Aynsle (szerk.) (1999): *Material Memories: Design and Evocation*. Oxford: Berg.

Lacy, Julie A.–William A. Douglass (2002): Beyond Authenticity: The Meanings and Uses of Cultural Tourism. *Tourist Studies* 2(1): 5–21.
Latour, Bruno (1993): *We Have Never Been Modern*. New York: Harvester Wheatsheaf.
Latour, Bruno (2005): *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory.* Oxford: Oxford University Press.
Law, John–John Hassard (szerk.) (1999): *Actor Network Theory and After*. Oxford: Blackwell.
Leach, James (2005): Livers and Lives: Organ Extraction Narratives on the Rai Coast of Papua New Guinea. In *Commodification: Things, Agency, and Identities.* (*The Social Life of Things Revisited.)* Wim van Binsbergen–Peter Geschiere (szerk.). Berlin: LIT, 283–300.
Lindquist, Galina (2002): Spirits and Souls of Business: New Russians, Magic and the Aesthetics of Kitsch. *Journal of Material Culture* 7(3): 329–343.
Lury, Celia (1996): *Consumer Culture*. Cambridge: Polity.
Lydon, Jane (2005): *Eye Contact: Photographing Indigenous Australians.* Durham: Duke University Press.
Macdonald, Sharon (szerk.) (1998): *The Politics of Display: Museums, Science, Culture.* London: Routledge.
Magyari-Vincze Enikő (1999): A kolozsvári egyetem és a romániai magyar identitáspolitika. *Replika* 37: 57–66.
Marcus, George E.–Fred R. Myers (1995a): The Traffic in Art and Culture: An Introduction. In *The Traffic in Culture. Refiguring Art and Anthropology*. George E. Marcus–Fred R. Myers (szerk.). Berkeley: University of California Press, 1–55.
Marcus, George E.–Fred R. Myers (szerk.) (1995b): *The Traffic in Culture. Refiguring Art and Anthropology*. Berkeley: University of California Press.
Marstine, Janet (szerk.) (2005): *New Museum Theory and Practice: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
Maurer, Bill (2005): Does Money Matter? Abstraction and Substitution in Alternative Financial Forms. In *Materiality*. Daniel Miller (szerk.). Durham: Duke University Press, 140–164.
McCracken, Grant (1988): *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities.* Bloomington: Indiana University Press.
Merlan, Francesca (2001): Aboriginal Cultural Production into Art: The Complexity of Redress. In *Beyond Aesthetics: Art and the Technologies of Enchantment*. Christopher Pinney–Nicholas Thomas (szerk.). Oxford: Berg, 201–234.
Miller, Daniel (1987): *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.
Miller, Daniel (1994): Artefacts and the Meaning of Things. In *Companion Encyclopedia of Anthropology*. Tim Ingold (szerk.). London: Routledge, 396–419.
Miller, Daniel (1998a): Why Some Things Matter. In *Material Cultures. Why Some Things Matter*. Daniel Miller (szerk.). London: University College London Press, 3–23.
Miller, Daniel (1998b): Coca-Cola: A Black Sweet Drink from Trinidad. In *Material Cultures. Why Some Things Matter*. Daniel Miller (szerk.). London: University College London Press, 169–188.
Miller, Daniel (szerk.) (2001): *Car Cultures*. Oxford: Berg.
Miller, Daniel (2002): Consumption. In *The Material Culture Reader.* Victor Buchli (szerk.) Oxford. Berg. 237–243.
Miller, Daniel (2005a): Materiality: An introduction. In *Materiality*. Daniel Miller (szerk.). Durham: Duke University Press, 1–50.
Miller, Daniel (szerk.) (2005b): *Materiality*. Durham: Duke University Press.
Miller, Daniel–Christopher Tilley (1996): Editorial. *Journal of Material Culture* 1(1): 5–14.
Miller, Daniel–Don Slater (2001): *The Internet: An Ethnographic Approach.* Oxford: Berg.
Mirzoeff, Nicholas (szerk.) (2002): *The Visual Culture Reader*. London: Routledge.
Munn, Nancy (1986): *The Fame of Gawa.* Cambridge: Cambridge University Press.
Myers, Fred R. (2001): Introduction. In *The Empire of Things: Regimes of Value and Material Culture*. Fred R. Myers (szerk.). Santa Fe: SAR Press, 3–61.
Myers, Fred, R. (2002): *Painting Culture. The Making of an Aboriginal High Art*. Durham: Duke University Press.
Myers, Fred (2006a): 'Primitivism', Anthropology, and the Category of 'Primitive Art'. In *Handbook of Material Culture*. Christopher Tilley–Webb Keane–Susanne Küchler–Michael Rowlands–Patricia Spyer (szerk.). London: Sage, 267–284.
Myers, Fred R. (2006b): Collecting Aboriginal Art in the Australian Nation. Two Case Studies. *Visual Anthropology Review* 21(1–2): 116–137.
Olsen, Bjørnar (2003): Material Culture after Text: Re-Membering Things. *Norwegian Archaeological Review* 36(2): 87–104.
Olsen, Bjørnar (2004): Steps Towards a Defense of Things. *Nordisk Museologi* 2: 25–36.

Olsen, Bjørnar (2006): Scenes from a Troubled Engagement. Post-Structuralism and Material Culture Studies. In *Handbook of Material Culture*. Christopher Tilley–Webb Keane–Susanne Küchler–Michael Rowlands–Patricia Spyer (szerk.). London: Sage, 85–103.
Osborne, Robin–Jeremy Tanner (szerk.) (2007): *Art's Agency and Art History*. Oxford: Blackwell.
Otto, Lene–Lykke L. Pedersen (2004): „Összegyűjteni" önmagunkat. Élettörténetek és az emlékezés tárgyai. In *Korunk és tárgyaink – elmélet és módszer*. Fejős Zoltán – Frazon Zsófia (szerk.). Budapest: Néprajzi Múzeum, 28–39.
Phillips, Kendall R. (2002): Textual Strategies, Plastic Tactics. Reading Batman and Barbie. *Journal of Material Culture* 7(2): 123–136.
Phillips, Ruth B. (1998): *Trading Identities. The Souvenir in Native North American Art from the Northaest, 1700–1900*. Seattle és London: University of Washington Press; Montreal és Kingston, McGill-Queen's University Press.
Phillips, Ruth B.–Christopher B. Steiner (1999a): Art, Authenticity, and the Baggage of Cultural Encounter. In *Unpacking Culture. Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds.* Ruth B. Phillips–Christopher B. Steiner (szerk.). Berkeley: University of California Press, 3–19.
Phillips, Ruth B.–Christopher B. Steiner (szerk.) (1999b): *Unpacking Culture. Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*. Berkeley: University of California Press.
Pinney, Christopher–Nicholas Thomas (szerk.) (2001): *Beyond Aesthetics: Art and the Technologies of Enchantment*. Oxford: Berg.
Pinney, Christopher–Nicolas Peterson (szerk.) (2003): *Photography's Other Histories*. Durham: Duke University Press.
Pitts, Victoria (2003): *In the Flesh: The Cultural Politics of Body Modification*. New York: Palgrave Macmillan.
Pollock, Griselda (szerk.) (2007): *Museums After Modernism.* Oxford: Blackwell.
Pomian, K. (1990): *Collectors and Curiosities: Paris and Venice 1500–1800.* Cambridge: Polity Press.
Pratt, Mary Louise (1992): *Eyes of Empire: Travel and Transculturation*. London: Routledge.
Price, Sally (1989): *Primitive Art in Civilized Places*. Chicago: University of Chicago Press.
Pye, Nicholas (szerk.) (2007): *The Power of Touch. Handling Objects in Museum and Heritage Contexts.* Vancouver: University of British Columbia Press.
Radnóti Sándor (1995): *Hamisítás.* Budapest: Magvető.
Rainbird, Paul (1999): Entangled Biographies: Western Pacific Ceramics and the Tombs of Phonpei. *World Archaeology* 31(2): 214–224.
Rajan, Kaushik Sunder (2006): *Biocapital: The Constitution of Postgenomic Life*. Durham: Duke University Press.
Reid, Susan E. (2000): Cold War in the Kitchen: Gender and the De-Stalinization of Consumer Taste in the Soviet Union Under Khrushchev. *Slavic Review* 61(2): 211–252.
Reid, Susan E.–David Crowley (szerk.) (2000): *Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe*. Oxford: Berg.
Rogan, Bjarne (2004): Tárgyak és történeteik – valamint egyéb tulajdonok. Megjegyzések a birtoklás nyilvános és személyes aspektusáról idősek körében végzett felmérés alapján. In *Korunk és tárgyaink – elmélet és módszer*. Fejős Zoltán–Frazon Zsófia (szerk.). Budapest: Néprajzi Múzeum, 57–67.
Rogers, M. F. (1999): *Barbie Culture*. London: Sage Publications.
Rojek, Chris–John Urry (szerk.) (1997): *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
Satov, Murray (1997): Catalogues, Collectors, Curators: The Tribal Art Market and Anthropology. In *Contesting Art. Art, Politics and Identity in the Modern World*. Jeremy MacClancy (szerk.). Oxford: Berg, 215–241.
Saunders, Nicholas J. (1999): Biographies of Brilliance: Pearls, Transformation of Matter and Being, c. AD 1492. *World Archaeology* 31(2): 243–257.
Saunders, Nicholas J. (szerk.) (2004): *Matters of Conflict: Material Culture, Memory and the First World War*. London: Routledge.
Scheper-Hughes, Nancy (2000): The Global Traffic in Human Organs. *Current Anthropology* 41(2): 191–224.
Scheper-Hughes, Nancy – Loïc Wacquant (szerk.) (2003): *Commodifying Bodies*. London: Sage.
Simányi Léna (2005): Bevezetés a fogyasztói társadalom elméletébe. *Replika* 2005/51–52: 165–195.
Skuse, Andrew (2005): Enlivened Objects: The Social Life, Death and Rebirth of Radio as Commodity in Afghanistan. *Journal of Material Culture* 10(2): 123–137.
Smith, Marc A.–Peter Kollock (szerk.) (1999): *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
Steiner, Christopher B. (1994a): *African Art in Transit*. Cambridge: Cambridge University Press.
Steiner, Christopher B. (1994b): Technologies of Resistance: Structural Alteration of Trade Cloth in Four Societies. *Zeitschrift für Ethnologie* 119: 75–94.
Steiner, Christopher B. (1996): Can the Canon Burst? *The Art Bulletin* 78(2): 213–217.

Stengs, Irene (2005): The Commodification of King Chulalongkorn: His Portraits, Their Cultural Biographies, and the Enduring Aura of a Great King of Siam. In *Commodification: Things, Agency, and Identities*. (*The Social Life of Things Revisited.)* Wim van Binsbergen–Peter Geschiere (szerk.). Berlin: LIT, 301–318.
Strathern, Marilyn (1996): Potential Property: Intellectual Rights and Property in Persons. *Social Anthropology* 4(1): 17–32.
Strathern, Marilyn (1999): *Property, Substance and Effect: Anthropological Essays on Persons and Things*. London: Athlone.
Thomas, Nicholas (1991): *Entangled Objects: Exchange, Material Culture and Colonialism in the Pacific*. Cambridge: Harvard University Press.
Thomas, Nicholas (1994): *Colonialism's Culture. Anthropology, Travel and Government*. Princeton: Princeton University Press.
Thomas, Nicholas (1999): *Possessions: Indigenous Art, Colonial Culture*. New York: Thames and Hudson.
Thomas, Nicholas–Bronwen Douglas–Anna Cole (szerk.) (2005): *Tattoo: Bodies, Art, and Exchange in the Pacific and the West – History of Tatooing*. Durham: Duke University Press.
Thornton, Sarah (1995): *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital.* Cambridge: Polity.
Tilley, Christopher (2006): Objectification. In *Handbook of Material Culture*. Christopher Tilley–Webb Keane–Susanne Küchler–Michael Rowlands–Patricia Spyer (szerk.). London: Sage, 60–73.
Tilley, Christopher–Webb Keane–Susanne Küchler–Michael Rowlands–Patricia Spyer (szerk.). (2006): *Handbook of Material Culture*. London: Sage.
Turgeon, Laurier (1997): The Tale of the Kettle: Odyssey of an Intercultural Object. *Ethnohistory* 44(1): 1–29.
Velthuis, Olav (2003): Symbolic Meanings of Prices: Constructing the Value of Contemporary Art in Amsterdam and New York Galleries. *Theory and Society* 32(2): 181–216.
Velthuis, Olav (2005): *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press.
Waldby, Catherine–Robert Mitchell (2006): *Tissue Economies: Blood, Organs, and Cell Lines in Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
Wang, Ning (1999): Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research* 26(2): 349–370.
Wherry, Frederick F. (2006): The Social Sources of Authenticity in Global Handicraft Markets. Evidence from Northern Thailand. *Journal of Consumer Culture* 6(1): 5–32.
Wilhelm Gábor (2006): Az anyagi kultúra és a háló. *Tabula* 9(2): 294–305.
Wilk, Richard (1995): Learning to Be Local in Belize: Global Systems of Common Difference. In *Worlds Apart: Modernity Through the Prism of the Local*. Daniel Miller (szerk.). London: Routledge, 110–133.
Wilkinson, Steph (2003): *Bodies for Sale: Ethics and Exploitation in the Human Body Trade.* London: Routledge.
Woodward, Ian (2007): *Understanding Material Culture*. London: Sage.
Wulff, Helena (1998): *Ballet across Borders: Career and Culture in the World of Dancers.* Oxford: Berg.

Arjun Appadurai

Az áruk és az érték politikája

Az esszének, amit az olvasó a kezében tart, két célja van. Egyrészt betekintést nyújt és elhelyezi a kötetben[1] található további esszéket, másrészt megpróbálja új szemszögből megközelíteni az áruk mozgását a társadalmi életben. Ezen új szemszög lényege a következő. A gazdasági csere értéket hoz létre. Az érték a cserére kerülő árukban ölt alakot. Ha – ahelyett, hogy a csere formáival vagy funkcióival foglalkoznánk – a cserében részt vevő árukra összpontosítunk, megállapíthatjuk, hogy az érték és a csere között a széles értelemben vett *politika* teremt kapcsolatot. Ez a gondolatmenet, mely ezen esszében kerül kidolgozásra, azt a vélekedést hivatott igazolni, hogy az áruknak, akárcsak az embereknek, társadalmi életük van.[2]

Az árukat ideiglenesen gazdasági értékkel rendelkező tárgyakként definiálhatjuk. Ha a gazdasági érték mibenlétét firtató kérdésre szeretnénk válaszolni, a leghasznosabb (bár kétségtelenül nem a legszokványosabb), ha Georg Simmelhez fordulunk. A *Pénz filozófiájá*nak első fejezetében (2004 [1907]) Simmel rendszerbe foglalva tárgyalja, hogy hogyan határozható meg legjobban a gazdasági érték fogalma. Az érték Simmelnél sohasem a tárgy belső tulajdonsága, hanem szubjektumok rá vonatkozó ítéletei. Simmel szerint azonban az érték megértésének kulcsát egy olyan területen kell keresnünk, ahol „az említett szubjektivitás pusztán ideiglenesnek, s tulajdonképpen nem túl lényegesnek látszik" (Simmel 2004: 25).

Forrás: Introduction: Commodities and the Politics of Value. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 1986, 3–63. Copyright © 1994 Cambridge University Press. A fordítás a Társadalomelméleti Kollégiumban készülő *A fogyasztás kultúrája* című szöveggyűjtemény számára készült. A fordítások létrejöttét a MEH Szakkollégiumi Program 2000 és a Pro Renovanda Cultura Hungariae Alapítvány „Tudomány a felsőoktatásban 2001" támogatása tette lehetővé. Hungarian translation © Replika.

1 A szöveg egy szerkesztett tanulmánykötet bevezetője; az utalások e kötet egyes fejezeteire, illetve a kötet egészére vonatkoznak. (A szerk.)

2 Tisztában vagyok vele: azáltal, hogy a cseréből indulok ki, szembemegyek a gazdaságantropológia új keletű irányával, amely során a figyelem egyrészt a *termelés,* másrészt a *fogyasztás* felé fordul. Ez az irány jogos válaszreakció volt arra a korábbi trendre, mely túlzottan a cserével és az áruk körforgásával foglalkozott. Az árukat középpontba állító szemlélet azonban számos olyan kérdést új megvilágításba helyezhet, melyek a csere korábbi megközelítésében unalmasak vagy javíthatatlanul rejtélyesek voltak.

E se nem teljesen szubjektív, ugyanakkor nem is egészen objektív, kusza terület (melyben megjelenik és működik az érték) feltárása közben Simmel azt állítja, hogy a tárgyakat nem azért nehéz megszerezni, mert értékesek, hanem „éppenséggel azokat nevezzük értékesnek, amelyek akadályokat gördítenek a megszerzésükre irányuló vágyakozásunk elébe" (Simmel 2004: 30). Elsősorban a Simmel által gazdasági tárgynak nevezett dolog foglal helyet a tiszta vágy és az azonnali élvezet közti térben, némi távolságot tartva az emberektől, ami azonban áthidalható. Ezt a távolságot hidaljuk át a gazdasági csere során és révén, melyben az áru értéke kölcsönösen meghatározódik. Azaz, egy tárgy megszerzése iránti vágy egy másik tárgy feláldozása révén elégül ki, mely ugyanakkor egy másik vágyának tárgya. A gazdasági élet az áldozatvállalások e cseréjéről szól; a csere mint meghatározott társadalmi forma „nem annyira abban rejlik, hogy benne *értékek* cserélődnek ki, hanem abban, hogy benne *kicserélődnek* az értékek" (Simmel 2004: 49). A gazdasági értéket Simmelnél az áldozatvállalásoknak ez a fajta cseréje hozza létre.

A gazdasági érték elemzéséből Simmel számos további következtetést von le művében. Az első, hogy a gazdasági érték nem egyszerűen érték, hanem egy meghatározott mennyiségű érték, mely a különböző élénkségű keresletek összehasonlításából adódik. Ez az összehasonlítás ölti az áldozat és a nyereség cseréjének formáját. Tehát a gazdasági tárgynak nincs pusztán az iránta mutatkozó keresletből adódó abszolút értéke, csak a kereslet – mely a valós vagy elképzelt csere alapjául szolgál – ruházza fel értékkel a tárgyat. A csere határozza meg a hasznosság és ritkaság paramétereit, nem pedig fordítva; a csere az érték forrása: „A megszerzés nehézsége, vagyis a cseréhez megkívánt áldozat nagysága a voltaképpeni konstitutív értékmozzanat, amelynek a ritkaság csak külső megjelenési formája, csak a mennyiség formáját öltő tárgyiasulása" (Simmel 2004: 80). Egyszóval, a csere nem a tárgyak kölcsönös értékelésének melléktermék, hanem maga e kölcsönös értékelés forrása.

Ezek a velős és ragyogó megállapítások szolgálnak kiindulópontjául a pénzről és annak a modern életben betöltött szerepéről szóló simmeli elemzésnek, mely a pénzre mint a gazdasági csere lefolytatásának legösszetettebb eszközekére tekint. De Simmel megállapításai egészen más irányba is továbbvihetőek. E másik irány, mellyel dolgozatom további része foglalkozik, azon feltételek vizsgálatát jelenti, amelyek mellett a gazdasági tárgyak különböző *értékrezsimek* közti térben és időben áramlanak. A kötetben található esszék zöme különböző dolgok (vagy dolgok egy csoportjának) meghatározott kulturális és történeti miliőkben zajló körforgását vizsgálja. Ezen esszék bepillantást engednek a vágy és a kereslet, a kölcsönös áldozatvállalás és a hatalom együttes működése során a különböző társadalmi intézményekben létrejövő értékek kialakulásának mikéntjébe.

A mai nyugati közvélekedés – a filozófia, a jog és a természettudományok különböző történeti hagyományaira építve – erősen hajlamos különbséget tenni a „szavak" és a „dolgok" között. Bár ez még nyugaton sem volt mindig így – ahogy arról Marcel Mauss (2000) híres „Ajándék" című munkájában ír –, napjainkban mégis erősen él az az irányzat, amely a dolgokat mozdulatlannak és némának tekinti, amelyeket csak az emberek és a szavak hoznak mozgásba, keltenek életre, és tesznek igazán megismerhetővé (Dumont 1980: 229–30). Mégis több múltbeli társadalomban nem volt ennyire elválasztva a dolgok világa az emberek cselekvőképességétől és a szavak kommunikációt lehetővé tevő hatalmától. Az, hogy a dolgok e látásmódja még a nyugati ipari kapitalizmus körülményei közt sem tűnt el, az egyik olyan megérzés, amely Marx híres árufetisizmusról szóló elemzése mögött áll, amelyet a *Tőké*ben kifejtett.

Még ha a dolgokhoz való saját hozzáállásunkat is nagyban az a nézet befolyásolja, mely szerint a dolgoknak nincs más jelentése, mint amit az emberi tranzakciók, célokra való felhasználás és motivációk tulajdonítanak nekik, fennáll az az antropológiai probléma, hogy az ilyen formális igazságok nem világítanak rá a tárgyak konkrét, történeti körforgására. Ezért a tárgyakat magukat kell követnünk, mivel jelentésük formájukba, használatukba, történeti pályáikba ivódott. Csak e pályák elemzésén keresztül érthetjük meg az emberi tranzakciókat és kalkulációkat, melyek életre keltik a tárgyakat. S bár *elméleti* szempontból az emberi cselekvők látják el jelentéssel a tárgyakat, *módszertanilag* a mozgásban lévő tárgyak világítanak rá emberi és társadalmi kontextusukra. A dolgok egyetlen társadalmi elemzése (legyen az elemző akár közgazdász, művészettörténész vagy antropológus) sem kerülheti el annak minimális fokát, amit metodológiai fetisizmusnak nevezünk. Ez a metodológiai fetisizmus, mely figyelmünk visszatérése magukhoz a tárgyakhoz, részben korrekciója annak a tendenciának, mely a tárgyakkal végzett tranzakciókat túlzottan társadalmasította, s melyet nagyrészt, mint ahogy erre Firth rámutat (1983: 89),[3] Maussnak köszönhetünk.

Az antropológia különböző területei egymástól függetlenül is érdeklődést mutatnak az áruk, általánosabban véve a dolgok iránt. Ezek alkotják a régészet alapelvét és egyben utolsó menedékét. A régészeket különböző kultúrantropológusokkal egyesítő „anyagikultúra-iskola" alapanyagai is a tárgyak. Mint értéktárgyak, ezek adják a gazdaságantropológia magvát, és – nem utolsósorban, az ajándékok közvetítőjeként – a csereelmélet és általában a szociálantropológia középpontjában állnak. A dolgok áruként történő megközelítése fontos kiindulópontja az anyagi kultúra tanulmányozása ama megújult, szemiotikai beállítottságú irányzatának, melyre nemrégiben figyelt fel és tárgyalt a RAIN különkiadása (Miller 1983). De az áruk nem csak az antropológus számára alapvető fontosságúak. Mind a társadalom-, mind a gazdaság-, mind a művészettörténészek, és nehogy elfelejtsük, a közgazdászok is élénken érdeklődnek irántuk, még ha minden diszciplína másként veti is fel a problémát. Az áruk tehát egy olyan témát jelentenek, mely esetében az antropológia sokat segíthet a szomszédos tudományoknak, ugyanakkor amelyről sokat is kell tanulnia tőlük.

A kötet esszéi ugyan felölelnek számos történeti, etnográfiai és elméleti keretet, de semmiképpen sem tekinthetők az áruk és a kultúra közti kapcsolat kimerítő leírásainak. A szerzők közt öt szociálantropológust, egy régészt és négy társadalomtörténészt találunk. Sem a közgazdászok, sem a művészettörténészek nem képviseltetik magukat, bár nézőpontjukról semmiképpen sem felejtkeztünk el. A világ több nagyobb régiója sincs képviselve (név szerint Kína és Latin-Amerika), a földrajzi lefedettség azonban elég széles. Bár az esszék a javak érdekes köréről írnak, a kutatásból *kimaradt* áruk listája meglehetősen hosszú lenne, és a mérleg a különleges vagy luxusjószágok irányába billen, kissé háttérbe szorítva ezzel a „nyersanyagokat" és a „tömegárukat". Végül, a szerzők többsége az *árukat* részesíti előnyben a *szolgáltatásokkal* szemben, bár ez utóbbiak is nyilvánvalóan az áruvá válás fontos tárgyai. Bár a hiányosságok mindegyike súlyos, tanulmányom folyamán meg szeretném mutatni, hogy néhányuk nem olyan fontos, mint amilyennek elsőre tűnik.

A dolgozat további öt szakasza a következő célokat tűzi maga elé. Az első, amely az áru szelleméről szól, definíciószerű kritikai gyakorlat: amellett érvelek e helyütt, hogy a helyesen

3 A marxista kutatások „idealista" elfogultságának ehhez hasonló kritikáját lásd Alfred Schmidtnél (1971: 69): „mivel Marx minden gazdasági kategóriát az emberek közti kapcsolatokra vezet vissza, számára a világ csak viszonyokból és folyamtokból áll, nem pedig testi anyagisággal rendelkező dolgokból". Persze ezen álláspont kritikátlan elfogadása szintén „vulgáris" túlzásokhoz vezethet.

értelmezett áruk nem kizárólag a modern ipari társadalmak sajátjai. A következő, az *Utak és terelőutak* című, azt az (egyéni és intézményes) stratégiát írja le, mely az érték meghatározását politikailag közvetített folyamattá teszi. Az azt követő rész a vágyról és keresletről az áruk körforgásának rövid és hosszú távú mintáit köti össze, hogy ezáltal bemutassa: a fogyasztás a társadalmi kontrol és a politikai újradefiniálás terepe. Az utolsó tartalmi rész a tudás és az áruk közti kapcsolatról szól, és fő állítása, hogy az érték politikája több területen egyben a tudás politikája is. A záró fejezet visszavezet a politikához, az értéket és cserét összekötő szinthez.

Az áru szelleme

Kevesen tagadják, hogy az áru mélyen társadalmiasult dolog. A fő kérdés: miben áll társadalmisága? A purista válasz, melyet Marxnak szoktunk tulajdonítani, az, hogy az áru elsődlegesen cserére szánt termék, és az ilyen termék definíció szerint csak a kapitalizmus intézményi, pszichológiai és gazdasági feltételei közt jelenik meg. A kevésbé purista definíciók az árukat cserére szánt javakként határozzák meg, tekintet nélkül a csere módjára. A purista definíció túl hamar rövidre zárja a kérdést. A lazább definíciók azzal fenyegetnek, hogy egyenlőségjelet tesznek az áru, az ajándék és sok más különböző dolog közé. Ebben a fejezetben az áru marxi felfogásának kritikáján keresztül azt szeretném bemutatni, hogy az áruk meghatározott társadalmi potenciállal rendelkező dolgok, hogy megkülönböztethetők a „termékektől", a „tárgyaktól", a „javaktól", a „műtárgyaktól" – de csak bizonyos tekintetben, és csak bizonyos szempontból. Ha állításom igaznak bizonyul, az következik belőle, hogy definíciós szempontból hasznos lehet az árukra mint a társadalmak széles körében létezőkre tekintünk (melyek ugyanakkor különösen erőteljesek és szembetűnőek a modern kapitalista társadalmakban), és hogy nem várt hasonlóság áll fenn Marx és Simmel nézőpontja között az áruk tekintetében.

Az áru fogalmának legalaposabb és legelgondolkodtatóbb leírása Marx *Tőké*jének első kötetében található, bár maga a fogalom elterjedt volt a 19. századi politikai gazdaságtani fejtegetésekben. Az áru fogalmának újragondolása központi helyet foglalt el a polgári politikai gazdaságtan marxi kritikájában, mely összekötő kapocsként szolgál a kapitalizmusról szóló saját korai gondolatai (lásd elsősorban Marx 1972) és a *Tőké*ben olvasható, későbbi, nagyobb ívű elemzés között. Mára az áru fogalmának központi szerepe háttérbe szorult a „javak" neoklasszikus, marginalista kategóriájához képest; a neoklasszikus közgazdaságtanban az „áru" szó csupán a nyersanyagok egy alcsoportjára utal, és többé nem tölt be központi analitikus szerepet. Ez természetesen nem igaz a marxi megközelítést alkalmazó közgazdaságtanra vagy szociológiára, mint ahogy a neoricardiánus irányzatokra (mint például Piero Sraffáé) sem, ahol az „áru" elemzése még mindig központi helyet tölt be az elméletben.

A gazdaság legtöbb modern elemzésében (az antropológián kívül) az áru fogalmának jelentése leszűkül Marx és a politikai gazdaságtan más korai művelői örökségének egyetlenegy elemére. Azaz az áru, a szó mai használata szerint, a kapitalista termelési módhoz kötődő iparcikkek (vagy szolgáltatások) megnevezésére szolgál, így csak olyan területeken találhatjuk meg, ahová már behatolt a kapitalizmus. Így még a protoindusztrializációról szóló kortárs vitákban (például Perlin 1983) sem az a kérdés, hogy az áruk feltétlenül a kapitalizmushoz kapcsolódnak-e, hanem hogy a kapitalizmussal azonosított bizonyos szervezeti és technikai formák vajon kizárólag európai eredetűek-e. Az árukat általában a kapitalista termelé-

si mód tipikus anyagi reprezentációjának tekintik, még ha magukat az árukat jelentéktelennek, a kapitalista kontextust pedig fejletlennek minősítik is.

Mégis egyértelmű, hogy ez a megközelítés Marxnak az áru természetéről alkotott elképzeléseinek csupán egy bizonyos részéből merít. Az áru tárgyalása a *Tőke* első száz-egynéhány oldalán kétségtelenül a marxi életmű egyik legnehezebb, legellentmondásosabb és legfélreérthetőbb része. Az áru nagyon tág definíciójával indít: „Az áru mindenekelőtt külső tárgy, dolog, amely tulajdonságainál fogva valamilyen emberi szükségletet elégít ki" (Marx 1955: 43). Ezután jóval szűkszavúbb definíciók dialektikus sorozatát tárja elénk, fokozatosan kifejtve az olyan marxi fogalmakat, mint a használati érték és csereérték, az egyenértékes csere problematikája, a termékek körforgása és cseréje, valamint a pénz jelentősége. Az áruforma és a pénzforma közti kapcsolat kidolgozása teszi lehetővé, hogy Marx különbséget tegyen az áruk körforgásának két formája között (áru-pénz-áru, pénz-áru-pénz); ez utóbbi a tőke általános formulája. Az elemzés során az áruk megmásíthatatlanul a pénzhez, a személytelen piacokhoz és a csereértékhez kötődnek. Az áruk még a körforgás legegyszerűbb, csereértéken alapuló formájában is a pénz összemérési képességén keresztül kapcsolódnak egymáshoz. Manapság még azok is elfogadják az áruk és a posztindusztriális társadalmi, pénzügyi és csereformák közti kapcsolat létezését, akik egyébként nem veszik komolyan Marxot.

Marx írásaiban azonban egy sokkal szélesebb, más kultúrákra is kiterjeszthető, történetileg hasznosabb megközelítés körvonalai is kirajzolódnak, amely azonban leszűkül, amint Marx a 19. századi ipari kapitalizmusról szóló elemzésének részleteiben merül el. A korábbi megközelítés szerint ahhoz, hogy árukat állítsunk elő, és ne csak termékeket, az embereknek létre kell hozniuk használati értéket mások számára, társadalmi használati értéket (Marx 1955: 48). Ezt az ötletet Engels zárójelben szúrta be Marx szövegébe: „Ahhoz, hogy áruvá legyen, a terméknek csere útján kell eljutnia ahhoz, aki számára használati értékül szolgál" (Marx 1955: 48). Bár Engels elégedett volt ezzel a magyarázattal, Marx a termék és áru közti különbségek bonyolult (és homályos) sorozatának leírásával folytatja a művet, de a legfontosabb rész antropológiai szempontból teljes idézést érdemel:

> A munkatermék minden társadalmi rendszerben használati tárgy, de csak egy történelmileg meghatározott fejlődési korszak, amelyben a használati dolog termelésére fordított munka mint ennek „tárgyi" tulajdonsága, azaz értéke jelenik meg, változtatja a munkaterméket áruvá. Ebből az következik, hogy az áru egyszerű értékformája egyúttal a munkatermék egyszerű áruformája, hogy tehát az áruforma fejlődése is egybeesik az értékforma fejlődésével (Marx 1955:67).

Ann Chapman (1980) bemutatja, milyen nehéz különbséget tenni ezen állítás logikai és történeti vonatkozása között; erre még rövidesen visszatérek. A fenti *Tőke*-idézetben a termékről az árura történő áttérés történeti folyamatként jelenik meg. A megoldás azonban továbbra is meglehetősen vázlatos, és elég nehéz pontosabban meghatározni vagy egyértelműen tesztelni.

A lényeg, hogy Marx két tekintetben is foglya volt a 19. század közepi episztémének: egyrészt a gazdaságot csak a termelés problematikájának szemszögéből láttatta (Baudrillard 1975); másrészt az árutermelésre való átállást evolúciós, egyirányú és történeti folyamatnak tekintette. Ennek eredményeképpen az áru a *termékeknek* egy bizonyos fajtája, ami vagy létezik, vagy nem. Mindkét állítás kiigazításra szorul.

Az episztemikus korlátok ellenére Marx árufetisizmusról szóló híres elemzésében, mint ahogy a *Tőke* más pontjain is, megjegyzi, hogy az áru nem minden előzmény nélkül buk-

kan elő a termékből a polgári termelés keretei közt, hanem „korán lép fel, ha nem is olyan uralkodó, tehát jellegzetes módon, mint manapság" (Marx 1955: 86). Bár ezen esszé kereteit meghaladná Marxnak a prekapitalista, nem állami, nem pénzen alapuló gazdaságokról alkotott képével kapcsolatos probléma elemzése, annyit mindenesetre megjegyezhetünk, hogy Marx elképzelhetőnek tartotta az áruk – legyen azok formája bármennyire kezdetleges is – létezését a társadalmak széles körében.

Az általam előterjesztett definíció visszatérés Engelsnek Marx tág definíciójához írt egyik kiegészítéséhez, amely a használati érték mások számára történő termelését emeli ki, ezáltal összevág Simmel azon elképzelésével, hogy a csere a gazdasági érték forrása. Induljunk ki abból az elképzelésből, hogy az áru *bármilyen cserére szánt dolog*. Ez ugyanis megakadályozza, hogy kizárólagosan belefeledkezzünk a „termék", „termelés", illetve a „termelő" eredeti és alapvető szándékának elemzésébe, így lehetővé válik, hogy a csere dinamikájára összpontosítsunk. Az összehasonlítást lehetővé tevő kérdés tehát nem az lesz, hogy „Mi az áru?", hanem, hogy „Milyen csere minősül árucserének?". Itt most a célból, hogy képesek legyünk jobban definiálni az árukat, a csere két olyan formájáról kell szót ejtenünk, melyeket hagyományosan szembe szoktak állítani az árucserével. Az egyik a barter (melyet néha közvetlen cserének is hívnak), a másik az ajándék. Kezdjük a barterrel.

A bartert, mint a csere egy formáját, Chapman elemezte nemrégiben egy esszéjében (1980), amely többek között szakít Marxnak a közvetlen csere és az árucsere kapcsolatára vonatkozó nézeteivel. A barter számos jelenleg létező definícióját (Chapmanét is) figyelembe véve azt javaslom, tekintsük barternek azt a cserét, amelyben pénzre való utalás nélkül cserélnek el egy tárgyat egy másikra a társadalmi, kulturális, politikai és személyes tranzakciós költségek lehető legnagyobb mérvű csökkentése mellett. Az első kritérium a szigorúan marxi értelemben vett árucserétől, az utóbbi pedig az ajándékozás bármely definíciójától különbözeti meg a barter fogalmát.

Chapmannek igaza van abban, hogy amennyiben komolyan vesszük Marx értékelméletét, a barter marxi felfogása megoldhatatlan elméleti és fogalmi problémákat vet fel (Chapmam 1980: 68–70), mivel Marx kikötötte, hogy a barter egyaránt felveszi a termékek közvetlen cseréjének (x használati értéke A = y használati értéke B), valamint az áruk közvetlen cseréjének (x áru A = y áru B) formáját. A barter ezen marxista értelmezésének – bármilyen problémákat vet is fel a csereérték forrásának marxi elmélete számára –, megvan az az előnye, hogy jól illeszkedik Chapman legmeggyőzőbb állításához, amely szerint a barter – legyen annak szerepe domináns vagy alárendelt – a társadalmak rendkívül széles körében létezik. Chapman bírálja Marxot az árunak a barter fogalmába történő beemelése miatt, ő ugyanis szeretné élesen különválasztani a kettőt azon az alapon, hogy az áru feltételezi a pénztárgyak (és ezáltal a megalvadt munkaérték) használatát, azaz a pénznek az elszámolási egységen és az egyenértéken túlmutató használatát. Árucseréről tehát csak akkor beszélhetünk, ha a pénztárgy közbeékelődik a cserébe. Mivel a barterből az ő modelljében hiányzik ez a közbeékelődés, az árucsere és a barter formálisan teljesen elkülönülnek, habár némely társadalmakban egymás mellett léteznek (Chapman 1980: 67–68).

Úgy tűnik számomra, hogy a Marxot kritizáló Chapman indokolatlanul szűk szerepet szán a pénznek az áruk körforgásában. Bár Marx a barter és az árucsere kapcsolatának elemzésében számos nehézségbe ütközik, Polányihoz hasonlóan jogosan állapítja meg, hogy van hasonlóság a barter és a kapitalista árucsere között, ez a hasonlóság pedig a mindkettőben fellelhető tárgyközpontúság, illetve a relatíve személytelen és aszociális jelleg. A barter

számos egyszerű formájában felfedezhetjük az arra irányuló törekvést, hogy egyrészt a társas érintkezés korlátai, másrészt a pénzhasználat bonyodalmai nélküli cseréljenek dolgokat. A barter szerepe nő a mai világban: becslések szerint csak az Egyesült Államokban évi több mint 12 milliárd dollár értékű jószág és szolgáltatás cserél gazdát barter formájában. A nemzetközi barter (példának okáért Pepsico szörp orosz vodkáért, Coca-Cola koreai fogpiszkálóért vagy bolgár villás emelőtargoncáért) bonyolult alternatív gazdasággá fejlődik. Ez utóbbi esetekben a barter a nemzetközi kereskedelem és pénzügyek növekvő számú korlátozására adott válasz, és jól meghatározott szerepet tölt be a gazdaságban. A barter mint a kereskedelem egy formája tehát összeköti az eltérő társadalmi, technológiai és intézményi körülmények közt létező árucserét. A bartert így az árucsere olyan speciális formájának tekinthetjük, amelyben valamilyen okból kifolyólag a pénz nagyon kicsi, vagy pedig semmilyen szerepet nem játszik. Ezzel a definícióval nehéz lenne olyan társadalmat találni, ahol az árucsere egyáltalán nem játszik szerepet. A barter az árucsere azon formájának tűnik, melyben az áruk körforgása a lehető legjobban elkülönül a társadalmi, politikai, kulturális normáktól. Mégis minden ismert példa azt bizonyítja, hogy társadalmi ügy annak eldöntése, mi kerülhet elcserélésre, hol, mikor és ki által, valamint hogy mi irányítja a „másik" javai iránti keresletet. Hajlamosak vagyunk ezt a társadalmi ellenőrzést negatívnak beállítani, így gyakran azt feltételezzük, hogy a barter csupán kisközösségeken alapuló társadalmakban és korábbi időkben a közösségek közti kapcsolatokra korlátozódott, és nem volt jelen a közösségen belül. E modell szerint a barter gyakorisága fordítottan arányos a társadalmasodás mértékével, a külkereskedelem tágabb értelemben pedig „megelőzte" a belkereskedelem kialakulását (Sahlins 1972). Több empirikus és módszertani okunk is van azonban arra, hogy megkérdőjelezzük ezt a nézetet.

Az a nézet, hogy a kereskedelem a pénzhasználatot mellőző, iparosodás előtti gazdaságokban antiszociális tevékenységnek minősült, és ezért az idegenekkel történő érintkezésre korlátozták, annak a felfogásnak a párja, mely szerint az ajándék és az áru szellemisége szöges ellentétben áll egymással. E nézet szerint az ajándékozás és az árucsere alapjaikban különböznek, és egymást kölcsönösen kizárják. Bár számos kísérlet történt az elmúlt időszakban arra, hogy gyengítsék a Marx és Mauss közti túlzó ellentétet (Hart 1982; Tambiah 1984), a csere e két módját alapjaiban különbözőnek látó tendencia továbbra is az antropológiai diskurzus egyik fontos jellemzője (Dumont 1980; Hyde 1979; Gregory 1982; Sahlins 1972; Taussig 1980).

Számos forrásból táplálkozik az áru és az ajándék közti ellentét eltúlzása és tárgyiasítása az antropológiai írásokban. Megtaláljuk benne a kisebb társadalmak iránti romantikus vágyódást; a marxi értelemben vett használati érték és a tönniesi értelemben vett *Gemeinschaft* fogalmának összemosását; annak figyelmen kívül hagyását, hogy a kapitalista társadalmak is kulturális minták alapján működnek; a prekapitalista társadalmak kalkulatív, személytelen és önimádó vonásainak marginalizálását és jelentőségének alábecsülését. Keith Hart hívta fel arra a figyelmet, hogy e hajlamok visszavezethetőek a Marx és Mauss közti szembenállást túlzottan leegyszerűsítő felfogásra, amely figyelmen kívül hagyja számos közös vonásukat.

Az ajándékot és az ajándékcserét jellemző reciprocitás, spontaneitás és társadalmiság szellemiségét legtöbbször az áruk körforgásának profitorientált, önző és kiszámított világával állítják ellentétbe. Továbbá e nézet szerint, míg az ajándékok a tárgyakat személyekhez kötik és beágyazzák a dolgok áramlását a társadalmi kapcsolatok áramlásába, az árukat olyan – erkölcsi és kulturális korlátoktól jórészt mentes – késztetés megjelenítőinek tartják,

amely nem személyek, hanem csak áruk egymáshoz való viszonyában értelmezhető, és amelyet a pénz, és nem a társas kapcsolatok közvetítenek. Több, a kötetben található esszé, valamint jelen tanulmány célja is az, hogy bemutassa, ezen ellentétek túlzottan leegyszerűsítők és hibásak. Ezen a ponton egyelőre csak az ajándék és az áru körforgásának egyik közös jellemzőjére hívom fel a figyelmet.

Az ajándékozás szellemiségéről alkotott nézeteim kialakításában sokat köszönhetek Bourdieu (1977) munkásságának, aki kiterjesztette az ajándékozás maussi elemzésének egy eleddig alábecsült elemét (Mauss 2000): az ajándékozás és a látszólag „gazdaságibb" gyakorlatok stratégiája közti párhuzamot. Bourdieu elemzése, mely az ajándékozás időbeli dinamikáját hangsúlyozza, éles szemmel veszi észre azt a közös szellemiséget, mely mind az ajándékozás, mind az árucsere mögött meghúzódik.

> Ha igaz az, hogy az ajándék és a viszontajándék közé ékelődő idő múlása teszi lehetővé, hogy arra mint az önzetlenséget megvalósító, múlt és jövő nélküli, tehát nem kalkulatív cselekedetre tekintsünk és akként tapasztaljuk, akkor egyértelmű, hogy a politetikus monotetikussá redukálása révén az objektivizmus megszünteti minden olyan gyakorlat, így például az ajándékozás sajátszerűségét, amely felfüggeszti – vagy legalábbis úgy tesz, mintha felfüggesztené – az önérdekkövetés törvényét. Egy racionális szerződés egyetlen pillanatba sűrítené azt a tranzakciót, amelyet az ajándékozás az időbeli széthúzás révén elfed. Emiatt az ajándékozás ha nem is az áruk körforgásának egyetlen módja, annak egyetlen teljes mértékben elismert módja az olyan társadalmakban, melyek Lukács szavaival eltagadják „valódi táptalajukat", vagyis amelyek magánvaló, és nem magáért való gazdasággal rendelkeznek (Bourdieu 1977: 171).

Az, hogy Bourdieu az ajándékozást mint az áruk körforgásának egy bizonyos formáját fogja fel, nem pusztán a társadalmi viszonyok „objektivista" megközelítésének kritikájából, hanem annak az etnocentrizmusnak a felfedéséből is adódik, amely maga is a kapitalizmus történeti terméke, és amely a gazdasági érdek nagyon szűk értelmezését adja.[4] Bourdieu azt állítja, hogy „a gyakorlat sohasem nélkülözi a gazdasági kalkulációt, még akkor sem, ha a (szűk értelemben vett) érdek vezérelte kalkuláció logikáját elhagyva az önzetlenség álarcát ölti magára, és a játék nem materiális, mennyiségileg nehezen megragadható tétekért folyik" (Bourdieu 1977: 177).

Ez a megállapítás véleményem szerint azonos irányt követ, bár kissé más szempontból, Tambiah (1984), Baudrillard (1975, 1981, 1987) Sahlins (1976), valamint Douglas és Isherwood (1981) állításaival: mind olyan próbálkozásokat jelentenek, melyek célja egyrészt, hogy visszaállítsák azon társadalmak kulturális dimenzióját, amelyeket gyakran egyszerűen csak mint nagy gazdaságokat írnak le, másrészt, hogy visszaállítsák azon társadalmak kalkulatív dimenzióját, amelyeket gyakran egyszerűen kisléptékű szolidaritásként jellemeznek. Az áruk kultúraközi összehasonlításának nehézsége abból származik – csakúgy, mint a

4 Tisztában vagyok vele, hogy az „érdek" és „kalkuláció" szavak használata komoly problémákat vet fel az értékelés, a csere, a kereskedelem és az ajándék összehasonlító elemzésében. Az utilitarista modellek és feltevések (és az ezzel gyakran együtt járó európai és amerikai individualizmus és ökonomizmus) exportjának veszélye súlyos, de legalább ilyen egyoldalú, hogy a nyugati ember fenntartja magának azt a jogot, hogy kizárólag ő rendelkezhet érdekekkel az anyagi élet adok-kapokjában. Szükség lenne a gazdaság összehasonlító elemzésének olyan keretrendszerére, amelyben (Geertz és Dumon nyomán) a „én", a „személy" és az „egyén" kulturális változatossága mellett szerepet kapna a kalkuláció (Bourdieu nyomán) és az érdek (Sahlins nyomán) összehasonlító elemzése is. Csak egy ilyen keretrendszer kidolgozása után leszünk képesek a gazdasági tevékenység indítékainak, eszközeinek, céljának és ethoszának valóban összehasonlító elemzésére.

társadalmi élet más területeinek összehasonlítása –, hogy az antropológia túlzottan dualista: „mi és ők", „materialisták és vallásosak", a „személyek eltárgyiasítása" szemben a „tárgyak megszemélyesítésével", a „piaci csere" szemben a „reciprocitással" stb. Ezek a szembenállások mindkét ellenpontot kifigurázzák, és mesterségesen csökkentik az emberi sokszínűséget. Ennek a problémának az egyik tünete az áru mérhetetlenül pozitivista felfogása: az áru *valamilyen* tárgy, a vita ezután már csak az lehet, *milyen tárgy* is. De ha azt szeretnénk megérteni, mi a jellegzetes az árucserében, akkor semmi értelme sincs élesen elválasztani sem a bartertől, sem az ajándéktól. Ahogy Simmel javasolja (1978: 97–98), fontos, hogy észrevegyük a kalkulatív dimenziót a gazdasági csere mindezen formájában, még ha formájukban és a hozzájuk kapcsolódó társas viszonyokban el is térnek egymástól. Már csak az marad hátra, hogy az árucserét folyamatában, összehasonlító módon elemezzük.

Az árukat fogjuk fel meghatározott helyzetben lévő dolgokként, amely helyzet a dolgok széles körét jellemezheti társadalmi életük különböző pontjain. Ez azt jelenti, hogy minden dologban az áruvá válás lehetőségét keressük, ahelyett, hogy sikertelenül kutatnánk az áruk és mindenfajta más dolog közti mágikus különbséget. Ez azt is jelenti, hogy elszakadunk az áru marxi, termelésközpontú képzetétől, és a teljes életpályára összpontosítunk az előállítástól a cserén/elosztáson át a fogyasztásig.

De hogyan határozzuk meg az áruhelyzetet [commodity situation]? Azt ajánlom, hogy tekintsük áruhelyzetnek bármely dolog társadalmi életében azt a helyzetet, amelyben társadalmilag lényeges jellemzője a másik dologra történő (múltbeli, jelenbeli vagy jövőbeli) elcserélhetősége. Az így definiált áruhelyzet az alábbiak szerint tovább bontható: (1) egy dolog társadalmi életének árufázisára [commodity phase]; (2) egy dolog árujelöltségére [commodity candidacy]; és (3) az áruösszefüggésre [commodity context], melybe egy dolog kerülhet. Az „áru-lét" mindhárom aspektusa további magyarázatra szorul.

Az árufázis Igor Kopytoff (2008 – lásd ebben a számban) fontos esszéjének központi meglátása, amely szerint bizonyos dolgok hol áruként, hol pedig nem áruként jelennek meg. Több dologra is ki fogok térni a következő részben ezen életrajzi megközelítés kapcsán, de jegyezzük meg itt, hogy a dolgok be- *és* kikerülhetnek az áru állapotából, ezen mozgások lehetnek gyorsak vagy lassúak, visszafordíthatóak vagy véglegesek, bizonyos normatív elvárásoknak megfelelőek, vagy azokkal ütközőek.[5] Bár bizonyos dolgok életrajzi vonatkozásai szembetűnőbbek (családi ereklyék, postai bélyegek, régiségek), mint a többieké (acélrudak, só, cukor), ez az összetevő sohasem lényegtelen.

A dolgok *árujelöltsége* inkább fogalmi, mintsem időleges jellemző, és azon (szimbolikus, osztályozó és morális) szabályokra és kritériumokra utal, amelyek a dolgok elcserélhetőségét meghatározzák egy bizonyos társadalmi és történeti kontextusban. Első ránézésre ezt a jellemzőt a dolgok osztályozását szabályozó *kulturális* keretként magyarázhatnánk, ez Kopytoff (2008) tanulmányának egyik legfontosabb kérdése. Ez a magyarázat azonban elfedi a fogalom bonyolult voltát. Igaz, hogy a legtöbb stabil társadalomban lehetséges lenne feltárni egy olyan rendszertani struktúrát, amely meghatározza a dolgok világát, amely összevon bizonyos dolgokat, megkülönböztet másokat, jelentéseket és értékeket rendel e csoportosításokhoz, és megteremti a tárgyak körforgását irányító gyakorlatok és szabályok alapját. A gazdaságnál (azaz a cserénél) maradva Paul Bohannannek (1955) a tivek közti csere különböző te-

5 Simmel egy ponton (1978: 138), egészen más kontextusban, megelőlegezi azt a gondolatot, hogy a dolgok be-, illetve kiléphetnek az áruhelyzetből, és mindezt Arisztotelésznek tulajdonítja.

rületeiről szóló beszámolója kézenfekvő példa a csere kereteinek e típusára. De létezik két olyan szituáció, amikor a cserét irányító szabályok és kritériumok annyira meggyöngülnek, hogy szinte hiányoznak. Az első a kulturális határokat átlépő tranzakciók köre, amelyekben a felek csak az árban (legyen az pénzben kifejezve vagy sem) és magára a tranzakcióra vonatkozó néhány szabályban állapodnak meg.[6] A másik az olyan kultúrán belüli cserék esete, ahol a nagymértékben közös értelemadások ellenére a csere a cserére kerülő tárgyak értékének merőben eltérő érzékelésén alapul. Az értékek kultúrán belüli széttartására legjobb példát a szélsőségesen viszontagságos helyzetekben találunk (mint például az éhezés és a háború), ahol a csere logikájának nem sok köze van az áldozatvállalások arányosításához. A bengáli férfi, aki egy tál ételért cserébe prostituáltnak adja feleségét, vagy a turkanai nő, aki személyes ékszereinek nélkülözhetetlen darabjait adja el egyheti élelemért, olyan ügyletekbe bonyolódnak, amelyek ugyan szélsőséges körülmények között legitimnek tűnnek, ám nem a vevő és az eladó által kölcsönösen osztott értékelési keretre épülnek. Egy másik módja e szituációk értékelésének, ha azt mondjuk: e helyzetekben az ár és az érték szinte teljesen elszakad egymástól.

Simmel rámutatott, hogy az egyén szubjektív szempontjából minden csere tartalmazhatja a vevő és az eladó áldozatvállalása közti egyenlőtlenséget, ám ezen egyenlőtlenséget legtöbbször háttérbe szorítja a felek által mégis betartott (Simmel 1978: 48) hallgatólagos megállapodások sorozata. Beszélhetünk tehát a dolgok árujelöltségét meghatározó kulturális keretekről, de nem szabad elfelejtenünk, hogy néhány helyzetet – legyen az a kultúrán belüli vagy kultúrák közötti – a közösen osztott értékítéltetek jóval szűkebb köre jellemez. Ezért én előnyben részesítem az *értékrezsimek* fogalmát, amely *nem* előfeltételezi minden egyes árucsere esetében a kulturális feltevések teljes egybeesését; az értékek összhangjának szintje helyzetről helyzetre, áruról árura változhat. Az értékrezsimek ebben az értelemben megférnek a standardok kölcsönös elismerésének alacsony, illetve magas fokával is. Ezek az értékrezsimek felelősek a kulturális – kultúrán itt helyhez kötött, lokális jelentésrendszereket értve – határok átlépéséért az áruk folyamatos áramlása révén.

Végül az *áruösszefüggés* azon kulturális egységeken belüli vagy azok közötti társadalmi helyszínekre utal, amelyek segítenek összekapcsolni egy dolog árujelöltségét életútjának árufázisával. Sok társadalomban a házassági tranzakciók teremthetnek olyan kontextust, amelyben a nőket legerősebben és az adott kontextusnak leginkább megfelelően csereértéknek tekintik. Az idegenekkel való üzletelés olyan dolgok áruvá válásához is kontextust teremthet, amelyek egyébként kivonódnak az áruk köréből. Az aukciók olyan mértékben kiemelik bizonyos tárgyak (mint például a festmények) árujellegét, amely más kontextusban teljesen elfogadhatatlannak tűnne. A bazári környezet valószínűleg jobban bátorítja az áruk áramlását, ahogy az otthoni viszonyok kevésbé. A kontextusok e társadalmakon belüli és társadalmak közti sokszínűsége biztosítja a kapcsolatot az áru társadalmi környezete, illetve időbeli és szimbolikus állapota között. Ahogy arra már felhívtam a figyelmet, az áruösszefüggés különböző kulturális rendszerekhez tartozó cselekvőket hozhat össze, akik csak a tárgyra vonatkozó legminimálisabb közös tartalmakkal rendelkeznek, és csak az üzlet lebonyolí-

6 Gray (1984) – szintén simmeli ihletettségű – remek munkájában azt mutatja be, hogy az értékek közti eltérések milyen nagyban alakítják a kulturális határokon átívelő csere természetét. Az angol–-skót határvidék bárányárveréseit feldolgozó munkája az általam értékversenynek nevezett jelenség gazdag etnográfiai leírása.

tásában egyeznek meg. Az úgynevezett csendes kereskedelem jelensége a legszembetűnőbb példa az árucsere kulturális és társadalmi dimenzióinak minimális egyezésére (Price 1980).

Az áruvá válás tehát az időbeli, kulturális és társadalmi tényezők bonyolult egybeesése. Egy társadalomban azon dolgokat tekintjük leginkább áruknak, amelyek gyakran találhatóak árufázisban, gyakran képesek kielégíteni az árujelöltség feltételeit, illetve áruösszefüggésben megjelenni. Amennyiben egy társadalomban sok vagy a legtöbb tárgy kielégíti ezeket a feltételeket, azt a társadalmat erőteljesen kommodifikáltnak[7] nevezzük. Nagy biztonsággal kijelenthetjük, hogy a modern kapitalista társadalmakban több dolog életének része az árufázis, több helyszín válik legitim áruösszefüggéssé, és az árujelöltség a nem kapitalista társadalmaknál az áruk jóval tágabb körét magában foglalja. Bár Marxnak abban igaza volt, hogy a modern ipari kapitalizmus egyben a legkommodifikáltabb társadalom, ám a társadalmak kommodifikációs fokának összehasonlítása a jelen definíciós kísérlet talaján állva rendkívül összetett feladat. A definíció értelmében a továbbiakban áru alatt azon dolgokat értjük, melyek életük egy bizonyos fázisában, egy meghatározott összefüggésben kielégítik az árujelöltség feltételeit. Keith Hart (1982) nemrégiben megjelent – az áruk világban betöltött növekvő hegemóniájának jelentőségéről szóló – elemzése illeszkedik ehhez a definícióhoz, ám az áruvá válás a mi felfogásunkban sokszínű folyamat (amely eltérően érinti a fázis, az összefüggés és a kategorizáció kérdését): az áruvá válás kapitalista és számtalan bennszülött társadalmi forma közt végbemenő módja kölcsönösen hat egymásra.

Három további megkülönböztetést érdemes megtenni az áruk kapcsán (a cikk folyamán még több hasonlóra kerül sor). Az első, amely Jacques Maquet-nak az esztétikai termelésre vonatkozó 1971-es megkülönböztetésének módosított alkalmazása,[8] az árukat az alábbi négy csoportba osztja: (1) *rendeltetésszerű* áruk, azaz olyan tárgyak, amelyeket előállítójuk elsődlegesen cserére termelt; (2) *átalakuláson* átesett áruk, amelyeket ugyan más használatra szántak, később mégis áruvá válnak; (3) az átalakuláson átesett áruk egy szélsőséges esete az *elterelt* áruk, amelyeket eredetileg egyértelműen kivontak ezen használat alól, ám később mégis áruvá lettek; (4) a *volt áruk*, amelyeket időlegesen vagy véglegesen kivontak az áruk köréből. Úgy tűnik, érdemes különbséget tenni a „szinguláris"[9] és a „homogén" áruk között, hogy ezáltal elválasszuk azokat az árukat, amelyek árujelöltsége csoportos tulajdonságaikból következik (a tökéletesen szabványosított acélrúd gyakorlatilag megkülönböztethetetlen a többi acélrúdtól), azoktól az áruktól, amelyeket pont csoporton belüli egyedisége tesz alkalmassá az áruvá válásra (inkább egy Manet, mint egy Picasso; inkább egy bizonyos Manet, mint a többi). Ehhez hasonló, bár nem teljesen azonos a nyersanyagok és késztermékek, illetve a szükségleti cikkek és luxuscikkek, és az általam bevezetett mobil és elszigetelt áruk[10] közti különbségtevés. Mindezek ellenére minden, az áruk meghatározására irányuló kísérlet meddőségre van ítélve mindaddig, amíg nem magyarázza az árukat mozgásban. A következő résznek ez a fő célja.

---

7 Az angol *commodification,* illetve *commodization* kifejezéseket 'áruvá válás'-ként, illetve 'kommodifikáció'-ként fordítottuk aszerint, hogy az egy konkrét tárgyra (előbbi), vagy társadalmi folyamatra vonatkozik (utóbbi). (A szerk.)

8 Saját értelmezésem sokat köszönhet Graburn (1976) a szuvenírkereskedelem osztályozásával foglalkozó munkájának, amely ugyanakkor Maquet terminológiáját veszi át.

9 A szó Kopytoff (2008) írásából származik, amelyben a kifejezés az egyedi jelleggel rendelkező és a kereskedelemben jórészt nem cserélhető tárgyakra vonatkozik, amelyeket a szerző a homogénebb árukkal állít szembe. (A szerk.)

10 Az „elszigetelt áru" [enclaved commodity] az áruk olyan csoportját jelöli, melyet vagy teljesen kizárnak a cseréből, vagy a velük kapcsolatos hozzáférést jelentős mértékben korlátozzák. (A szerk.)

Utak és terelőutak

A tárgyakat gyakran a kereslet és kínálat törvényei által irányított termelési rendszerek mechanikus termékeiként képzeljük el. Etnográfiai példák segítségével azt szeretném bemutatni, hogy az áruk bármely körforgása a társadalmilag szabályozott utak és a verseny késztette terelőutak közti, folyamatos mozgásban lévő kompromisszum.

Az áruknak, mint Igor Kopytoff rámutatott, élettörténetük van. Ebből a folyamatközpontú nézőpontból az áruk élettörténetének árufázisa nem azonos azok teljes életével, ezen élettörténet kulturálisan szabályozott, és bizonyos mértékig teret enged az egyéni újraértelmezésnek. Kopytoff ennél többet is állít: a modern társadalmakban annak a kérdésnek az eldöntésében, hogy milyen áruknak milyen története lehet, a társadalmi versengésnek és az egyéni ízléseknek jóval nagyobb szerepe van, mint a kisközösségeken alapuló, nem monetizált, preindusztriális társadalmakban. Kopytoff modelljében állandó és univerzális ellentét feszül a gazdaság azon tendenciája között, hogy minél inkább kiterjessze a kommodifikáció fennhatóságát, illetve a kultúra azon törekvése között, hogy minél inkább korlátozza azt. Az egyének érdekeik és morális ítéleteik függvényében vagy egyik, vagy másik törekvés mellé állnak, bár a premodern társadalmakban a mozgástér meglehetősen szűk. Kopytoff modelljének többek között egyik legnagyobb erénye, hogy a kommodifikációnak olyan folyamatközpontú modelljéről van szó, melyben a dolgok be is léphetnek az áruhelyzetbe, és ki is léphetnek onnan. Kevésbé érzem találónak a szingularizáció és a kommodifikáció közti különbségtevést, mivel a legérdekesebb esetekben (amelyek, mint ahogyan azzal Kopytoff is egyetért, modelljében az ideáltipikus végpontok közti mezőben helyezkednek el) pont a szingularitások kommodifikációjáról van szó.

Két kérdés merül fel Kopytoff állítása kapcsán. Először is annak eldöntése, hogy mi számít inkább szingularitásnak, mint osztálynak, kulturális kérdés; mint ahogy léteznek homogén osztályhoz tartozó egyedi darabok (a tökéletes acélrúd), illetve kulturálisan elismert szingularitások osztályai (műalkotások, divattervezők egyedi ruhái). Másrészt viszont e szembenállás marxista kritikája azt állítaná, hogy a kommodifikáció mint világméretű folyamat döntő módokon meghatározza a szinguláris és homogén dolgok közti változó viszonyokat egy társadalom életének bármely pillanatában. A lényeg azonban az, hogy az áru(k) nem a dolgoknak egy más dolgoktól elkülönülő csoportja, hanem bizonyos dolgok életének egy szakasza. Ebben a tekintetben Kopytoff és én teljesen egyetértünk.

Az áruk és a kommodifikáció e felfogása számos fontos következménnyel jár, néhányra ezek közül Kopytoff is kitér, a későbbiekben én néhány továbbiról is szót ejtek. Egyelőre azonban a kommodifikáció ezen időleges megközelítésének csak egy fontos aspektusára térek ki, amit utaknak és terelőutaknak nevezek. E fogalmakat, és részben azt is, amit alattuk értek, Nancy Munn (1983) egyik tanulmányából kölcsönöztem, amely az ezen kötet szempontjából is nagy jelentőséggel bíró jelenséggel, a nyugat-csendes-óceáni kulával foglalkozó kötetben jelent meg (Leach és Leach 1983).

A kula a legjobban dokumentált példája a nem nyugati, preindusztriális, nem monetizált, helyi viszonyokon túlmutató csererendszernek, és a már említett kötet megjelenése óta egyben a legkomolyabban és leggyümölcsözőbben elemzett is. Ma már úgy tűnik, Malinowski klasszikus beszámolója (Malinowski 1922) részleges, és több ponton problematikus, habár még a legkifinomultabb újabb keletű elemzéseknek is ez az alapja. A kula jelenségének újragondolása számos ponton kapcsolódik ezen kötet általános célkitűzéseihez. Bár az általam a

kötetből idézett tanulmányok különböző etnográfiai és elméleti nézőpontra reflektálnak, néhány általános megállapítást azért lehetővé tesznek.

A kula bizonyos értéktárgyak az Új-Guinea keleti csücske mellett elterülő Massim-szigetcsoport vagyonos férfijai közti körforgásának rendkívül bonyolult regionális rendszere. A cserére kerülő tárgyaknak két típusa van: a díszes nyakláncok (amelyek az egyik irányba mozognak) és a kagylók (amelyek az ellenkező irányba mozognak). Ezek az értéktárgyak meghatározott élettörténetre tesznek szert, ahogy egyik helyről a másikra, egyik kézből a másikba kerülnek, ezzel párhuzamosan az ezeket elcserélő férfiak hírneve is nő és csökken, ahogy megszerzik, megtartják és elválnak ezektől az értéktárgyaktól. A *keda* („út", „útvonal", „ösvény") szót több massim közösségben is használják ezen értéktárgyak egyik szigetről a másikra történő utazásának leírására. A keda azonban egy sokkal diffúzabb jelentést is hordoz: arra a többé-kevésbé stabil társadalmi, politikai, reciprocitási kapcsolatra utal, amely a kulában részt vevő férfiakat összeköti. Absztrakt értelemben a keda a gazdagsághoz, hatalomhoz és hírnévhez vezető útra utal (Campbell 1983: 203–204).

A keda tehát egy többjelentésű fogalom, amelyben a tárgyak áramlása, az emlékek és a hírnév létrejötte, valamint az együttműködés stratégiáin keresztül megvalósuló társadalmi kitűnés mind összekapcsolódnak. A keda politikája szempontjából központi jelentőségű, a tárgyak és az emberek közti finom és bonyolult kapcsolatokat ragadja meg az alábbi idézet a Vakuta-szigetről:

> A sikeres keda olyan emberekből áll, akik jó szónoki és befolyásolóképességük révén viszonylag stabil keda-kapcsolatokat tudnak ápolni, akik képesek csapatban dolgozni, értelmezni mások lépéseit. Ennek ellenére számos keda omlik össze, amely szükségessé teszi az emberek számára az újraigazodást. Egyesek teljesen új kedát hoznak létre, a szétesett keda más tagjai újabb tagok bevonásával próbálnak új kedát alakítani. Mások soha többé nem vesznek részt a kulában, mivel sikertelenségüknek híre megy. Valójában a kagylók vándorolnak a kedák között, és a kedák társadalmi összetétele is csak időleges. A kagylók köré épülő történetek kialakulását akadályozza a kedák közti mozgás, mint ahogy az emberek halhatatlanságára vonatkozó állítások is semmivé válnak, ha a kagylók többé nem ezekhez az emberekhez kapcsolódnak, hanem sikeresen magához vonzotta őket egy másik keda, és így új tulajdonosaik identitását veszik fel (Campbell 1983: 218–219).

Ezen értéktárgyak útja tehát egyszerre tükrözi és létrehozza a társadalmi együttműködést és a kiválóságért folytatott harcot. Több további dolog is említésre méltó azonban a kulával kapcsolatban. Az első, hogy nehéz lenne besorolni az egyszerű reciprocitáson alapuló csere kategóriájába, amely távol áll az üzlet és a kereskedelem szellemiségétől. Bár a pénzügyi értékelés hiányzik, mind a tárgyak, mind a rendszer rugalmasságának számos forrása lehetővé tesz egyfajta kalkulatív cserét, mely álláspontom szerint az árucsere lényegét jelenti. Az értékelés e bonyolult, nem pénzbeli módozatai lehetővé teszik a partnerek számára a megegyezést, amit Firth – Cassady 1974-es munkájára támaszkodva – a „személyes megállapodáson alapuló cserének" nevez. Ez egy olyan szituáció, ahol az „ár" valamely személyes alkudozási folyamat eredménye, nem pedig a kereslet és kínálat személytelen erőinek összjátéka (Firth 1983: 91). Tehát az átfogó, bevett átváltási árfolyamok jelenléte ellenére egy bonyolult, kvalitatív kalkulus is létezik (Campbell 1983: 245–246), amely lehetővé teszi a rövid és hosszú távú egyéni érdekeket követő személyes értékbecslések közti versenyszerű alkudozásokat (Firth 1983: 101). Amit itt Firth „elköteleződésépítésnek" [indebtedness engineering] hív, az a kalkulatív csere egy olyan változata, amely definíció szerint elmossa az árucsere és a

csere más, érzelmeket is magában foglaló változatai közti választóvonalat. A legfőbb különbség ezen áruk cseréje és a modern ipari társadalmak keretei közt zajló árucsere között, hogy a kula típusú rendszerekben a haszon a hírnév, a híresség és az ismertség növekedésében áll, és a haszon előállításához szükséges tőkét az emberek jelentik, nem pedig más termelési tényezők (Strathern 1983: 80; Damon 1983: 339–340). A megfizethetetlenség olyan luxus, melyet csak néhány áru engedhet meg magának.

Talán a kula kalkulatív vonásainál is fontosabb az a tény, hogy az idézett tanulmányok nagyon nehézzé teszik, hogy úgy tekintsük a kula értéktárgyak cseréjét, mint ami csak a közösségek határain létezik, szemben a közösségen belül történő ajándékozás jellegű cserékkel (Damon 1983: 339). A *kitoum* fogalma adja meg a fogalmi és technikai kapcsolatot az értéktárgyak által megtett nagy út és a bensőséges, szabályos és problémáktól sem mentes szigeten belüli csere között (Weiner 1983; Damon 1983; Campbell 1983; Munn 1983). Bár a kitoum szó bonyolult és bizonyos szempontból ellentmondásos, egyértelműnek tűnik, hogy a kula, valamint a férfiak és nők közösségen belül végrehajtott cseréi közti kapcsolódásra utal. A kitoumok olyan értéktárgyak, amelyeket bevonhatnak, és legitim módon ki is vonhatnak a kularendszerből, annak érdekében, hogy befolyásolják a bohannani értelemben vett „konverziót" [conversion] az „átruházás" [conveyance][11] egymástól elkülönülő szintjei között (Bohannan 1955). A kitoum használatában figyelhetjük meg a massim csere teljességét alkotó kisebb és nagyobb utak közti fogalmi és instrumentális kapcsolatokat. Anette Weiner rámutatott, hogy hiba lenne elkülöníteni a nagyléptékű, szigetek közti csere rendszerét a tárgyak bensőségesebb – bár (a férfiak számára) jóval fullasztóbb – helyi mozgásaitól, amelyek adósságok, halál vagy rokonsági viszonyok miatt jönnek létre (Weiner 1983: 164–165).

A kularendszer dinamikus és folyamatközpontú minőséget ad Mauss azon tézisének, hogy a dolgok és az emberek értéke összekeveredik. A gawai kula kapcsán Munn (1983: 283) a következőket írja: „Habár úgy tűnik, az emberek adnak a dolgoknak értéket, a valóságban a kagylók nélkül az emberek képtelenek saját értéküket meghatározni, a kagylók és az emberek kölcsönösen meghatározzák a másik értékét." Munn is kitér azonban rá, hogy nem csak az utak, hanem a terelőutak is fontos szerepet játszanak az értékek eme kölcsönös konstrukciójában. Az utak és terelőutak közti viszony alapvető fontosságú a kularendszer értékpolitikájának szempontjából, és e viszonyok megfelelő összehangolása áll a rendszer középpontjában:

> A terelőutak tulajdonképpen szerves részei az útvonalak rendszerének, hiszen ezek révén lehet új útvonalakat létrehozni. Több út birtoklása növeli annak valószínűségét, hogy további terelőutak alakulnak ki egy bevett úttól egy másikhoz, mert az emberek a partnerek több csoportja érdekeinek és meggyőzési próbálkozásainak vannak kitéve… Valójában a kulában a tehetős embereknek képeseknek kell lenniük kiegyensúlyozni tevékenységeiket: egy adott útvonaltól való eltérést később helyre kell hozni, hogy megnyugtassák becsapott partnereiket, megmentsék az útvonalat a felszámolódástól, illetve, hogy megelőzzék saját kizáródásukat az útvonalból (Munn 1983: 301).

11 Bohannan a tivek gazdaságáról szóló elemzésében a javak egymástól elkülönülő kategóriáit írja le (lásd Kopytoff 2008). Az *átruházás* az azonos kategóriába tartozó javak cseréjének elveit, míg a *konverzió* a különböző kategóriákba tartozó javak egymásra való átváltásának elveit jelöli.

Ezen nagyszabású cserék olyan pszichológiai erőfeszítéseket jelentenek, melyek során a résztvevők megpróbálnak felülemelkedni a dolgok szerényebb áramlásán; a megbecsültség politikája [politics of reputation] során a csere nagyobb küzdőterein szerzett előnyök azonban befolyással bírnak a csere kisebb köreiben is. A kitoum fogalma biztosítja, hogy mind a konverziót, mind a továbbítást egyaránt nagy odafigyeléssel kezeljék a legnagyobb összhaszon érdekében (Damon 1983: 317–323). A kulát tekinthetjük az általam értékversenynek [tournament of value] keresztelt jelenség paradigmatikus esetének.[12]

Az értékversenyek olyan időről időre előforduló komplex események, amelyeket valamely jól meghatározott kulturális módon leválasztanak a hétköznapi gazdasági életről. A bennük való részvétel általában egyszerre a hatalmon lévők kiváltsága és a köztük folyó státuszharc eszköze. Az ilyen versenyek során használt valuta is legtöbbször – jól érthető kulturális megkülönböztetések révén – elkülönül a mindennapitól. Ami e versenyeken a tét, az nemcsak a résztvevők státusza, rangja vagy megbecsültsége, hanem a szóban forgó társadalom legfontosabb értékmérői feletti rendelkezés. Végül pedig, bár ezen értékversenyek különleges helyen és időben mennek végbe, formájuk és végeredményük mindig kihatással van a hatalom mindennapi valóságára és a hétköznapi élet értékeire.[13] A kulához hasonlóan az értékversenyekre általában véve igaz, hogy a stratégiai képesség kulturális mércéjeként az szolgál, hogy a cselekvők mennyiben képesek eltéríteni, felforgatni az áruk áramlásának kulturálisan bevett útjait.

Az értékverseny fogalmának megalkotása kísérlet egy olyan általános kategória bevezetésére, amely Edmund Leachnek (1983: 535) a kularendszer és a modern nyugati művészeti világ hasonlóságára vonatkozó megállapításaira épít. Elmélyíthetjük, és még élesebbé tehetjük az analógiát, ha figyelembe vesszük Baudrillard-nak a mai nyugati művészeti árverésekre vonatkozó elemzéseit. Baudrillard megjegyzi, hogy a művészeti árverés groteszk, rituális és kölcsönösségen alapuló jellemzői miatt elválik a hagyományos gazdasági csere ethoszától, mivel „jóval túlmutat a gazdasági kalkuláción, és a meghatározott helyen és intézmények keretei között megfigyelhető értékváltozás összes folyamatát érinti, amelyben az érték valamely logikájának helyét egy újabb logika veszi át" (Baudrillard 1981: 21). Mindenképpen érdemes a maga teljességében idézni Baudrillard szövegének következő részletét, mivel a művészeti árveréseken kívül az értékversenyek más fajtáit is jól jellemzi:

> A kereskedelmi tevékenységgel ellentétben – mely a gazdasági vetélkedés viszonyát hozza létre egyének között a formális egyenlőség talapzatán, oly módon, hogy mindannyian saját egyéni elsajátításra vonatkozó kalkulációjukat irányítják – az aukció az ünnepséghez (fête) és a játékhoz hasonlóan egy konkrét csereközösséget intézményesít az egyenrangúak között. Bárki legyen is a győztes, az aukció elsődleges feladata, hogy intézményesítse a privilegizáltak egy csoportját, akik magukat privilegizáltként a jelek egy körülhatárolt halmazára vonatkozó antagonisztikus spekuláció révén határozzák meg. Ezen arisztokratikus verseny pecsételi meg egyenrangúságukat (amelynek semmi köze nincs a gazdasági verseny formális egyenlőségéhez), s egyben kollektív kasztprivilégiumaikat a többivel szemben; akiktől immár nem csupán vásárlóerejük folytán, de a jelértékek előállításának és cseréjének fényűzést szabályozó és kollektív aktusa által is elkülönülnek" (Baudrillard 1981: 117).

12 Az „értékverseny" kifejezésének megalkotásához Marriot egészen más kontextusban használt „rangverseny" [tournament of rank] kifejezéséből (Marriot 1968) merítettem ihletet.

13 Burton Benedict (1983: 6) világkiállításokról szóló nemrégiben megjelent munkájában ezen események versengő és státuszpolitikai elemeire hívja fel a figyelmet.

Az ehhez hasonló értékversenyek összehasonlító elemzésében érdemesebb elkerülni Baudrillard azon törekvését, hogy analitikusan elszigetelje őket a hétköznapi gazdasági cserétől, annak ellenére, hogy e speciális küzdőterek és más gazdasági arénák közti kapcsolatok igen változatosak. A tanulmány későbbi részében, a tudás és az áruk kapcsán, még visszatérek az értékversenyek kérdésére.

A kula mindenesetre a személyek és dolgok élettörténete közti megfeleltetések egy nagyon bonyolult rendszerét jelenti. Rávilágít, hogy milyen nehéz elválasztani az ajándékozást az árucserétől még a preindusztriális, nem monetarizált társadalmakban is; ugyanakkor figyelmeztet, hogy milyen veszélyekkel járhat, ha túl szoros korrelációt feltételezünk a társadalmi bizalmasság [social intimacy] és a csere különböző formái között. A legfontosabb talán mégis az, hogy a kula az értékversenyek politikájának legösszetettebb példája, amelyben a résztvevők az utak kulturális definícióját és a terelőutak stratégiai lehetőségeit próbálják kiaknázni annak érdekében, hogy a dolgok mozgása saját pozíciójukat erősítse.

A terelőutak azonban nem csak a versenyhelyzetekre adott egyéni stratégiák részeként fordulnak elő, hanem intézményesített útjai is lehetnek bizonyos tárgyak releváns társadalmi áruösszefüggésekből történő kivonásának vagy azoktól való védettségének. Ahogy arra Kopytoff is rámutat, a királyi monopóliumok az ilyen „elszigetelt áru" [enclaved commodity] talán legismertebb példái. Az áruk áramlására vonatkozó ilyen monopolisztikus korlátozások egyik legismertebb és legkiterjedtebben tárgyalt esete a Max Gluckman (1983) által leírt észak-rhodesiai lorik királyi tulajdonához kapcsolódik. Gluckman az „ajándék", a „sarc" és a „királyi tárgyak" kategóriáinak tárgyalása során bemutatja, hogy még egy alacsony termékfelesleget előállító, mezőgazdaságra épülő királyságban is milyen változatos és fontos következményei vannak az áruk áramlásának. A „királyi tárgyak" elemzése során egyértelművé válik, hogy a királyi monopóliumok fő funkciója a fényűző exkluzivitás megőrzése (a tehénantilop légycsapó esetében), kereskedelmi előny szerzése (az elefántcsont kapcsán), valamint az adott társadalomban viselt rang kinyilvánítása volt. A premodern törzsfőségek és birodalmak társadalmaiban a tárgyak száműzése a csere kusza világából azt a célt szolgálta, hogy a királyok általuk biztosítani tudják a fényűző exkluzivitás anyagi alapjait. Ezt a folyamatot nevezhetnénk felülről induló dekommodifikációnak.

Ennél jóval bonyolultabb az az eset, amikor a tevékenységek és a termelés egész ágazata olyan értéktárgyak előállítására szakosodik, amelyet senki sem tehet áruvá. A kisközösségeken alapuló társadalmakban ilyen elszigetelt övezetet képez a művészet és a rítusok világa, ahová az áru szelleme csak jelentős kulturális változások idején hatolhat be. E jelenség részletesebb tárgyalását tartalmazza William Davenport (1986) esszéje, amely a rituális használatra szánt tárgyak kelet-Salamon-szigeteki termeléséről szól.

A Davenport esszéjében bemutatott jelenségek megvilágítják a társadalmi élet áruaspektusait, pontosan azért, mert olyan morális és kozmológiai rendet szemléltetnek, amelyben a kommodifikáció szűkre szabott és korlátozott. E régió temetési szertartásai, különösen a nagyszabású *murinák* során komoly energiát és pénzt fektetnek olyan tárgyak előállításába, amelyek, bár központi szerepet töltenek be a rituálében, megkérdőjelezhetetlenül a „végső" áruk kategóriájába tartoznak (lásd Koptyoff), vagyis olyan tárgyak, amelyek az előállításuk kontextusa, célja és jelentése miatt csak *egyetlen* utat tesznek meg a termeléstől a fogyasztásig. Bár ezután néha otthon még használják őket, az áru állapotába soha többé nem léphetnek be. Ami miatt dekommodifikálódnak tehát, az az érték e bonyolult felfogása (amelyben összekapcsolódik az esztétikai, a rituális és a társadalmi) és sajátos rituális élettörténetük.

Davenport megfigyeléseit újrafogalmazva azt is mondhatnánk, a befektetések, kifizetések és hitelek e bonyolult és kiszámított rendszerének középpontjában egy olyan átértékelés áll, amely során a tárgyak kikerülnek a kommodifikáció számára körülhatárolt közegből. Ez az átértékelés különböző társadalmakban más és más alakot ölthet, de jellemező, hogy az esztétikailag kifinomult és szakrális célokra használt tárgyak számos társadalomban hosszú távra (időbeli, társadalmi vagy definíciós értelemben) kikerülnek az áruhelyzetből. A hagyományokat követő Salamon-szigeteki emberek merev ragaszkodása ahhoz, hogy az esztétikailag legkidolgozottabb rituális termékeiket a kommodifikáció hatókörén kívülre helyezzék, csak konkrét megjelenése egy jóval elterjedtebb beállítódásnak.

A szent és az árucsere közti feszültség részben eltérő példája található Patrick Gearynek (1986) a kora középkori Európában zajló ereklyekereskedelemről szóló elemzésében. Az általa leírt ereklyéket persze „megtalálják" és nem „előállítják"; az ereklyék körforgása mégis a közösségi identitás és a helyi presztízs megteremtésének, valamint a kora középkor központi egyházi irányításának fontos aspektusait tükrözi.

Ezek az ereklyék a kereslet és a csere olyan gazdaságához tartoznak, amelyben az ereklye egyedi élettörténete alapvető jelentőségű, nem pedig esetleges az ereklye értéke szempontjából. Az élettörténet igazolása szintén központi része értékének. Az ajándék és az áru közti különbséget illető, a fentiekben kifejtett nézeteim után érthető, hogy szerintem Geary túl éles különbséget von köztük; saját forrásai is azt mutatják, hogy az ajándékozás, a lopás és a kereskedelem mind szerepet játszottak e szent tárgyak mozgásában. E mozgás tágabb társadalmi hátterét az egyházi irányítás, a helyi versengés és a közösségek közti rivalizálás adta. Ebből a szempontból a középkori ereklyéket kevésbé védték az áruvá válástól, mint Davenport rituális tárgyait. Ennek ellenére megállja a helyét az a következtetés, hogy a kereskedelem révén történő megszerzés kevésbé volt kívánatos, mint akár az ajándékozás *vagy* a lopás, e mögött azonban nem az ereklyekereskedelemmel szemben érzett közvetlen erkölcsi ellenérzés állt, hanem az, hogy a két másik beszerzési mód jobban jelképezte a tárgy értékét és hatóerejét.

Tehát ezek az ereklyék is a tárgyak azon csoportjába tartoznak, melyeknek árufázisa a lehető legrövidebb, mozgásuk korlátozott, és amelyek nem rendelkeznek a más dolgok esetében megszokott „árral". Az iránt megnyilvánuló kereslet miatt azonban körforgásuk, jóval hétköznapibb megfelelőikhez hasonlóan, igen gyors volt. Még az „átértékelt" tárgyak [transvalued things], amelyek inkább az elszigetelt, semmint a mobil áruk tulajdonságait öltik magukra, esetében is jelentős különbségek figyelhetők meg tehát az elszigetelés oka és természete kapcsán. Gluckman „királyi tárgyai", Geary ereklyéi és Davenport rituális tárgyai különböző fajta elszigetelt áruk, olyan dolgok, amelyek áruvá válásának lehetősége erősen korlátozott. Azt is fontos megjegyeznünk, hogy a „kereskedelmi kikötők" (Geertz 1980) az árucsere korlátozásának fontos eszközei voltak a premodern királyságokban, de a kereskedelem ehhez hasonló korlátozása valószínűleg jóval kevésbé volt mélyreható a premodern államokban, mint ahogy azt gyakran képzelik (Curtin 1984: 58). Az áruvá válás korlátozásának okai igen változatosak, de minden esetben megfigyelhetjük, hogy a korlátozás morális alapjai keretbe foglalják és megkönnyítik a politikai, társadalmi és kereskedelmi csere hétköznapibb formáit. Az ilyen elszigetelt áruk hasonlatosak a tárgyak egy másik osztályához, amelyet az antropológiai irodalom „kezdetleges értéktárgyakként" [primitive valuables] emleget, és amely tárgyak sajátossága közvetlenül az árucseréhez kapcsolódik.

Bár cserére szánt voltuk és kölcsönös összehasonlíthatóságuk következtében az áruk hajlamosak feloldani az emberek és a dolgok közti kapcsolatokat, ezt a tendenciát mindig kiegyensúlyozza egy minden társadalomban jelen lévő ellentétes tendencia, amely a kereskedelem korlátozására, ellenőrzésére és terelésére irányul. Számos primitív gazdaságban ilyen korlátozások vonatkoznak a kezdetleges értéktárgyakra. Mary Douglasnek (1967) köszönhetjük azt a meglátást, hogy az ilyen értéktárgyak nagyban hasonlítanak a modern ipari társadalmakban használatos utalványokhoz és engedélyekhez. Ezek, bár hasonlítanak a pénzre, mégsem a csere általánosított médiumai, mivel a következő jellemzőkkel rendelkeznek: (1) csak bizonyos terméktípusokra válthatók be; (2) szétosztásuk különböző módokon irányított; (3) kiállításuk körülményei patrónus-kliens viszonyokat hoznak létre; (4) alapvető funkciójuk a magas státuszú pozíciókhoz való hozzáférés feltételeinek megteremtése, a rang megőrzése, vagy a státusz ellen irányuló támadások összekapcsolása; és végül (5) az ilyen utalványokat és engedélyeket alkalmazó társadalmak célja a verseny kiküszöbölése vagy csökkentése egy merev státuszminta érdekében (Douglas 1967: 69). A közép-amerikai rafia-ruhák, az Egyesült Államok keleti felében lakó indiánok wampumja, a jurokok kagylópénze, valamint a Rossel-szigeteken és Óceánia más részein megfigyelt kagylópénzek jó példái az „árukuponoknak" (Douglas kifejezésével élve), amelyek korlátozott áramlása a társadalmi és politikai rendszer újratermelésének szolgálatában áll. Ilyen körülmények között a dolgok az emberek közti viszonyok újratermelésének eszközei (Dumont 1980: 231). Az ilyen árukuponok a „tiszta" ajándék és a „tiszta" kereskedelem között félúton helyezkednek el. Hasonlóak az ajándékhoz, mivel nem reagálnak érzékenyen a kereslet és a kínálat változásaira, az etikett és a helyénvalóság szigorú szabályai irányítják őket, és hajlamosak társadalmilag adott útvonalakat követni. A tiszta barterhez hasonlóan azonban megjelenik bennük a kalkulatív jelleg, a nyílt önérdekkövetés, és a tranzakciókat inkább a viszonylag idegenekkel bonyolítják.

Az áruk áramlásának ilyen korlátozott rendszereiben, ahol az értéktárgyak a státuszrendszer megőrzését szolgáló utalványok és engedélyek szerepét veszik fel, észrevehetjük a komplexebb társadalmakban megfigyelhető „divat" funkcionális megfelelőjét, amely annak technikai megfordítása révén jön létre. Míg az egyik rendszerben a státuszrendszer megőrzése és újratermelése az áruk állandó világában végbemenő egyenértékűségek és csere korlátozása révén történik, a divat rendszerében az áruk állandóan változó világában az ízlés kerül korlátozásra és irányításra, miközben az áruk bármire elcserélhetőek, és az azokhoz való hozzáférés látszólag korlátlan. A fogyasztást szabályozó törvények az olyan társadalmakhoz illeszkedő köztes fogyasztásszabályozó eszközök, amelyek növekvő árubőség mellett változatlanul kívánják megőrizni a státusz megjelenítését; ilyen társadalmakra példa a modernitás előtti India, Kína és Európa. (Erre az összehasonlításra a következő részben még visszatérünk.)[14]

A korlátozások és az elszigetelt áruk ehhez hasonló formái jelentik a stratégiai terelőutak hátterét, egyben célpontjait. A terelőutak ugyanis néha abban állnak, hogy kalkulatív és önérdekkövető módon kiemelik a tárgyakat az elszigetelt zónából egy olyan szférába, amely legalábbis rövid távon kevésbé korlátozott és jóval kifizetődőbb. Míg az elszigetelés általában csoportérdeket szolgál, elsősorban a társadalom gazdasági és politikai értelemben hata-

14 Simmel (1973) munkája a divat kulturális logikájáról szóló alapmű. Érdemes még megemlíteni a Christopher Bayly által hivatkozott Bougle-tanulmányt, amely egy indiai falu fogyasztási mintáiról szól, valamint Max Weber (1996 [1922]) írását.

lommal bíró csoportjainak érdekét, a terelőutak gyakran a vállalkozó szellemű egyének kibúvói. De legyen szó csoportokról vagy egyénekről bármely tevékenység kapcsán, a legfontosabb különbség az, hogy az elszigetelés megpróbál bizonyos dolgokat megvédeni az áruvá válástól, a kerülőutak célja pedig gyakran pont e védett termékek áruvá tétele. A kerülőutak azonban néha az árucsere szféráján belüli stratégiai útvonalváltozások formáját öltik.

A késő 18. és kora 19. századi Hawaiion zajló brit kereskedelemről szóló rendkívül érdekes elemzésében Marshall Sahlins bemutatja, hogy a hawaii törzsfőnökök a tabu fogalmának a kereskedelmi javak egy új osztályára történő kiterjesztése révén (természetesen összhangban saját kozmopolitikai érdekeikkel) hogyan voltak képesek még a gazdasági tabukra vonatkozó „isteni megfellebbezhetetlenségből" is hasznot hozó eszközt kovácsolni (Sahlins 1981: 44–45). Vagyis amit Sahlins a „kereskedelem pragmatikájának" [pragmatics of trade] hív, roncsolja és átalakítja azokat a kulturális határokat, amelyek közt eredetileg megfogant. Más szóval, az elszigetelés politikája [politics of enclaving], ahelyett, hogy szavatolná a rendszerszintű stabilitást, néha a változás trójai falova is lehet.

Az áruk bevett útvonalaktól történő eltérítése mindig a kreativitás vagy a válság jele, legyen az esztétikai vagy gazdasági. Az ilyen válságok számtalan alakot ölthetnek: a gazdasági nehézségek a társadalmak legszélesebb körében arra kényszeríthetik a családokat, hogy megváljanak a családi ékszerektől, bútoroktól, régiségektől és emléktárgyaktól, és áruvá tegyék őket. Ugyanúgy igaz ez a kula értéktárgyakra, mint a modernebbekre. A szabályszerű útvonalaktól való eltérést hozó válságok egy másik típusa természetesen a háborúskodás, és az azt kísérő fosztogatás. Az ilyen fosztogatásban és zsákmányszerzésben a kereskedelem fordítottját figyelhetjük meg. A háborúskodás során az áruk átruházása mindig egy bizonyos szimbolikus intenzitással jár együtt, amit jól példáz az a bevett gyakorlat, hogy a hétköznapi jellegű fosztogatást az ellenség fegyvereinek, jelképeinek vagy testrészeinek megszerzése keretében értelmezik. A magasztos fosztogatásban, ami valójában a jóval hétköznapibb szabad rablásnak szolgáltat keretet, észrevehetjük a más körülmények között hétköznapibb és személyesebb csere (mint például a melanéziai kula vagy gimwali) kettős rétegzettségének ellenséges megfelelőjét. A legtöbb emberi társadalomban elítélt lopás az elrendelt útvonalaktól való eltérés legegyszerűbb formája.

De vannak az előre meghatározott útvonalaktól való eltérésnek jóval finomabb esetei is. Ennek jelentős területe a szuvenírkereskedelemnek keresztelt jelenség, amelyben a személyes kommunikációra épülő kisközösségek által esztétikai, szertartási vagy fényűzési célból létrehozott tárgyak a nagyobb gazdaságok ízlésével, piacával és ideológiáival találkozva kulturális, gazdasági és társadalmi átváltozáson mennek keresztül (Graburn 1976). A szuvenírkereskedelemről szóló további gondolataimat az esszém tudással és az árukkal foglalkozó részében fejtem ki bővebben. Ide kapcsolódik még a nyugati világ művészeti és régészeti gyűjteményeinek természete és története is, melyek létrejöttében a fosztogatás, a vétel, az öröklés, valamint a múlt és a másik tárgyai iránti nyugati vonzódás bonyolult elegye játszott szerepet.[15] A műtárgyak eme „kereskedelme" a kiváltója az „eredeti" (Spooner 1986) és „szinguláris" (Koptyoff 2008) áruk nemzetközi áramlása során manapság elharapódzott kulturális vitáknak. Az angol és amerikai múzeumok és kormányok, valamint más országok közt kialakuló nézeteltérések felvetik mindazon kényes erkölcsi és politikai kérdéseket, amelyek akkor merülnek fel, ha a tárgyakat hagyományos, minimális útvonalaiktól – gyakran

15 A folyamat kitűnő példája található Henckennél (1981).

többszörösen – eltérítik, és olyan változatos módokon adják tovább, hogy a történetükre vonatkozó állítások és ellenállítások hálójában rendkívül nehéz eligazodni.

Az áruk megszokott útvonalaktól való eltérítését mindig a kockázatosság és a morális kétértelműség aurája övezi. Valahányszor a Bohannan (1955) által „továbbadásnak" nevezett dolog „konverzióba" megy át, a vállalkozói szellem és az erkölcsi romlottság egyszerre jelenik meg a képben. A melanéziai kulakereskedelem esetében az áruk különböző szférák közti áramlása, bár bizonyos értelemben mindig rendkívüli, az ügyes és sikeres kulajátékos stratégiájának szerves része. A csere egyik szférájából a másikba történő szabálytalan átlépéseket gyakran a gazdasági válsághelyzetre való hivatkozással támasztják alá, legyen szó éhezésről vagy csődről. Ha az ilyen indokok nem állnak rendelkezésre vagy nem hihetőek, gyakran fogalmazódnak meg a szabályszegés és a haszonlesés vádjai. A kerülőutak politikai következményeinek tökéletes példáját nyújtja az illegális vagy félig legális árucsere alábbiakban elemzett esete.

Lee Cassanelli (1986) lebilincselő dolgozata a *khat*nak (*catcha edulis*)[16] nevezett félig legális áru politikai gazdaságtanában az elmúlt ötven évben Északkelet-Afrikában végbement változást elemzi. A khat tökéletes példáját adja az „áruökumenének",[17] azaz egy bizonyos áru vagy áruk egy csoportja termelői, terjesztői és fogyasztói között kialakult kapcsolatok transzkulturális hálózatának. Különösen érdekes a khat fogyasztásában (és termelésében) végbement drámai növekedés, amely egyértelműen a régió technikai infrastruktúrájában és politikai-gazdasági rendszerében bekövetkezett változásokhoz kapcsolódik. Bár a termelés növekedése összhangban van a mezőgazdaság elüzletiesedésének univerzális mintázatához illeszkedő feltételekkel, sokkal érdekesebb a kereslet növekedése és az állam – különösen Szomália – válasza a khatfogyasztás és -termelés robbanásszerű növekedésére.

A khat termesztésére, importjára és fogyasztására vonatkozó, a szomáliai kormány által nemrégiben (1983) bevezetett tilalom csak a hosszú múltra visszatekintő, ambivalens állami hozzáállás legújabb felvonása, amely mögött a khatfogyasztás és az improduktív, potenciálisan felforgató társas élet közti feltételezett kapcsolat áll. A mostani szomáliai tilalom esetében, úgy tűnik, a khat (mint a ruha Gandhi retorikájában) olyan többszintű problémaként jelenik meg, amely nemcsak a gazdaság állami irányítását kérdőjelezi meg, de a városban élő újgazdag, felfelé mobil szomáliaiak szabadidő-eltöltése feletti állami ellenőrzést is. Ismét csak eszünkbe kell jusson, hogy a fogyasztás gyors átalakulása, hacsak nem a hatalmon lévők kezdeményezik és irányítják, fenyegetőnek tűnik számukra. Szomália esete jól példázza a regionális áruökumené politikai gazdaságtanában végbemenő gyors változás és az ökumenén belüli egyik állam hatalma közti gyakori feszültséget.

Az áruk eredeti összefüggésekből történő eltérítésének legjobb példái azonban mégiscsak a modern nyugati világban találhatóak: ez figyelhető meg a divat, az áruk otthoni közszemlére tétele és a gyűjtőszenvedély kapcsán. A Bauhaus által inspirált high-tech látványvilágban a gyárak, raktárak és munkahelyek funkcionalitása az otthonok esztétikájává alakul. A különböző foglalkozások egyenruhái ruhadarabokká válnak. A „talált műalkotás" logikájában a hétköznapi áruk átértelmeződnek és esztétizálódnak. Ezek arra példák, amit elterelés általi áruvá tételnek nevezhetünk, ahol az érték – a művészeti vagy a divatpiacon – felsőbb osztályba lép vagy megnő azáltal, hogy a dolgokat vagy tárgyakat szokatlan összefüggésbe helye-

16 A khat egy olyan drognak tekintett növényfajta, melynek fogyasztása, pontosabban rágása, hallucinogén hatású. (A szerk.)

17 Az ökumené szó nálam Marshall Hodgson *The Venture of Islam* című művében található kifejezésének kissé furcsa átvétele.

zik. A dekontextualizáció esztétikája (amelyet az újdonság iránti vágy vezet) az alapja annak a kifinomult, a nyugati otthonokban bevett gyakorlatnak, hogy a „másik" használati eszközeit és tárgyait (a türkmén nyeregtáskát, a maszáj dárdát, a dinka kosarat) állítják ki.[18] Ezekben a tárgyakban nemcsak az autentikusságnak az egzotikus mindennapi tárgyakkal való azonosítását, hanem az elterelés esztétikáját is megfigyelhetjük. Ez az elterelés nem csak a tárgy dekommodifikációjának eszköze, hanem éppen hogy a kommodifikáció (potenciális) felerősítése, azáltal, hogy a tárgy értéke az elterelést követően megnő. Az áruk megszokott útvonalaktól történő eltérítésén alapuló ezen felértékelődése az alapja az olyan gyakorlatoknak, mint az ellenség értéktárgyainak elrablása a háború során, a „primitív" használati tárgyak beszerzése és kiállítása, a „talált" tárgyak értelmezése, valamint bármilyen fajta gyűjtemény kialakítása.[19] A felsorolt példákban a tárgyak elterelése összekapcsolja az esztétikai impulzust és a vállalkozói szellemet, és mindig egy csipetnyi morális megbotránkozással jár együtt.

Mindazonáltal a terelőutak csak az általuk elkerült útvonalakhoz való viszonyukban tesznek szert jelentésre. Ahhoz, hogy megvizsgáljuk az áruk társadalmi életét egy bizonyos társadalomban vagy korban, az egyik legnagyobb antropológiai kihívás az, hogy meghatározzuk, melyek azok a releváns, bevett útvonalak, amelyekhez képest a terelőutak logikája az azokhoz fűződő viszonyban helyesen megérthető. Az utak és terelőutak közti kapcsolat történeti és dialektikus, mint ahogy arra Michael Thompson (1979) oly találóan rámutatott a modern nyugati műtárgyak vonatkozásában. Azok a terelőutak, amelyek megjósolhatóvá válnak, afelé haladnak, hogy maguk is utakká váljanak, olyan utakká, amelyek aztán újabb eltereléseket (vagy a régihez való visszatérést) inspirálnak. Ezek a történeti kapcsolatok gyorsan és jól észrevehetőek a mi társadalmunkban, de kevésbé láthatóak az olyan társadalmakban, ahol az ilyen változások sokkal fokozatosabban történnek.

Az áruk kulturális konstrukciójában végbemenő változásokat tehát az áruk életét meghatározó utak és terelőutak közti változó kapcsolatokban kell keresnünk. Az áruk megszokott útvonalától való eltérése hívja életre az újat. De a terelőutak gyakran a szokványostól eltérő vágyak és új igények függvényei, figyelmünket ezért a vágy és a kereslet problémája felé fordítjuk.

Vágy és kereslet

Az, hogy a keresletre a mai napig mint valami nagy rejtélyre gondolunk, részben annak köszönhető, hogy úgy véljük, valamilyen módon egyrészt a vágyhoz (ami természeténél fogva korlátlan és transzkulturális), másrészt a szükséglethez (ami természeténél fogva adott) kapcsolódik. Baudrillard (1981) nyomán azt javaslom, hogy a keresletre, így a fogyasztásra is, a társadalmak általános politikai gazdaságtanának egyik vetületeként tekintsünk. A kereslet tehát társadalmi gyakorlatok és osztályozások függvénye, nem pedig az emberi szükségletek rejtélyes kiáradása, a társadalmi manipulációra adott mechanikus válasz (mint ahogy a mi társadalmunkban azt a reklám egyik modellje állítja), vagy a tárgyak iránt érzett univerzális és telhetetlen vágyunk fókuszálása bármire, ami épp elérhető.

18 Vö. Aslop (1981) azon állításával, hogy a műalkotások gyűjtése mindig „felfeszíti" a korábbi használati környezetükből kiragadott tárgyakat, és megfosztja őket eredeti társadalmi céljuktól.

19 Fontos észrevennünk, hogy a felszíni különbségek ellenére a kereskedelem és a művészet igen közeli rokoni kapcsolatban állnak, legalábbis ami az egyszerűbb társadalmak anyagi kultúráját illeti. Bár eltérő módon, de mindkettőben a *tárgyiasság felerősödéséről* van szó. A szuvenírkereskedelem erre a közös jellemzőre épít.

Alfred Gell (1986) bámulatos képet fest a *gond muria* közép-indiai törzs fogyasztáshoz kapcsolódó dilemmáiról. Írása számos fontos és érdekes meglátást tartalmaz arra vonatkozóan, hogy milyen bonyolult kulturális összefüggésekkel és a vágy milyen dilemmáival kell szembesülniük a gyors változáson áteső kisközösségeken alapuló társadalmaknak. Tanulmánya olvasása után igazán nehéz lenne a javak iránti vágyra mint feneketlenre vagy kultúra nélkülire tekinteni, mint ahogy a kereslet sem az elérhető javakhoz és a megvásárlásukra költhető pénzhez történő természetes és mechanikus igazodás. A gond törzs körében a fogyasztás szorosan kapcsolódik a közösség megjelenítéséhez, a gazdasági egyenlőség elvéhez és a közösségi léthez. Ez komoly problémát jelent azon muriák számára, akik a törzsi gazdaságban az elmúlt körülbelül egy évszázad során végbement változások eredményeként jóval nagyobb gazdagságra tettek szert, mint a közösség többi tagjai. A végeredmény egy olyan minta, amit Veblen megfordításával „hivalkodó takarékoskodásnak" nevezhetnénk: a jövedelem emelkedéséből adódó növekvő nyomás ellenére ezek az emberek megőrzik életmódjuk és vagyonuk egyszerűségét. Ha árukra költenek, akkor olyan hagyományosan is elfogadható termékeket vesznek, mint a rézedények, a szertartásokhoz szükséges kellékek és házak – csupa olyan terméket tehát, amelyben közösségi értékek testesülnek meg. Ezt a világot nem a korlátozott javak ethosza hatja át, mint ahogy azt elsőre gondolnánk, sokkal inkább arról van szó, hogy egyszerűen nem alakul ki valódi igény a piac által kínált dolgok iránt. A csoportidentitás, a költekezésben tapasztalható homogenitás, a gazdasági egyenlőség és a hedonista közösségi lét adja azt az értékkeretet, amelyben a legtöbb kívülről érkező jószág érdektelen és nyugtalanító. A kereslet (és ezáltal a fogyasztás) közösségi szabályozása a gazdagok egy olyan tudatos stratégiájának része, amelynek célja az elkülönböződés esetleges megosztó következményeinek kordában tartása. A muriák példája szembetűnő esete annak, hogy a javak iránti vágy akkor is szabályozható, ha a fogyasztói forradalom technikai és logisztikai feltételei adottak; szintén ezt példázza a ruhák esete Indiában, amelyre most fogok rátérni.

Christopher Bayly (1986) rendkívül finom és sokatmondó elemzését adja a ruházkodás változó morális és politikai gazdaságtanának Indiában az 1700-as évektől.[20] Nagyon tisztán mutatja be, hogyan függ össze a politika, az érték és a kereslet a dolgok társadalomtörténetében. Bayly érvelése szerint a ruhák termelése, cseréje és fogyasztása egy olyan „politikai diskurzus" tárgya (mint ahogy a khat is Szomáliában), amely összekapcsolja a királyi keresletet, a helyi termelési viszonyokat, a társadalmi szolidaritási formákat, valamint a politikai legitimitás szövetét. E politikai diskurzus fogyasztási oldala felelős az angol textíliák indiai piacra történő betöréséért a 19. században, és nem egyszerűen a hasznosság és az ár nyers logikája. Végül a 19. század végének és a 20. század elejének nemzeti mozgalmai, és különösen Gandhi retorikája, mozgósítja és újjászervezi a ruházkodásra vonatkozó politikai diskurzust: a ruházat régi és új jelentéseit a Brit Birodalom ellen fordítják; egyfajta áruk nyelvén megfogalmazott ellenállásról beszélhetünk. Bayly dolgozata (ami többek között Werner Sombart elképzeléseinek rendkívül gazdag alkalmazása) azáltal, hogy hosszú távon elemzi egy alapvető fontosságú áru társadalmi életét, két komparatív szempontból jelentős meglátással gazdagít minket: először is, a kisközösségek megszokott fogyasztási logikája szervesen kapcsolódik a nagy politikai rendszerek által meghatározott értékrezsimekhez; másodszor, a dolgok társadalmi életében végbemenő, Koptyoff által „szingularizációnak" és „kommodifikációnak" nevezett folyamatok mindig dialektikusak, és (a Gandhihoz hason-

20 A ruhának az Indiában kialakulóban lévő gyarmati tudásszociológiában betöltött szerepéről lásd Cohn (1989).

ló emberek kezében) ki vannak téve a Clifford Geertz által „mély játéknak" nevezett gyakorlatoknak.

A kereslet tehát nem más, mint a fogyasztás politikai logikájának gazdasági kifejeződése, emiatt alapját is ebben a logikában kell keresnünk. Veblen, Douglas és Isherwood (1981) és Baudrillard (1975, 1981, 1987) írásaiból kiindulva azt állítom, hogy a fogyasztás alapvetően társadalmi, relacionális és aktív tevékenység, nem pedig magánjellegű, elszigetelt és passzív. Douglas Baudrillard-hoz mért előnye abban mutatkozik meg, hogy a kommunikációként felfogott fogyasztás megközelítését nemcsak a mai kapitalista társadalmakra szűkíti le, hanem más társadalmakra is kiterjeszti. Baudrillard szerint a fogyasztás logikája a termelés és a csere társadalmi logikájának van alávetve. Emellett Baudrillard rendkívül hatásos kritikáját adja a „szükséglet" és a „hasznosság" ikerfogalmait használó Marxnak és politikai gazdaságtant művelő társainak, akik mindkét fogalomról úgy gondolták, hogy azok az alapvető emberi igények eredeti, univerzális és természetes mélytalajában gyökereznek.

Én hajlanék arra, hogy a „szükséglet" és „hasznosság" fogalmainak baudrillard-i dekonstrukcióját (amely mindkettőt a termelés és csere tágabb kontextusába illeszti) még egy lépéssel továbbvigyük, és kiterjesszük a nem kapitalista társadalmakra is. Mi következik a fogyasztás eme megközelítéséből? Mindenekelőtt az, hogy a fogyasztás (és az azt lehetővé tevő kereslet) nem csak a társadalmi üzenetek *küldésének* (mint ahogy azt Douglas állítja), hanem egyben *fogadásának* terepe is. A kereslet tehát két *különböző* kapcsolatot rejt a fogyasztás és a termelés között: (1) egyrészt a keresletet a társadalmi és gazdasági erők határozzák meg; (2) másrészt a kereslet bizonyos határokon belül képes hatni ezen társadalmi és gazdasági erőkre. Amit ezzel mondani szeretnék, az az, hogy történeti szempontból a kereslet e két aspektusa hatással lehet egymásra. Vegyük Bayly (1986) példáját a premodern India *királyi keresletéről*. A 18. századi indiai társadalom belső szemszögéből tekintve a királyi kereslet egy üzenetküldő, termelést alakító erő. Tehát hatókörén belül a királyi kereslet írja elő az ízlés és a termelés paramétereit. De a királyi kereslet ugyanakkor üzenetfogadó erő is, mivel maga is a korabeli európai stílushoz és termeléshez fűződő viszonyában jön létre. Az elitek ízlésének általában megvan ez a „forgóajtó" jellegű szerepe: megszűri a külsőleg adott lehetőségeket, majd modelleket állít, és közvetlen politikai irányítás réven hat a belső ízlésre és termelésre.

A politikai irányítás fogyasztói keresletre történő lefordításának gyakori mechanizmusai a „fogyasztást szabályozó törvények", amelyek egyaránt jellemzőek a komplex premodern társadalmakra és a kisközösségeken alapuló, iparosodás előtti, írásos kultúra nélküli társadalmakra. Minden olyan esetben, ahol a ruházkodásra, étkezésre, lakásra, a test díszítésére, a feleségek vagy rabszolgák számára, egyszóval bármilyen látható fogyasztási aktusra vonatkozóan előírnak külső szabályokat, láthatjuk, hogy a kereslet társadalmi meghatározásnak és irányításnak van alávetve. Ebből a szempontból a primitív társadalmak számtalan „tabuja", amelyek megtiltanak bizonyos fajta házasságokat, bizonyos ételek fogyasztását vagy bizonyos interakciókat (egyben megfogalmaznak pozitív irányú kötelezettségeket), a komplexebb, írott kultúrával rendelkező társadalmakban beiktatott fogyasztást szabályozó törvények szigorú erkölcsi megfelelői. Ez a kapcsolat teszi lehetővé, hogy jobban megértsük Mary Douglasnek (1967) a „primitív" és „modern" jegyrendszerek közé vont találó analógiáját.

A modern pénz úgy viszonyul a csere primitív médiumaihoz, mint ahogy a divat a primitív fogyasztást korlátozó szabályokhoz. Egyértelmű morfológiai hasonlóságok vannak a kettő között, de a divat a nagy sebességet, az árukészlet gyors forgását, a korlátlan hozzáférésnek

és az átalakíthatóság magas fokának illúzióját, valamint a fogyasztók és a fogyasztási tárgyak demokráciáját sugallja. A csere primitív médiumai azonban – hasonlóan a primitív fogyasztást korlátozó törvényekhez és tabukhoz – merevnek, lassan változónak és az összemérhetőséget megnehezítőnek tűnnek, ráadásul a hierarchiához, a megkülönböztetéshez és a társadalmi életben betöltött pozícióhoz kötődnek. De ahogy azt Baudrillard (1981) és Bourdieu (1984) megmutatták, a mai nyugati társadalmakban a divatot és a jó ízlést irányító intézmények hasonlóan hatékonyak a társadalmi mobilitás korlátozásában, a társadalmi rang jelzésében és a megkülönböztetésben, miután a fogyasztókat olyan játékba viszik bele, amelynek állandóan változó játékszabályait a társadalom felsőbb köreiből származó „ízlésdiktátorok" és szakértő kollégáik határozzák meg.

A modern fogyasztók ugyanannyira a divat sebességének áldozatai, mint ahogy a primitív fogyasztók a fogyasztást szabályozó törvények változatlanságának. Az áruk iránti keresletet alapjaiban szabályozzák ezek a változatos ízlésalakító mechanizmusok, amelyek társadalmi forrása könnyebben megérthető (mind a fogyasztók, mind az elemzők számára) saját társadalmunkban, mint a tőlünk távolabbiakban. A kereslet szempontjából a modern kapitalista társadalmak és a technológia, valamint a munka egyszerűbb formájával rendelkező társadalmak között a lényegi különbség nem az, hogy a mi társadalmunk velejéig kommodifikált gazdaság, míg az övékben a szükségletre való termelés dominál, és az árucsere csak korlátozottan jelenik meg; hanem az, hogy a mi társadalmunkban az emberek keresletét a „megfelelőség" (divat) gyorsan változó kritériuma szabályozza, szemben a jóval ritkábban változó, közvetlenebbül irányított fogyasztási és szokásrendszerekkel. A kereslet azonban mindkét esetben társadalmilag szabályozott, létrehozott impulzus, nem pedig az egyéni szeszélyek vagy szükségletek terméke.

De még a modern kapitalista társadalmakban sem a média és a vebleni értelemben vett utánzási vágy a fogyasztói kereslet egyetlen motorja. A keresletet befolyásolhatják a közvetlen politikai felhívások, legyen szó akár egy olyan konkrét felhívásról, mint hogy ne vásároljunk rossz munkakörülmények között dolgozók által termesztett salátát, akár egy jóval általánosabb protekcionizmusról, függetlenül attól, hogy az „hivatalos"-e, vagy sem. Bayly (1986) elemzése arról, hogy Gandhi hogyan befolyásolta a helyben gyártott ruhák jelentését, a kereslet átpolitizálásának fontos példája. De a ruhákra irányuló kereslet e nagyszabású befolyásolása a 20. századi Indiában csak azért volt lehetséges, mert helyi szinten a ruházat már hosszú idő óta kifinomult társadalmi üzenetek küldésének eszköze volt. Megállapíthatjuk tehát azt az általános szabályt, hogy azok a termékek reagálnak *legkevésbé* a kínálatban és az árakban bekövetkező egyszerű változásokra, amelyek fogyasztása a legbonyolultabban összefonódik az alapvető társadalmi üzenetekkel, de ezek reagálnak leginkább a társadalmi szinten gyakorolt politikai ráhatásokra.

A második fontos szempont, hogy az emberi történelem során az áruk keresletének és kínálatának meghatározásában nem csak az uralkodók, hanem természetesen a *kereskedők* is részt vettek. Philip Curtin nemrégiben publikált monumentális munkája az iparosodás előtti világ kultúraközi kereskedelméről azt sugallja, hogy az irányított kereskedelem korábbi modelljei, mint például Polányié, valószínűleg túlbecsülték az állam irányító szerepét a komplex premodern gazdaságokban (Curtin 1984: 58). Az mindenesetre egyértelmű, hogy az uralkodók és az államok közti viszonyok térben és időben rendkívül változatosak voltak. A Curtinéhoz hasonló tanulmányok ugyan próbálnak rámutatni a sokféleség mögött megbúvó mintázatokra, a kereslet szerepe a kereskedelem eme dinamikájában azonban tovább-

ra is homályban marad. Az uralkodók és kereskedők közti nagyon szoros viszony (legyen az akár összejátszás vagy ellenségeskedés) részben annak következménye is lehet, hogy mindkét fél kulcsszerepre törekedett a kereslet társadalmi szabályozása terén. A kereslet politikája gyakran a kereskedők és a politikai elit közti feszültség forrása, ahol is a kereskedők a szabad megfeleltethetőség, az új áruk és a különös ízlések társadalmi képviselői, a politikai elitek pedig általában a korlátozott csere, a rögzített árurendszerek és a fennálló ízlés és fogyasztási szokások védelmezői. Talán az „idegen" javak és a helyi fogyasztási (tehát politikai) struktúra közti kibékíthetetlen ellentét az oka a primitív társadalmak azon gyakran megfigyelt jellemzőjének, hogy a kereskedelmet próbálják az áruk egy szűk körére, és inkább az idegenekre, semmint rokonokra és barátokra korlátozni. Komplexebb társadalmakban az a gondolat, hogy a kereskedelem sérti az ajándékozás szellemiségét, talán csak ezen alapvető ellentét lazán kapcsolódó melléktermeke. A premodern társadalmakban tehát az áruk iránti kereslet néha állami szintű erőhatásokat tükröz, *vagy* más esetekben, mint például a kulánál, az elit férfiak közti státuszverseny alapfunkcióját azzal, hogy a csere belső és külső rendszerei közti kapcsolatot megteremti.

Itt talán fontos lenne felhívni a figyelmet a tárgyak *kulturális életrajza* és *társadalomtörténete* közti különbségre. A különbség kétfajta idősíkhoz, kétfajta osztályidentitáshoz, és a társadalmi lépték két különböző szintjéhez kapcsolódik. A Koptyoff által megfogalmazott kulturális életrajzi megközelítés az *egyes* dolgok esetében megfelelő. E megközelítés rávilágít arra, hogy azáltal, hogy a dolgok különböző kezeken mennek keresztül, más és más kontextusokban tűnnek fel, és különböző használati módoknak vannak kitéve, sajátos életrajzra vagy életrajzok sorozatára tesznek szert. Ha azonban a tárgyak osztályait vagy típusait tekintjük, fontos, hogy figyelmet fordítsunk a (gyakran a keresletben végbemenő) hosszú távú változásokra és az adott csoporthoz vagy típushoz tartozó tárgyak egyedi életrajzán túlmutató, nagyobb léptékű erőhatásokra is. Lehet tehát, hogy egy bizonyos ereklyének van egy bizonyos életrajza, de az ereklyék egy típusának, vagy akár a tárgyak „ereklyéknek" nevezett egész osztályának lehetnek olyan nagyobb történelmi hullámzásai, amelyek során a jelentésük nagymértékben módosul.

Colin Renfrew (1986) *Varna and the Emergence of Wealth in Europe* (Várna, és a vagyon megjelenése Európában) című írásában fontos módszertani és elméleti kérdéseket vet fel, amelyek akkor merülnek fel, ha az árukat hosszabb távon figyeljük meg. Dolgozata felhívja a figyelmünket arra, hogy az áruk központi szerepet töltöttek be az emberi társas élet korai és alapvető megváltozásában, konkrétan, a vadászó-gyűjtögető életmódról a komplexebb állammal rendelkező társadalmakra való átmenetben. Először is, ahhoz, hogy ilyen nagyon hosszú távú folyamatokról tegyünk megállapításokat, szükséges, hogy rendelkezzünk a termelést a fogyasztással összekötő deduktív modellekkel. Másodsorban, ahhoz, hogy megvizsgáljuk a termelési folyamatokat az emberiség korai történelmében, mindenképpen számításba kell venni a technológiai változásokat. Renfrew itt nagyon meggyőzően mutatja be, hogy az új áruk fejlődéséhez hozzájáruló alapvető fontosságú technológiai innováció döntő tényezői gyakran társadalmi és politikai, nem pedig pusztán technikai jellegűek. Ha ezt belátjuk, ebből már egyenesen következik, ahogy azt Renfrew is egyértelművé teszi, hogy a kereslet és az érték figyelembevétele elengedhetetlen az első ránézésre pusztán technológiai ugrásoknak tűnő változások megértésében.

Az arany és a réz Várnában betöltött szerepének – és más hasonló, az őskori Európában „elsődleges értékkel" bíró tárgyakra is kiterjedő – elemzése során Renfrew eltántorít minket

attól a kísértéstől, hogy az értéktárgyakról egy túlságosan leegyszerűsítő tükröződéselmélet keretében gondolkodjunk, ahol az értéktárgyak egyszerűen tükrözik az azokat használó emberek magas társadalmi pozícióját. Ehelyett egy dinamikus, konstrukcionista megközelítést javasol, amelyben a magas technológiai szintet képviselő áruk használata maga is hozzájárul a státuszstruktúra átalakulásához. Az értékről alkotott elgondolások megváltozása az, ami magyarázatra szorul tehát, amely egyben a technológiai felfedezések új használati módjait és ezen innovációk eredményeként létrejövő termékek új politikai szabályozását feltételezi. Renfrew bonyolult érvelésének magva, hogy a bemutatásra szánt tárgyak (amelyek maguk is az elsődleges értékkel rendelkező anyagok feletti rendelkezésen alapulnak) társadalmi szerepében bekövetkezett változások megvilágítják az érték és a kereslet hosszú távú változásait. Ugyanakkor a dolgozat arra is felhívja a figyelmet, hogy az áruk kulturális szerepe (e kötet központi témája) végső soron nem választható el a technológia, a termelés és a kereskedelem kérdéseitől. S habár az archeológiai problémafelvetés rávilágít az értékek, a társadalmi elkülönböződés és a technológiai változás közti bonyolult összefüggésekre és azok történeti mélységére, a hagyományos írott vagy szóbeli források hiánya az értékek megváltozásának rekonstruálását jóval nehezebbé teszi, mint a társadalmi és technológiai változás rekonstruálását. Renfrew dolgozatának komoly erénye, hogy szembeszáll azzal a legkényelmesebb olvasattal, amit a rendelkezésére álló bizonyítékok megengednének.

Nemrégiben három olyan komoly munka is megjelent, amely a hosszú távú folyamatok elemzése során az áruk társadalmi szerepére is kitér: ezek közül kettőt történészek (Braudel 1982; Curtin 1984), egyet pedig egy antropológus (Wolf 1982) írt. Mindhárom műnek megvannak a maga külön erősségei, de vannak köztük komoly átfedések is. Curtin könyve bátor összehasonlító munka, amely az írott történelem kezdeteitől egészen Európa ipari expanziójának korszakáig tekinti át a javak kulturális határokat átszelő mozgásáért felelős kereskedelmi közösségek, Curtin szavaival élve „kereskedelmi diaszpórák" történetét. Mindent megtesz annak érdekében, hogy elkerülje az ipari forradalom előtti világkereskedelem eurocentrikus megközelítését, és ennyiben nagyon hasonlít Eric Wolf nemrégiben megjelent könyvére. De Wolf írása, részben a szerző elméleti beállítódásának, részben annak köszönhetően, hogy Európa és az Európán kívüli világ közti kapcsolat történelmének jóval későbbi szakaszát választja könyve témájául, sokkal inkább Európára összpontosít. Curtin és Wolf munkái jelentősen hozzájárulnak ahhoz, hogy végleg leszámoljunk azzal a nézettel, hogy az áruk áramlása új keletű, vagy kizárólag a városi kapitalizmushoz kapcsolódó jelenség lenne. Ugyanakkor felhívják a figyelmet a társadalmi és kulturális határokon átívelő kereskedelem intézményi, logisztikai és politikai hátterére. De különböző okok miatt mind Curtin, mind Wolf érzéketlen a kereslet kérdésének és ehhez kapcsolódóan az érték kulturális konstrukciójának problémája iránt. A jelen kötet írásai tehát kiegészítik és gazdagítják a két említett munkát, melyek nagyrészt az áruk áramlásának intézményi, technikai és gazdasági típusú megközelítését adják.

Braudellel, az *Annales* iskola nagy öregjével más a helyzet. A kapitalizmus és az anyagi kultúra – 1500-as évektől az 1800-as évekig tartó történetével foglalkozó – tekintélyt parancsoló munkájának második kötetében Braudel nem elégszik meg a modern ipari világ kialakulásának tömör és drámai kifejtésével. Ebben a kötetben, amely angolul *The Wheels of Commerce* (A kereskedelem kerekei) címmel jelent meg, Curtinhez és Wolfhoz (valamint természetesen sok más gazdaság- és társadalomtörténészhez) hasonlóan, Braudel a 16. század utáni világ kereskedelmének természetével, struktúrájával és dinamikájával foglalko-

zik. E három mű együttesen a világ különböző részeit a 16. század óta összekötő, általam „áruökumenének" nevezett, rendkívül bonyolult és összefüggő hálózat bámulatba ejtő képét tárja elénk. Braudel röviden kitér e nagy modell keresleti oldalára is. A keresletnek és kínálatnak a korai kapitalizmus világában tapasztalt összefüggéseit, mint mindig, sodró történelmi távlatokba helyezi (Braudel 1982: 172–183), de a keresletben végbement változások forrásáról és következményeiről kevés olyat mond, amit az alább elemzett Werner Sombart nyomán már ne sejthettünk volna előre. Mindemellett az áruk áramlásának a világrendszer létrejöttében játszott szerepéről szóló eme három jelentős, új keletű munka ráirányítja a figyelmet a jelen kötet által tárgyalt jelenség, vagyis az áruk áramlása társadalmi és kulturális dinamikájának hátterére. Hogy e kötet írásai az érték, az életpálya és az osztályozás kérdéseinek irányába billennek, szándékos: célunk, hogy gazdagítsuk a dolgok sajátosságainak megértését, mivel a korábbi tudományos munkában ennek a vetületnek kevés szisztematikus figyelmet szenteltek.

A dolgok társadalomtörténete és kulturális életrajza nem teljesen választható el egymástól, hiszen a dolgok hosszú távú, makroszintű társadalomtörténete fogja keretbe a rövid távú, sajátos és magánjellegű pályák formáját, jelentését és struktúráját. Ugyanakkor az is igaz, bár jóval nehezebb bizonyítani, hogy a dolgok életrajzában végbemenő apró változások hosszú távon a dolgok társadalomtörténetében bekövetkező változásokhoz vezetnek. A dolgok áramlásának mikro- és makroszintű pályái, rövid és hosszú távú mintái közti bonyolult összefüggésekre nem sok példát találunk a szakirodalomban, de kutatásunkat érdemes a csererendszereknek a gyarmati uralom keretei közt végbemenő átalakulásával (Dalton 1978: 155–165; Strathern 1983), valamint a nyugati társadalomban a szuvenírek, gyűjteni való dolgok és emléktárgyak megjelenéséhez vezető átalakulással (Stewart 1984) kezdeni. Bayly (1986), Geary (1986), Cassanelly (1986) és Reddy (1986) írásai a dolgok kétféle idősíkja közti kapcsolatok különösen érdekes tárgyalását nyújtják. Nem véletlen, hogy ezek a szerzők mindnyájan a hosszú távú folyamatok iránt érdeklődő társadalomtörténészek. A kereslet, az értéktárgyak körforgása és az árutermelés hosszú távú átalakulása közti kapcsolat legérdekesebb általános leírását Werner Sombart (1967) művében találjuk.

Sombartnak köszönhetjük azt a fontos történelmi meglátást, hogy a 14–19. század közti időszak során, amely szerinte a korai kapitalizmus időszaka, a kereskedelem, az ipar és a pénztőke expanziójának oka elsősorban a *nouveaux riches* (újgazdagok), a királyi udvar és az arisztokrácia luxusjavak iránti kereslete volt. Ezen megnövekedett kereslet forrását a „szabad" szerelem, az érzéki kifinomultság és az udvarlás politikai gazdaságtana ezen időszakra eső új felfogásának megjelenésében találja meg. A kereslet eme új forrása azt jelentette, hogy a divat a felsőbb osztályok hajtóerejévé vált, amelyet csak a fogyasztási termékek egyre növekvő száma és egyre növekvő változatossága volt képes csillapítani. A kereslet eme szexuális és politikai indíttatású felerősödése a földesúri életstílus végét jelezte, ugyanakkor serkentette a születőben lévő kapitalista termelést és kereskedelmet.

Bár Sombartnak a kapitalizmus társadalomtörténetéről szóló általános megközelítését már saját korában és az után is jogosan kritizálták empirikus anyagának hiányosságai és sajátos módszertani megoldásai miatt, mégis hatásos (bár főáramon kívüli) alternatíváját nyújtja a nyugati kapitalizmus eredetéről szóló marxista és weberiánus megközelítéseknek. Fogyasztásra és keresletre összpontosító megközelítése egy ellenzéki, kisebbségi álláspontot képvisel, és ezzel ő maga is tisztában volt. Sombart egyik korai kritikusa annak, amit Jean Baudrillard a „termelés tükrének" nevez; ebben a tükörben „szemléli magát" a modern nyu-

gati politikai gazdaságtan uralkodó elmélete. Azáltal, hogy a keresletre összpontosít, hogy a divat politikájával kapcsolatban fogalmaz meg megállapításokat, hogy a gazdasági mozgások mögött a szexualitás átalakulását tételezi, valamint, hogy a luxus és szükséglet közti viszonyt dialektikusként fogja fel, Sombart előrevetíti a gazdasági viselkedés Baudrillard, Bourdieu, Kristeva és mások nevével fémjelzett, új keletű, szemiotikus megközelítését.

Sombart megközelítését elemzi a korai kapitalizmus kulturális hátteréről szóló rendkívül érdekes könyvében Sandra Mukerji (1983) is. Mukerji érvelése szerint, ami nagyban hasonlít az enyémhez, távolról sem arról van szó, hogy a materialista kultúra és a világ különböző pontjáról származó termékek és javak iránti új kereslet a 19. századi ipari/technológiai forradalom *következménye* lenne, sokkal inkább arról, hogy az az ipari kapitalizmus technológiai forradalmának *előfeltétele*. Mukerji Nef (1958) és mások nyomán a protestáns aszketizmusnak a kapitalista kalkuláció kulturális hátterének megteremtésében betöltött szerepéről szóló weberi hipotézis merész kritikáját adja. Műve az európai kora kapitalizmus kulturális hátterének kifinomult történelmi leírása. Új bizonyítékokkal szolgál arra vonatkozóan, hogy a nyugati kapitalizmus kialakulásáról szóló kulturális megközelítésekben kulcsfontosságú szerepet kell szentelni az ízlésnek, a keresletnek és a divatnak, és hogy a „dolgok" központi szerepet töltöttek be a reneszánsz Európa gondolatvilágában (lásd még Goldwaite 1983).

A mi szempontunkból a luxus és a korai kapitalizmus közti viszonyról szóló sombarti modell jelentőségét nem annak idő- és térbeli konkrétumai adják (ezt a témát meghagynánk a kora újkori Európával foglalkozó történészeknek), hanem érvelésének általánosítható *logikája* az áruk legalábbis egy sajátos csoportjára – amit ő a luxustermékeknek hív – irányuló kereslet kulturális alapjairól.

Azt javaslom, a luxustermékeket ne a szükségletekkel állítsuk szembe (amely szembeállítás több sebből vérzik), hanem olyan javakként tekintsünk rájuk, amelyek elsősorban *megtestesült jelek*, illetve amelyek használata elsősorban *retorikai* és *társadalmi*. A szükséglet, amelyet a luxustermékek kielégítenek, alapvetően politikai természetű. Sőt! Mivel a legtöbb luxusterméket használják (sajátos módon, különleges áron), talán több értelme lenne a luxusra mint a fogyasztás egy bizonyos „regiszterére" tekinteni (hasonlóan a nyelvészeti modellhez), semmint a dolgok egy sajátos osztályára. Ezen regiszter jelei az árukhoz viszonyítva az alábbiak valamilyen kombinációja: (1) magas áruk vagy törvényi korlátozások folytán csak az elit fér hozzájuk; (2) nehéz őket beszerezni, aminek vagy van, vagy nincs köze a „valódi" ritkaságukhoz; (3) szemiotikus virtuozitással bírnak, vagyis képesek viszonylag összetett társadalmi jelentéseket közvetíteni (mint például a bors a főzés, a selyem az öltözködés, az ékszerek a díszítés, vagy az ereklyék a istentisztelet során); (4) a specializált tudás előfeltétele a „megfelelő" fogyasztásuknak (vagyis azt a divat szabályozza); (5) fogyasztásuk szorosan kapcsolódik a testhez, az egyénhez, a személyiséghez.

A fogyasztás szemszögéből nézve a luxusregiszter eme jellemzőinek egy bizonyos fokig bármely áru képes megfelelni, de vannak olyan áruk, amelyek bizonyos körülmények között a luxusregiszter jellemző képviselőivé válnak; ezeket hívjuk egyszerűen csak luxustermékeknek. Ebben a megközelítésben minden társadalomban van kereslete a luxustermékeknek, de az is igaz, hogy csak Európában, és ott is csak a 19. század (a fogyasztást szabályozó törvények eltűnése) óta szűnt meg e kereslet politikai szabályozása, és lett kitéve a piac és a divat „szabad" játékának. Ebből a nézőpontból a divat és a fogyasztást szabályozó törvények a kereslet társadalmi szabályozásának két végpontján helyezkednek el, különösen a megkülönböztetés magas fokát lehetővé tevő javak esetében. Vannak olyan időszakok, ami-

kor a luxusjavak áramlása e két húzóerő közti feszültség függvénye: az európai *ancien régime* utolsó évszázadaira ez a kétirányú húzóerő a jellemző. A gyarmatosítás első évtizedei szinte mindenhol felszínre hozták az új divatok és a fogyasztást szabályozó törvények közti feszültséget. A divat ezekben a helyzetekben az új hatalmasságok utánzása iránti késztetést jelenti, amely késztetések úgy-ahogy beépülnek a hagyományos fogyasztási parancsokba. A kereslet és fogyasztás szintjén tapasztalt feszültség természetesen egyrészt a helyi, másrészt az újonnan bevezetett termelési rendszerek, javak és cseremédiumok közti feszültséghez kapcsolódik. A kereskedelem, a divat, a fogyasztást szabályozó törvények és a technológia közti bonyolult kapcsolatrendszer igen érdekes példája a Mukerji írásában megjelenő, a 18. században Anglia és Inda között kialakult pamutvászon-kapcsolat (Mukerji 1983: 166–209).

A másik fontos dolog, amire Sombart felhívja a figyelmünket, az a luxusjavak és a hétköznapi áruk közti kapcsolat bonyolultsága. Az általa vizsgált esetben e kapcsolatok elsősorban a termelési folyamatban jelentkeznek. A kora újkori Európában a Sombart által luxusjavaknak tekintett áruk termelési folyamatának másodlagos, harmadlagos előfeltételei voltak. A selyemszövő székek támogatták a selyemszövő központokat, ami egyben hozzájárult a luxusbútorok és ruhadarabok előállításához; a fűrésztelepek állították elő a fát a jó minőségű fiókos szekrényekhez; amikor a tűzifa fogyóban volt, a szén vette át a helyét az üvegiparban; az öntödék által előállított csövek elengedhetetlenek voltak a versailles-i szökőkutakhoz. Olyan mértékben, ahogy az elsődleges luxuscikkek iránti kereslet növekedése elengedhetetlen a másod- és harmadlagos eszközök előállításának növekedéséhez, a luxustermékek iránti kereslet növekedése rendszerszintű gazdasági következményekkel jár. Ezt figyelhetjük meg a kora újkor bonyolult gazdaságaiban is.

Más léptékű, struktúrájú és ipari szervezetű gazdaságokban azonban a luxusjavak és más regiszterekből származó javak nem annyira a termelési formák és körülmények bonyolult mintázatai, hanem a csere és a fogyasztás területei révén kapcsolódnak egymáshoz. Visszatérve az óceániai kularendszerre, az újabb keletű elemzések egyértelművé teszik, hogy a kulakereskedelem bonyolult társadalmi és stratégiai dialektikus viszonyban van a csere más regisztereiből származó, illetve oda tartó árukkal. E regiszterek közé tartozik a házasság, a halál, az öröklés, a vétel, az eladás és így tovább (lásd elsősorban Weiner 1983).

Végül a luxustermékek kereskedelme révén létrejöhetnek olyan tartós, baráti és érzelmi kapcsolatok, melyek aztán más javak, vagy javak más formában történő cseréjének keretéül szolgálnak: a *gimwali,* vagyis a piaci jellegű csere megjelenése a kula mellett ennek remek példája a primitív gazdaságokban (Uberoi 1962). A luxusregiszterhez és más, kevésbe szimbolikusan telített regiszterekhez tartozó javak kereskedelme közti kapcsolat nagyon modern példája az USA és a Szovjetunió közti kereskedelmi kapcsolat. A stratégiai fegyverkorlátozásokról szóló tárgyalásokat felfoghatjuk a luxustermékek kereskedelmének egy nagyon kompetitív típusaként, ahol a luxustermék itt a másik oldal nukleáris hatóerejének garantált korlátozása. E kereskedelem kedvező és kedvezőtlen fordulatai más áruk, mint például a termények vagy a csúcstechnológia, kereskedelmének előfeltételei. Pontosan ezt, az árukereskedelem különböző regiszterei közti politikailag közvetített kapcsolatot aknázza ki igen agresszív módon az „összekapcsolás" amerikai politikája, amikor is a csere egyik szférájában tanúsított engedetlenséget a másik szférában büntetik meg. Egyszerűbb időkben és társadalmakban a SALT-tárgyalások megfelelői a kereskedők és törzsfőnökök, vagy egyszerűen a törzsfőnökök közti diplomáciai célú ajándékozások voltak; ha ezekben fennakadások keletkeztek, az a kevésbé terhelt regiszterekben is meghiúsíthatta a kereskedelmet.

Mindezen példák során észrevehetjük, hogy a luxustermékeknek hívott értéktárgyak iránti kereslet, és az, amit bármely adott áruk áramlása luxusregiszterének neveztem, szervesen kapcsolódik a dolgok nyelvének hétköznapibb, magasabb forgalmú regisztereihez a társadalmi életben.

Itt érkezett el az ideje annak, hogy egy általános megfigyelést tegyünk a kötetben tárgyalt árukkal kapcsolatban: a legtöbb áru erősen luxusjellegű, a kötet tehát az áruk olyan mintáját tartalmazza, amely a szerényebb, tömeggyártott árukhoz képest alkalmasabbnak tűnik a kulturális megközelítésre. A luxustermékek és a hétköznapi áruk közti különbségtevés azonban nemcsak történetileg változó, de még egy adott időpillanatban is elképzelhető, hogy egy homogénnek tűnő, rendkívül alacsony szemantikai terjedelemmel rendelkező tömegáru a terjesztés és a fogyasztás során nagyon megváltozik. Talán a legjobb példa az olyan árura, amelynek története egyszerűsége ellenére is tele van kulturális furcsaságokkal, a Sidney Mintz (1979) és Fernand Braudel (1982: 190–194) által is – bár más módon – tárgyalt cukor. Az egyszerűbb és egzotikusabb áruk közti különbség tehát nem annyira az áruk természetéből, hanem a kereslet időbeli, vagy néha a termelés és a fogyasztás térbeli elhelyezkedésének különbségeiből adódik. Mukerji a lépték, a stílus és a gazdasági jelentőség szempontjából nézve is fontos észrevételt fogalmazott meg, amikor azt állította, hogy – legalábbis a kora újkori Európában – *nem* érdemes éles határt húzni az elit- és tömegfogyasztás, a luxus- és hétköznapi javak, a fogyasztási és tőkejavak, valamint az esztétikai bemutatás és az elsődleges termelés terei között (Mukerji 1983: Első fejezet).

A kereslet tehát nem a termelés struktúrájához és szintjéhez történő mechanikus alkalmazkodás, és nem is valamely természet adta feneketlen étvágy. Egy bonyolult társadalmi mechanizmus, amely az áruk körforgásának rövid és hosszú távú mintái között közvetít. Az eltérítés rövid távú stratégiái (amelyekre számos példát találunk az előző részben) előidézhetnek olyan kisebb változásokat a keresletben, amelyek aztán hosszabb távon fokozatosan az áruk áramlásának átalakulását hozzák magukkal. Ha azonban figyelmünket arra fordítjuk, hogy hogyan termelődnek újra az áruk áramlásának mintázatai (nem pedig arra, hogy hogyan változnak meg), akkor a kereslet régóta bevett mintázatai az áruk útvonalának korlátaiként jelennek meg. Az ilyen útvonalak változékonyságának oka az, különösen, ha az áruk kultúrák közti áramlását is magukban foglalják, hogy a tudás bizonytalan eloszlására épülnek. Ez lesz dolgozatom következő témája.

A tudás és az áruk

Ez a rész az áruk viszonylag bonyolult, hosszú távú, kultúrák közti áramlását kísérő tudás jellegzetességeivel foglalkozik, bár már az áruk homogénebb, kisléptékű és alacsony technológiájú helyszíneken zajló áramlása kapcsán is felmerül az árukra vonatkozó tudás egyenlőtlensége. De ahogy nő ez a távolság, úgy válik a tudás és tudatlanság közti feszültség az áruk áramlásának egyik kulcsfontosságú meghatározójává.

Az áruk a tudás bonyolult társadalmi formáját és elosztását jelentik. Először is, vázlatosan e tudás két fajtáját kell megkülönböztetnünk: az áru termelése során belefektetett tudást (technikai, társadalmi, esztétikai stb.) és az áruk helyes használatára vonatkozó tudást. A termelés során az áruba olvasott tudás nagyban különbözik a fogyasztás során az áruból kiolvasott tudástól. Természetesen ezen olvasatok közti különbség a termelők és fogyasztók közti

növekvő társadalmi, térbeli és időbeli távolsággal arányosan nő. Mint hamarosan látni fogjuk, nem feltétlenül helyes az áru termelési pontjához kapcsolódó tudást kizárólag technikainak vagy gyakorlatinak, míg a fogyasztáshoz kapcsolódó tudást kizárólag értékelőnek vagy ideológiainak tekintenünk. A tudásnak mindkét végponton technikai, mitológiai és értékelő összetevői is vannak, s mindkettő hajlamos a kölcsönös és dialektikus egymásra hatásra.

Ha azt gondoljuk, hogy néhány árunak értelmes „élettörténete" vagy „karrierje" van, akkor hasznossá válik a tudás eloszlását vizsgálni karrierjük bizonyos pontjainál. Ezen karrierek a termelés pillanatában a legegységesebbek, mivel valószínű, hogy a termeléskor a kérdéses árunak még nem volt lehetősége egyéni élettapasztalatokat gyűjteni, vagy sajátos életutat bejárni. Ezért a termelési pontra a gyártás standardizált kulturális előírásainak dominanciája jellemző. Így a gyárak, a műhelyek, a szántóföldek, a bányák és a termelés más helyszínei elsősorban a meglehetősen standardizált technikai tudás hordozói. Ennek ellenére nem árt megemlítenünk, hogy a nyersanyagok (gabona, fémek, üzemanyagok, olaj) előállításához szükséges technikai tudás sokkal nagyobb valószínűséggel standardizált, mint a másodlagos vagy luxusjavakhoz szükséges, mivel itt az ízlés, az értékelés és a személyes tapasztalat tágabb teret nyit a variációnak. Az áruvá válás irányába mutató nyomás a termelési oldalon azonban egyre inkább a technikai tudás standardizálásának irányába mutat. De akár nyersanyagokról van szó, akár nem, a tudást mindig átitatják a széles körben osztott kozmológiai, szociológiai és rituális előfeltevések. Evans-Pritchard azande fazekasainak (Evans-Pritchard 1937), Taussig kolumbiai parasztjainak (Taussig 1980), Nancy Munn gawan kenuépítőinek (Munn 1977), Stephen Gudeman panamai cukornádtermelőinek (Gudeman 1983) elbeszéléseiben mindig keveredik a technikai és a kozmológiai szint. A legtöbb társadalomban az ilyen típusú termelési tudás társadalmi eloszlása nem egyenletes, meghatározzák a korra vagy nemre vonatkozó egyszerű előírások vagy a kézműves-háztartásokat, -kasztokat vagy -falvakat a társadalom többi részétől elválasztó bonyolult kritériumok, esetleg a munkamegosztás még bonyolultabb rendszere a modern társadalmakban, amely a szerepek alapján választja el a vállalkozókat és munkásokat a háztartásoktól és a fogyasztóktól.

A termelési tudásnak azonban van egy másik dimenziója is: a piac, a fogyasztó, az áru rendeltetési helyének ismerete. A kisközösségeken alapuló tradicionális társadalmakban ez a tudás a belső fogyasztás tekintetében meglehetősen közvetlen és teljes, ám a külső keresletre vonatkozóan igen bizonytalan és hiányos. Prekapitalista viszonyok közt a külső keresletet természetesen a kereskedők és megbízottjaik közvetítik a helyi termelők számára, ezáltal hidakat építenek (mind az ár, mind a logisztika tekintetében) a minimális közvetlen kapcsolattal rendelkező tudásterületek között. Ezért bizonyosnak tűnik, hogy a borneói erdők lakosai viszonylag keveset tudtak arról, milyen szerepet játszottak a kínai orvoslásban és konyhaművészetben az általuk a közvetítőknek eladott madárfészkek. A kereskedők által a termelők és fogyasztók tudása között létesített hidak paradigmája a történelem folyamán egészen a mai napig jellemezte az áruk mozgását. Manapság ezek a hidak továbbélnek részben a leküzdhetetlen kulturális különbségek miatt (például Ázsia vagy a Közel-Kelet ópiumtermelői és a New York-i drogfüggők és dealerek között), részben pedig az árutermelés végtelen specializáltsága vagy pedig annak ellentéte miatt – azaz azért, mert oly hatalmas a távolság egy bizonyos tömegáru (mondjuk a vörösréz) és a fogyasztóhoz eljutó több száz átalakításon átesett késztermék között. Fontos megjegyezni, hogy a termelők fogyasztókra vonatkozó tudásában létező hatalmas rés vezet a kereskedelemben tapasztalható magas profithoz és a termelő osztály vagy ország relatív deprivációjához (lásd Spooner 1986).

A tudásból, információból és tudatlanságból adódó problémák nem korlátozódnak a termelés és a fogyasztás szélsőségeire, magát az áramlás és csere folyamatát is jellemzik. A marokkói bazár kultúrájáról szóló hatásos beszámolójában Clifford Geertz az intézmény alapjául a megbízható információk felkutatását tette meg, és megmutatta, mennyire nehéz ebben a rendszerben a résztvevőknek megbízható információhoz jutni akár az emberekről, akár az árukról (Geertz 1979). A bazár intézményi struktúrájának és kulturális formájának nagy része kettős, mely megnehezíti a megbízható információ megszerzését, de egyben megkönnyíti az érte folyó hajszát. Csábító azt a következtetést levonni, hogy ilyen bonyolult és kulturálisan elrendezett információs labirintusok csak a bazár típusú gazdaságokra jellemzők, és hiányoznak mind a primitív, nem piaci társadalmakból, mind napjaink ipari társadalmaiból. Ám mint ahogy maga Geertz is állítja (1979: 224), a bazár mint analitikus kategória használható lehet például a mai piaci társadalmak használtautó-piacaira is (az új autókéra azonban nem). Általánosabban is megfogalmazhatjuk ugyanezt: az információk bazárjellegű kutatása valószínűleg nagyon is jellemző az olyan piacokra, ahol a javak minősége és megfelelő értékelése nem standardizált. A standardizáció hiányának, az árak változékonyságának és bizonyos típusú dolgok megbízhatatlan minőségének okai azonban meglehetősen eltérőek lehetnek. A kula értéktárgyak, a használt autók és a keleti szőnyegek csererendszerei – bár egészen más kulturális közegben zajlanak – valójában mind magukban foglalnak bazár jellegű információs gazdaságokat.

A tudásbeli rések és a termelők és fogyasztók közti kommunikáció nehézségei mégsem jelentenek akadályt a fogyasztókhoz kerülésük előtt még számos átalakításon áteső tömegáruk élénk áramlása számára. Ezen áruk esetében (amelyeket gyakran nyersanyagoknak hívnak) a tudás végtelen sok apró, egymást átfedő köre köti össze az eredeti termelőt és a végső fogyasztót. Nem ez a helyzet azonban a fogyasztásra szánt áruk esetében, amelyeket Nancy Munn megfogalmazása szerint életük korai szakaszában „gyártanak" (Munn 1977). Ezek jóval közvetlenebb mechanizmusokat igényelnek az árak kielégítő meghatározására, és a fogyasztó ízlésének a termelő szakértelemével, tudásával és hagyományaival való összehangolására. Talán a legjellemzőbb példa erre a konfekcióruházat nemzetközi kereskedelme (Swallow 1982) és a szuvenírkereskedelem a Nelson Graburn (1976) által negyediknek nevezett világban.

Amikor szakadást tapasztalunk az áruk mozgását kísérő tudásban, előbb-utóbb mindig az autentikusság és a szakértelem kérdése merül fel. Kötetünkben több írás is foglalkozik ezzel a témával. Az első Brian Spooner (1986) dolgozata a keleti szőnyegekről, amely provokatív antropológiai értelmezése egy a művészettörténetet, gazdaságtörténetet és kulturális elemzést ötvöző problémának. Spooner témája – a keleti szőnyegek előállítói és fogyasztói közti kapcsolat változó keretei – a jelentés és működés két teljesen elhatárolt világát összekötő áruk egy szembeszökő példájára hívja fel a figyelmet. A szőnyegek kereskedelmét eredetileg ázsiai és európai közraktárak végezték, amelyek jelentős gazdasági és ízlésbeli szűrőket alkalmaztak. Manapság a keleti szőnyegek kereskedelme jóval közvetlenebb egyezkedésre épül a nyugati felső-középosztálybeli ízlés és a közép-ázsiai szövőszervezetek között. Azonban nemcsak az árak meghatározásában következett be változás. Az egyezkedés tárgya, ahogy Spooner velősen megfogalmazza, az autentikusság. Azaz, ahogy a mobilitás nagy sebessége és a tülekedés egyre jellemzőbb a nyugati társadalmak felső rétegeiben, és ahogy a technológia lehetővé teszi a presztízstárgyak megsokszorozását, egyre ironikusabb párbeszéd alakul ki az autentikusság változó kritériuma utáni nyugati igény és a termelők és keres-

kedők gazdasági érdekei közt. A kereskedők kezét továbbá megköti a műértés politikája és a szőnyegekre vonatkozó ismeretek nyugaton végbement formalizációja.

Általánosságban megfigyelhetjük, hogy a luxusjavak esetében (mint például a keleti szőnyegek) a fogyasztók és termelők közti távolság csökkenésével az *exkluzivitás* helyett az *autentikusság* kérdése kerül előtérbe. Azaz a premodern körülmények között az értékes áruk távolsági szállítása olyan költségekkel járt, amely ezen áruk puszta megszerzését *önmagában* is az exkluzivitás kifejezőjévé és a megkülönböztetett fényűzés eszközévé tette. Ahol az ilyen tárgyakat nem szabályozta közvetlenül az állam, ott a szabályozást megtette a vásárlás ára, így továbbra is kevesek kezében maradtak. A technológia változásával azonban lehetővé válik e tárgyak tömeges termelése, a fogyasztók és az eredeti forrás közti párbeszéd egyre közvetlenebb lesz, és a középosztálybeli fogyasztók is képesek lesznek (mind gazdaságilag, mind jogilag) versenyezni értük. Annak érdekében, hogy fenn lehessen tartani ezen áruk modern nyugati presztízskereskedelemben betöltött funkcióját, bonyolultabbá kell tenni az autentikusság kritériumait. A művészvilág „szakértői", a kereskedők, a termelők, a tudósok és a fogyasztók közti bonyolult vetélkedés és együttműködés része az ízlés mai nyugati politikai gazdaságtanának. Ezt a politikai gazdaságtant a legalaposabban Franciaországban tárta fel Baudrillard (1981) és Bourdieu (1984).

A modern nyugati világ szüntelenül szembesül a szakértelem és az autentikusság témáival, amely a jó ízlés, a szaktudás, az „eredetiség" és a társadalmi elkülönbözés kérdései körül kering, és különösen szembetűnő a művészet és a műalkotások területén. „A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában" című híres esszéjében Walter Benjamin (1969) felismerte, hogy a műalkotás aurája eredetiségéhez kapcsolódik, és hogy a modern sokszorosítási technikák veszélyeztetik ezt az aurát. Ebben az értelemben a másolatok, hamisítványok és utánzatok, amelyek hosszú múltra tekintenek vissza, nem fenyegették az eredeti auráját, hanem osztoztak vele benne. Az egyik lábjegyzetben Benjamin az alábbi szemfüles megjegyzést teszi: „Elkészülésének idejében egy középkori madonnakép még nem volt »valódi«, csupán az elkövetkező századokban vált azzá, s talán a múlt században a legtöményebben" (Benjamin 1969: 386). Az aláírásnak a modern művészet világában betöltött szerepéről írva Baudrillard (1981: 103) tovább élesíti a kijelentést:

> A tizenkilencedik századig egy eredeti munka lemásolásának megvolt a maga értéke, legitim gyakorlat volt. A mi időnkben a másolat illegitim, eredetietlen: nem „művészet" többé. A hamisítás fogalma szintén megváltozott – helyesebben szólva, csak a modernitás eljövetelével jelent meg. A festők korábban gyakran használtak közreműködőket vagy „négereket": az egyik a fákra szakosodott, a másik az állatokra. A festés aktusa, ezáltal maga az aláírás is, nem járt együtt az eredetiséghez való mitológiai ragaszkodással – azzal a morális imperatívusszal, amelyre a modern művészet feleskü dött, és ami által modernné vált –, amely nyilvánvaló azóta, hogy az illusztrációhoz való viszony és ezzel a műalkotás jelentése megváltozott magának a festésnek az aktusával (Baudrillard 1981: 103).

Ezt figyelembe véve lehetővé válik a fogyasztás Spooner (1986) által leírt oldalát belehelyezni a Baudrillard által a „tárgy" megjelenéseként értelmezett kontextusba: a „tárgy" többé nem csupán egy áru, hanem alapvetően egy jel a státuszjelek rendszerében. A tárgyak Baudrillard szerint csak ebben az évszázadban jelentek meg a maguk teljességében, a Bauhaus elméleti megfogalmazásainak kontextusában (Baudrillard 1981: 185); bár utóbb kimutatták, hogy a tárgyak megjelenése az európai kultúrában a reneszánsz idejére tehető (Mukerji 1983). A divat az a kulturális médium, melyben a tárgyak baudrillard-i értelemben mozognak.

Az autentikusság, a szakértelem és az áruk értékelésének problémái azonban természetesen nem huszadik századi jelenségek. Már beszéltünk Patrick Geary (1986) jelen kötetbeli dolgozatáról a karoling Európa korának ereklyekereskedelméről. Az autentikusság kérdése itt is kulcsfontosságú probléma, és itt is ahhoz a tényhez kötődik, hogy az ereklyék hosszú évszázadokig, számos kézen átmenve, nagy távolságokat megtéve áramlanak. Itt is él a hamisítványtól való félelem, az autentikusság megszállottsága. De az autentikusság kulturális rendszere itt teljesen eltér a moderntől. Bár a technikai eljárások és az egyház felségjoga is játszik némi szerepet, a középpontban mégis a rituális hatásosság köznapi felfogása és az autentikusság népi kritériuma áll. Az autentikusság nem a szakemberek és az ezoterikus kritériumok területe, hanem a népi és nyilvános típusú igazolásé és megerősítésé.

A szaktudás kérdése egészen más alakot ölt William Reddy (1986) lenyűgöző esettanulmányában, amely a szaktudás szerveződésének változásait kíséri figyelemmel az 1789 előtti és utáni Franciaország textiliparában. Két kereskedelmi lexikonra támaszkodva (az egyik az 1720-as évekből, a másik 1839-ből származik) Reddy amellett érvel, hogy bár a francia forradalom látszólag egyik napról a másikra forgatta fel az életet, valójában azonban nem erről volt szó. A hétköznapi tudás és gyakorlat hatalmas építménye lassan, bizonytalanul és vonakodva változott. A kiterjedt válság – azaz egy olyan időszak, melyben a tudás, a gyakorlat és az irányelvek nem voltak képesek egymással lépést tartani – egyik példáját a textilkereskedelemre vonatkozó tudás törvényekben rögzített világában lehetett megfigyelni. Az áruk áramlásának bonyolult kora újkori rendszerében, mint Reddy rámutat, a technológiai tudás, az ízlés és a politikai szabályozás közti viszony meglehetősen bonyolult volt, és csak lassan változott. A tudás, az elbírálás, a kereskedés és a vásárlás módozatai jóval lassabban változtak, mint a céhekre, árakra és termelésre vonatkozó ideológiák. Apró, és időben eltérő változások bonyolult sorozatának kellett végbemennie egy évszázadon át a politikában, a technológiában és a kultúrában ahhoz, hogy egy új ismeretelméleti keret jöjjön létre a kereskedelmi áruk csoportosítására. Ebben az új rendszerben a *javakat termékekként* értelmezték újra; a fogyasztó és a kereskedő (foucault-i értelemben vett) „tekintete" helyett a termelő „tekintete" vált meghatározóvá. A tizenkilencedik század első harmadában a textileket egyre inkább – Baudrillard szavaival – a „termelés tükrében" látták. Az autentikusság ebben a korai ipari keretben már nem a műértés, hanem az objektíve adott termelési mód függvénye. A kereskedő és a befektető szakértelmének helyét az ipari termelés szakértelme veszi át. Reddy eszszéje emlékeztet minket arra, hogy a dolgok társadalomtörténete, legyen az akár olyan egyszerű dologé, mint a ruháé, a tudás és a termelési módok szerkezetében bekövetkező nagyon bonyolult változásokat tükröz. Ezen változásoknak olyan kulturális dimenziója is van, amelyet nem vezethetünk le vagy redukálhatunk technológiai-gazdasági változásokra.

Az eredetiség, az ízlés és a fogyasztó-termelő közti viszony politikájának bonyolult összefüggéseire az utolsó példa legyen a népművészet [ethnic art] és a szuvenírek kérdése. Számos antropológiai tanulmány foglalkozott velük, egy fontos tanulmánygyűjtemény is készült a témában (Graburn 1976). Bár a tárgyak beláthatatlanul tág köre tartozik az e címkével jelölt kategóriába, Graburn is felhívja arra a figyelmet, hogy talán a legjobb példái a fogyasztók és termelők közti ízlés-, felfogás- és használatbeli eltéréseknek. Termelői oldalról a nagyszámú és gyakran távoli fogyasztó kereskedelmi és esztétikai előírásaira vagy kísértéseire adott válaszként a gyártási hagyományok (ismét csak Munn nyomán) megváltozását figyelhetjük meg. A másik oldalon ott vannak a szuvenírek, emléktárgyak, régiségek, gyűjtemények, kiállítások; s a mindennek alapját képző státuszverseny, szakértelem és kereskede-

lem. A kettő között találjuk a kereskedelmi és esztétikai kapcsolatok néha bonyolult, többszörös és indirekt, máskor nyilvánvaló, kisszámú és közvetlen sorozatát. A szuvenírek mindkét esetben speciális áruforgalmat testesítenek meg, amelyben a termelők csoportidentitásai a fogyasztók státuszpolitikájának megnyilvánulásaivá válnak.

Alfred Gell (1986) tanulmánya különösen éles megfigyeléseket tartalmaz az észlelésben tapasztalható törésekről, amelyek a kis hagyományos társadalmak és a nagyobb gazdaságok és kulturális rendszerek találkozásakor adódnak. A muriák területükön kívülről származó sárgaréz iránti érdeklődése kapcsán Gell az alábbiakat írja: „a muriák, ezek a saját kézműves hagyományokkal és presztízsjószág-termeléssel nem rendelkező emberek sokkal jobban hasonlítanak a nyugatiakhoz, akik autentikusságot keresnek az egzotikusban, mint a hagyományos kézműves társadalmakhoz, amely kategóriába hibásan besoroljuk őket". A kiállításokról és múzeumokról mostanában készült antropológiai és történeti (Benedict 1983; Breckendridge 1984), valamint szemiotikai és irodalomelméleti művek segítenek nekünk megérteni a „másik" tárgyainak szerepét a szuvenírek, gyűjtemények, kiállítások és trófeák modern nyugati világbeli létrehozásában (Baudrillard 1981, 1987; Stewart 1984). Általánosabban szólva, minél bonyolultabbá válik az áruk intézményi és térbeli utazása, és minél nagyobb a termelők, kereskedők és fogyasztók elidegenedése, annál valószínűbb az áruk áramlásáról kulturálisan kialakított mitológiák felbukkanása.

Az áruk áramlásáról szóló kulturálisan konstruált történetek és ideológiák minden társadalomban megszokottak. De ezek a történetek egészen erőteljes, meglepő és új színezetet kapnak, ha nagyok a termelés, terjesztés és fogyasztás közti térbeli, kognitív vagy intézményi távolságok. Ezek a távolságok vagy egy különálló, de összetett gazdaságon belül intézményesülnek, vagy pedig újfajta kapcsolódásokként funkcionálnak a már említett módon elkülönülő gazdaságok és társadalmak között. Az áruk áramlásában részt vevő személyek szétválása (tudásukat, érdeküket és szerepüket tekintve) különleges mitológiákat teremt. Ebben a részben három ilyen mitológiát, valamint felmerülésük körülményeit vizsgálom meg. (1) A kereskedők és spekulánsok által kialakított mitológiák, akik számára közömbös mind az áruk eredete, mind későbbi sorsa, mindaddig, amíg képesek az árat befolyásolni. A legjobb példák erre a határidős piacok a kapitalista gazdaságokban, különösen a chicagói gabonatőzsde a század első felében. (2) A fogyasztók (vagy potenciális fogyasztók) által kialakított mitológiák, akik mind a javak termelésétől, mind pedig terjesztésétől elkülönülnek. Példánk itt az óceániai cargo-kultusz[21] lesz. (3) Az általuk termelt áruk terjesztési és fogyasztási logikájától teljesen független termelők által kialakított mitológiák. Michael Taussig *The Devil and Commodity Fetishism in South America* (Az ördög és az árufetisizmus Dél-Amerikában) című művében leírt modern bolíviai ónbányászok tökéletes példái ennek. A következő bekezdésekben röviden kitérek mindhárom variációra, kezdve a kapitalista árupiaccal.

Az áruk világa a modern kapitalista világrendben első pillantásra egy hatalmas, személytelen gépnek tűnik, amelyet az árak nagyarányú változásai, bonyolult intézményi érdekek és egy mitológiáktól teljesen megfosztott, bürokratikus és önszabályozó szellemiség irányít.

21 A cargo-kultuszok a törzsi, premodern társadalmaknak a modern technikával és javakkal való találkozási pontjain alakulnak ki. Több változatuk létezik, de lényegi vonásuk, hogy a modern javakat a törzs saját mitológiájába illesztve értelmezi, esetenként külön mitológiát építve köré. Ilyen mitológia például az az elképzelés, mely szerint a modern javakat – például a repülőgépet – szellemek vagy elhunyt őseik építették számukra, ám azokat valamilyen módon a modern emberek magukhoz vonzották. A kultusz irányulhat például ezen javak „visszatérítésére" a törzshöz rítusok segítségével (Worsley 1957).

Semmi sem tűnik távolibbnak az értékek, mechanizmusok és az áruk áramlását érintő etikai kérdések kisebb társadalmakban tapasztalt formájától. Ez a benyomás azonban teljesen hamis.

Mostanra már világossá kellett válnia, hogy a kapitalizmus nem egyszerűen egy technikai-gazdasági berendezkedés, hanem egy bonyolult kulturális rendszer, amelynek megvan a maga története a modern nyugati világban. Ez a nézet, melynek mindig is számos követője volt a gazdaság- és társadalomtörténészek körében (Weber 1978; Sombart 1967; Nef 1958; Braudel 1982; Lopez 1971; Thirsk 1978), új lendületet kapott az európai és amerikai kultúra számos antropológusától és szociológusától (Baudrillard 1981; Douglas és Isherwood 1981; Mukerji 1983; Sahlins 1976).

A kapitalizmus amerikai típusú kulturális berendezkedésének vizsgálata hatalmas energiával indult meg az elmúlt évtizedben; történészek, antropológusok és szociológusok egyre gazdagabb képet festenek a kapitalizmus amerikai kultúrájáról (Collins 1979; DiMaggio 1982; Lears 1981; Marcus 1986; Schudson 1984). Bár ez a tágabb környezet kívül esik a jelen tanulmány keretein, egyértelműen megállapítható, hogy a kapitalizmus önmagában is egy bonyolult történelmi kulturális formáció, és ebben a formációban kitüntetett szerepet játszanak az áruk. Különleges és meglepő példái a modern kapitalizmus kifejeződéseinek az Egyesült Államok határidős piacai, amelyek a tizenkilencedik század közepén alakultak ki. Paradigmatikus képviselőjük a chicagói gabonatőzsde.

A tömegáruk kereskedelme ma is a világkereskedelem és a világgazdasági rendszer kiemelkedően fontos része (lásd például Adams és Behrman 1982), és talán továbbra is ez a nagyarányú árukereskedelem az a központi játéktér, ahol legjobban megfigyelhetjük a nemzetközi kapitalizmus ellentmondásait. Központi jelentőségű ezen ellentmondások között az, amely a klasszikus liberalizmus szabad kereskedelmi ideológiája és az e szabadság korlátozására a termelők különböző koalícióinak érdekében létrehozott protekcionizmus, kartellek és szabályozó megállapodások között áll fenn (Nappi 1979). A határidős piacok intézményes keretet biztosítanak azok számára, akik az áruk áramlásából adódó nemzetközi és hazai kockázatokat szeretnék lefedezni, de azoknak is, akik puszta spekulációból kötnek üzleteket.

A határidős piacok az áruk jövőbeli eladására és vételére vonatkozó szerződések nagy számban történő megkötésére szolgálnak. Ez a kereskedelem papíron zajlik, nagyon ritkán jár együtt az áruknak a kereskedők közti tényleges cseréjével. Az értéktőzsdékhez hasonlóan, ezek a piacok nagy spekulációs versenyek, ahol az árak, a kockázatok és a csere a külső szemlélő számára teljesen elszakadni látszik a termelés, terjesztés, eladás, fogyasztás folyamatától. Azt mondhatnánk, a határidős árutőzsde az ár és az érték drámai szétválasztása, melyben ez utóbbinak semmi szerep sem jut. Ebben az értelemben a határidős piacok, Marxot követve, metafétisek, ahol nemcsak hogy az áru helyettesíti a mögötte rejlő társadalmi kapcsolatokat, de az *árak* áramlása önmagában helyettesíti az áruk áramlását.

A termelés és csere társadalmi viszonyai alól való kettős kivonás ugyan nagyon különbözővé teszi a határidős piacokat az értékversenyek olyan más formáitól, mint például a kula, mégis számos érdekes és sokatmondó párhuzamot figyelhetünk meg. Mindkét esetben az érték jelképei cserélnek gazdát, amelyeket csak bonyolult lépések sorozatával és különleges körülmények között lehet más tárgyakká alakítani. Mindkét esetben a tágabb gazdaság újratermelése fejeződik ki a versenygazdaság szerkezetében.

De talán a legfontosabb az, hogy mindkét esetben egy romantikus, individualista, életre-halálra menő játékhoz hasonló ethosz áll szemben a mindennapi gazdasági tevékenység

ethoszával. A kulában való részvétel szerepe a hírnév és dicsőség létrehozásában az óceániai szigetvilág lakosai körében teljesen egyértelmű. Ugyanez a helyzet a határidős árutőzsdével. A tizenkilencedik század második felében Chicagóban kialakuló „búzaverem" (a gabonatőzsde) nyilvánvalóan az egyéni hírnév építésének és bukásának, bizonyos egyének közti erős és rögeszmés versenynek, valamint egyes embereknek a piac uralását célzó önhitt próbálkozásainak színhelye volt (Dies 1925, 1975). A Hunt testvérek esete az ezüsttel (Marcus 1986) mutatja, hogy ez az életre-halálra menő, megszállott és romantikus ethosz nem tűnt el az árupiacokról, bár a spekulációt szabályozó morális, intézményi és politikai keretek sokat változtak a múlt század óta. Természetesen számos eltérést figyelhetünk meg a kula és a határidős piacok között, mind nagyságrendüket, mind eszközeiket, kontextusukat és céljaikat tekintve. A hasonlóságok azonban valódiak. Ahogy már korábban is említettem, több társadalom hoz létre az áruversenyek számára olyan különleges küzdőtereket, ahol az áruk különleges jelképeivel kereskednek, és ez a kereskedelem kihat a státusz, a hatalom és a gazdagság viszonyain keresztül az áruk hétköznapibb áramlására is. Az ereklyekereskedelem, a határidős árupiacok, a kula, a potlach és a közép-ázsiai *buzkashi* (Azoy 1982) mind jó példák az „értékversenyekre". További kifejtésre szorul a „versenygazdaságok" viszonya a hétköznapibb áruösszefüggésekhez, ezen a helyen azonban erre nincs lehetőség.

Az árupiacokon kialakuló forgalomra vonatkozó mitológiák (hasonlóan az értékpapírpiacokon kialakulókhoz, bár eltérések is megfigyelhetők) az árukészletekre, a kormányzati szabályozásra, a szezonális ingadozásokra, a fogyasztók változásaira és a piac belső fejleményeire (például más spekulánsok feltételezett szándékaira és indítékaira) vonatkozó pletykák és megbízható információk elegye. Ezek az árat befolyásoló változók határtalan (sőt talán végtelen) sorozatát hozzák létre. Bár az elemzés és a sikeres árupiaci részvétel technikai alapja folyamatosan fejlődik, továbbra is folyik az árak változását bombabiztosan előre jelző képlet már-már mesébe illő keresése (Powers 1973: 47). E mitológia strukturális alapja az a tény, hogy határtalanul játszik az árak ingadozásaival; hogy megpróbálja kimeríteni az árat befolyásoló változók kimeríthetetlen sorát; és hogy az árukhoz való viszonya pusztán információs és szemiotikus, azaz teljesen elszakadt magától a fogyasztástól. A piacok uralásának irracionális vágya, az árakat előrejelző varázsformulák ösztönöknek ellentmondó keresése, a szabályozott kollektív hisztéria mind az áruk jelekké való alakításának eredményei, amelyek megfelelő bánásmód esetén önmaguk is képesek profitot hozni. Az áruk ilyen mitologikus, kontextuson kívüli konstrukciójának primitív párja az antropológia tárházából származik: a cargo-kultusz a Csendes-óceán legtöbb állam nélküli társadalmában megfigyelhető volt századunkban.

A cargo-kultuszok az európai áruk szimbolizmusára épülő jelentős, millenáris jellegű társadalmi mozgalmak. Elsősorban a Csendes-óceán térségében voltak megfigyelhetőek a gyarmatosítás kezdeti időszaka óta, bár más társadalmakban a gyarmatosítás előtt is voltak előzményei. Számos antropológus foglalkozott velük: pszichológiai, vallási, gazdasági és politikai jelenségként tekintettek rájuk. Bár jelentős eltérések figyelhetők meg a tekintetben, hogy hogyan értelmezték az antropológusok e mozgalmakat, a legtöbb megfigyelő megegyezik abban, hogy a cargo-kultuszok megjelenése a gyarmatosítás idején a csendes-óceáni térség társadalmaiban kapcsolódik (1) a termelési viszonyok megváltozott körülmények hatására bekövetkező átalakulásához; (2) ahhoz a tényhez, hogy a bennszülöttek nem engedhették meg maguknak a hőn áhított új európai termékeket; (3) a misszionáriusokkal érkező új teológiai és kozmológiai rendszerhez és az ennek eredményeképpen kialakuló benn-

szülött-rituálékhoz kapcsolódó ambivalens viszonyhoz. Az eredmény az Óceániában (majd Melanéziában) elterjedő sikerességükben, időtállóságukban és jelentőségükben eltérő mozgalmak sorozata, amelyek egyszerre utánozták és utasították vissza a nyugati társadalmi és rituális formákat. Vagy tagadták, vagy pedig éppen hogy újjáélesztették a bőséggel és cserével kapcsolatos saját mítoszaikat és rituáléikat. A legtöbb ilyen mozgalom szimbolikájában fontos szerepet játszik a vezető/próféta ígérete, mely szerint értékes európai javak érkeznek hajóval vagy repülővel, és „elborítják" a mozgalom és a próféta igaz hívőit.

Nehéz lenne Worsley (1957) és mások azon állítását kétségbe vonni, hogy az európai javak titokzatos eljövetelének szimbolikája a gyarmati uralom következtében eltorzult bennszülött-cserekapcsolatokhoz kötődik: a bennszülöttek alapvető ellentmondást érzékeltek az európaiak gazdagsága (amely minden erőfeszítés nélkül azok rendelkezésére állt) és saját szegénységük között (bármilyen keményen dolgoztak is). Ha figyelembe vesszük, hogy hirtelen belekényszerültek egy bonyolult nemzetközi gazdasági rendszerbe, amelynek csak néhány – ám annál titokzatosabb – aspektusával találkoztak, nem meglepő, hogy válaszuk a javak varázslatos termelési módjának esetenkénti utánzása volt.

Amikor e mozgalmak szimbolikáját és rituális gyakorlatait szemléljük, észrevehetjük, hogy nem csak mítosszal szolgálnak az európai javak eredetéről, de egyben megkísérlik rituálisan utánozni azt, amit európai életmódként érzékelnek. Ez a jelentősége az európai katonai formák, beszédmódok, címek használatának. Bár gyakran bennszülöttmintákat követnek, a cargo-kultuszok rituális gyakorlatai tulajdonképpen az európai javak termeléséért felelősnek vélt európai társadalmi formák utánzására tett kísérletek. Fordított fetisizmusról van tehát szó, mely során a legszembetűnőbb európai társadalmi és nyelvi formákat ismételték, hogy ezzel növeljék a nyugati javak érkezésének valószínűségét. Glynn Cochrane (1970) azonban felhívja a figyelmet, hogy e kultuszok, bármennyire is torznak tűnnek, nem az összes európai áruhoz kötődnek, hanem csak azokhoz, amelyek képesek voltak fenntartani a helyi társadalmak státuszhierarchiáját. A cargo-kultuszok egyben az európai késztermékek előállításáról szóló bennszülött-mitológiák is, azon bennszülötteké, akik elsősorban a világpiacra szánt nyersanyagok előállításával foglalatoskodtak. E mitológiákhoz utánzó, feltámadásra irányuló rituálék kapcsolódtak. A cargo áruiban, a kula értéktárgyakhoz hasonlóan, a hatalom, a jólét és a státusz teljes rendszerének metonímiája jelenik meg. A cargo-hiedelmek azon nézetek szélsőséges esetei, amelyek felmerülése akkor a legvalószínűbb, ha a fogyasztók semmit sem tudnak az áruk előállításának és terjesztésének körülményeiről, és korlátozott az árukhoz való hozzáférés. Ez a depriváció megteremti az elidegenedett fogyasztó mitológiáit, ugyanúgy, mint ahogy a modern kapitalizmus árupiacai tömegesen hozták létre az elidegenedett kereskedő mitológiáit. Végül rátérünk a harmadik variációra, az olyan termelők mitológiáira, akik a kereslet és terjesztés olyan erőinek szolgálatában állnak, amelyekre nincsenek hatással, és el vannak zárva az ezekre vonatkozó tudás világától.

A legjobb példa erre a típusra a Taussig által vizsgált bolíviaiak ördögszimbolikájának változása a spanyolok megérkezése után (Taussig 1980). A történet röviden a következő. A spanyolok érkezése előtt az ónbányászat kis jelentőségű állami monopólium volt. A spanyolok érkeztével a bányászat a telhetetlen gyarmati gazdaság alapkövévé vált, amely a bolíviai aymara indián populáció áttelepítéséhez és megnövekedett halálozási rátájához vezetett. A bányászat mindig is együtt járt a rituálékkal és a varázslattal, de csak a spanyol hódítás után alakult ki a Tio (nagybácsi) alakjában megjelenő gonosz figurája – újdonsült keresztény nevén az ördög, akit a bányák szelleme tulajdonosának tartottak. Ez az ördögfigura az új ka-

pitalista gazdaság összes külső erőit egyesíti magában, amiket a bányászok egyszerre szolgáltak ki, utáltak, és amiktől féltek: mindent, ami szemben állt reciprocitásra épülő hagyományos gazdaságukkal. Egyrészről a termelés állami szabályozása és a nemzetközi árupiac, másrészről az ördög közé szorulva kidolgozták azt a rituálét, amely tükrözi a két összeegyeztethetetlen világ megbékítésére törekvő gazdasági gyakorlat kettősségét és ellentmondásait.

> A csere alábbi láncolatát figyelhetjük meg az Andokban: a parasztok ajándékokkal látják el a szellemet; a szellem értékes fémmé alakítja az ajándékokat; a bányászok kitermelik a fémet, amelyet csak akkor „találnak meg", ha végrehajtják az ajándékozás rítusait; a bányászok ércben megtestesülő munkáját mint árut eladják munkáltatójuknak, a bánya tulajdonosának; aki végül értékesíti azt a világpiacion. A reciprocitáson alapuló ajándékozás tehát végül árucsereként fejeződik be: az ördög és az állam között állva a bányászok teszik lehetővé ezt az átalakulást. Ez a körforgás azonban halált és szegénységet hoz a termékenység és jólét helyett. Alapja a reciprocitás árucserévé alakítása (Taussig 1980: 224).

A termelés rítusai Bolívia ónbányáiban és a hozzájuk kapcsolódó mitológiák nem egyszerűen a korábbi paraszti termelési rítusok továbbélései. Egy olyan társadalom feszültségeire reagálnak, ahol az áruvá válás még nem hétköznapi, és ahol az árufetisizmust tökéletlen hegemóniája miatt ördöginek és veszélyesnek tartják, ezért megpróbálják az ördögöt paradox módon a reciprocitás rítusaiba csomagolni. Ez nem a klasszikus marxi értelemben vett árufetisizmus (ahol az áruk elrejtik és egyben kifejezik a társadalmi kapcsolatokat), hanem egy jóval egyértelműbb fetisizmus, amelyben az áru maga jelenik meg az ördög képében, és amely a bányászatban rejlő kozmológiai és fizikai kockázatok ellensúlyozására szolgáló rituális ügyletek alapja. Az elidegenedett termelők/bányászok mitológiájában az ellenőrzés (az állam) és a kereslet (a világpiac) személytelen és láthatatlan forrásainak helyét a veszély és kapzsiság képében az árugazdaság társadalmi metaforái veszik át. Bár Taussig – Gregoryhoz és sok társához hasonlóan – túlértékeli az árugazdaság és az ajándékozás közti ellentétet, meggyőző beszámolóját adja az áruk szó szerinti fétisének, amely, úgy tűnik, velejárója a nyersanyagok ismeretlen és befolyásolhatatlan piacra való termelésének.

Az összes általam tárgyalt példában, a határidős árupiac, a cargo-kultuszok és a bányászmitológia esetében azért kerül sor a mitológiák életre hívására, mert a résztvevők elszakadnak, érdektelenséget mutatnak, vagy nem rendelkeznek ismeretekkel az áruk gazdasági életútjának összes szakaszáról. A termelésre, a spekulatív kereskedésre vagy a fogyasztásra korlátozódva a technológiai tudás gyorsan alárendelődik az áruk eredetéről és rendeltetési helyéről szóló különös szubkulturális nézeteknek. E három példa felvillant néhányat az árufetisizmus számos formája közül, amely az áruk életútjának bizonyos szakaszára vonatkozó tudás egyenetlenségéből adódik.

Az áruk és a tudás közti kapcsolat vizsgálatának utolsó állomásaként vissza kell térnünk a kapitalista társadalmak más társadalmakkal történő összehasonlításának nehézségeire. A bonyolult kapitalista társadalmakban a tudás nem egyszerűen megoszlik (vagy széttöredezik) a termelők, terjesztők, spekulánsok és fogyasztók, valamint ezek alcsoportjai között. A helyzet az, hogy maga az árukra vonatkozó tudás is áruvá válik. Az árukra vonatkozó tudás áruvá válása persze része a kultúra politikai gazdaságtanát érintő tágabb problémának (Collins 1979), amelyben a szakértelem, a rangkórság és a kifinomult esztétikai érzék (Bourdieu 1984) mind más-más szerepet játszik. Így bár már a legegyszerűbb társadalmakban is összetett a dolgok áramlása, csak a társadalmi, technikai és fogalmi elkülönböződés

növekedésével jelenik meg az, amit a dolgokra vonatkozó *kritériumok áramlásának* hívhatunk. Tehát csak ez utóbbi esetben terjed el az áruk társadalmi, technikai, esztétikai helyességére vonatkozó szakértelem adásvétele. Persze az árukritériumok ilyetén forgalma nem korlátozódik a kapitalista társadalmakra, úgy tűnik, tekintélyes bizonyítékok állnak rendelkezésre, hogy az ilyen társadalmakban ez a forgalom jóval gyakoribb.

Korunk kapitalista gazdaságaiban továbbá nehéz elválasztani a javak áruvá válását a szolgáltatások áruvá válásától. Maga az áruk és szolgáltatások párhuzamba állítása is a neoklasszikus közgazdaságtan öröksége. Ez persze nem jelenti azt, hogy a nem kapitalista társadalmakban a szolgáltatások (szexuális, foglalkozásbeli, rituális, érzelmi) kívül esnek az áruvá válás körén. De csak a bonyolult posztindusztriális gazdaságokban válnak dominánssá, sőt meghatározóvá a szolgáltatások az árucsere világában. A jelenlegihez hasonló kötetek reményeink szerint serkentően hatnak majd az áruvá válás szolgáltatási dimenziójának összehasonlító elemzésére.

A tudás és a kereslet irányítása közti kapcsolatra talán mégis a legjobb példa a marketing szerepe a mai kapitalista társadalmakban. Sok mindent írtak már erről a fontos témáról, de úgy tűnik, az Egyesült Államokban újjáéledt a reklámozás hatékonyságáról folyó vita. Michael Schudson (1984) széles körben publikált, új keletű tanulmányában megkérdőjelezi a fogyasztók reklámok általi manipulálásának neomarxista elméletét. Véleménye szerint a reklámgépezet szöveges és képi világát inkább „kapitalista realizmusnak" kellene tekinteni, azaz a kapitalista életmód értékei egy kulturális bemutatási formájának, semmint a fogyasztók egyes vásárlási aktusokra való csábítása eszközének. Az a tény, hogy a reklámszakma kitörő lelkesedéssel fogadta az álláspontját, maga is megkérdőjelezi eme álláspont fenntarthatóságát. Arról van inkább szó, hogy a reklám hatásait vizsgáló elemzés nem hagyhatja figyelmen kívül a művészet, a tervezés, az életmód és az elkülönbözés kérdéseit, amikor a kapitalista realizmus szerepét szeretné megfejteni a kereslet társadalmi mobilizációjában (Hebdige 1983; Bourdieu 1984).

A reklámok kapcsán egy kérdésre azonban mindenképpen érdemes kitérni, amely szervesen illeszkedik a jelen dolgozat gondolatmenetébe. Bármekkora legyen is a reklámok hatásossága egy bizonyos termék sikeressége tekintetében, a reklámok (elsősorban a televízióban), úgy tűnik, közös stratégiát alkalmaznak. Ez a stratégia abban áll, hogy megpróbálnak tökéletesen hétköznapi, tömegesen gyártott, olcsó, akár gyenge minőségű termékeket (a simmeli értelemben) kívánatossá-de-hozzáférhetővé [desirable-yet-reachable] tenni. A tökéletesen hétköznapi árut egyfajta álelszigetelt zónába helyezik, *mintha* legalábbis nem lenne mindenki számára hozzáférhető az adott áron. A nagyrészt társadalmi képeket, melyek az exkluzivitás ezen illúzióját létrehozzák, inkább magyarázhatjuk a fogyasztó, mint az áru fetisizmusaként. A reklámok alapját képező társas élet képei (rokonság, szexuális vonzerő, hatalom, elkülönbözés, egészség, összetartozás, bajtársiasság) a fogyasztó olyan fokon való átalakítására koncentrálnak, hogy az eladásra kívánt áru már szinte csak egy utógondolat. Az emberek és áruk kapcsolatának eme kettős átfordulását a fejlett kapitalizmus egyik legfontosabb kulturális hozadékának tekinthetjük.

Az áruk és a tudás kapcsolatának számos dimenziója kimaradt elemzésemből. Célom annak bemutatás volt, hogy minél nagyobb távolságot tesznek meg az áruk, a hozzájuk kapcsolódó tudás annál részlegesebb, ellentmondásosabb és különbözőbb lesz. Az értékversenyeknek, az eredetiség megállapításának és a meghiúsult vágynak a mechanizmusain keresztül maga ez a különbözőség is a kereslet növekedéséhez vezet. Ha az áruk világára mint az áruk

lokális (tehát kulturálisan szabályozott) útvonalainak sorozatára tekintünk, észrevehetjük, hogy az elterelés és a helyhez kötés politikája gyakran a más, távoli rendszerekkel való árucsere lehetőségéhez vagy tényéhez kötődik. Ha bármely szinten egy kisebb rendszer egy nagyobbal találkozik, a tudás és a tudatlanság összjátéka forgóajtóként működik, megkönnyítve bizonyos áruk áramlását, míg megakadályozva másokét. Ebben az értelemben még a legnagyobb áruközösségek is a kereslet helyi, politikailag befolyásolt rendszereinek bonyolult interakciójából alakulnak ki.

Konklúzió: a politika és az értékek

Azon túl, hogy bemutatunk néhány mérsékelten különös tényt, és hogy kicsit más szemszögből tekintünk rájuk, van-e valami további hozadéka az áruk társadalmi élete jelen esszében felvázolt megközelítésének? Mi olyat mond az áruk és az érték társadalmi életben betöltött szerepéről, amit eddig nem tudtunk, vagy amit ne fedezhettünk volna fel jóval kevésbé fáradságos módon? Van-e értelme arra a heurisztikus álláspontra helyezkedni, hogy az áruk mindenütt léteznek, és hogy az árucsere szelleme messze nem különül el annyira a csere más formáitól?

A kérdés megválaszolásához nem szeretnék az esszében elhangzottak unalmas ismétlésébe bocsátkozni, így rögtön a tárgyra térek. Ez az esszé Simmel azon gondolatából indult ki, hogy a csere az érték forrása, és nem fordítva. A kötet további tanulmányai fontos kiegészítői lesznek az érték társadalmi geneziséről szóló meglehetősen absztrakt simmeli megérzéseknek.

A *politika* (tág értelemben véve, a hatalomhoz tartozó viszonyokat, feltevéseket és küzdelmeket értve alatta) az, ami összeköti a cserét és az árukat. A hétköznapi élet megszokott, mindennapos, kisléptékű cseréi folyamán ez a tény nem tűnik fel, mert a csere ugyananynyira rutinná és szokványossá vált, mint bármely más megszokott viselkedés. De ez a sok mindennapos ügylet nem lenne lehetséges, ha nem létezne az általános megegyezéseknek egy széles köre arra vonatkozólag, hogy mi kívánatos; miben áll az ésszerű „áldozatvállalások cseréje"; és kinek van lehetősége, milyen keresletet támasztani, milyen körülmények között. Nem egyszerűen az a tény teszi politikaivá ezt a folyamatot, hogy privilégiumokat és társadalmi szabályokat juttat kifejezésre és hoz létre. Politikaivá az az állandó feszültség teszi, amely a létező keretek (árak, alkuk stb.) és az áruknak e keretek megsértésére vonatkozó hajlama között áll fenn. Ez a feszültség abban a tényben gyökerezik, hogy egyetlen értékrezsimben sem azonosak a résztvevő felek *érdekei,* mint ahogy egyetlen cserében sem lehet azonos a két fél érdeke.

A legtöbb társadalom csúcsán az értékversenyek politikáját és a kalkulatív terelőutakat találjuk, amelyek gyakran az áruk áramlásának új útvonalait hozzák létre. Az elitnek a közemberekhez fűződő viszonyából adódó érdekeinek kifejeződése a divat politikája, a fogyasztást szabályozó törvények és a tabuk, amelyek mind a kereslet irányításának valamilyen formái. Mivel azonban az áruk képesek átlépni a különböző kultúrák határait (ezáltal a különböző értékrezsimeket is), a kereslet politikai korlátozásai állandó fenyegetésnek vannak kitéve. A társadalmak hihetetlenül széles körében figyelhetjük meg az alábbi gyakori paradoxont. A hatalmon lévők érdeke, hogy teljesen befagyasszák az áruk áramlását, azáltal, hogy az áruk zárt univerzumait hozzák létre, és szigorú korlátozásokat vezetnek be mozgásukat

illetően. De a hatalmon lévők (vagy az arra aspirálók) versenyének természetes velejárója, hogy lazítani próbálják ezeket a szabályokat, és kibővítik az áruk körét. Az elitek politikájának e jellege általában az értékek megváltozásának trójai falova. Ami az árukat illeti, a politika forrása a két tendencia közti feszültség.

Láttuk, hogy ez a politika számos formát ölthet: ide tartozik az elterelés és bemutatás politikája, az autentikusság és bizonyításának politikája, a tudás és tudatlanság politikája, a szakértelem és fényűzés szabályozásának politikája, a műértés és a tudatosan mobilizált kereslet politikája. Az ezen dimenziók mentén, valamint köztük létrejövő kapcsolatok változásai felelősek a kereslet kiszámíthatatlanságáért. Ebben az értelemben kapocs a politika az értékek rendszere és az áruk áramlása között. Marx és a politikai gazdaságtan korai képviselői óta semmi rejtélyes nincs a termelés és a politika közti viszonyban. Most már talán jobb helyzetben vagyunk ahhoz, hogy ugyanígy „varázstalanítsuk" a gazdasági élet keresleti oldalát is.

Fordította *Dombos Tamás*

Hivatkozott irodalom

Adams, F. G. és J. R. Behrman (1982): *Commodity exports and economic development*. Lexington, MA: Lexington Books.

Alsop, J. (1981): *The rare art traditions: A history of art collecting and its linked phenomena.* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Azoy, G. W. (1982): *Buzkashi: Game and power in Afghanistan.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Baudrillard, J. (1987 [1968]): *A tárgyak rendszere*. Budapest: Gondolat.

Baudrillard, J. (1975): *The mirror of production.* St. Louis, MO: Telos Press.

Baudrillard, J. (1981): *For a critique of the political economy of the sign.* St. Louis, MO: Telos Press.

Bayly, C. (1986): The origins of swadeshi (home industry): cloth and Indian society, 1700–1930. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 285–322.

Benedict, B. (1983): *The anthropology of world's fairs: San Francisco's Panama Pacific International Exposition of 1915.* London: Scolar Press.

Benjamin, Walter (1969 [1936]): A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában. In *Kommentár és prófécia.* Budapest: Gondolat. 301–334.

Bohannan, P. (1955): Some principles of exchange and investment among the Tiv. *American Anthropologist* (57): 60–70.

Bourdieu, P. (1977): *Outline of a theory of practice.* Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (1984): *Distinction: A social critique of the judgment of taste.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Braudel, F. (1982): *The wheels of commerce.* New York: Harper.

Breckenridge, C. (1984): *The subject of objects: The making of a colonial high culture.* (Kézirat.)

Campbell, S. F. (1983): Kula in Vakuta: The mechanics of Keda. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 201–227.

Cassady, Jr. R. (1974): *Exchange by private treaty.* Austin: University of Texas Bureau of Business Research.

Cassanelli, L.V. (1986): Qat: changes in the production and consumption of a quasilegal commodity in northeast africa. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.) Cambridge: Cambridge University Press, 236–260.

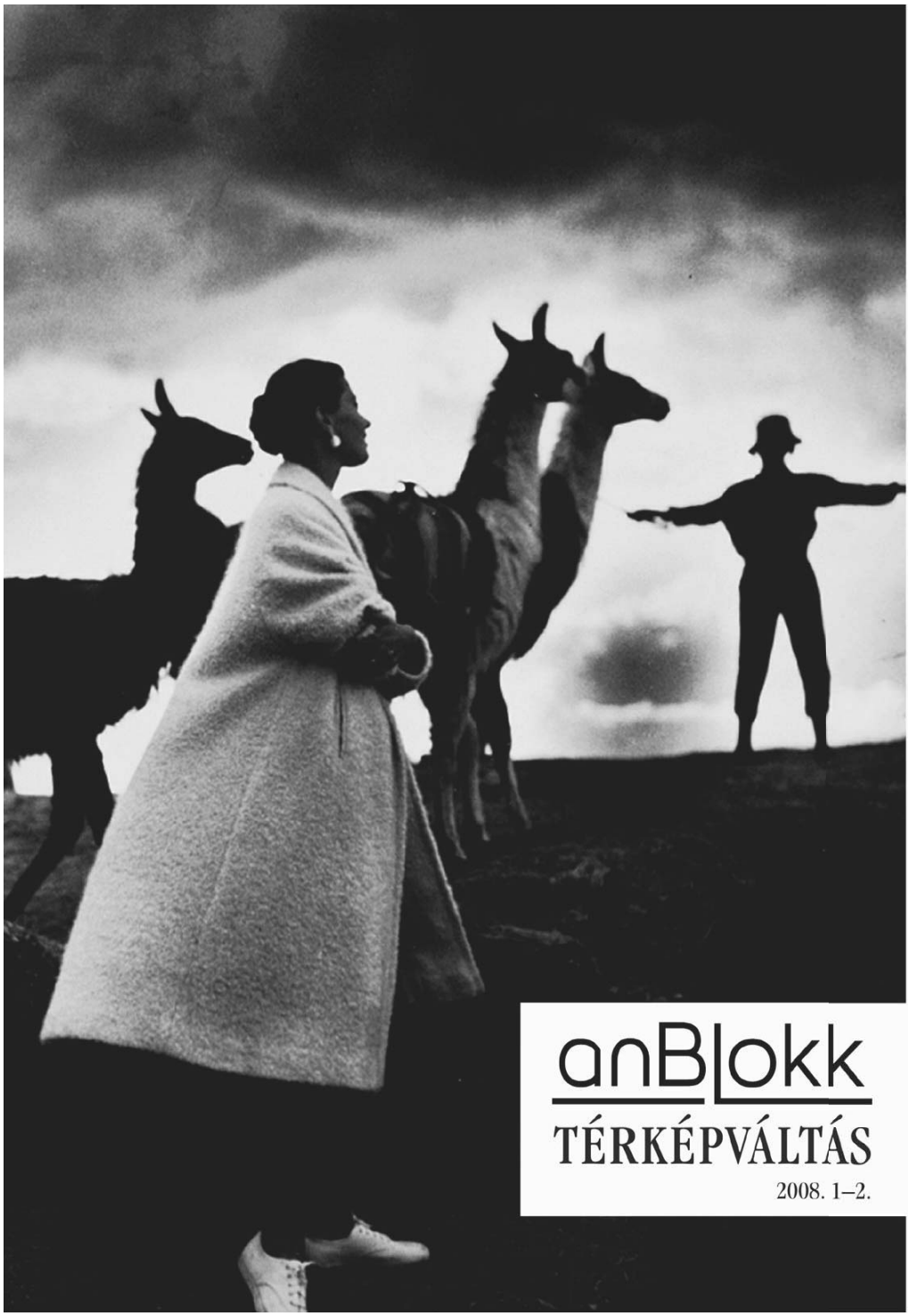
Chapman, A. (1980): Barter as a universal mode of exchange. *L'Homme* 20(3): 33–83.

Cochrane, G. (1970): *Big men and cargo cults.* Oxford: Clarendon Press.

Cohn, B. S. (1989): Cloth, clothes, and colonialism: India in the nineteenth century. In *Cloth and the Human Experience*. Annette B. Weiner és Jane Schneider (szerk.). Washington: Smithsonian, 303–353.
Collins, R. (1979): *The credential society: A historical sociology of education and stratification.* New York: Academic Press.
Curtin, P. (1984): *Cross-cultural trade in world history.* Cambridge: Cambridge University Press.
Dalton, G. (1978): The impact of colonization on aboriginal economics in stateless societies. In *Research in Economic Anthropology.* G. Dalton (szerk.). Greenwood, CT: JAI Press, 131–184.
Damon, F. H. (1983): What moves the kula: Opening and closing gifts on Woodlark Island. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 309–342.
Davenport, W. (1986): Two kinds of value in the Eastern Solomon Islands. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 1986. 95–109.
Dies, E. J. (1925): *The wheat pit.* Chicago: Argyle Press.
Dies, E. (1975 [1929]): *The plunger: A tale of the wheat pit.* New York: Arno Press.
DiMaggio, P. (1982): Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston: The creation of an organizational base for high culture in America. *Media, Culture and Society* 4: 33–50.
Douglas, M. (1967): Primitive rationing: A study in controlled exchange. In *Themes in Economic Anthropology*. R. Firth (szerk.). London: Tavistock, 119–147.
Douglas, M. és Baron Isherwood (1981): *The world of goods.* New York: Basic Books. [Részletek magyarul: A javak használatának változatai. In *A kultúra szociológiája*. Wessely Anna (szerk.). Budapest: Osiris,1998, 150–160.]
Dumont, L. (1980): On value (Radcliffe-Brown Lecture). *Proceedings of the British Academy,* LXVI, London: Oxford University Press, 207–241.
Evans-Pritchard, E. E. (1937): *Witchcraft, oracles and magic among the Azande.* Oxford: Clarendon Press.
Firth, R. (1983): Magnitudes and values in Kula exchange. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 89–102.
Geary, Patrick (1986): Sacred commodities: the circulation of medieval relics. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective.* Arjun Appadurai (szerk.) Cambridge: Cambridge University Press, 169–194.
Geertz, C. (1979): Suq: The bazaar economy in Sefrou. In *Meaning and Order in Moroccan Society.* C. Geertz, H. Geertz és L. Rosen (szerk.) Cambridge: Cambridge University Press. 123–310.
Geertz, C. (1980): Ports of trade in nineteenth-century Bali. In *Research in Economic Anthropology 3.* George Dalton (szerk.). Greenwich, Conn.: JAI Press, 119–22.
Gell, A. (1986): Newcomers to the world of goods: consumption among the Muria Gonds. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective.* Arjun Appadurai (szerk.) Cambridge: Cambridge University Press, 110–140.
Gluckman, M. (1983 [1943]): Essays on Lozi land and royal property. In *Research in Economic Anthropology 5.* George Dakon (szerk.). Greenwich, CT: JAI Press, 1–94.
Goldthwaite, R. (1983): *The empire of things: Consumer culture in Italy.* Paper presented at the Ethnohistory Workshop, University of Pennsylvania, Nov. 10.
Graburn, N. H. (szerk.) (1976): *Ethnic and tourist arts.* Berkeley: University of California Press.
Gray, J. N. (1984): Lamb auctions on the borders. *European Journal of Sociology* 25(1): 59–82.
Gregory, C. A. (1982): *Gifts and commodities.* London: Academic Press.
Gudeman, S. (1983): *Rice and sugar in Panama: Local modes of change.* Paper presented at the Ethnohistory Workshop, University of Pennsylvania, Oct. 6.
Hart, K. (1982): On commoditization. In *From craft to industry: The ethnography of proto-industrial cloth production.* Esther Goody (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press.
Hebdige, D. (1983): Travelling light: One route into material culture. *RAIN (Royal Anthropological Institute News)* 59: 11–13.
Hencken, H. (1981): How the Peabody Museum acquired the Mecklenburg Collection. In *Symbols,* 2–3. Peabody Museum, Harvard University.
Hodgson, M. (1974): *The venture of Islam: Conscience and history in world civilization 3.* Chicago: University of Chicago Press.
Hyde, L. (1979): *The gift: Imagination and the erotic life of property.* New York: Random House.
Kopytoff, I. (2008): A dolgok kulturális életrajza: A kommodifikáció mint folyamat. *Replika* 63: 107–130. (Lásd ebben a számban.)
Leach, E. (1983): The kula: An alternative view. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press. 529–538.

Leach, J. W. és E. Leach (szerk.) (1983): *The kula: New perspectives on Massim exchange.* Cambridge: Cambridge University Press.
Lears, T. J. (1981): *No place of grace: Anti-modernism and the transformation of American culture, 1880–1920.* New York: Pantheon.
Lopez, R. S. (1971): *The commercial revoolution of the middle ages, 950–1350.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
Malinowski, B. (1922): *Argonauts of the western Pacific.* London: Routledge. Részletek magyarul: *Baloma. Válogatott írások*. Budapest: Gondolat, 1972.
Marcus, G. (1986): Spending: The Hunts, silver, and dynastic families in America. *European Journal of Sociology* 26: 224–259.
Marriott, M. (1968): Caste-ranking and food transactions: A matrix analysis. In *Structure and change in Indian society.* M. Singer és B. S. Cohn (szerk.). Chicago: Aldine, 133–171.
Marx, K. (1955 [1887]): *A tőke. 1. könyv. A tőke termelési folyamata*. Budapest: Szikra.
Marx, K. (1972): *A politikai gazdaságtan bírálatának alapvonalai*. Karl Marx és Friedrich Engels művei, 46. kötet. Budapest: Kossuth.
Mauss, M. (2000): Tanulmány az ajándékról, az ajándékcsere formája és értelme az archaikus társadalmakban. In *Szociológia és antropológia*. Budapest: Osiris, 195–342.
Medick, H. és D. Sabean (szerk.) (1984): *Interest and emotion: Essays on the study of family and kinship.* Cambridge: Cambridge University Press; Paris: Edition de la Maison des Sciences de l'Homme.
Miller, D. (szerk.)(1983): Things ain't what they used to be. Special section of *RAIN* (Royal Anthropological Institute News) 59: 5–7.
Mintz, Sidney W. (1979): Time, sugar, and sweetness. *Marxist perspectives,* (2)4: 56–73.
Mukerji, C. (1983): *From graven images: Patterns of modern materialism.* New York: Columbia University Press.
Munn, Nancy D. (1977): The spatiotemporal transformation of Gawa Canoes. *Journal de la Société des Océanistes* (33)54–55: 39–53.
Munn, Nancy D. (1983): Gawan kula: Spatiotemporal control and the symbolism of influence. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 277–308.
Nappi, C. (1979): *Commodity market controls: A historical review.* Lexington, MA: Lexington Books.
Nef, John. (1958): *Cultural foundations of industrial civilization.* New York: Harper.
Perlin, F. (1983): Proto-industrialization and pre-colonial South Asia. *Past and Present* 98(1): 30–94.
Powers, M. J. (1973): *Getting started in commodity futures trading.* Columbia, Md.: Investor Publications.
Price, J. A. (1980): The silent trade. In *Research in economic anthropology 3.* G. Dalton (szerk.). Greenwich, CT: JAI Press, 75 Munn, Nancy D. (1977): 96.
Renfrew, C. (1986): Varna and the Emergence of Wealth in Europe. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 141–168.
Reddy, W. (1986): The structure of a cultural crisis: thinking about cloth in France before and after the Revolution. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 261–284.
Sahlins, M. (1972): *Stone age economics.* New York: Aldine.
Sahlins, M. (1976): *Culture and practical reason.* Chicago: University of Chicago Press.
Sahlins, M. (1981): *Historical metaphors and mythical realities: Structure in the early history of the Sandwich Islands Kingdom.* Ann Arbor: University of Michigan Press.
Schmidt, A. (1971): *The concept of nature in Marx.* London: NLB.
Schudson, M. (1984): *Advertising, the uneasy persuasion: its dubious import on American society.* New York: Basic Books.
Seddon, D. (szerk.) (1978): *Relations of production: Marxist approaches to economic anthropology.* London: Frank Cass.
Simmel, G. (1973 [1904]): A divat. In *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Budapest: Gondolat, 473–507.
Simmel, G. (2004 [1907]): *A pénz filozófiája.* Budapest: Osiris.
Simmel, G. (1978): *The philosophy of money.* London: Routledge.
Sombart, W. (1967): *Luxury and capitalism.* Ann Arbor: University of Michigan Press.
Spooner, B. (1986): Weavers and dealers: the autenticity of an oriental carpet. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 1986. 195–235.
Sraffa, P. (1960): *Production of commodities by means of commodities.* Cambridge: Cambridge University Press.
Stewart, S. (1984): *On longing: Narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Strathern, A. J. (1983): The kula in comparative perspective. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 73–88.
Swallow, D. (1982): Production and control in the Indian garment export industry. In *From craft to industry: The ethnography of proto-industrial cloth production.* E. Goody (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 133–65.
Tambiah, S. J. (1984): *The Buddhist saints of the forest and the cult of amulets.* Cambridge: Cambridge University Press.
Taussig, M. T. (1980): *The devil and commodity fetishism in South America.* Chapel Hill: University of North Carolina Press.
Thirsk, J. (1978): *Economic policy and projects.* Oxford: Clarendon Press.
Thompson, M. (1976): *Rubbish theory.* Oxford: Oxford University Press.
Uberoi, J. P. S. (1962): *Politics of the Kula ring.* Manchester: Manchester University Press.
Weber, M. (1978 [1904–1905]): *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme.* Budapest: Gondolat.
Weber, M. (1996 [1922]): Politikai közösségek. Hatalommegosztás a közösségen belül: osztályok, rendek, pártok. In *Gazdaság és társadalom 2/3.* Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
Weiner, A. B. (1983): A world of made is not a world of born: Doing kula on Kiriwana. In *The kula: New perspectives on Massim exchange.* J. W. Leach és E. Leach (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 147–70.
Wolf, E. (1982): *Europe and the people without history.* Berkeley: University of California Press.
Worsley, Peter (1957): *The trumpet shall sound: a study of "cargo" cults in Melanesia.* London: MacGibbon&Kee.



anBlokk

TÉRKÉPVÁLTÁS

2008. 1–2.

Igor Kopytoff

A dolgok kulturális életrajza: a kommodifikáció[1] mint folyamat

A közgazdász számára az árucikkek léte magától értetődő adottság.[2] Azaz, bizonyos dolgok és a dolgokkal kapcsolatos jogok termelődnek, léteznek, és bekerülnek a gazdasági rendszer körforgásába azáltal, hogy más dolgokra, többnyire pénzre cserélik őket. Ez a szemlélet természetesen azon a kézenfekvő definíción alapul, miszerint az árucikk olyan használati értékkel rendelkező dolog, amely egyszersmind csereértékkel is bír. Egyelőre magam is elfogadom ezt a meghatározást, amely elégséges lesz bizonyos előzetes kérdések felvetéséhez, és érvelésemhez igazodva szélesítem ki később.

Kulturális nézőpontból az árucikkek előállítása egyszerre kulturális és kognitív folyamat: az árucikkeket materiális javakként való előállításukon túl kulturálisan is meg kell jelölni, mint a dolgok egy bizonyos fajtáját. Az egy adott társadalmon belül előforduló dolgok teljes skálájából csupán néhány alkalmas arra, hogy árucikként azonosítsák. Mi több, ugyanazt a dolgot csupán bizonyos alkalmakkor tekintik árucikknek, máskor azonban nem. Végül ugyanazt a dolgot tekinthetik bizonyos személyek árucikknek, míg más személyek valami másnak. Az ilyen hangsúlyeltolódások és árnyalatok annak megítélésében, hogy egy do-

Forrás: The cultural biography of things: commoditisation as process. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective.* Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 1986, 64–94. Copyright © 1994 Cambridge University Press. Hungarian translation © Replika.

1 *A fordító megjegyzése:* Az angol „commoditisation" terminust – amely a „commodity", „árucikk" szóból származik – következetesen „kommodifikációnak" fordítom. A szerző ugyanis olyan sokféle aspektusban használja a kifejezést, hogy azt magyarul csak többféle, olykor lehetetlenül bonyolult szerkezettel lehetne visszaadni (aktívan: 'árucikké válás', passzívan: 'árucikké változtatás/alakítás/tétel', állapot jelöléseként: „árucikké váltság", valamely dolog „árucikké lett mivolta", jelzős szerkezetben: „végső árucikké válás" stb.). Ugyanakkor bizonyos esetekben ez utóbbi kifejezéseket is használom a „kommodifikáció" szinonimáiként.

2 Köszönettel tartozom Arjun Appadurainak és Barbara Klaom Kopytoffnak a beszélgetésekért, amelyek e tanulmány megírásához vezettek, valamint Jean Adelmannak, Sandra Barnesnak, Muriel Bellnek, Gyan Prakashnak, Colin Renfrew-nak és Barbara Herrnstein Smithnek megjegyzéseikért és javaslataikért, amelyek hozzájárultak a végső változat kidolgozásához.

log vajon árucikk-e, illetve mikor válik azzá, rámutatnak a látható tranzakciók objektív gazdaságtana mögött meghúzódó morális gazdaság létezésére.

A személyekről és a dolgokról

A mai nyugati gondolkodás számára többé-kevésbé magától értetődőnek tűnik, hogy a dolgok – a tárgyak és a hozzájuk fűződő jogok – az árucikkek természetes univerzumát jelentik. Az ellenkező pólusra az individualizáció és szingularizáció természetes univerzumát képviselő személyeket helyezzük. Az individualizált személyek és az árucikké vált dolgok fogalmi polaritása azonban új keletű, és kulturális szempontból kivételes. Az emberek ugyanis árucikkekké tehetők, és a történelem folyamán számtalan társadalomban újra meg újra árucikké is tették őket, azon széles körben elterjedt intézmények révén, amelyeket a „rabszolgaság" összefoglaló néven ismerünk. Ezért sok mindent elárulhat az, ha az árucikk fogalmát a rabszolgaság kontextusában közelítjük meg.

A rabszolgaságot gyakran határozták meg olyan bánásmódként, amely a személyeket tulajdonként vagy – ezzel rokon módon – tárgyként kezeli. Újabban azonban ez a „mindent vagy semmit" szemlélet egy olyan folyamatszerű perspektívának adja át a helyét, amely szerint a rabszolga társadalmi identitásának lényegi eleme a státusz marginalitása és meghatározatlansága (lásd Meillassoux 1975; Vaughan 1977; Kopytoff és Miers 1977; Kopytoff 1982; Patterson 1982). Ebből a nézőpontból tekintve a rabszolgaság nem egyszer és mindenkorra rögzített, egységes státusz, hanem a társadalmi átalakulás olyan folyamata, amely e státusz fázisainak és változásainak egész sorát foglalja magában, és ezek közül több is összemosódhat olyan státuszokkal (például az örökbefogadottéval), amelyet a mi nyugati felfogásunk a rabszolgaságtól már meglehetősen idegennek tart.

A rabszolgaság fogságba ejtéssel vagy adásvétellel veszi kezdetét, amikor is az egyént megfosztják korábbi társadalmi identitásától, és „nem-személlyé", valóságos tárggyá, tényleges vagy potenciális árucikké válik. A folyamat azonban itt még nem ér véget. Egy csoport vagy egy személy megvásárolja a rabszolgát, és elhelyezi egy olyan csoportban, amelyben a rabszolga újraszocializálódik és rehumanizálódik annak köszönhetően, hogy új társadalmi identitáshoz juttatják. Az árucikk-rabszolga valóban újraegyediesül azáltal, hogy új státuszokra tesz szert (amelyek nem feltétlenül alacsony státuszok), és a személyes viszonyok új hálózatának lesz része. Vagyis a folyamat a rabszolgát a csereértékkel rendelkező árucikk egyszerű státuszától a sajátos társadalmi és személyes hellyel rendelkező egyén státusza felé mozdítja el. Ugyanakkor a rabszolga többnyire ezután is potenciális árucikk marad: folyamatosan megtartja potenciális csereértékét, amely új adásvétel révén bármikor realizálható. Számos társadalomban ez ugyanígy igaz volt a „szabadokra" is, akiket meghatározott körülmények között ugyancsak áruba lehetett bocsátani. Mivel az ilyen társadalmakban bizonyos mértékig minden személy csereértékkel rendelkezett és árucikké tehető volt, a kommodifikáció kulturális értelemben egyáltalán nem korlátozódott a dolgok világára.

Ahogy azt látjuk tehát, a rabszolga pályafutása olyan folyamat, amely az eredeti társadalmi környezetből való kiemeléssel veszi kezdetét, ezt követi az áruvá válás, majd az új környezetben a szingularizáció (azaz a dekommodifikáció) a későbbi újbóli áruvá válás lehetőségének fennmaradása mellett. Ahogy a legtöbb folyamat esetében, úgy itt is összemosódnak az egymást követő fázisok. A rabszolga valójában csak a fogságba ejtés vagy az első adásvé-

tel és az új társadalmi identitás megszerzése közötti viszonylag rövid időszakban számít egyértelműen árucikknek, az őt befogadó közösségbe való fokozatos beilleszkedése során pedig egyre inkább elveszíti e tulajdonságát, és egyedivé, egyénné válik. A rabszolgasorba taszítás mint folyamat életrajzi megközelítése azt sugallja, hogy más dolgok áruvá válását is vizsgálhatjuk hasonlóan, nevezetesen: életrajzaik kulturális kialakulásának részeként.

Az életrajzi megközelítés

Az életrajzokat az antropológiában számos különböző módon közelítették meg (ennek áttekintéséhez lásd Langness 1965). Akadnak olyanok, akik valódi életrajzokat mutatnak be, illetve tipikus életrajzi modelleket állítanak össze véletlenszerűen összegyűjtött életrajzi adatok alapján, ahogy azt az általános etnográfiai munkák „Életciklus" című fejezetében látjuk. Az elméletorientáltabb életrajzi modellek több munkát igényelnek. Ezek tekintélyes számú tényleges életúttörténeten alapulnak. Bemutatják az adott társadalom által felkínált lehetséges életutak teljességét, és azt vizsgálják, hogy e lehetőségek hogyan jelennek meg az emberek különféle csoportjainak életútja során. Elemzik a társadalom által ideális modellnek tekintett, idealizált életrajzokat, illetve azt, hogy a valódi élettörténetek miként térnek el ezektől. Ahogy arra Margaret Mead rámutatott, a kultúra megértésének egyik módja lehet a sikeres társadalmi karrierként definiált életútmodell megfigyelése. Nyilvánvaló, hogy mást és mást tekintenek jó életnek egy afrikai társadalomban, a Gangesz partjain, Nagy-Britanniában és az eszkimók között.

Úgy tűnik számomra, hogy a dolgok életrajzával kapcsolatban is eredményesen tehetjük fel ugyanezeket a kulturális kérdéseket. E század elején W. H. R. Rivers „The genealogical method of anthropological inquiry" (1910) című cikkében egy olyan módszert ismertetett, amely azóta a terepmunka egyik alapvető eszközévé vált. A tanulmány alapvetése – ami miatt ma elsősorban emlékeznek rá – annak bemutatása, hogy a rokonsági terminológiát és viszonyokat rá lehet vetíteni egy genealógiai diagramra, és nyomon lehet őket követni a társadalmi struktúrának a diagram által tükrözött időbeli változásain. Ám Rivers valami mást is javasolt: azt, hogy amikor egy antropológus az öröklés szabályait kutatja, összevethetné e szabályokat azzal, ahogyan egy adott dolog – amilyen például a földbirtok – ténylegesen helyet változtat a genealógiai diagramban, konkrétan lejegyezve tulajdonosról tulajdonosra szállását. Amit itt Rivers felvet, az a dolgok tulajdoni viszonyokon alapuló életrajza. Egy életrajz szervezőelve azonban számtalan egyéb téma és esemény is lehet.

Ha egy dolog életrajzával foglalkozunk, hasonló kérdéseket tehetünk fel, mint a személyek életrajzával kapcsolatban: szociológiai értelemben milyen életrajzi lehetőségek kapcsolódnak a kérdéses dolog „státuszához" az adott kultúrában és időszakban, illetve azok milyen módon valósulnak meg? Honnan származik az adott dolog, és ki készítette? Milyen életutat járt be idáig, és mit tekintenek az emberek az ilyen dolgok ideális életútjának? Milyen „korokat" vagy periódusokat különítenek el a dolog „életében", és milyen kulturális markereket társítanak azokhoz? Hogyan változik a dolog használata az idő előrehaladtával, és mi történik vele akkor, amikor használhatóságának végére ér?

A zaire-i szukuknál például, akik között dolgoztam, egy kunyhó várható élettartama körülbelül tíz év. A tipikus kunyhóéletrajz a pár vagy – többfeleséges háztartásban – az egyik feleség és gyermekei beköltözésével veszi kezdetét. Ahogy a kunyhó öregszik, fokról fok-

ra átalakul vendégházzá vagy özvegyi házzá, kamasztanyává, konyhává, majd kecske- vagy tyúkóllá – míg végül a termeszek kerekednek felül, s a kunyhó összeomlik. A kunyhó fizikai állapota minden egyes korszakában egy bizonyos használati módhoz kapcsolódik. Ha a kunyhót nem a fizikai állapotnak megfelelően használják, az kellemetlen érzéssel tölti el a szukukat, és valamilyen üzenetet hordoz. Így, ha olyan kunyhóban szállásolják el a vendéget, amelynek konyhaként kellene funkcionálnia, az a vendég státuszáról mond valamit; ha pedig az adott közösségben egyáltalán nincs vendégház, az a közösség főnökéről, aki ezek szerint lusta, barátságtalan, vagy szegény. Nekünk is hasonlóak a dolgokkal szembeni életrajzi elvárásaink. Számunkra egy elégett Renoir-kép életrajza a maga módján éppolyan tragikus, mint egy személy gyilkossággal lezáruló életrajza. Ez eddig világos, ám a tárgyak életrajzának olyan egyéb események is részét képezik, amelyek árnyaltabb jelentéseket is közvetítenek. Mit szólunk például ahhoz, ha egy Renoir-kép közönségtől elzárt magángyűjteménybe kerül? Ha múzeumi raktárban porosodik? Mit érzünk akkor, ha Franciaországból az Egyesült Államokba kerül? Vagy ha Nigériába? Az, hogy milyen kulturális reakciókat váltanak ki belőlünk az efféle életrajzi részletek, esztétikai, történelmi, sőt politikai értékítéleteink bonyolult csoportjától, illetve azon meggyőződéseinktől és értékeinktől függ, amelyek a „művészet" kategóriájába sorolt tárgyakhoz való viszonyunkra hatást gyakorolnak.

A dolgok életrajza felfedheti azt, ami másként rejtve maradna. Kultúrák találkozásakor például rámutathat arra, amit az antropológusok oly gyakran hangsúlyoznak: hogy a kívülről érkező tárgyak – és eszmék – befogadásában nem maga a befogadás a legjelentősebb mozzanat, hanem az, ahogyan kulturálisan újradefiniálják és használatba veszik őket. Egy autó afrikai életrajza bőséges tárházát kínálja az azzal kapcsolatos kulturális adatoknak, hogy miként tettek szert rá, hogyan és kitől gyűjtötték össze a megvásárlásához szükséges összeget, milyen viszonyban állt az eladó a vevővel, rendszerint hogyan használják, kik a leggyakoribb utasai és kölcsönvevői, ez utóbbiak milyen gyakran kapják azt kölcsön, milyen szervizekben fordult meg, milyen a tulajdonos viszonya a szerelővel, hogyan adják kézről kézre a tulajdonosok az évek során, és végül, mihez kezdenek maradványaival akkor, amikor az autó felmondja a szolgálatot. Mindezek a részletek egészen más életrajzzá állnának össze egy középosztálybeli amerikai, egy navaho indián vagy egy francia paraszt autója esetében.

Az életrajz összeállítójának mindig van valamilyen előzetes elképzelése arról, hogy mi lesz az életrajz központi eleme. Érthető, hogy mindenkinek számos – lélektani, szakmai, politikai, családi, gazdasági stb. – életrajza van, amelyek mindegyike tartalmazza élettörténetének bizonyos elemeit és figyelmen kívül hagy másokat. A dolgok életrajzai hasonlóképpen részlegesek. Nyilvánvaló, hogy egy autó fizikai életrajza nem azonos azzal a műszaki életrajzzal, amelyet a szervizkönyv tartalmaz. Az autónak megvan a maga gazdasági életrajza is, amely kezdeti értékéből, vételáraiból, értékcsökkenésének mértékéből, valamint karbantartási költségeinek az évek során kialakuló mintázatából tevődik össze. Az autó számos lehetséges társadalmi életrajzzal is rendelkezhet: ezek egyike foglalkozhat például azzal, hogy az autó milyen helyet foglalt el a tulajdonos családjának gazdasági viszonyaiban, egy másik összekapcsolhatja tulajdonlásának történetét a társadalom osztálystruktúrájával, egy harmadik pedig fókuszálhat a rokonsági viszonyok szociológiájában betöltött szerepére, mint amilyen a családi kötelékek lazulása Amerikában, vagy ezek megerősödése Afrikában.

Mindezek a gazdasági, műszaki vagy társadalmi életrajzok azonban nem feltétlenül kulturálisan meghatározottak. Az életrajzokat nem tárgyuk, hanem nézőpontjuk teszi kulturálissá. Egy tárgy kulturálisan meghatározott gazdasági életrajza olyan kulturálisan konst-

ruált entitásként mutatná be azt, amelyhez kultúraspecifikus jelentések társulnak, és amelyet időről időre kulturális kategóriákba sorolnak. Ebből a szempontból kívánok az alábbiakban új megközelítést javasolni az árucikkek – vagy a folyamatszerűségre helyezve a hangsúlyt, a kommodifikáció – vizsgálatához. De mindenekelőtt azt kell megvizsgálnunk, mi is az árucikk.

Az egyedi és az általános

Az árucikkeket univerzális kulturális jelenségnek tartom. Létezésük a dolgok (tárgyak és szolgáltatások) cseréjét is magában foglaló tranzakciók következménye, s az ilyenfajta cserét az emberi társadalmi élet univerzális jelenségének – sőt néhány szerző szerint (lásd Homans 1961; Ekeh 1974; Kapferer 1976) lényegi jelenségének – tekinthetjük. Az egyes társadalmak abban különböznek, hogy a kommodifikáció, mint a csere sajátos megjelenési formája hogyan szerveződik, hogyan viszonyul a társadalmi rendszerhez, milyen tényezők segítik elő vagy fékezik, milyen hosszú távú tendenciák járulnak hozzá elterjedéséhez vagy stabilizálódásához, és hogy milyen kulturális és ideológiai előfeltevések határozzák meg működését.

Mi is tesz tehát egy dolgot árucikké? Az árucikk olyan dolog, amelynek használati értéke van, s amely önálló tranzakció során valami másra cserélhető. A csere puszta ténye azt jelzi, hogy annak, amire cserélték, ebben a közvetlen kontextusban vele egyenlő értéket tulajdonítanak. Ez utóbbi dolog is árucikk tehát, legalábbis a csere időpontjában. A csere lehet közvetlen, vagy végbemehet pénz segítségével, amelynek egyik funkciója éppen az, hogy a csere eszközéül szolgál. Ezért aztán mindaz, ami pénzen megvásárolható, a vásárlás pillanatában árucikknek minősül, függetlenül attól, hogy milyen sorsot szánnak neki a tranzakció lezajlása után (vagyis ezt követően dekommodifikálhatják is). Így tehát, egyfajta kulturális leegyszerűsítés eredményeként, a nyugati világban általában az eladhatóságra tekintünk úgy, mint egy dolog árucikk mivoltának félreérthetetlen bizonyítékára, ezzel szemben az eladhatatlanság a hétköznapitól és az általánostól való elkülönülés sajátos auráját hozza létre a dolog körül. Természetesen az, hogy pénzért el lehet adni valamit, még nem szükséges velejárója az árucikkstátusznak, hiszen a nem pénzalapú gazdaságokban is létezik árucikkcsere.

Azért utalok az árucikkeket is érintő tranzakciók önálló voltára, hogy ezáltal hangsúlyozzam: az ilyen tranzakciók elsődleges és azonnali célja – egy közgazdász számára pedig egyúttal gazdasági funkciója is – az ellenérték megszerzése. A tranzakció nem azt a célt szolgálja, hogy – példának okáért – utat nyisson egy másfajta tranzakció felé, mint a házassági tárgyalásokat vagy a patrónusszerzést kezdeményező ajándékozás esetében, az utóbbi esetek ugyanis csak résztranzakciók, amelyeket a teljes tranzakció kontextusában kell értelmeznünk. Bár a dolgok cseréje többnyire árucikkeket foglal magában, e szabály alól figyelemre méltó kivételt jelentenek a kölcsönösség elvén alapuló cserék, amint azt az antropológiában már régen kimutatták. Az utóbbiak esetében az ajándékozás célja az ajándékviszonzás kötelezettségének kialakítása, ami hasonló kötelezettséget von maga után – így az ajándékok és kötelezettségek soha véget nem érő láncolatához jutunk. Maguk az ajándékok lehetnek olyan dolgok, melyeket rendszerint árucikként definiálunk (ételek, ünnepségek, luxusjavak, szolgáltatások), de itt az egyes tranzakciók nem önállóak, és – elvben – egyikük sem tekinthető utolsónak.

Az, hogy egy valami pénzért eladható vagy számos egyéb dolgokra cserélhető, azt jelenti, hogy van benne valami közös sok más elcserélhető dologgal, amelyek együttesen vesznek részt az összehasonlítható értékek egyetlen univerzumában. Hogy egy ideillő, noha kissé archaizáló kifejezéssel éljek, az eladhatóság vagy a széles körű elcserélhetőség egyfajta „közönséges" vonás – vagyis a „nem közönséges", az összehasonlíthatatlan, az egyedi, a semmi másra el nem cserélhető ellentéte. A tökéletes árucikk az, amelyet bármi másra elcserélhetünk, egy tökéletesen kommodifikált világban tehát minden elcserélhető vagy eladható lenne. Ugyanilyen alapon a tökéletesen dekommodifikált világban minden egyedinek, kivételesnek és elcserélhetetlennek minősülne.

Ez a két szituáció ideáltípusokat jelöl, és egyetlen létező gazdasági rendszer sem feleltethető meg nekik. Egyetlen rendszerben sem lehet minden dolog annyira egyedi, hogy az a csere kísérletét is kizárja. És – eltekintve talán néhány túlzó, a mindent áruvá alakító kapitalizmussal kapcsolatos marxi elképzeléstől – egyetlen rendszerre sem igaz, hogy minden dolog árucikk lenne, és bármi másra átváltható volna egy egységes csereszféra keretei között. A világ ilyen felépítése – amely az első esetben az értékek szempontjából teljesen heterogén, a másodikban pedig teljesen homogén volna – mind emberileg, mind kulturálisan elképzelhetetlen. Ám ez az a két szélsőség, amelyek között minden létező gazdaság elhelyezkedik valahol.

A legtöbb filozófushoz, nyelvészhez és pszichológushoz hasonlóan elfogadhatjuk, hogy az emberi elme veleszületett törekvése, hogy osztályozás révén rendet teremtsen környezete káoszában, és hogy e nélkül az osztályozás nélkül lehetetlen lenne megismerni a világot és alkalmazkodni hozzá. A kultúra úgy szolgálja ebben az elmét, hogy egy mindenki által elfogadott kognitív rendet vetít rá arra a világra, amely valójában teljes mértékben heterogén, és egyedi dolgok végtelen változatosságát vonultatja föl. A kultúra azáltal teremt rendet, hogy a különbségtétel és az osztályozás révén elkülönülő, homogén területeket alakít ki az általános heterogenitáson belül. Ám ha a homogenizálás folyamata túl messzire megy, s a világról kialakított kép túl közel kerül a másik pólushoz – vagyis a javak totálisan kommodifikálódnak –, akkor veszélybe kerül a kultúra kognitív megkülönböztető funkciója. Mind az egyéneknek, mind a kulturális közösségeknek valahol a két szélsőség között kell utat találniuk, a dolgokat olyan kategóriákba rendezve, amelyekből egyrészt nincsen túl sok, másrészt nem is túl átfogóak. Röviden szólva az, amit „struktúrának" nevezünk, a túlzott felaprózódás heterogenitása és a túlzott összemosódás által előidézett homogenitás között helyezkedik el.

A csereérték vonatkozásában ez azt jelenti, hogy az egyedi dolgok természetes világát számos kezelhető értékosztályba kell rendeznünk: azaz a különböző dolgokat úgy kell összeválogatnunk, hogy az egyes kategóriákon belül kognitív hasonlóságot, a kategóriák között pedig eltérést tapasztaljunk. Ez az alapja egy jól ismert gazdasági jelenségnek, annak, hogy több, egymástól többé-kevésbé függetlenül működő különféle csereértékszféra létezik. Ez a jelenség minden társadalomban megfigyelhető, noha a nyugatiak főként a nem kereskedelmi és nem pénzalapú társadalmakban hajlamosak ezt észrevenni. Az ilyen csereértékszférák természete és struktúrája társadalomról társadalomra változik, mivel – ahogy azt Durkheim és Mauss (1963 [1903]) nyomán sejthetjük – az osztályozás kulturális rendszerei visszatükrözik az adott társadalmak szerkezetét és kulturális forrásait. Ezen túlmenően pedig, amint Dumont (1972 [1966]) rámutat, mindenhol észlelhető a kategóriák hierarchiába rendezésének tendenciája.

Csereszférák

A világosan elkülönített csereszférák alapján működő gazdaság egy konkrét példájának bemutatása mozdíthatja elő a további érvelést. A „többközpontú gazdaság" egy klasszikus elemzésében Bohannan (1959) három olyan csereszférát ír le, amelyek a közép-nigériai tivek között léteztek a gyarmatosítást megelőzően: *a)* a létfenntartáshoz szükséges cikkek szféráját (jamgyökér, gabona, fűszerek, csirke, kecske, háztartási eszközök, szerszámok stb.); *b)* a presztízscikkek szféráját (főként marha, rabszolgák, rituális tisztségek, speciális ruhák, orvosságok, rézrudak); és *c)* az emberekhez – feleséghez, gyámoltakhoz és leszármazottakhoz – fűződő jogok szféráját.

A három szféra a csereértékek három különálló univerzumát, azaz az árucikkek három elkülönülő szféráját képviseli. A javak mindegyiken belül cserélhetőek voltak egymással, s mindegyikhez sajátos erkölcsi értelmezés társult. Ezen felül a három szféra morális hierarchiát alkotott: a létfenntartás szférája a maga zavartalan piaci moráljával a legalsó szintet jelentette, az emberekhez fűződő jogok rokonsághoz és a rokonsági csoportokhoz kapcsolódó szférája pedig a legfelsőt. A tivek esetében, sok más hasonló rendszerrel szemben, a szférák – ha igen nehézkes módon is, de – átjárhatóak voltak. A szférák közötti kapcsolatot a rézrudak biztosították. Kivételes esetben, ha vonakodva is, de a létfenntartáshoz szükséges cikkekért is adtak rézrudat cserébe, míg a skála másik végén, az emberekhez fűződő jogok szférájában szintén lehetőség nyílt arra, hogy a rézrudakkal bizonyos tranzakciókat kezdeményezzenek. A tivek kielégítőnek és morálisan helyénvalónak tartották a „felfelé", vagyis a létfenntartáshoz tartozó javaktól a presztízscikkek felé, illetve az utóbbiaktól az emberekhez fűződő jogok felé irányuló cserét, míg a „lefelé" irányulót szégyenletesnek tartották, s csak rendkívül szorult helyzetben alkalmazták.

Az érték és az egyenértékűség problémája mindig is filozófiai talánynak számított a közgazdaságtanban. Ez ugyanis azzal a titokzatos folyamattal kapcsolatos, amely során nyilvánvalóan különböző dolgok értékük szempontjából valahogy mégis hasonlóvá válnak, így különös módon összemérhetővé lesz a jamgyökér a mozsárral vagy a fazékkal. Az általunk itt alkalmazott terminológiával élve tehát ez azt jelenti, hogy nyilvánvalóan egyedi dolgokat más nyilvánvalóan egyedi dolgokkal közös értékkategóriákba helyezünk. Noha a munkaérték-elmélet számos problémát vet fel, mindazonáltal azt legalább érzékelteti, hogy amíg a jamgyökér és a fazék az előállításukhoz szükséges munka mennyisége alapján logikailag összevethetőek (még ha figyelembe is vesszük, hogy a kétféle munkához szükséges képzettség megszerzése különböző befektetést igényel), addig semmiféle közös mérték nem áll rendelkezésünkre akkor, ha a jamgyökeret a rituális hivatalokkal, a fazekakat pedig a feleségekkel és az utódokkal hasonlítjuk össze. Ebből fakad az, hogy roppant nehéz, sőt valójában lehetetlen mindezen eltérő dolgokat az árucikkek egyetlen, mindent átfogó szférájában elhelyezni. Ez a nehézség a kiindulópontja az egymástól elkülönülő csereszférák kulturális megalkotásának. A kultúra az egyenértékűség megteremtésének feladatát oly módon végzi el, hogy számos különálló árucikkszférát hoz létre – a tivek esetében elkülöníti a létfenntartáshoz kapcsolódó, kézzelfogható, fizikai munka révén előállított javak szféráját a társadalmi manőverezést szolgáló presztízsjavak, illetve a rokonsággal kapcsolatos jogok és kötelezettségek jóval intimebb szféráitól.

Kommodifikálódás

A tivekéhez hasonló többközpontú gazdaság innen nézve egyáltalán nem tekinthető egy egyszerű csererendszer egzotikusan komplikált változatának. Éppen ellenkezőleg – az valójában az egyedi darabok nehezen kezelhető tömegére irányuló egyszerűsítés mutatványa. De miért csak három szféra létezik, nem pedig, mondjuk, egy tucat? Úgy tűnik, a kommodifikációt csupán addig a határig terjesztették ki, ameddig a tivek csere-technológiája azt lehetővé tette, ez utóbbi pedig nem rendelkezett a rézrudaknál hatékonyabb általános értékmérő eszközzel. Ez arról tanúskodik, hogy minden csererendszer a kommodifikáció optimalizálására törekszik, azaz arra, hogy annyi dologra terjessze ki a cserélhetőség alapvetően csábító elképzelését, amennyit a csere létező technológiái kényelmesen lehetővé tesznek. Ezért van az, hogy függetlenül attól, hogy a nem pénzalapú társadalmak mikor vették át a pénz eszközét, az mégis egyetemes elfogadásra talált, és ezért hódította meg e társadalmak belső gazdaságát is a kezdeti elutasítás és a vele való egyéni elégedetlenség ellenére, amit a modern tivek esete is jól példáz. Ez megmagyarázza azt is, miért azonosak a pénz bevezetésének következményei az egyébként igen különböző társadalmak egész sora esetében: a kommodifikáció térnyerése, valamint az elkülönülő csereszférák összeolvadása miatt. Mintha maga a csere belső logikája minden gazdaságot előkészítene arra, hogy megragadja azokat az új lehetőségeket, amelyeket a széles körű kommodifikáció oly nyilvánvalóan magával hoz.

Ennek fényében Braudel újabb munkája (1983) úgy is értelmezhető, mint ami rámutat arra, hogy a számos új intézmény kialakulása a kora újkori Európában hogyan vezetett a csere addig ismeretlen technológiájának létrejöttéhez, illetve hogyan idézte elő a kommodifikáció robbanásszerű elterjedését, ami a kapitalizmus kialakulásának közvetlen előzménye. A kiterjedt kommodifikáció tehát, amelyet a kapitalizmushoz társítunk, nem magának a kapitalizmusnak a jellemző vonása, hanem azé a cseretechnológiáé, amelyet történetileg összekapcsolunk vele, és amely drámai módon kitágította a kommodifikáció lehetséges maximumának határait. Napjaink államilag irányított, nem kapitalista gazdaságai sem térnek el ettől a tendenciától, még ha meg is kísérlik azt politikai eszközökkel ellenőrzésük alá vonni. Valójában a rájuk jellemző, állandósult hiánygazdaság és a mindenütt jelen lévő feketepiac következtében a kommodifikáció esetükben olyan új területekre terjed ki, ahol a fogyasztónak ahhoz, hogy javakat és szolgáltatásokat vehessen, először magához a tranzakcióhoz való hozzáférést kell megvásárolnia.

A kommodifikációt tehát helyesebb a valamivé válás folyamatként, semmint vagy-vagy állapotként felfognunk. Expanziója kétféleképpen megy végbe: *a)* az egyes dolgok szintjén, azzal, hogy azok egyre több más dologra válnak elcserélhetővé, illetve *b)* a rendszer egészét tekintve, azzal, hogy egyre több különféle dolog válik egyre szélesebb körben elcserélhetővé.

A kulturális és az egyéni szingularizáció

A kommodifikáció lehetséges előretörésének a kultúra szab gátat. A kiterjedt kommodifikáció kultúraellenes abban az értelemben, hogy míg a kommodifikáció homogenizálja az értéket, a kultúra lényege ezzel szemben a különbségtétel – ennek megfelelően a kommodifikációt igen sokan kultúraellenesnek tekintik. Ha – ahogy azt Durkheim is (1915 [1912]) megfigyelte – a társadalmak szükségét érzik annak, hogy környezetük egy részét elkülönítsék és szak-

rálisnak nyilvánítsák, eszközként a szingularizációhoz folyamodhatnak. A kultúra biztosítja azt, hogy bizonyos dolgok egyértelműen egyediek maradjanak, igyekszik meggátolni más dolgok árucikké válását, illetve olykor újra egyedivé tenni azt, ami árucikké lett.

Minden társadalomban léteznek olyan dolgok, amelyeket nyilvánosan kirekesztenek a kommodifikáció folyamatából. E tilalmak némelyike kulturális, és ezeket kollektíven tiszteletben tartják. Az államilag irányított társadalmakban e tilalmak jelentős részének forrása az állam, és azok, amelyek a társadalom egészét, amelyek az államot, illetve amelyek az egyes ellenőrzést gyakorló csoportokat szolgálják, általában összefonódnak. Ez igaz azon dolgok nagy részére is, amelyek a társadalom szimbolikus leltárát alkotják: a közterületekre, a műemlékekre, az állami műgyűjteményekre, a politikai hatalom kellékeire, az uralkodói rezidenciákra, a főnöki méltóságjelvényekre, a rituális tárgyakra és így tovább. A hatalom gyakran épp azáltal szilárdítja meg magát szimbolikusan, hogy hangsúlyozza jogát egy tárgy vagy a tárgyak egy osztályának szingularizációjára. Az afrikai főnökök és királyok maguknak tartják fenn bizonyos állatok vagy állati testrészek, például a foltos macskafélék bőrének és fogának használati jogát. A sziámi királyok monopolizálták az albínó elefántokat, a brit királyok pedig megőrizték a partra sodort bálnák tetemeihez fűződő előjogaikat. Lehetnek persze gyakorlati aspektusai is eme uralkodói igényeknek, amelyeket a gazdasági és kulturális materialisták minden bizonnyal szorgalmasan ki is mutatnak. Ezek a monopóliumok azonban kétségkívül azt a célt szolgálják, hogy a szakrális hatalom látható határait kiterjesszék oly módon, hogy azt további szakralizált tárgyakra vetítik ki.

Az ilyen szingularizáció olykor olyan tárgyakra is kiterjed, amelyek rendes körülmények között árucikkeknek számítanak – az árucikkek ilyenkor annak köszönhetően válnak szingularizálttá, hogy kiemelik őket szokványos árucikkszférájukból. A brit uralkodó rituális kellékei között találjuk például az India Csillaga[3] nevű drágakövet, amelyet a szokásos folyamattal ellentétben megóvtak az árucikké válástól, és mint „koronaékszert" szingularizáltak. A zaire-i szuku királyok rituális kellékei között is szerepelnek olyan tárgyak, amelyek régebben hétköznapi árucikkeknek számítottak, ilyenek például a portugálok által behozott európai kerámia ivókorsók, amelyeket a szukuk szállítottak arra a területre, ahol ma találhatóak, és szakralizálták azokat e folyamat során.

A tárgyak szingularizációjának egy másik útja a részleges kommodifikáció, amikor is bizonyos dolgok egy rendkívül szűk csereszférába kerülnek. A tivek rendszere jól illusztrálja ezt az elvet. A presztízsszférába tartozó egyes javak (a rabszolgák, a marhák, a rituális hivatalok, egy különleges szövet és a rézrudak), minthogy elcserélhetők egymásra, árucikknek számítanak, mégis jóval kevésbé kommodifikálódtak, mint a létfenntartás jóval népesebb szférájába tartozó dolgok (a jamgyökértől a fazekakig). A csupán kétfajta dolgot tartalmazó szférák – mint a trobriandi kula csereszférájának klasszikus modellje,[4] amely csak a karkötőket

3 A szerző itt minden bizonnyal nem az India Csillaga nevű zafírra kíván utalni, amely a New York-i American Museum of Natural History tulajdona, hanem az Afrika Csillaga nevű gyémántra (más néven Cullinan-gyémántra), amelyet 1905-ben hoztak felszínre a dél-afrikai Cullinanben. A gyémántot a Transvaal kormány vásárolta meg, majd 1907-ben VII. Edward angol királynak ajándékozták. A csiszolás és vágás után az Afrika Csillagából létrehozott drágakövek közül a kilenc nagyobb a korona tulajdonában maradt, a legértékesebbeket, a Cullinan I-et az uralkodói jogarba, a Cullinan II-t pedig magába a koronába foglaltatták. Ezeket ma a londoni Towerben őrzik. (Forrás: Historical Royal Palaces Factsheet Internet: www.hrp.org.uk/Resources/Crown%20Jewels.pdf: 2008. szept. 16. – a szerk.).

4 A kula kereskedelem valóban a javak két típusára terjedt ki, ezek egyike a *mwali* névvel illetett fehér kagylóból készült karperec, a másik pedig a *szoulavának* hívott vörös kagylókból készült hosszú nyaklánc. (Vö. Malinowski 2002 [1922]: 81–105 – a szerk.).

és karpereceket foglalja magában – a szingularizáció még magasabb fokát mutatják. A tivek harmadik csereszférájának – az emberekhez fűződő jogokénak – egyedülálló integritást biztosított egy másik rokon elv, az őt alkotó elemek homogenitása. Úgy tűnik, hogy a tivek két felső szférája egyedibb, sajátosabb, és ezért szakrálisabb is volt az alsó szféránál, amely a létfenntartással kapcsolatos hétköznapi javakat foglalta magában. A tiv árucsere szféráinak morális hierarchiája tehát a szingularitás fokozatainak felelt meg.

Noha a szakralizáció elérhető az egyediség révén, az egyediség önmagában nem garantálja a szakralizációt. Az, hogy valami nem árucikk, még nem biztosít neki magas státuszt, és igen sok egyedi (azaz nem cserélhető) dolog minősül csekély értékűnek. A nyugat-kameruni aghemek között, akiknek árucsereszférái nem térnek el a tivekéitől, még egy további alacsonyabb szférát is felfedezhetünk, amely a létfenntartással kapcsolatos, eladható javak alatt helyezkedik el. Egy alkalommal különböző dolgok gyarmatosítás előtti csereértékét kutatva rákérdeztem a manióka csereértékére. A válasz, amely azt a felvetésemet kísérte, hogy egy olyan alantas dolog, mint a manióka, elcserélhető-e bármire is, a gúnyos méltatlankodás volt: „Egyszerűen megeszik, és kész. Vagy elajándékozzák. Az asszonyok kisegíthetik vele és más hasonló ételekkel egymást. De nem *kereskednek* vele." Még mielőtt ezt a kifakadást bárki félreértené, sietek hangsúlyozni, hogy a méltatlankodás nem egy szimbolikusan túlértékelt termék – amilyen például a kenyér a kelet-európai parasztok számára – kereskedelem általi megrontásának szólt. Az aghemek üzleti érzékkel megáldott nép, akik egyáltalán nem vetik meg a kereskedelmet. A méltatlankodás inkább olyan volt, amilyet az aghemek tapasztalnának egy nyugati részéről, ha megkérdeznék tőle, mennyibe kerül a gyufa, amellyel az idegen a cigarettáját meggyújtja. A manióka az egyedi dolgok olyan értéktelen osztályához tartozott, amely nem rendelkezett nyilvánosan elismert csereértékkel. Ha valami nem árucikk, az egyúttal azt is jelenti, hogy „nincs ára", a kifejezés minden lehetséges értelmében, az egyedülállóan értékes dolgoktól az egyedülállóan értéktelenekig.

A többé vagy kevésbé egyedinek tekintett dolgok mellett létezik a „végső kommodifikáció" szakasza is, ahol a további csere lehetősége kizárt. Ilyennek tekinti számos társadalom az orvosságot: a gyógyító ugyan elkészíti és eladja az orvosságot, ám ez szélsőségesen szingularizált lesz, minthogy csakis az adott páciens gyógyításában hatékony. Ugyanez jellemezte fél évezreddel ezelőtt a római katolikus egyház búcsúcéduláit: a bűnös megvehette ugyan őket, de nem adhatta tovább. A modern nyugati orvoslásban ugyanezt a célt az a törvény biztosítja, amely megtiltja, hogy bármilyen receptre felírt gyógyszert továbbadjanak, vagy hogy bárki megfelelő engedély nélkül gyógyszert árusíthasson. A rekommodifikáció jogi korlátozásának további példái is ismeretesek: a Nagy-Britanniában kiadott papírkötésű könyvekben gyakran ijesztő bejegyzés tiltja meg a könyv továbbárusítását az eredeti kötés nélkül, Amerikában pedig hasonlóan rejtélyes címkét biggyesztenek a matracokra és párnákra, megtiltva továbbértékesítésüket.

A törvényi vagy kulturális előírások mellett más tényezők is előidézhetik azt, hogy egy dolog végső árucikké váljon. A fogyasztói javak többségét eredetileg is ezzel a céllal állítják elő, legalábbis a gyártónak ez a szándéka. Ez az elvárás könnyen teljesül az olyan dolgok esetében, mint például a borsókonzerv, de még ekkor is adódhatnak váratlan körülmények: háborús ínség idején a fogyasztási cikkek is elkezdenek a vagyonfelhalmozás eszközévé válni, és ahelyett, hogy elfogyasztanák őket, vég nélkül keringenek a piacon. A tartós fogyasztási cikkeknek rendszerint kialakul a használt piaca, ennek ötletét gyakran maguk az eladók is támogatják. Gazdaságunk egy szférájában az eladási stratégia része annak hangsú-

lyozása, hogy nem szükséges, hogy a fogyasztásra szánt javak utoljára alakuljanak át árucikké: ide sorolhatóak például azok a bevett fordulatok, hogy a keleti szőnyegek vásárlása egyszersmind „jó befektetés" is, vagy hogy bizonyos drága kocsikat „használtan is jó áron lehet értékesíteni".

A végső kommodifikáció fogalma a rabszolgaság elemzésének egyik központi kérdésére irányítja a figyelmet. Az a tény ugyanis, hogy egy személyt megvásároltak, önmagában még semmit nem mond arról, hogy az illetőt később mire használják (Kopytoff 1982: 223 skk.). A megvásároltak némelyike bányában, ültetvényen vagy gályákon végezte, míg mások nagyvezérek vagy a római birodalom admirálisai lettek. Hasonlóképpen az a tény, hogy egy tárgyat megvásárolnak vagy elcserélnek, szintén semmit sem mond későbbi státuszáról, és arról, hogy árucikk marad-e vagy sem. Ám az áruvá tett dolgok, hacsak formálisan meg nem szüntetik e státuszukat, potenciális árucikkek maradnak, s továbbra is megőrzik csereértéküket, még ha ténylegesen ki is vonták őket csereszférájukból, és úgyszólván deaktiválták őket árucikk mivoltukban. A deaktiválás nemcsak a szingularizáció imént említett különféle formái, hanem az egyéni újradefiniálás számára is nyitottá teszi őket.

A nyugat-kameruni Bamenda vidékén sokra tartották a nagy, díszített lopótököket, amelyeket Nigériából hoztak át a határon. Szállítóik az aku pásztortörzs tagjai voltak, akiknek asszonyai széles körben használták ezeket, s szívesen áruba bocsátották őket. Én magam is többet vásároltam tőlük. Egy alkalommal azonban minden ékesszólásom hasztalannak bizonyult, hogy meggyőzzem az egyik aku nőt, adja el nekem az egyik ilyen átlagosnak tűnő lopótököt, amelynek díszítéséhez maga is hozzátett egy keveset. Barátnői bolondnak nevezték, és azt hangoztatták, hogy ezért a pénzért sokkal jobb és szebb lopótököt vehetne. Ő azonban semmi pénzért sem volt hajlandó megválni tőle, akárcsak a mi társadalmunknak azok a hírekben feltűnő tagjai, akik félig hős, félig bolond módjára egymillió dollárért sem hajlandóak megválni házuktól, s inkább eltűrik, hogy köréje építsék a felhőkarcolókat. De létezik egy ezzel ellentétes jelenség is: akadnak az árucikké alakításnak olyan ideológusai, akik például a közterületek eladását javasolják a költségvetés egyensúlyának helyreállítása érdekében, vagy – ahogy Afrikában tapasztaltam – a főnöki méltóságjelvények valamelyikét kívánják értékesíteni, hogy bádogtetőt csináltassanak az árából az iskolaépületre.

Ezek a hétköznapi példák azt mutatják, hogy bármely társadalomról legyen is szó, az egyén gyakran választásra kényszerül a kommodifikáció kulturális struktúrája, illetve saját személyes törekvései között, azért, hogy kialakítson valamiféle értékrendet a dolgok univerzumában. A kultúra és az egyén közötti efféle konfliktusok egy része elkerülhetetlen – legalábbis kognitív szinten az. A dolgok világát végtelenül sokféleképpen lehet osztályozni különféle természetes tulajdonságaik, illetve kulturális vonásaik alapján. Az egyén elméje mindezeket mozgósítani tudja, és képes arra, hogy számtalan osztályt, a közös értékek különféle univerzumait, illetve változó csereszférákat alkosson. A kultúra azonban nem lehet ilyen nagylelkű, legalábbis a gazdaság területén nem, ahol osztályozásainak egyértelmű útmutatást kell nyújtaniuk a gyakorlati és összehangolt cselekvés számára. Ha mégis elkerülhetetlen a konfliktus, az különböző és más-más intenzitású lehet, attól a társadalmi struktúrától függően, amelyben sor kerül rá. A gyarmatosítás előtti tivek vagy aghemek társadalmában a kultúra és a gazdaság kapcsolatára a viszonylagos harmónia volt jellemző: a gazdaság a kultúra osztályozását követte, ami sikeresen kielégítette az egyének különbségtételre irányuló kognitív igényét. Ezzel szemben egy kereskedelemre épülő, pénzalapú és magas fokon kommodifikált társadalomban a csererendszer értékhomogenizáló ereje igen nagy, ami

olyan következményekhez vezet, amelyek gyakran szemben állnak mind a kultúrával, mind pedig az egyéni kognícióval, de inkonzisztens, sőt ellentmondásos módokon.

Komplex társadalmak

Az imént már említettem, hogy a csereszférák élesebben látszanak számunkra a tivekéhez hasonló, nem kereskedelemre épülő és nem pénzalapú társadalmak esetében, mint a sajátunkéhoz hasonló kommercializált és pénzalapú társadalmakban. Ennek oka részben az, hogy könnyebben észrevesszük azt, ami egzotikus, és kézenfekvőnek tekintjük azt, ami ismerős. De ennél többről van szó.

Természetesen a mi társadalmunkban is léteznek bizonyos egymástól elkülönülő csereszférák, és ezeket szinte egyöntetűen elfogadjuk és jóváhagyjuk. Így hajthatatlanok vagyunk a tekintetben, hogy szétválasszuk egymástól az anyagi javak és a személyek szféráit, amire később még visszatérek. Vacsorameghívásokat is cserélünk, s ezt a szférát elkülönítjük más cserékétől. Udvariasan elismerjük a politikai vagy akadémiai szívességek cseréjének önálló szféráját, s éppúgy megütköznénk azon, ha valaki pénzalapúvá kívánná tenni ezt, mint ahogy a tivek is megdöbbentek házassági tranzakcióik pénzalapúvá tételének gondolatán. A tivekhez hasonlóan, akik csak óvatosan, a rézrudak közvetítésével léptek át a hétköznapi fazekak szférájából a presztízsjavakéba, a mi könyvelőink is elővigyázatosan lépik át az egyes csereszférák határait olyan ügyekben, amilyenek például az egyetemeknek felajánlott adományok. Az alapítványoknak juttatott bármilyen mértékű közvetlen pénzadomány gyanús lenne, mivel azt a látszatot kelti, mintha az adományozó befolyást szeretne vásárolni magának, s ezért az ilyen adományokat rendszerint névtelenül vagy posztumusz ajánlják fel. A részletekben átutalandó pénzadomány különösen gyanús, mert arra utal, hogy az adományozónak hatalmában áll a következő csekk visszatartása. De ha egy nagyobb összegű adományból új épületet emelnek, az már-már a dekommodifikáció szférájába helyezi át a pénzadományt, szemmel láthatóan visszavonhatatlanná téve azt, és felvértezi az adományozót az egyetemmel kapcsolatos illetéktelen nyomásgyakorlás gyanújával szemben. Az adományozó nevének felírása az épületre így nemcsak az adományozónak adja meg a tiszteletet, de az egyetemnek is, amely ezáltal nyilvánítja ki, hogy nem tartozik semmilyen további kötelezettséggel az adományozó felé. Az ilyen tranzakciók hátterében meghúzódó értékeket többnyire az egész társadalom elfogadja, azok a csoportok legalábbis biztosan, akik a kulturális hegemónia haszonélvezői társadalmunkban, és akik meghatározzák, hogy mit tekintsünk annak, amit hajlamosak vagyunk közkultúrának nevezni. „Mindenki" ellenzi a nyilvánosan szingularizált és szakralizált dolgok kommodifikációját, az olyanokéit, mint amilyenek a közparkok, a nemzeti kulturális és természeti örökség részei, a Lincoln-emlékmű vagy épp George Washington Mount Vernonban őrzött műfogsora.

Más szingularizáló értékek ennél kisebb csoportokhoz kapcsolódnak. Léteznek olyan nyilvánvaló csereszférák, amelyeket csupán a társadalom egyes szegmensei ismernek el, például a közös kulturális kódot valló, sajátosan szerveződő moralitással rendelkező szakmai és foglalkozási csoportok. Az ilyen csoportok alkotják a mechanikus szolidaritás azon hálózatait, amelyek összekapcsolják a tágabb társadalom szerves struktúrájának kisebb egységeit, amelynek tevékenységét többnyire a kommodifikáció elvei irányítják. Hadd térjek itt ki egy ilyen csoportnak, az afrikai művészet amerikai műgyűjtőinek a tevékenységére.

A harminc vagy még több évvel ezelőtti, jóval egyszerűbb időkben a terepmunka során véletlenszerűen összegyűjtött afrikai műalkotások teljes egészében egy szakrális kaszt zárt szférájába kerültek. A gyűjtött tárgyakat igen nagy mértékben egyediesítették, gyűjtőik személyes érzelmi, tisztán esztétikai, illetve tudományos értékük miatt kötődtek hozzájuk; ez utóbbit a gyűjtőnek a tárgy kulturális kontextusára vonatkozó, feltételezett tudása alapozta meg. Nem tekintették igazán helyénvalónak, ha valaki egy afrikai piaci kereskedőtől, vagy ami rosszabb, európai kereskedőtől Afrikában, vagy ami még ennél is rosszabb, Európában vagy Amerikában vásárolt afrikai műtárgyat. Az ilyen másodkézből származó tárgyak csekély tudományos értékkel rendelkeztek, s valamiképpen beszennyezte őket az, hogy bekerültek egy pénzalapú árucikkszférába – és ettől az sem szabadította meg teljesen őket, ha később a „legitim" módon, terepmunka során összegyűjtött tárgyakkal kerültek egy kategóriába. Az afrikai műtárgyak csereszférája tartalmát tekintve rendkívül homogén volt. Megengedett volt, hogy más afrikai (vagy egyéb „primitív") műtárgyra cseréljék vagy elajándékozzák őket. A terepről visszatérő diákok többnyire hoztak is egy-két ilyen ajándékot témavezetőiknek, amelyek így egy másik jól körülírt szféra, az akadémiai patrónusi-kliensi szféra részévé váltak. Az a morális felfogás, amely ezt a szférát irányította, nem tette lehetővé, hogy e tárgyakat eladják, legfeljebb múzeumoknak, nekik is csak költségtérítési áron. Ám ahogy a tiveknél, akiknél megengedett – noha szégyenletes – volt rézrudat adni élelemért, a rendkívüli szükség itt is igazolta azt, hogy e tárgyakat a műtárgypiacon áruba bocsássák. Erre a gyakorlatra csak megfelelő diszkréció mellett kerülhetett sor, és bizonyosan „lefelé" irányuló konverziónak tekintették.

Ahogy Douglas és Isherwood (1980) kimutatták, a komplex társadalmak közkultúrája is társít többé-kevésbé megkülönböztető értékeket a javakhoz és szolgáltatásokhoz. Azaz, a közkultúra itt éppúgy kínál a dolgok elkülönítésére szolgáló osztályozásokat, mint a kis léptékű társadalmakban. Ezek azonban folyamatosan fel kell, hogy vegyék a harcot az egyének és az olyan kisebb hálózatok osztályozásaival, amelyek tagjai egyben egyéb, megint csak más értékrendszereket használó hálózatokhoz is tartoznak. Rendkívül változatosak azok a megkülönböztető kritériumok, amelyeket az egyének vagy hálózatok az osztályozás feladata során figyelembe vesznek. Nemcsak arról van szó, hogy minden egyén vagy hálózat egyedi és a többitől eltérő verziót alakít ki a csereszférákkal kapcsolatban, hanem arról is, hogy ez a verzió kontextuálisan és életrajzilag is változik, ahogy megalkotóik perspektívái, kötődései és érdekei változnak. Erre a gyakorlatra csak megfelelő diszkréció mellett kerülhetett sor, és bizonyosan „lefelé" irányuló konverziónak tekintették. Mindez nézeteltéréseket szül nemcsak az emberek és csoportok között, de az egyes embereken belül is. Természetesen az ilyen nézeteltérések csírái a gyarmatosítás előtti tivekéhez hasonló társadalmakban is léteztek, ám ott a kultúra és a gazdaság egymással összhangban kínálta fel az osztályozás jóváhagyott modelljét. A kommercializált, heterogén és liberális társadalomban a közkultúra a legtöbbször alkalmazkodik a pluralizmushoz és a relativizmushoz, és nem nyújt szilárd útmutatást; a gazdaság egyetlen tanítása pedig abból a szabadságból és dinamizmusból áll, amelyet az egyre szélesebb körű kommodifikáció egyértelműen magával hoz.

Ennek következményei jól láthatóak akkor, ha megnézzük, mi történt az afrikai műtárgygyűjtéssel az elmúlt negyedszázad folyamán. A műgyűjtés szabályai hasonló módon lazultak fel, mint ahogy Bohannan szerint a pénzalapú kereskedelemre való átállás fellazította a tivek szabályait, mégpedig a korábban különálló csereszférák egymásba olvadása révén. Ma már senki sem nézi rossz szemmel, ha valaki egy amerikai aukción vásárol afrikai műtárgyat, hát

még ha Afrikában egy afrikai kereskedőtől. Maga a pénzre váltás kevésbé tűnik „szennyezőnek", sőt inkább vonzóbbá vált, hiszen senki sem hagyhatja figyelmen kívül, hogy ezek a tárgyak azok, amelyeket minden újság és magazin „gyűjtésre érdemesként" emleget. A legjelentősebb változás azonban egész egyszerűen az volt, hogy a szabályok kevésbé világosak lettek, illetve nyitottabbá tették azokat az egyéni értelmezések és a sajátosan egyedi értékrendszerek iránt. Míg korábban egyértelmű volt, hogy e tárgyak értéke, amennyiben nem tudományos, úgy csak érzelmi lehet, addig mostanra az érzelmi érték az egyéni választás tárgyává vált, ami talán több őszinteségre ad lehetőséget, de egyszersmind kevésbé elterjedtté is teszi azt. Ezzel egyidejűleg megjelentek a puritánok is, akik azt hangoztatták, hogy e tárgyak bármilyen forgalmazása erkölcstelen, és azt követelték, hogy teljesen szingularizálják és szakralizálják őket azokban a társadalmakban, ahonnan származnak. Röviden: a szakmai kultúra szabályai lazábbakká, s a tulajdonlás szabályai egyediebbekké váltak. A kulturális korlátok közé szorítás puszta gondolatának az 1960-as évektől kezdődő széles körű elutasítása itt is, mint minden más téren, utat nyitott az egyének és kisebb csoportok különböző definíciói előtt.

Véleményem szerint a komplex és a kis léptékű társadalmak közötti alapvető különbség nem ragadható meg pusztán abban, hogy az előbbiekre a kiterjedt kommodifikáció volt jellemző. Ne felejtsük el, hogy léteztek olyan kis léptékű társadalmak, amelyekben a kommodifikáció – a helyi pénz segítségével – igen magas fokra jutott, amint az az észak-kaliforniai jurokoknál (Kroeber 1925) vagy a nyugat-új-guineai kapauku pápuáknál (Pospisil 1963) megfigyelhető. A komplex társadalmak sajátossága abban rejlik, hogy nyilvánosan elismert kommodifikáltságuk mellett egyének, társadalmi kategóriák és csoportok által kidolgozott értékelési és szingularizációs sémák sokaságát is magukban foglalják, és ezek a sémák feloldhatatlan konfliktusban állnak mind a nyilvános kommodifikáltsággal, mind pedig egymással.

Az informális szingularizáció dinamikája a komplex társadalmakban

A komplex társadalmakban nyilvánvalóan vágyakoznak az egyediesítés után. Ezt a vágyat jelentős mértékben egyénileg, a személyes szingularizáció révén elégítik ki, gyakran csupán olyan közönséges elvek alapján, mint amelyek a családi ékszerek, a bútordarabok és az öreg papucsok sorsát is meghatározzák. Ilyen szempont lehet például annak a kapcsolatnak a hosszúsága, amely bizonyos értelemben az egyének részévé teszi a dolgokat, és oda vezet, hogy elképzelhetetlennek tartják azt, hogy megváljanak tőlük.

Néha ez a sóvárgás a kollektív éhség formáját ölti, amit a szingularizáció új típusaira adott, széles körben elterjedt válaszok tesznek nyilvánvalóvá. A régi sörös dobozok, a gyufaskatulyák és a képregények hirtelen gyűjtésre érdemesnek bizonyulnak, ilyen módon átlépve az egyedülállóan értéktelen kategóriájából az egyedülállóan értékesébe. A bélyeggyűjtésnek is folyamatos a vonzereje – itt megfigyelhetjük, hogy előnyben részesítik a használt, lepecsételt bélyegeket, amelyek esetében kétségtelen, hogy értéktelenné váltak az árucikkek azon körében, amelybe eredetileg szánták őket. Ahogy az egyéni, éppúgy a kollektív szingularizáció is jelentős részben az idő múlásához kapcsolódik. Az autók mint árucikkek értéke koruk előrehaladtával csökken, ám harminc év körül fokozatosan átkerülnek a „régiség" kategóriájába, s ettől kezdve évről évre többet érnek. A régi bútor esetében természetesen jóval hosz-

szadalmasabb ugyanez a folyamat: az az időszak, amelynek elteltével a bútor szakralizálódni kezd, nagyjából megegyezik azzal, amely tulajdonosát nagyszüleinek generációjától elválasztja (a múltban, amikor kisebb volt a mobilitás és nagyobb a stílusfolytonosság, még több idő kellett ehhez). Megfigyelhető még az antikizálódás folyamatának egy modern, előzmények nélküli adaptációja is, amelyet oly érzékenyen elemez Thompson (1979) – ez a „szemétdombról a nappaliba" elvet követő lakberendezési gyakorlat, amelyben a tárgyak azonnal szingularizálódnak, és amely azokra a felfelé törekvő fiatal értelmiségiekre jellemző, akiknek elegük volt az osztályuk előző generációja által preferált egyhangú skandináv szikárságból.

Mindezek a folyamatok azonban, ahogyan az afrikai művészet esetében is láttuk, csupán kis csoportok és társadalmi hálózatok belügyei. Ami számomra családi ékszer, az természetesen árucikk az ékszerész számára, s hogy nem vagyok független az ékszerész kultúrájától, azt jól mutatja az a tény, hogy hajlandó vagyok felbecsülni felbecsülhetetlen értékű ékszerem értékét (és szinte mindig túlbecsülni annak árucikkértékét). Az ékszerész szemében két értékrendszert mosok egybe: a piacét és a személyesen szingularizált dolgok zárt szférájáét, amelyeknek a szóban forgó tárgy egyidejűleg része. Az újfajta „gyűjthető" dolgok, mint a sörös dobozok és társaik esetében is ugyanez a paradoxon figyelhető meg: ha szingularizáljuk és gyűjtésre érdemesnek minősítjük, azzal egyszersmind értékessé tesszük őket: ha pedig értékesek, úgy egy ár társul hozzájuk, árucikké tesszük őket, s ennyiben aláássuk szingularitásukat. Azt a tényt, hogy az árucikk lét és a szingularizáció egyazon tárgy esetében ily módon áthatja egymást, jól használják ki azok a cégek, amelyek „majdan gyűjthető dolgok" előállítására szakosodnak, például Emerson verseit adják ki bőrkötetben, Norman Rockwell festményeit használják fel domborműves tányérokon, vagy jelentéktelen eseményekről megemlékezve veretnek ezüst érméket. Az a mód, ahogyan reklámjaikban közönségük mohóságára építenek, meglehetősen komplex: vedd meg ezt a tányért most, amíg még árucikk, mert később már szingularizált „gyűjtésre érdemes darab" lesz, amelyet puszta szingularitása jóval értékesebb árucikké tesz majd. A tivek csereszféráival kapcsolatban egyetlen hasonló példát sem tudok említeni.

A társadalom egyes csoportjai által véghezvitt tárgyszingularizáció sajátos problémát vet fel. Minthogy csoportok hajtják végre, a kollektív jóváhagyás bélyegét viseli magán, koordinálja a szingularizáció iránti egyéni vágyat, és a kulturális szakralitás érzetét kelti. Ilyen alapon lehet például hirtelen tiltakozásra késztetni néhány háztömb lakóit annak a hírnek a segítségével, hogy a szomszédságukban rozsdásodó viktoriánus kút ócskavassá vált kútdíszét hamarosan eltávolítják és értékesítik. Az ilyen nyilvános konfliktusok gyakran nem pusztán stílusról szólnak. Az esztétikai értékek olykor rendkívül indulatos hangoztatása mögött gyakran kultúrák, osztályok és etnikai identitások konfliktusa húzódik meg, valamint egy olyan küzdelem, amely a „szingularizáció nyilvános intézményeinek" ellenőrzéséért folyik.[5] Liberális társadalmakban ezek az intézmények magasabb szintű nem kormányzati vagy csak kvázikormányzati szervek: történeti bizottságok, a köztéri emlékművek bírálóbizottságai, a falu- vagy városszépítő egyesületek és így tovább. Hogy ki és milyen módon ellenőrzi őket, az igen sokat árul el arról, ki ellenőrzi általában véve a társadalom önreprezentációját.

Néhány évvel ezelőtt nyilvános vitába torkollott Philadelphiában az a javaslat, hogy állítsanak szobrot Rockynak, a filmvásznon látható bokszolónak a Parkwayen, a Művészeti Mú-

5 Itt szeretném megköszönni Barbara Herrnstein Smithnek, hogy felhívta figyelmemet az ilyen intézmények általam leírt folyamatokban játszott jelentőségére.

zeum előtt – egy olyan intézmény előtt, amely történetesen egyszerre szolgál köztéri emlékműként a helyi társadalom vezető rétege, illetve művészeti központként a helyi értelmiség számára. A szobor a dél-philadelphiai, olasz–amerikai származású bokszbajnok sikertörténetét bemutató „Rocky" című film forgatásáról maradt ott. Az „etnikai" alapon szerveződő philadelphiai munkásréteg számára a szobor egyszerre volt etnikai, osztály- és regionális büszkeségük egyedi tárgya, azaz egy értékes köztéri emlékmű. Azon csoportok számára azonban, akiknek társadalmi identitását a múzeum megjelenítette, egyszerűen szemét volt, amely rászolgált az ócskavasként történő azonnali rekommodifikációra. A szingularizáció és kommodifikáció ebben az esetben közvetlenül kapcsolódott egy-egy elkülönült és morálisan terhelt rendszerhez. Ám a szobor ellenzői megtehették, hogy érveiket a köztéri esztétika köntösébe öltöztették, és ezen a területen ők rendelkeztek kulturális hegemóniával. A szobrot így végül is nem a Művészeti Múzeum előtt, hanem Dél-Philadelphiában, egy stadion mellett állították fel.[6]

A komplex társadalmakban azonban a kommodifikáció és a szingularizáció közti konfliktusok döntő részére az egyénen belül kerül sor, és ez kognitív anomáliához, értékinkonzisztenciához, és bizonytalan cselekvéshez vezet. Az ilyen társadalmak tagjai mind rendelkeznek valamiféle személyes elképzeléssel a csereszférák hierarchiájáról, ám e hierarchiák igazolása nem kötődik szervesen magához a csere struktúrájához, mint a tiveknél. A megerősítés esetünkben a csererendszeren kívülről érkezik, olyan autonóm és többnyire kisebb hatókörű rendszerekből, mint az esztétika, a morál, a vallás vagy a speciális szakmai megfontolások csoportja. Amikor úgy érezzük, hogy egy Rembrandt-kép vagy egy családi ékszer eladása „lefelé" irányuló konverzió, ennek az az oka, hogy a „műtárgynak" vagy „történelmi tárgynak" tekintett dolgokat magasabb rendűnek véljük a kereskedelem világánál. És ez magyarázza meg azt is, hogy a komplex társadalmakban miért kerül olyan közeli kapcsolatba az egyediséghez társított magas érték és a sznobizmus. A magas érték nem jelenik meg látható módon a csererendszerben, szemben például a tivekkel, ahol a rézrudaknak a fazekakét meghaladó presztízsét nyilvánvalóan kifejezte az, hogy a rézrudakért rituális ruhadarabokat vagy rabszolgákat lehetett kapni. A komplex társadalmakban a presztízs ilyen látható megerősítésének hiánya és a bizonytalanság abban, hogy mi is pontosan a „felfelé" irányuló csere, szükségessé teszi, hogy magas, de nem pénzalapú értéket tulajdonítsunk esztétikai, stilisztikai, etnikai, osztályalapú vagy a leszármazáshoz kapcsolódó tényezőknek.

Amikor a dolgok egyidejűleg vesznek részt kognitívan különálló, ám a valóságban egymást átható csereszférákban, minduntalan látszólagos értékparadoxonokkal szembesülünk. Egy Picasso-kép, noha pénzben kifejezhető értékkel rendelkezik, egy másik, magasabb szférában felbecsülhetetlen értékűnek számít. Ezért kellemetlen, már-már sértő lehet egyesek számára, amikor azt olvassák az újságban, hogy a kérdéses Picasso-kép 690 ezer dollárt ér, hiszen ami felbecsülhetetlen értékű, azt nem lenne szabad felbecsülni. Ám egy pluralista társadalomban a Picasso-kép „objektív" felbecsülhetetlenségét csak hatalmas piaci ára képes egyértelműen közvetíteni számunkra. Ugyanakkor a felbecsülhetetlenség bizonyos értelemben sokkal értékesebbé teszi a Picasso-képet, mint az a dollárhalom, amelyért megvásárolható volna – erre az újságok is pontosan rámutatnak akkor, ha a képet ellopják. A tárgy

6 Kopytoff cikkének eredeti megjelenése után húsz évvel, 2006-ban a szobor visszakerült a philadelphiai Művészeti Múzeumhoz – ha nem is lépcsőzetének tetejére, hanem a mellette elterülő parkba. (Forrás: US History Philadelphia Oddities: Rocky Statue. Internet: ushistory.org/oddities/rocky.htm: 2008. szept. 16. – a szerk.).

szingularitását tehát nem a csererendszeren belül elfoglalt helye szilárdítja meg, hanem az, hogy időről időre belép az árucikkszférába, majd gyorsan visszatér az egyedi „művészet" zárt szférájába. A két világ azonban nem különíthető el hosszú ideig egymástól, már csak azért sem, mert a múzeumoknak biztosítást kell kötniük gyűjteményeikre. A múzeumok és a műtárgykereskedők ezért időről időre árakkal látják el a dolgokat, amikor is megvádolják őket azzal, hogy áruvá silányítják a művészetet, erre válaszként úgy védekeznek, hogy egymást okolják az árucikkpiac létrehozásáért és fenntartásáért. Félrevezető lenne azonban azt a tanulságot leszűrni tanulmányomból, hogy az egyedi művészetről folyó beszéd csupán a kereskedelmi érdekek álcázására szolgál. Kulturális szempontból éppen az a belső késztetés az érdekes, amely arra sarkall, hogy tisztázzuk magunkat – mások és önmagunk előtt – a művészet „áruba bocsátásának" vádja alól.

Az egyetlen olyan alkalom, amikor egy dolog árucikkstátusza vitán felül áll, az elcserélésének pillanata. Ettől eltekintve az idő nagy részében, amikor az árucikk az árucikkszférán kívül található, státusza mindenképpen többértelmű, és nyitott az események és vágyak vonzása és taszítása felé, amint a társadalmi élet áramlatai ide-oda sodorják. Ez az az időszak, amikor az árucikk a szingularizálására irányuló változatos kísérletek célpontjává válik. A szingularizáció különböző fajtái tehát, amelyek jó része pillanatnyi csupán, állandó kísérőjelenségei a kommodifikáció folyamatának, mégpedig annál inkább, minél erőteljesebbé válik az utóbbi. A szingularizációnak is létezik egyfajta feketepiaca, amely tükörképe és elkerülhetetlen ellenpárja annak a jóval ismerősebb kommodifikációs feketepiacnak, amely a szabályozott szingularizáló gazdaság velejárója. Ezáltal még azok a dolgok is, amelyek kétségkívül rendelkeznek csereértékkel – hivatalosan tehát árucikkek –, magukban foglalhatják az érték másik fajtáját, amely nem pénzalapú, és amely túllép a csereértéken. Ebben a jelenségben azon másik jelenség hiányzó, nem gazdasági ellenpárját láthatjuk, amelyet Marx „árucikk-fetisizmusnak" nevezett. Marx számára az árucikkek értékét termelésük társadalmi viszonyai határozzák meg: de a csererendszer léte eltávolítja és elfedi a termelés folyamatát, „elkendőzi" az árucikk valódi értékét – ahogy az például a gyémántok esetében történik. Ennek folytán az árucikk társadalmilag konstruált fétisszerű „hatalomra" tesz szert, aminek azonban nincs köze valódi értékéhez. Elemzésünk azonban rámutat arra, hogy e „hatalom" egy részét előállítása *után* társítják az áruhoz a szingularizáció autonóm kognitív és kulturális folyamata révén.

Két nyugati csereszféra: a személyek és a tárgyak

A fentiekben a kommodifikáció természetét hangsúlyoztam a nyugati társadalomban, a magas fokon kommercializált és pénzalapúvá tett társadalom jellegzetes típusa esetében. A Nyugat ugyanakkor egyedülálló kulturális entitás is, amelynek sajátos világnézetét történelmileg meghatározott előfeltevések sora formálta.

Az egyik ilyen előfeltevésre már korábban is utaltam: arra, hogy fogalmilag elválasztjuk a személyeket a dolgoktól, és hogy a személyeket az individualizáció (azaz a szingularizáció), a dolgokat pedig a kommodifikáció természetes kiindulópontjának tekintjük. Ez a szétválasztás, noha intellektuális értelemben a klasszikus antikvitásban és a kereszténységben gyökerezik, az európai újkor beköszöntével válik kulturálisan szembetűnővé. Leglátványosabb tagadása természetesen a rabszolgaság gyakorlata. Kulturális jelentőségét mégis éppen az mu-

tatja, hogy a rabszolgaság szűnni nem akaró intellektuális és morális problémát jelentett a Nyugat számára (lásd Davis 1966, 1975), míg ugyanezt szinte sehol máshol nem tapasztaljuk. Bármi legyen is a jelenség oka, a személyek univerzuma és a tárgyak univerzuma közötti fogalmi különbségtétel a nyugati világban kulturális axiómává vált a huszadik század közepére. Nem meglepő tehát, hogy az abortuszról folyó kulturális vita jóval hevesebbé vált a huszadik században, mint a tizenkilencedikben, s hogy a vita lényegét mindkét oldal abban látja, hogy hol húzódik pontosan az a vonal, amely elválasztja a személyeket a dolgoktól, és hol van az a pont, ahol a „*személy*ség" elkezdődik. Hiszen az abortuszpárti és az abortuszellenes csoportok egy dologban egyetértenek: abban, hogy csak „dolgokat" lehet abortálni, „személyeket" viszont nem. Ez magyarázza azokat az újra meg újra elinduló pereket, amelyek révén az abortuszpártiak igyekeznek bírósági úton eltiltani az abortusz ellenzőit attól, hogy rituális végtisztességet adjanak az abortált embrióknak, hiszen ez szükségszerűen feltételezi személy voltukat. A vita által érintett fogalmak tekintetében mindkét fél szembetűnően különbözik például a japánoktól. Ők kevés ellenérzést táplálnak az abortusszal szemben, ám elismerik az abortált gyermekek személy voltát: a *mizuko,* az elveszett lélek speciális státuszával ruházzák fel őket, és speciális szentélyekben emlékeznek meg róluk (lásd Miura 1984).

A nyugati gondolkodás ennek következtében – a gondolkodó ideológiai álláspontjától függetlenül – szűnni nem akaró morális aggodalommal tekint az emberi attribútumoknak – a munkának, az értelemnek, a kreativitásnak –, vagy, újabban, az emberi szerveknek, a nők reprodukciós kapacitásának és a petesejteknek az áruvá tételére. E jelenségek morális megítélése részben a rabszolgaságról folytatott hosszú vitára és a rabszolgaság eltörlésére vezethető vissza. Ezért folyamodnak újra meg újra a rabszolgasághoz, mint a legkézenfekvőbb metaforához, amikor a kommodifikáció az emberi szférát fenyegeti, hiszen a rabszolgaság az a legszélsőségesebb eset, amelyben egy személy teljes mértékben árucikké válik. A kapitalizmussal szembeni erkölcsi vádak, akár Marx, akár XIII. Leó pápa részéről, egyaránt abból az alapelvből merítették erejüket, hogy az emberi munkának nem szabad puszta árucikké válnia – s ebből származik az olyan kifejezések, mint a „bérrabszolgaság" retorikai ereje is. A személy és az árucikk összekapcsolásához kötődő ellenérzésből fakad az, hogy a legtöbb liberális nyugati társadalomban a csecsemő örökbefogadása illegálisnak minősül, amennyiben azért a vér szerinti szülők pénzbeli fizetséget kapnak – az utóbbira ezzel szemben a legtöbb társadalom úgy tekintett, mint amivel a méltányosság nyilvánvaló követelményének tesznek eleget. A modern Nyugaton azonban a kompenzáció fejében történő örökbefogadást a gyermek áruba bocsátásának tekintik, vagyis a gyermek implicit kommodifikációja folytán a rabszolgasággal rokonítják, függetlenül attól, hogy az örökbefogadó szülők mennyire szeretik majd a gyermeket. A törvény ezért kifejezetten bünteti az ilyenfajta kompenzációt Nagy-Britanniában, a legtöbb kanadai tartományban és az USA szinte valamennyi államában.

A kommodifikáció megkülönböztető jegye a csere. Ám a csere teret nyit az üzérkedésnek, az emberi attribútumokkal való üzérkedést pedig különös módon sújtja a megvetés. Nem emelünk például kifogást – nem is tudnánk – a munkaerő kommodifikácója és áruba bocsátása ellen (ami természeténél fogva végső árucikknek minősül). Ám ellenezzük a munkaerővel való olyan üzérkedést, ami a munkaerő teljes mértékű kommodifikációját jelentené. Megtiltottuk az uzsoraszerződés alapján történő foglalkoztatást *(indentured labor),* és a bíróságok sorra csapnak le az olyan esetekre, amelyek a sportolók és színészek szerződéseinek kommodifikációjaként definiálhatók. A kulturális érveket az ellen, hogy egy klub vagy egy

filmstúdió „eladja" egy másik munkaadónak futballistáját vagy színészét, a rabszolgasághoz kapcsolódó kifejezésekkel szokás megfogalmazni. A szerződés átruházása arra kényszeríti a munkást, hogy olyannak dolgozzon, akit nem maga választott, azaz akaratán kívül kényszerítik őt munkára. A munkaerő nyugati kommodifikációjában tehát egy fontos kulturális részletre figyelhetünk fel: az áruba bocsátás fölött magának a munkavállalónak kell ellenőrzést gyakorolnia. Ezzel szemben a szerződéses fizetési kötelezettségek, mint a váltó, a részletfizetési szerződés vagy a bérleti szerződés, törvényesen is átruházhatók: adásvételük legális és rendszeres gyakorlat. Ugyanez a kulturális logika okozza, hogy a szinte vagyonelkobzással felérő adóztatás is sokkal kevésbé megrázó számunkra, mint a bármilyen csekély mértékű, ingyen végzett robot. A munkaerővel való üzérkedéshez hasonlóan az ugyancsak végső árucikk típusú szexuális szolgáltatások közvetlen áruba bocsátása esetén is kevésbé kifogásoljuk, ha azt közvetlenül a szolgáltató kínálja fel, mint ha az őt futtató üzérkedne vele. Hasonlóképpen valamelyest elfogadhatóbbnak tartjuk az emberi petesejt közvetlen, azaz végső áruba bocsátásának lehetőségét, szemben annak kereskedelmi forgalomba kerülésével.

A kérdés azonban továbbra is nyitott: mennyire szilárdak azok a nyugati kulturális védősáncok, amelyek a kommodifikációtól óvják az emberi szférát, különösen egy szekularizált társadalomban, amely egyre nehezebben hivatkozhat bármilyen transzcendens szankcióra a kulturális megkülönböztetés és osztályozás védelmében? Említettem már, hogy a gazdaság eredendően nyitott a kommodifikációra, s igyekszik azt olyan széles körűvé tenni, amennyire csak a csere technológiája lehetővé teszi. Milyen következményekkel jár tehát az emberi és az árucikkszférák szétválasztására nézve az emberi attribútumok kereskedelmének fejlődő technológiája? Elsősorban a szerv- és petesejt-átültetés friss orvosi technikáira, illetve a béranyaság kialakulására gondolok. Az emberi reprodukció az egyik olyan terület, ahol különösen nehéz meghatározni a személyek és a dolgok közötti különbséget – világos határvonalat húzni ott, ahol természetes kontinuummal találkozunk.

A közvetlen béranyaság gondolata – azaz amikor egy nő pusztán kihordja a gyermeket a jövőbeli törvényes anya számára – inkább törvényi, semmint technikai újítást igényel. Az elképzelés azzal egyidejűleg vetődött fel, amikor a női terméketlenség leküzdésére irányuló technikai fejlődés először csillantotta fel a reményt a gyermektelen párok számára, bár valójában csak keveseknek hozott tényleges megoldást. Egyúttal arra adott válasznak is tekinthető, hogy csökkent az örökbe fogadható gyermekek száma, amit a 60-as években a fogamzásgátló tabletták, majd a 70-es években az abortusz széles körű legalizálása idézett elő. Az utóbbi években a helyzetet tovább bonyolította a petesejt-átültetés lehetősége, amely utat nyitott a reprodukció fizikai eszközeivel való kereskedés irányába. A béranyasággal szembeni általános ellenvéleményeket a kommodifikáció elfogadhatatlanságának szokásos fordulataival fogalmazzák meg. Egy kanadai tartomány szociális minisztere a következő szavakkal fejezte ki ellenérzését: „Nem vásárolhatsz magadnak bébit Ontarióban." Elfogadhatóbbnak tűnik, legalábbis némelyek számára, ha a béranya azt nyilatkozza, hogy nem tízezer dollárnyi „fizetést", hanem „kompenzációt" kap – „a családomat érő kellemetlenségek és a kockázat fejében". A béranyákat közvetítő ügynökség pedig világosan leszögezi: „Nem vagyunk méhkölcsönző cég." Miközben azonban az etika szakértői és a teológusok a maguk vitáját folytatják, a béranyaság ára huszonötezer dollárra emelkedett (Scott 1984).

Természetesen az emberek fizikai attribútumainak áruba bocsátása nem előzmények nélküli jelenség. Az amerikai orvosi gyakorlatban a vérutánpótlás túlnyomórészt a vér mint árucikk piacán alapul – ellentétben például a legtöbb európai országgal, amelyek szándéko-

san elvetették az árucikkelvet (Cooper és Culyer 1968). Napjainkban a szervátültetés fejlődése és a rendelkezésre álló szervek elégtelen utánpótlása ugyanazt a kérdést veti fel, mint ami a múltban a vérrel kapcsolatban is felmerült: milyen módon biztosítható a legmegfelelőbb utánpótlás? Eközben megjelentek az első hirdetések, amelyek veséket keresnek átültetésre.

Azt, hogy hogyan foglalkozzunk a petesejtekkel, még csak most kezdik vitatni. Kulturális szempontból a helyzet komplexebbnek tűnik, mint a hímivarsejtek esetében, amelyeknek áruvá válása egy ideje már különösebb vita nélkül bekövetkezett. Vajon azért van ez, mert a petesejtet tekintjük a leendő emberi lény kezdetének? Vagy mert elvárjuk a nőktől, hogy anyaként érezzenek a petesejt mint potenciális gyermek iránt, s ne adják el azt, míg a férfiaktól nem várjuk el, hogy apai érzéssel viseltessenek spermájuk iránt?[7] (Számos társadalom úgy írja le az élet keletkezését, mint a két elem egyesülését, míg Nyugaton azt a tudományos metaforát részesítik előnyben, amely szerint a sperma az, ami megtermékenyíti a petesejtet: mintha a petesejt egyfajta életre keltett *homunkulusz* lenne.) A petesejt-átültetés és a petesejt-lefagyasztás rutineljárássá válása az emberi attribútumok cseretechnológiájával kapcsolatos lehetőségek számának gyarapodását hozza majd magával, beleértve a velük való üzletelés lehetőségét is. A kérdés az, vajon magával hozza-e ez a dolgok és személyek világa közötti határ átjárhatóságát, vagy ellenkezőleg, a határ elmozdul ugyan, de új definíciókra támaszkodva ugyanolyan szilárd marad, mint korábban?

Befejezés: az életrajzok fajtái

Noha a szinguláris és az árucikk egymás ellentétei, egyetlen dolog sem éri el soha a kettejük közötti kontinuum árucikkoldalának végpontját. Nem létezik tökéletes árucikk. Másfelől minden gazdaság cserefunkciója rendelkezik egy olyan belső képességgel, amely a csererendszert a csere technológiája által lehetővé tett legnagyobb fokú kommodifikáció felé mozdítja el. Ennek ellenereje a kultúra és az egyén, amelyek megkülönböztetésre, osztályozásra, összehasonlításra és szakralizálásra törekednek. Mindez kétfrontos harcra kényszeríti mind a kultúrát, mind az egyént: egyfelől a kommodifikációval mint a csereértékek homogenizálójával szemben, másfelől azzal az abszolút szingularizációval szemben, ami a dolgok természetes állapota.

A kis léptékű, nem kommercializált társadalmakban a kommodifikációt többnyire a csere technológiájának elégtelensége, mindenekelőtt a kellően fejlett pénzrendszer hiánya lassította le. Így tér nyílt a dolgok csereértékével kapcsolatos kulturális kategorizálás számára (ez többnyire zárt csereszférák formájában valósult meg), ami kielégítette a klasszifikáció iránti egyéni kognitív szükségleteket. A kollektív kulturális klasszifikáció így megakadályozta a tisztán egyéni és magánjellegű osztályozások túlburjánzását.

A nagyobb léptékű, kommercializált és pénzalapú társadalmakban a kifinomult cseretechnológia léte teljes mértékben megnyitja a gazdaságot a kommodifikáció áradata előtt. Minden jelenlegi ipari társadalomban, akármilyen ideológiákra is épüljenek, a kommodifikáció és a monetizáció szinte a lét minden aspektusát áthatja, hol nyíltan, hol a feketepiacon keresztül. A technológiai fejlődés vívmányai (például az orvostudományban) szintén olyan te-

7 Köszönettel tartozom Muriel Bellnek e felvetéséért.

rületeket nyitnak meg a csere előtt, ahol az korábban nem volt jellemző, és ezek a területek is gyorsan kommodifikálódnak. Az értékek kommodifikációt követő elenyészése, valamint az, hogy a modern társadalmak képtelenek ellensúlyozni ezt a folyamatot, egyfelől ugyan frusztrálja az egyént, másfelől viszont tág teret biztosít az egyéni és a kisebb csoportok általi osztályozás számára. Ezek az osztályozási rendszerek azonban a magánszférában maradnak, és – eltekintve a kulturális hegemóniát gyakorló csoportoktól – nem számíthatnak a közvélemény támogatására.

A komplex és magas fokon monetizált társadalmak gazdaságában az értékmeghatározás rendszere kétarcú rendszer: egyfelől jelen van benne az árucikkek homogén területe, másfelől pedig az egyéni értékmegállapítás rendkívül sokszínű rendszerei. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy az egyéni értékmegállapítás minduntalan az egyetlen megbízható nyilvános értékítéletre bízza magát – ami az árucikkek világában található. Elkerülhetetlen, hogy ha az értékhez árat kell társítanunk, akkor az aktuális piaci ár legyen a figyelembe vett vonatkoztatási pont. Ennek eredménye az árucikkek csereszférájának és a magánosztályozások sokaságának komplex összefonódása, amely anomáliákhoz, ellentmondásokhoz és konfliktusokhoz vezet mind az egyéni kognitív szinten, mind pedig az egyének és csoportok közötti interakciókban. Ezzel szemben a kis léptékű társadalmak gazdaságának múltbéli struktúrája a gazdasági, kulturális és magánjellegű értékmeghatározás viszonylagos összhangjáról tanúskodott. Ezek a különbségek azt eredményezik, hogy a dolgok életrajzi lehetőségei igen különbözőek lehetnek.

Egy dologra figyelmeztetni kell olvasóimat ezen a ponton. Míg e tanulmányban elsősorban a gazdaság két ideáltípusát állítottam szembe egymással, a legérdekesebb empirikus esettanulmányok, amelyek egyszersmind a legnagyobb elméleti hozadékkal is jártak, a két ideáltípus között elhelyezkedő eseteket vizsgálják. Ezekből érthetjük meg igazán, hogy mennyivel kifinomultabb módon képesek összefonódni a kommodifikáció és szingularizáció erői annál, mint amit ideális modellünkön szemléltetni tudtunk. Láthatjuk például azt, hogy miként szegik meg a szabályokat az egymástól látszólag elkülönült szférák használói az egyikből a másikba való átlépés révén, miként konvertálják azt, ami formálisan konvertálhatatlan, hogyan és kinek a cinkosságával leplezik el az ilyen akciókat, s nem utolsósorban azt, hogy miként alakítják át ezeket a szférákat és tartalmukat a társadalom története során. Hasonlóképpen érdekesek az olyan esetek, amikor a különböző társadalmak különféle kommodifikációs rendszerei lépnek interakcióba egymással. Curtin (1984) például kimutatta, mennyire fontosak a kereskedelmi diaszpórák a világkereskedelem szempontjából. Itt a kereskedők egy elkülönült kvázi-kulturális csoportot alkotnak, és ők biztosítják a javak áramlásához szükséges csatornát az egymástól elkülönülő társadalmak között. Nem kell hangsúlyoznunk, milyen jelentős szerepet játszanak az ilyen kereskedelmi csoportok a különféle csererendszerek közötti közvetítésben. Ez a közvetítő tevékenység a világkereskedelem közvetlen hatásának tompítása révén megóvja az adott társadalmat saját kommodifikációs eszméinek megkérdőjelezésétől, és lehetővé teszi, hogy kulturális bezárkózásuk részeként megőrizzék elavult csererendszereiket. Talán ez a tény magyarázza történelmi szempontból, hogy a zárt gazdasági rendszerek a kereskedelem világméretű hálózatainak közepén is különös életképességnek adták tanújelét. Ez magyarázatot adhat a gazdaságantropológia egyik régi rejtélyére is: nevezetesen arra, hogy a „minden célra használható" pénz a huszadik századig jóval kisebb mértékben terjedt el annál, mint ami akár a diffuzionista elméletből, akár a józan ész utilitarianizmusából következett volna. Mindezek után hadd térjek vissza ismét a „komplex,

kommercializált" és a „kis léptékű" társadalmak közötti markáns különbséghez, amelynek következményeit e tanulmány során áttekinteni igyekeztem.

Könnyen párhuzamot vonhatunk aközött, ahogy a társadalmak az egyént, illetve ahogy a dolgokat konstruálják. A kis léptékű társadalmakban a személy társadalmi identitásai viszonylag stabilak, és változásaikat inkább kulturális szabályok, semmint életrajzi sajátosságok határozzák meg. A hétköznapi ember életrajzi drámája az adott státusz forgatókönyvében gyökerezik. A dráma az egoista én és a megfelelő társadalmi identitások egyértelmű követelményei közötti konfliktusból származik, vagy a világosan strukturált társadalmi rendszeren belül meghatározott szerepet játszó aktorok interakciói során jelentkező összeütközésekből fakad. Az életrajzok izgalmasságát a pikareszkszerű változatosság adja. Ugyanakkor az az egyén, aki nem illeszkedik az adott *niche*-ekbe, vagy speciális identitássá szingularizálódik – amely lehet szakrális vagy veszélyes, vagy gyakran mindkettő egyszerre –, vagy egyszerűen kiveti őt magából a társadalom. A dolgokhoz a kis léptékű társadalmakban hasonló modell társul. A csereértékek és a csereszférák világosan strukturált rendszerén belül betöltött státuszuk egyértelmű. Egy dolog eseményteli életrajza többnyire egyazon szférán belüli eseményeket foglal magában. Bármely dolog, ami nem illeszkedik a létező kategóriákba, nyilvánvaló módon anomáliát jelent, kikerül a körforgásból, amikor is szakralizálódik, elszigetelődik, vagy eldobják azt. Az ilyen társadalmak esetében az emberek és a dolgok életrajzain keresztül mindenekelőtt a társadalmi rendszerről és az annak alapját képező, általánosan elfogadott vélekedésekről szerezhetünk tapasztalatokat.

A komplex társadalmakban ezzel szemben egy személynek nemcsak számos társadalmi identitása van, de ezek gyakran konfliktusban is állnak egymással, s nem létezik a lojalitásoknak olyan világos hierarchiája, amely az egyiket a többi fölé emelné. Itt a személyes életrajzok drámája egyre inkább az identitások drámája lesz: összeütközésüké, a közöttük való választás lehetetlenségéé, vagy a kultúra és a társadalom részéről érkező jelzések hiányáé, amelyek pedig segíthetnének a választásban. Röviden szólva, a dráma az identitás bizonytalanságából fakad – ez a téma egyre inkább uralja a modern nyugati irodalmat, háttérbe szorítva a társadalmi struktúra drámáit (még az olyan alapvetően strukturális esetekkel foglalkozó művekben is, amelyek a nőkről vagy a „kisebbségekről" szólnak). A dolgok életrajza hasonló mintázatú a komplex társadalmakban. Az árucikkek homogenizált világában egy dolog eseményteli életrajza különféle szingularizációinak, osztályozásainak és reklasszifikációinak történetét kínálja a kategóriák bizonytalan világában, amelyek jelentősége a kontextus minden egyes apró változásával átértékelődik. Ahogy a személyek esetében, a dráma itt is az értékmeghatározás és az identitás bizonytalanságából fakad.

Mindez arra utal, hogy újra kell gondolnunk azt a mélyen gyökerező durkheimi elképzelést, miszerint a társadalom a dolgok világában azon struktúra alapján teremt rendet, amely az emberek világában uralkodónak tekinthető. A fentiekben azt próbáltam bemutatni, hogy a társadalmak egyidejűleg és egyformán gyakorolnak nyomást mindkét világra, és a tárgyakat ugyanúgy hozzák létre, ahogyan a személyeket.

Fordította *Sajó Tamás*

Hivatkozott irodalom

Bohannan, Paul (1959): The Impact of Money on an African Subsistence Economy. *Journal of Economic History* 19: 491–503.

Braudel, Fernand (1983): *The Roots of Modern Capitalism*. New York.[8]

Cooper, Michael H. és Anthony J. Culyer (1968): *The Price of Blood. An Economic Study of the Charitable and Commercial Principles.* London: Institute of Economic Affairs.

Curtin, Philip D. (1984). *Cross-Cultural Trade in World History.* Cambridge: Cambridge University Press.

Davis, David Brion (1966): *The Problem of Slavery in Western Culture.* Ithaca, N. Y.: Cornell University Press.

Davis, David Brion (1975): *The Problem of Slavery in the Age of Revolution. 1770–1823.* Ithaca, N. Y.: Cornell University Press.

Douglas, Mary és Baron Isherwood (1980): *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption.* London: Routledge.

Dumont, Louis (1972 [1966]): *Homo Hierarchicus.* London: Paladin.

Durkheim, Emile és Marcel Mauss (1963 [1903]): *Primitive Classification.* London: Cohen and West.

Durkheim, Emile (1915 [1912]): *The Elementary Forms of Religious Life.* London: George Allen & Unwin. [Magyarul: *A vallási élet elemi formái.* Budapest: L'Harmattan, 2003.]

Ekeh, Peter P. (1974): *Social Exchange Theory.* London: Heinemann.

Homans, George (1961): *Social Behavior. Its Elementary Forms.* New York: Harcourt, Brace & World.

Kapferer, Bruce (szerk.) (1976): *Transactions and Meaning.* Philadelphia: Institute for the Study of Human Issues.

Kopytoff, Igor és Suzanne Miers (1977): African „slavery" as an institution of marginality. In *Slavery in Africa: Historical and Anthropological Perspective.* Uők (szerk.). Madison: University of Wisconsin Press, 3–81.

Kopytoff, Igor (1982): Slavery. *Annual Review of Anthropology,* 11: 207–30.

Kroeber, Alfred L. (1925): The Yurok. *Handbook of the Indians of California.* Bureau of American Ethnology Bulletin: 78.

Langness, L. L. (1965): The Life History in Anthropological Science. New York.

Malinowski, Bronislaw (2002 [1922]): The Essentials of the Kula. In *Argonauts of the Western Pacific.* London: Routledge.

Meillasoux, C. (1975). Introduction. In *L'esclavage en Afrique précoloniale.* Uő. szerk. Paris: François Maspero.

Miura, Domyo (1984): *The Forgotten Child.* Henley-on-Thames: Aidan Ellis.

Patterson, Orlando (1982): *Slavery and Social Death. A Comparative Study.* Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Pospisil, Leopold (1963): *Kapauku Papuan Economy.* Yale Publications in Anthropology: 61. New Haven, Conn.

Rivers, W. H. R. (1910): The Genealogical Method Anthropological Inquiry. *Sociological Review* 3: 1–12.

Scott, Sarah (1984): The Baby Business. *The Gazette* Montreal, április 24., B-1: 4.

Thompson, Michael (1979): *Rubbish Theory. The Creation and Destruction of Value.* New York: Oxford University Press.

Vaughan, James H. (1977): Mafakur: A limbic institution of the Marghi (Nigeria). In *Slavery in Africa. Historical and Anthropological Perspectives.* Suzanne Miers és Igor Kopytoff (szerk.). Madison: University of Wisconsin Press, 85–102.

8 Valójában Fernand Braudelnek a fent hivatkozott címen nem jelent meg könyve. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e–XVIII^e siècle* [1979] című háromkötetes főművét 1981 és 1984 között jelentette meg angolul *Civilazation and Capitalism: 15th–18th Century* címen New Yorkban a Harper&Collins kiadó. Kopytoff valószínűleg a sorozat első, *The Structure of Everyday Life* (1981) vagy második, *The Wheels of Commerce* (1982) kötetére kívánt utalni. Magyarul mind ez idáig csak az első kötet olvasható *Anyagi kultúra, gazdaság és kapitalizmus. XV–XVIII. század. A mindennapi élet struktúrái: A lehetséges és a lehetetlen* címen, amely 1985-ben a Gondolat, 2004-ben pedig a Gutta Könyvkiadó gondozásában jelent meg. (A szerk.)

B U D A P E S T I K Ö N Y V S Z E M L E

BUKSZA

KRITIKAI ÍRÁSOK

A TÁRSADALOMTUDOMÁNYOK

KÖRÉBŐL

TŐZSÉR JÁNOS
FARKAS KATALINRÓL ÉS
A SZUBJEKTUM NÉZŐPONTJÁRÓL
SZALAI MIKLÓS RICHARD DAWKINSRÓL
ÉS AZ ATEIZMUS ÉRVEIRŐL
DERÉKY PÁL A MAGYAR AVANTGÁRD IRODALOM
TÖRTÉNETI KUTATÁSÁRÓL
SIMON ZSOLT HARALD HAARMANNRŐL
SZUMMER CSABA CSÍKSZENTMIHÁLYI MIHÁLYRÓL ÉS A POZITÍV
PSZICHOLÓGIA OPTIMIZMUSÁRÓL

MAROSI ERNŐ *A RENESZÁNSZ ÉVE* KIÁLLÍTÁSAIRÓL
TAKÁCS TIBOR A TÖRTÉNÉSZ FORRÁSAIRÓL, A TÉNYEKRŐL
ÉS A SZÖVEGEK STRATÉGIÁIRÓL

SZEMLE

MI A PÁLYA? – ROBERT DARNTON
A KÖNYVTÁRAKRÓL ÉS A GOOGLE-RÓL

FONTOS KÖNYVEK
2008. III. NEGYEDÉV

M E G J E L E N I K **2008. TÉL** N E G Y E D É V E N T E

Christopher B. Steiner

Az autentikusság keresése és az afrikai művészet feltalálása

„Úgy látom, többé már nem lehet igazi afrikai műtárgyakat venni."
(Egy amerikai turista a plateau-i piacon, Abidjanban – 1987)

Az 'autentikusság' az egyik legproblematikusabb és legbonyolultabb fogalom, ami az afrikai művészet tanulmányozása kapcsán felmerül. Alapvető fontossága és a szakirodalomban megjelenő olyan terminusok, mint a 'valódi', a 'hiteles', és az 'autentikus' gyakori használata ellenére az autentikusság kérdésére a művészettörténészek és az antropológusok is meglepően csekély figyelmet fordítottak.[1] Az autentikusság fogalma az afrikai művészetben olyan egymástól távol álló dolgok összekapcsolásán alapul, mint a kulturális vagy etnikai „tisztaság", a történelmi időzítés, és a művészi vagy kereskedelmi szándék kérdése. Ebben a fejezetben áttekintem a nyugati tudósok, kereskedők és gyűjtők által az afrikai művészetről szóló irodalomban megfogalmazott autentikusságdefiníciókat. Ezután megvizsgálom, hogyan értelmezik a nyugati autentikusságfogalmat az afrikaiműtárgy-kereskedők[2], különös tekintettel arra, ahogyan a fogalmat az afrikai művészettel kapcsolatos saját értelmezésükhöz igazítják. Tárgyalom továbbá a kor iránti vonzalmat az afrikai művészet nyugati értékelése kap-

Forrás: The quest for authenticity and the invention of African art. In uő: *African art in transit*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 100–129. Copyright © 1994 Cambridge University Press. Hungarian translation © Replika.

1 Nem meglepő talán, hogy az autentikusság kérdésével foglalkozó azon néhány írás, amelyet publikáltak, főleg kereskedők, gyűjtők és más olyan személyek tollából származik, akik – mivel részt vesznek az afrikai műtárgyak kereskedelmében – maguk is közvetlenül érdekeltek az autentikusság definiálásában (lásd például Baker 1973; Kamer 1974; Allison *et al.* 1976; Silberman 1976; Provost 1980).

2 Az olvasás megkönnyítése érdekében az „afrikai művészeti tárgy" [African art object] kifejezés helyett a fordításban „afrikai műtárgy" szerepel. Ugyanezt a gyakorlatot (művészeti tárgy=műtárgy) követtük a „művészeti tárgy" egyéb előfordulásai esetében is (például: „afrikai művészeti tárgyakkal üzletelő kereskedő" [African art trader] helyett „afrikaiműtárgy-kereskedő" stb.) (A szerk.)

csán, valamint az antik tárgyak mesterséges sokszorosítását, amit ez a rajongás eredményezett. Vizsgálom az esztétikai osztályozást és a „művészet" kategóriájának megkonstruálását egyaránt, és ezek jelentőségét napjaink afrikaiműtárgy-kereskedelmében. Elemzem a „cseregyöngyök" [trade beads] újbóli forgalomba kerülését, annak egy példájaként, hogy miként lesz a hétköznapiból egzotikus. Végezetül néhány gondolat erejéig kitérek arra, amit „a megtévesztés krízisének" nevezek a modern transznacionális csere során.

Az afrikai művészet autentikussága

A tudósok és kereskedők által leggyakrabban használt autentikusságdefiníció egyesíti a tárgy állapotára, történetére, leendő közönségére, esztétikai tulajdonságaira, ritkaságára és becsült korára vonatkozó elemeket. Henri Kamer kereskedő értelmezése szerint az autentikus afrikai műtárgy „olyan szobor, amit egy primitív törzshöz tartozó művész saját törzse számára készített rituális vagy funkcionális használatra" (1974: 19). Az autentikus afrikai művészet meghatározása során általánosan elterjedt nézet, hogy az alkotó részéről nem merülhet fel a gazdasági haszonszerzés vágya. „A szobrász, aki ezeket a fétiseket és maszkokat készíti – folytatja Kamer – a profit gondolata nélkül teszi ezt, ugyanabban a szellemben, ahogyan a Kiklád szigetcsoport egyik lakója márvány bálványát készítette 5000 évvel ezelőtt" (1974: 19). Vagy Raoul Lehuard műértő némiképp burkoltabb megfogalmazásával élve: „…ahhoz, hogy egy szobor autentikus legyen, nem elég, ha formális igazságból ered, nyelvének szakrális igazságon is alapulnia kell" (1976: 73). Egy tárgy kora általában meghatározza eladhatóságát is. „Az autentikusság megítélése során – írja az amerikai gyűjtő és kereskedő Herbert Baker –, leszámítva néhány nemrégiben felfedezett törzset vagy területet, úgy tűnik, a második világháború előtti korszak számít hitelesnek, mivel akkor egyáltalán nem, vagy csak csekély mértékben folyt kereskedelem" (1973: 7).

Malcolm McLeod afrikaiművészet-kutató – hasonló témákat érintve, de egy inkább „technikai" jellegű diskurzussal élve – az „autentikus" afrikai műtárgyat olyan tárgyként definiálja, „amelyet bennszülött kézműves hagyományos alapanyagokból a helyi társadalom (bár nem minden esetben saját csoportja) tagjai számára készít, s amelynek elkészítése és használata során fel sem merül a gondolat, hogy azt végül anyagi haszonért európaiaknak vagy más idegeneknek adja el" (1976: 31). Az afrikai műtárgyakkal foglalkozó értékbecslő, Carl Provost is hasonló szellemben fogalmazza meg véleményét:

> Autentikus tárgy az, amit a csoport egy tagja vagy egy másik, az előbbivel kapcsolatban álló csoporthoz tartozó művész közösségi használatra készít. A készítés során felhasznált alapanyagoknak az adott régióból kell származniuk (leszámítva azokat a külső forrásból származó anyagokat, amelyeket valamilyen speciális díszítő, védő vagy mágikus céllal építenek a tárgyba), és a tárgynak a csoportban a csoport hagyományaival összhangban kell funkcionálnia (1980: 141).

Függetlenül attól, hogy egy tárgy a jelen vagy az előző századból származik-e, nyugati minősítői szemében sohasem bizonyul autentikusak akkor, ha nem „hagyományos" módon használták. Frank Willett művészettörténész szerint „azok a munkák minősülnek vitathatatlanul autentikusnak, amelyeket afrikai ember készített saját népe számára, és amelyeket használatba is vettek" (1971: 216). William Bascom antropológiai nézőpontból jut ugyanerre a következtetésre, amikor megjegyzi: „Hiába készült el egy tárgy évekkel ezelőtt, ha – ta-

lán éppen egykori megrendelőjének hirtelen halála miatt – még soha nem használták, nem tekinthető 'autentikusnak'" (1976: 316).

Az „autentikus" afrikai művészet nyugati gyűjtők és értékbecslők által használt definícióját az afrikaiműtárgy-kereskedők is jól ismerik. Azt, ahogyan a tárgyakról beszélnek, nagymértékben befolyásolja a nyugati ízlésről, valamint az ahhoz kapcsolódó autentikusságfelfogásról alkotott elképzelésük. A piacokon szinte soha semmit nem adnak el „újként". Egy hitetlenkedő vevő nyomására a kereskedő végül esetleg beismeri, hogy az eladni kívánt tárgy csak egy „kicsit régi", vagy hogy „ugyan nem ősi, de nem is ma készült". Azt azonban sohasem vallaná be nyíltan, hogy áruja újonnan készített lenne. Ha kétségek merülnek fel a tárgy korát illetően, akkor a tárgy állapota és használata kerül előtérbe, például: „Ez a maszk már táncolt"; vagy: „Sokat megélt már"; vagy: „Addig használták, amíg ki nem öregedett [fatigué]". Ha már minden más kudarcot vallott, a kereskedő a tárgy különlegességét vagy ritkaságát hangsúlyozza az alku során: „Nem értem, miért nem veszi meg. Ez nagyon fontos. Ezt nem szabad kihagyni"; vagy: „Ehhez hasonlót sehol sem fog találni az egész piacon. Ha még egy ilyet talál, ezt odaadom ajándékba".[3]

Bár a tárgy korának, állapotának, használatának, egyediségének és ritkaságának nyugatközpontú témáit az afrikaiműtárgy-kereskedők beépítették saját diskurzusukba, még soha, egyetlen kereskedőtől sem hallottam, hogy az „autentikus" kifejezést használta volna (franciául *authentique*). A legtöbb kereskedő két tág kategóriába sorolja az általa kínált tárgyakat: régi (*ancien*) és másolat (*copie*). Amikor a fogalmak bővebb kifejtésére kértem őket, a legtöbb általam megkérdezett kereskedő azt mondta, hogy lényegében a piacokon kínált összes tárgyat másolatnak kell tekinteni. Az általuk eladott műtárgyak típusaira irányuló osztályozás még pontosabb módja, ha megkülönböztetjük egymástól a régebbi és az újabb másolatokat. Dramane Kabba így magyarázta el ezt:

> Kezdetben minden, a piacon ma látható tárgyból csak egy volt. Aztán jöttek az európaiak, magukkal vitték ezeket a tárgyakat, és múzeumokban, könyvekben mutogatták őket. Attól kezdve már minden csak másolat [a könyvben látható darabok másolata]. Egy másolat lehet száz, és lehet csupán néhány éves, de minden azoknak a legelső példányoknak a másolata, amelyek most a múzeumokban és a könyvekben találhatóak (3/2/88).

Az idézett kereskedő szavai egy olyan autentikusságfelfogást tárnak elénk, amely alapvetően különbözik a nyugaton széles körben elfogadott autentikusságfogalomtól. Először is, Kabba szerint valamennyi eredeti (azaz 'autentikus') afrikai tárgy Európában van – kivonták őket a forgalomból, így elérhetetlenné váltak.[4] A kereskedő autentikusságfogalmának ez az aspektusa megfordítja a nyugati autentikusságértelmezés krono-geográfiáját. Amíg a nyugati

3 A nyugatiak vonzódásának híre az afrikai műtárgyak kora iránt olykor a kereskedők világán túlra, magukhoz a termékek előállítóihoz is eljut. Walter Van Beek arról számol be, hogy a nyugati műtárgy-kereskedelemmel kapcsolatos kereslet a mali dogonok körében egy sor gyors és sajátos reakciót váltott ki. „A dogonok nagyon is tisztában vannak azzal, hogy a kívülállók értéket tulajdonítanak (…) a régi dolgoknak, ezért [mikor kívülállókkal üzletelnek] *dege*-eiket [szobraikat] ősökként definiálják, vagy régiként tüntetik fel azokat. (…) Miközben a hagyományos használatra szánt szobrok előállítása hanyatlott, az eladásra kínáltaké virágzó üzletté vált. Az új faragványokat a dogonok konyhai korommal kenik be, néhány hétre termeszvárak közelébe temetik, köleskásába áztatják és forró parázsban szárítják ki – mindezt azért, hogy a hosszú múltra visszatekintő rituális használat patináját kölcsönözzék nekik" (1988: 64).

4 Jóllehet ezek a tárgyak még forgalomban vannak a nyugatiak között, *számára* a kereskedelem világán kívüliekké váltak. Az a tény, hogy valami épp elérhetetlensége révén válik autentikussá, hasonló ahhoz a módhoz, ahogyan az autentikusság jelei és az esztétikai érték a nyugati múzeumi terek strukturálásának és elrendezésének finom megoldásaiban megmutatkoznak (lásd Greenblatt 1990).

autentikusságfelfogás a gyarmatosítás előtti Afrikára fókuszál mint a 'valódi' afrikai művészet lelőhelyére (tehát az időbeni távolságot hangsúlyozza), addig a kereskedő autentikusságról alkotott elképzelése inkább napjaink Európáját állítja előtérbe (tehát a térbeli távolságot hangsúlyozza). A nyugatiak számára az autentikus afrikai művészet csak a múltban, az Európával való érintkezés *előtt* létezett. A kereskedő szerint azonban az autentikus afrikai művészet csak a jelenben, az Európával való érintkezés *óta* létezik, amikor az európaiak magukkal vitték ezeket a tárgyakat és a nyugati szakértők autentikusnak nyilvánították őket. Tehát a kereskedő autentikusságértelmezése alapvetően az Európával való kapcsolaton alapul, ami magával hozta az afrikai műtárgyakban rejlő értékek felfedezését.[5]

A nyugati autentikusságfogalom másodszori „megfordítása" a kereskedő kijelentésének egy másik szintjén megy végbe. A nyugati gyűjtővel és műtárgy-kereskedővel ellentétben, aki magát a tárgyat tekinti az autentikusság forrásának, az afrikai kereskedő úgy tekint az autentikusságra, mint ami közvetlenül a könyvekből ered. Ez a nézőpont éppen az ellentettjét képviseli annak, amit az autentikus műtárgy „aurájával" kapcsolatos, Walter Benjamintól származó híres elképzelés állít. Ahogy Benjamin írja:

> Az eredeti jelenléte előfeltétele az autentikusság fogalmának. (…) Míg azonban az autentikus mű megőrzi teljes tekintélyét a manuális sokszorosítással szemben, amit rendszerint hamisításnak bélyegez meg, addig a technikai sokszorosítás esetében nem ez a helyzet. (…) a műalkotás aurája az, ami a műalkotás technikai sokszorosíthatóságának korában elsorvad. (…) Azáltal, hogy sokszorosítja a művet, egyszeri előfordulásának helyébe a tömeges előfordulást helyezi (1969: 305–307; Bence György fordítását némileg módosítottam – a szerk.).

Benjamin véleményével szemben Kabba számára maga a könyv hordozza a tárgy igazságának [truth] auráját. Maga a könyv szolgál az eredeti példánnyal, amelyhez viszonyítva a „másolatok" minősége és pontossága megállapítható.

A szöveg tekintélyét, illetve a kereskedő véleménye és a könyvben reprezentáltak közötti távolságot jól illusztrálja az alábbi találkozás során adódó félreértés. Egy abidjani afrikai műtárgyakkal foglalkozó galéria tulajdonosa katalógust adott ki a nála kapható maszkokról és szobrokról. Egy amerikai gyűjtő ismerősöm vásárolt ettől a galériatulajdonostól egy maszkot, amit aztán abidjani otthonában helyezett el. Egy nap a kereskedő Abdurrahman Madu meglátogatta a gyűjtőt, hogy eladjon neki valamit. A gyűjtő megmutatta neki a falon függő maszkot és az arról készült fényképet is a könyvben. Madu összehasonlította a képet és a maszkot, majd megállapította, hogy ismerősöm igazán jó vásárt csinált: „A maszk pontosan úgy néz ki, mint az, amelyik a könyvben van." Amikor a gyűjtő elmagyarázta neki, hogy a maszk *azonos azzal*, amelyik a könyvben látható, a kereskedő így felelt: „Igen, értem, mire gondol, a hasonlóság majdnem tökéletes. Ez egy igazán kiváló utánzat" (2/18/88).

A kultúra halála és a hamisítványok születése

Az antikvitás és a múltbeli dolgok iránti rajongás mélyen gyökerezik a nyugati kultúrában. Úgy tartják, hogy egy *objet d'art*, hasonlóan egy üveg jó borhoz, az idő múlásával egyre jobbá

5 Az időben való elhelyezés [temporalization] révén létrehozott autentikusság esetét érdemes összevetnünk Johannes Fabian (1983) allokronizmus [allochronism] fogalmával.

válik. A kort a tárgy pusztulásának külső tünetei jelzik: a karcolások, a hasadások, a csorbulás, a repedések, a horzsolások, a korrózió és a patina. A használat e jelei, írja David Lowenthal történész, „a múlthoz fűződő személyes kapcsokként tesznek szert megbecsülésre, akárcsak egy régi hintaszék kartámlái esetében, amelyek lakkozása és festése megadta magát az állandó dörzsölésnek" (1985: 152; vö. Shils 1981: 63–77). Azonban ahogy a régiségek kínálata csökken, néhány művész és hamisító, anyagi érdektől vezérelve, a korral járó természetes hatások fokozására törekszik. A rómaiak például olyan sokra tartották az eredeti görög művészetet, hogy ez állítólag sok, mesterséges patinával ellátott másolat készítéséhez vezetett. A reneszánsz idején a fiatal Michelangelót rávették, hogy a Cupidót ábrázoló márványszobrát egy időre ássa el a földbe, mesterségesen megöregítve ezzel a márvány felszínét. „Amikor elkészült a munkával – írja Vasari – Baldassare del Milanese mint gyönyörű alkotást, megmutatta Pierfrancescónak, emez szintén gyönyörűnek ítélte, és azt mondta: – »Biztos vagyok benne, hogy ha elásnád, azt hinnék, antik mű; úgy igazítsd, hogy réginek nézzék és küldd el Rómába, sokkal többet kaphatsz érte, mint itt«" (1983: 291). Giovanni Baglione hasonló esetről számol be 1642-ben: Terenzio da Urbino, miután füstöléssel megsötétítette, festményét különböző lakkrétegekkel vonta be és kopott aranyozású, sérült keretbe tette „hogy ezáltal a festmény végül valóban réginek, értékesnek látszott" (idézi Arnau 1963: 31).

Az Afrikáról alkotott nyugati kép egyik aspektusa, ami az egész afrikaiműtárgy-gyűjtő világot áthatja, az az elképzelés, hogy autentikus afrikaiak – és ezt kiterjesztve: autentikus afrikai műtárgyak – nem léteznek többé. Csakúgy, mint magukra a társadalmakra, az Afrikában készült kortárs műtárgyakra is úgy tekintenek, mint a hagyományos formák nem-autentikus utánzataira, amelyeket beszennyez a nyugati befolyás degeneratív hatása. Ezen érvelés szerint csak azok a tárgyak sorolhatók az igazi afrikai művészet kategóriájába, amelyeket hagyományos használatra készítettek még a gyarmatosítás előtti korszakban, a nyugattal való érintkezés előtt. „A probléma ott kezdődik – érvel William Rubin művészettörténész –, ha és amikor megkérdőjelezhetővé válik a hagyomány integritásának folyamatossága azért, mert a modern technológiák vagy a nyugati társadalmi, politikai és vallási formák nyomására a törzsi élet megváltozik" (1984: 76). Az „eredeti" kulturális termékek kisajátításáról szóló kommentárjában James Clifford helyesen állapítja meg, hogy „Az autentikusság a művészet vagy a kultúra esetében csak a jelent megelőzően létezhet, de nem olyan távoliként vagy annyira pusztulásra ítélt állapotban, ami lehetetlenné teszi a gyűjtést vagy a leletmentést" (1987: 122; lásd még Handler 1986).

A múzeumok és a művészeti piac is hasznot húznak e sajátos Afrika-képből, amely szerint az afrikai világ gyors hanyatlása azonnal megindult, amint fertőző kapcsolatba lépett a nyugattal. A nyugati múzeum kontextusában a kiállításhoz kapcsolódó magyarázó szövegek és a kiállítás szimbolikája esetében is megfigyelhető egyfajta múlttisztelet. A múzeumi leírások gyakran a még létező népekről is múlt időben beszélnek (Clifford 1985: 171). Mint az átlátszó plexiállványokon a térben titokzatosan „lebegő" tárgyak, a kultúrák is úgy „lebegnek" talányosan az időben, a múltra orientált nyelvezet légüres terében. Azokat a tárgyakat, amelyek nyugati hatásról árulkodnak, tisztátalannak és érdemtelennek tekintik mind a komoly, tudományos kutatásra, mind pedig a befektetési célú műgyűjtésre. A gyűjtők nyugati befolyással kapcsolatos negatív attitűdjét szemlélteti Ladislas Segy, egykori kitűnő afrikaiműtárgy-kereskedő alábbi véleménye: „Amikor az európaiak térhódítása aláásta a faragás ideológiai hátterét, az [afrikai] művészet silánnyá vált" (1958: 23). Hasonlóképpen, Paul Guillaume és Thomas Munro művészetkritikusok már 1926-ban megjegyezték, hogy „a fe-

hér ember érkezése egyben a fekete művész eltűnését is jelentette. Helyette csak egy inspiráció nélküli kézműves marad, aki unottan másolja ősei művészetét, merev, jellegtelen szobrokat faragva fából vagy elefántcsontból a külföldi piac számára" (1926: 13).

A „kultúra halála" fogalmát a korai antropológia használta azért, hogy legitimálja saját kialakulófélben lévő státuszát (magát a konzerválás tudományának tekintve). A tárgyi leletek ebben a kontextusban a hanyatló modern világ pusztításától megmentett szimbólumokként jelentek meg. Mindamellett ez a koncepció a huszadik századi európai művészek számára is nélkülözhetetlen volt, akik csak egy olyan kontextusban tudták „felfedezni" az afrikai művészetet, amelyben már nem kellett számolniuk egy alternatív hanggal és eltérő értékrenddel rendelkező, élő afrikai művészi alteregó jelenlétével. Az olyan művészek számára, mint Picasso és Braque, az afrikai művészet előállítói nemcsak azért maradtak némák, mert nagy távolságok választották el őket tőlük, és nem is csak azért, mert ismeretlen nyelven beszéltek, hanem lényegében amiatt, mert világnézetüket, ahogyan az lenni szokott, elnyomta a nyugat mindazon dolgokkal szembeni kategorikus elutasító magatartása, amelyek az „autentikus" afrikai kultúra részét képezték. Végül, a „kultúra halála" fogalom még egyszer feltűnik, méghozzá napjaink műtárgy-kereskedelme kapcsán. Ebben a kontextusban a mesterségesen korlátozott kínálat létrehozásával a vételár növelését szolgálja. Ezzel a „modern" és a „primitív" művészeti piacon is végbemenő folyamattal kapcsolatban John Alsop a következőket írta:

> Ha csak a felszínt vesszük szemügyre, a műtárgy-kereskedelem közhelye, hogy egy már nem élő, de még nagyra becsült művész munkáit többre értékelik egy még élő és alkotó művész munkáinál. A halál korlátozza a kínálatot; életbe lépnek a kínálat és kereslet törvényei; így 2 millió amerikai dollárt is fizetnek egy olyan Jackson Pollockért, amit az egyik utolsó beszerezhető darabnak tartanak Pollock fontosabb munkái közül. A gyűjtők, a múzeumok és a piac amerikai indián tárgyi leletek iránti érdeklődése már jó néhány évtizede hasonlóképpen gyorsan nő. Mégis valószínűtlennek tűnik, hogy ugyanez lenne a helyzet, ha még mindig létezne egy olyan nyugati kereskedelmi hálózat, amelynek segítségével [bárki olcsón beszerezhetne] tollból és gyöngyből készült darabokat, takarókat, fazekas termékeket, fafaragásokat és más hasonló nagyszerű tárgyakat. Amíg ez a helyzet fennállt, egy szűk, az etnológia iránt fogékony rétegen kívül senki sem érdeklődött az indiánok munkái iránt.[6] (1982: 21–22)

A kor hangsúlyozása nemcsak korlátozza a kínálatot, ami kedvező azok számára, akik érdekeltek az afrikaiműtárgy-piac ellenőrzésében, de egyben tagadja azok művészi tehetségét is, akik a kortárs kereskedelem számára termelve tehetnének szert haszonra. A modern munkákat, beleértve az úgynevezett turista vagy „reptéri" művészetet is, az antikvitáskultusz démonának tekintik. Egy széles körben ismert, afrikai művészetről szóló könyvben Elsy Leuzinger megjegyezte: „Ha a turisták maszkokra és szobrokra vágynak, meg kell kapniuk őket, annyit, amennyit csak akarnak! A legtöbb termék értéke azonban megkérdőjelezhető: ugyanis semmiféle kulturális eredettel vagy művészi tartalommal nem rendelkezik" (1960: 209). Valójában a turista művészet csak az elmúlt néhány évben vált komoly antropológiai kutatás tárgyává (pl. Ben-Amos 1971; Graburn 1976; Jules-Rosette 1984). A művé-

6 Ezzel kapcsolatos érdekes párhuzam a pszichiátriai kezelés alatt álló betegek műtárgyai iránti kereslet gyors fellendülése. A mentális zavarokkal kapcsolatos egyre hatékonyabb orvosi kezelések miatt az ilyen betegek által készített műtárgyak előállítása, amely valaha virágzó ága volt a pszichoanalitika iparának, mára hanyatlásnak indult. Mivel a hatékony pszichiátriai gyógyszerek korlátozták a betegek művészetével kapcsolatos kínálatot, ez a művészet most olyan véges forrást alkot, amelynek pénzben kifejezhető értéke gyorsan nő (Kuspit 1990).

szettörténet azonban – néhány kivételtől eltekintve – még mindig vizsgálatra alkalmatlannak tekinti ezt a témát (lásd Adams 1989; Kasfir 1992).

Amennyiben a „kultúra halála" az autentikus művészet kínálatának korlátozása révén növeli a művészeti piac profitját, úgy saját temetésével egy időben életre hívja legádázabb ellenségét is – a hamisítványok és utánzatok iparát (Allison et al 1976; Maurer 1981; Schoffel 1989). A vásárlók szándékos megtévesztése érdekében gyártott hamis afrikai műtárgyak sokkal nagyobb gondot okoznak a gyűjtőknek, mint a jelentéktelen turista művészet. Az afrikai művészettörténész, William Fagg „az ördög műveként és a művészet elleni bűnként" utalt a hamisítványokra (idézi Sieber 1976: 22). Egy másik esetben pedig a hamisítás egyenesen egy trópusi kórral kerül egy lapra: „Mr. Kahan [New York-i műtárgy-kereskedő] évente két-három alkalommal utazik Afrikába, ahol el kell kerülnie a vérhas újabb alfajait és a hamisítványok sokaságát is (három tárgyból kettő hamisítvány)" (Anon. 1982: 15).

A hamisítók – európai és nem európai műtárgy-kereskedők és művészek – olyan tárgyak előállítása révén kovácsolnak tőkét a „kultúra halálából", amelyek a kor, valamint a rituális és a helyi használat jeleit imitálják. A *re*-produkció elképesztően kifinomult módszereivel rendelkező hamisító képes arra, hogy létrehozzon egy olyan vastag szenny- és koromréteget, amely azt a látszatot kelti, mintha a tárgyat hosszú időn keresztül egy falusi főzőkunyhó tetőgerendáján tárolták volna, vagy képes arra, hogy kialakítsa a maszkok belsejének „izzadságfoltjait", amelyek a rendszeres használatot tanúsítják (vagyis azt sugallják, hogy a maszk – ahogy ők mondják – „táncolt"), a toll- és vérrétegek lerakódását, amely évek alatt alakul ki az áldozatbemutatás során, valamint a fénylő, patinás felületet, amely a tárgy évtizedeken át tartó gyakori használatának eredménye. Még a tárgyak beszerzésének történetét is meghamisíthatja a hamisító mesterkedése. Inagaki – a nem sokkal a második világháború után Párizsban elhunyt japán talapzatkészítő mester – azokról a tökéletesen kidolgozott talapzatokról volt ismert, amelyeket afrikaiműtárgy-kereskedőknek és gyűjtőknek készített a század első évtizedeiben. A hamisítók utánozni kezdték Inagaki talapzatait, azért, hogy így is kiemeljék a tárgyak autentikusságának auráját, ezáltal – valótlanul – a háború előtti időszakra datálva azokat a szobrokat, amelyeket az újonnan készített talapzat támasztott alá (Vogel 1988: 4).

Taxonómia és hegemónia

A „*Primitivizmus" a 20. századi művészetben* című, a MoMa-ban[7] megrendezett kiállításról szóló ismertetésében Clifford arra a következtetésre jutott, hogy ez az esemény – bármit is mutatott be – a művészettörténet egy „*taxonomikus* pillanatának" dokumentuma; egy olyan pillanatnak, amikor az afrikai és a modern művészet „egyenlő" bánásmódban részesült; egy olyan pillanatnak, amikor az úgynevezett „primitív" tárgyak jelentős presztízsemelkedésen mentek keresztül, és státuszukat újradefiniálták (1985: 170). Ugyanakkor, ahogyan egy osztályozási rendszer bármely elemének helye, úgy az egyes típusok sorrendje és egymáshoz való viszonya sem változatlan. Az Új-guineai-felföldön élő „big man" múlékony hatalmához hasonlóan az afrikai művészet dicsőséges pillanata is könnyedén félreseperhető, és helyettesíthető egy új, annak bukása révén felemelkedő művészeti formával.

7 The Museum of Modern Arts (New York). (A szerk.).

A taxonómiákat mindig érdekek által vezérelt személyek hozzák létre, azért, hogy egy bizonyos történetet elmeséljenek. Soha nem objektívek, pártatlanok, vagy cél nélküliek. Shelly Errington megfigyelése szerint: „A nemzetállamokban a múlttal kapcsolatba hozott tárgyak olyan interpretációt igényelnek, amely elhelyezi őket egy olyan történeti narratívában, amelyből kiderül, milyen tárgyak is ezek, és milyen viszony fűzi őket a jelenhez" (1989: 53). Egy kortárs példája ennek a gyakorlatnak a Mexikói Nemzeti Múzeum azték, maja és olmék kiállítása, ahol a tárgyi leletek az állam dicső múltját hivatottak bizonyítani (uo. 53; vö. Anderson 2006: 149–155; Wallis 1991).

Az afrikai művészet számos, gyakran egymástól teljesen eltérő osztályozási rendszer tárgya volt. V. Y. Mudimbe kultúrakritikus és filozófus jegyezte meg, hogy „a vadnak vagy primitívnek nevezett művészet sok olyan tárgyat foglal magába, amely az intenzívebbé váló rabszolgakereskedelem során, az afrikaiak és európaiak közötti kapcsolat révén vált a 18. század osztályozási rendszerének részévé" (1988: 10). Bár állandónak, és ezáltal természetesnek tűnnek, az osztályozási rendszereket folyamatosan újragondolják és újraalkotják (lásd Blier 1988–1989). A világot nagyjából két félre osztva, a 19. századi evolucionisták az emberiség egyik felének művészetét a másik fél művészetének zsinórmértékévé tették. A hozzájuk fűződő osztályozás célja egy, az emberi fejlődésről és a nyugati civilizáció diadaláról szóló történet elbeszélése volt. A 20. századi művészek újraosztályozták az afrikai művészetet, hogy ezzel igazolják saját modernista vállalkozásukat, illetve növeljék annak jelentőségét. Az ő történetük a felfedezés, az affinitás, és két eltérő művészeti hagyomány nagylelkű összebékítésének története. Manapság az európai és amerikai afrikaiműtárgy-kereskedők gazdasági kritériumok alapján rangsorolják a műtárgyakat. Egyes tárgyaknak értéket tulajdonítanak, másoktól megvonják azt. Az ő osztályozási rendszerük szabja meg a piac határait, és akadályozza meg azt, hogy a marginális helyzetű személyek részt vegyenek a kereskedelemben.

Bármi legyen is egy, az afrikai művészettel kapcsolatos, konkrét taxonómia célja, a lényeg, hogy mindenképpen megfosztják a tárgyakat eredeti jelentésüktől, és a pillanatnyi elvárásokhoz igazítják őket. Clifford szerint minden ilyen esetben a hatalmi különbségeké a döntő szerep: „Az erőviszonyokat, amelyek alapján az emberiség egyik része kiválaszthatja, értékelheti és gyűjtheti mások hamisítatlan termékeit, kritizálni kell és meg kell változtatni" (1985: 176). Az, hogy az afrikai tárgyak leletből műtárggyá válnak, nem a tárgyak minőségével kapcsolatos változás eredménye, hanem sokkal inkább annak a jelenségnek a közvetlen következménye, amelyet jónéhány szerző a kulturális relativizmus álruháját magára öltő nyugati nagylelkűség egy sajátos formájaként jellemez. Sally Price így ír: „A nem nyugatiaknak (és művészetüknek) felkínált »egyenlőség« – szól a következtetés – nem az emberi egyenértékűség természetes visszatükröződése, sokkal inkább a nyugat jóindulatának eredménye" (1989: 25). Később hozzáfűzi, hogy „A nyugati megfigyelő megkülönböztető tekintetét gyakran úgy kezelik, mintha az volna az egyetlen eszköz, amely segítségével egy etnográfiai tárgy[8] elérheti a műtárgy státuszát" (1989: 68). Hasonló hangvételű Clifford megjegyzése is: „Miután feltűntek a késő 19. századi Európa bolhapiacain és múzeumi kiállítótermeiben, annak köszönhetően, hogy a nagylelkű modernizmus tárgyrendszerében új érték társult hozzájuk, ezek a tárgyak esztétikai jóvátételt nyertek" (1985: 172).

8 Etnográfiai tárgy vagy lelet [ethnographic object/artifact] = terepmunka során gyűjtött/beszerzett darab; etnográfiai kontextus [ethnographic context] = a terepmunka során vizsgált jelenség kulturális és/vagy társadalmi kontextusa stb. (A szerk.)

Az afrikai művészet osztályozása közvetlenül hatást gyakorolt a régiségpiacra és napjaink nemzetközi piacra szánt műtárgyainak az előállítására is. A taxonómiák olyannyira sztereotipizálják az afrikai művészetet, hogy a piac nem értékeli a művészi újításokat. „A nyugatiak által megszabott határokat átlépő egyéni kreativitás – érvel Jeremy MacClancy – általában nem kívánatos. Egy nehezen kategorizálható tárgyat eladni is nehéz" (1988: 172). Raoul Lehuard, elismert franciaországi afrikaiműtárgy-gyűjtő megerősítette MacClancy megfigyelését, amikor kijelentette: „Egy tárgy akkor minősül hamisítványnak, ha formája nem tartozik az adott etnikai csoport tipikus szoborrepertoárjához" (1976: 74).[9] Anoh Acou, a nyugat-afrikai Grand Bassam-i üdülőhelyen dolgozó, baule származású fafaragó művészete jól példázza a fenti állítást. Ahelyett, hogy más turista művészeket utánozva „hagyományos" maszkokat vagy szobrokat másolna, vagy a vadvilágról készítene képeket, amelyekre úgy tekintenek, mint az idilli Afrika nyugati szimbólumaira, Anoh Acou öltönyöket, elegáns cipőket, baseballsapkákat, összepréselt alumíniumdobozokat, óriás rádiós magnókat és telefonokat farag ki fából. A piac azonban nem ismeri el művészi tehetségét és találékonyságát. A fejlődés és a változás képeinek nincs helye a nyugat Afrikával kapcsolatos víziójában, hiszen ezeket nem lehet egykönnyen beilleszteni a nem nyugati művészet osztályozási rendszerébe (Jules-Rosette 1990: 29–30).

A művészet kategóriájának megkonstruálása

Az afrikai művészet némi bizonytalanság kíséretében lépett a nyugat világába. Mivel pontos helye kétséges volt a javak világának hierarchiájában, a nyugatiak először a kuriózumok kategóriájába sorolták, az olyan dolgok közé, amelyeket sem tudományos vizsgálatra, sem esztétikai elismerésre nem tartottak érdemesnek. A távoli világok felfedezése és meghódítása során összegyűjtött, a természetben fellelhető és ember alkotta tárgyak az európai elit birtokát képező „furcsaságok termeibe" [cabinet of curiosities] kerültek. E kezdeti időszakban az etnográfiai darabokat véletlenszerűen gyűjtötték, és egy halomba összezsúfolva állították ki. „Mivel akkoriban még nem létezett olyan *Systema Naturae*…, amely alapján elrendezhették volna azokat, valamint megfelelő terminológia, amely révén vitatkozhattak volna róluk – írja Adrienne Kaeppler –, csak kevés gyűjtő vette komolyan őket" (1978: 37). A tárgyakat alapvetően trófeákként értékelték nagyra – a hódítás ikonjaiként, amelyek a nyugat határtalan hatalmát voltak hivatottak bizonyítani a felfedezések korában (lásd Steiner 1986).

A 19. század második felében, amikor az antropológia kezdett amatőr kedvtelésből tudománnyá válni, az afrikai művészet esetében is végbement egyfajta státuszemelkedés: az afrikai művészet tárgyi kuriózumból etnográfiai leletté vált. Az addig véletlenszerűen létrejött és rendszer nélküli gyűjtemények új jelentést nyertek, amikor beemelték azokat az antropológia tudományának épp akkoriban kibontakozó muzeológiai ágába. Pitt-Rivers például, aki

9 Az az elképzelés, hogy az etnikai identitás és az esztétikai stílus között közvetlen kapcsolat áll fenn, abból a durkheimi előfeltevésből ered, hogy az afrikai művészet inkább a kollektív tudat, semmint egy individuális művész terméke. E feltevésből kiindulva William Fagg (1965) vonta le a logikai következtetést, aki az elsők között dolgozta ki szisztematikusan az afrikai művészet osztályozására és elemzésére szolgáló „egy törzs, egy stílus" modellt. A modell értelmében minden etnikai csoport zárt rendszert alkot, és bármely csoport művészete felfoghatatlan a más csoportokhoz tartozó személyek számára. Az „egy törzs, egy stílus" paradigma kitűnő kritikáját az afrikai művészet vonatkozásában lásd Kasfirnál (1984).

az etnográfiai leletek rendszeres gyűjtésének, tárolásának és bemutatásának első támogatói közé tartozott, 1875-ben a következőket írta: „az emberi tevékenység eredményei ugyanúgy osztályozhatóak nemek, fajok és fajták szerint, akárcsak a növény- és állatvilág egyedei" (1875: 307). Az ember alkotta ritkaságok így bebocsátást nyertek a tudomány birodalmába, és megkezdődött saját *Systema Naturae*-juk kidolgozása.

Az anyagi kultúra fogalmi újraosztályozását hamarosan követte a tárgyak relokalizálása. 1884-ben például Pitt-Rivers gyűjteményét egy kifejezetten erre a célra épített oxfordi múzeumba szállították át (Gerbrands 1990: 17). Így az afrikai művészet a magánkiállítások termeiből a nyilvános térbe került át – a dologtalan osztály birtokát képező „furcsaságok termeiből" a néprajzi múzeumok és a világkiállítások csarnokaiba. Új kontextusukban az afrikai műtárgyakra olyan ablakként tekintettek, amelyen keresztül futó pillantás vethető a „primitív emberre". Az egyéni zsákmány nyilvános múzeumi példánnyá való kulcsfontosságú átalakulása ellenére az antropológiai tárgyak még mindig együtt szerepeltek más, rokonnak tekintett tudományágak – például a paleontológia, a rovartan, a drágakövek tanulmányozása és a geológia – tárgyaival. Az Amerikai Természettudományi Múzeumban található amerikai indián műtárgyak státuszát illetően például Edmund Carpenter ezt írta: „Az északnyugati part művészetének hihetetlen gazdagságát mutatták be. Mégis minden egyes darab a tudományos lelet kategóriájába került és ennek megfelelő feliratot kapott. A törzsi faragásokat a kagylókkal és az ásványokkal együtt, a természet történetének részeiként állították ki" (1975: 11). A Museé d'ethnographie du Trocadéro megnyitásának tervein dolgozva Paul Rivet és Georges-Henri Rivière 1929-ben azt hangsúlyozták, hogy a „primitív" leletekre a „tudás tárgyaiként" kell tekinteni, amelyek a tájékoztatás, nem pedig az örömszerzés szolgálatában állnak (Jamin 1985: 60–63). Ilyen tárgyakként, szólt az érvelés, a leletek azért részesültek előnyben, mert képesek voltak felfedni objektív etnográfiai igazságokat. Marcel Griaule kalauza szerint, amelyet a Dakar-Djibouti expedícióban 1931–1933 között részt vevő saját kutatócsoportja számára állított össze, az etnográfiai tárgyakat szisztematikusan kell gyűjteni és tárolni, mivel azok „sokkal pontosabb és szemléletesebb archívumként szolgálnak, mint maga az írott szó" (idézi Jamin 1982: 90).

Az afrikai művészet egy újabb alapvető fontosságú kategóriaváltáson esett át valamikor a 20. század elején, amikor a párizsi művészek egy csoportja először fedezte fel a primitív kategóriájában rejlő művészetet. „Az utazóknak, a gyarmati telepeseknek, és az etnológusoknak köszönhetjük, hogy ezek az [afrikai] tárgyak eljutottak nyugatra – írja Rubin. De elsősorban mégis azoknak az úttörő modern művészeknek lehetünk hálásak, akik a különlegességek és tárgyi leletek közül a jelentős művészet, egyáltalán: a művészet szintjére emelték azokat" (1984: 7). E 20. századi művészek szemében az afrikai műtárgyak nem az etnográfiai kontextusból nyerték jelentésüket, hanem kizárólag akkor váltak érdekessé, amikor *depaysé*-vá, vagyis minden kontextusra való utalástól és helyi szimbolikus jelentéstől megfosztott darabokká váltak (Jamin 1982: 89).

Az afrikai művészet konceptualizálását érintő e második elmozdulás azonban már nem volt olyan átfogó, mint az első. Azaz, míg a korai antropológusok demokratikusan *minden* ember alkotta érdekesség esetében támogatták azt, hogy az tudományos példánnyá váljon, addig a művészek, és később a művészettörténészek már megválogatták, hogy a leletek közül mely tárgyakat engedik átlépni a művészet kategóriájába. Azokat a darabokat, amelyekről úgy gondolták, hogy a kulturális korlátok ellenére is beszédesek, műtárgyaknak tekintették, míg azok a tárgyak, amelyekről úgy vélték, ellenállnak a kultúraközi interpretáció-

nak, továbbra is a tárgyi leletek kategóriájában maradtak. A művészet/tárgyi lelet közötti különbségtétel egyik legvilágosabban fogalmazó kortárs támogatója Susan Vogel, a New York-i Center for African Art alapítója és igazgatója. Ő azt az álláspontot képviseli, hogy:

> …egy egyszerű gallyköteg csak a saját kultúrájában képes a kommunikációra, ahol a megértés függhet – példának okáért – az arra vonatkozó tudástól, hogy a köteg különleges erővel rendelkező gyógynövények ágait tartalmazza. (…) Egy [faragott] szobor azonban rendelkezik bizonyos kifejezőerővel, és ha jó, akkor – megkockáztatom – közvetíteni fog majd valamit saját jelentéséből, még akkor is, ha nem tudjuk, pontosan mi is a kérdéses darabbal kifejezni kívánt jelentés (1981b: 76).

Vogel pontosan tisztában van azzal, hogy elképzelése rögtön problematikussá válik, amint saját magunknak kell megítélnünk, hogy a szobor „jó"-e vagy sem. Ha nem értjük a tárgy révén kifejezni kívánt jelentést, honnan tudhatnánk, mi alapján határozzuk meg szimbolikus jelentőségét?

Bár léteznek figyelemre méltó kivételek, a művészet/tárgyi lelet különbségtétellel kapcsolatos állásfoglalások a tudományos diszciplínák határaihoz igazodva fogalmazódnak meg. A művészettörténészek, egyfelől, amellett érvelve legitimálják tudományos érdekeiket (és annak fényében egyezkednek a kutatási forrásokról), hogy az afrikai művészet esztétikai jegyei teljes mértékben alkalmasak arra, hogy a nyugati művészettörténet diskurzusának a szemüvegén keresztül elemezzék és tanítsák azokat. Másfelől a legtöbb antropológus azzal igazolja *raison d'ĕtre*-jét, hogy a tárgyak csak a megfelelő etnográfiai kontextusban válnak értelmezhetővé. Az egyetemes művészet kategóriájának támogatói lenézik az antropológusokat, amiért figyelmük az etnográfiai részletekre irányul, mivel így a tudományos dogmatizmus révén háttérbe szorítják a tárgyak esztétikumát. Ezenkívül úgy vélik, hogy a kulturális kontextus hangsúlyozása csökkenti a tárgy arra irányuló képességét, hogy *önállóan,* eredeti esztétikai alkotásként *jelenjen meg*. „A [kontextushoz] való ragaszkodás indítékai – írja James Faris – talán tiszteletre méltóak (és mindennél fontosabbak az [antropológia mint] tudomány számára), ám e ragaszkodás a Másik tárgyaitól megtagad minden cselekvőképességet – a kontextusból való kiszakadás szabadságát –, mintha azok emancipációjuk esetén, hogy is mondjam, primitívnek találtatnának" (1988: 778–779).

A művészet kategóriájának hasznosítása

A művészet és a tárgyi lelet definícióiról szóló vita következményei túlmutatnak a tudományterületek határainak geo-politikáján. Az afrikai művészeti piac résztvevői számára – ahol a tárgyi lelet és a műtárgy megkülönböztetés jelentős különbséget idézhet elő a tárgy árában – központi jelentőségű ez a dichotómia. „Az etnográfiai lelettől az *objet d'art*-ig tartó kontinuum – írja Price – az emberek gondolkodásában egyértelműen összekapcsolódik a növekvő gazdasági értékkel, valamint az értékelés alapját érintő hangsúlyeltolódással, amely során a (tágan értelmezett) funkció helyett az esztétika kerül előtérbe" (1989: 84). Az afrikai műtárgyakkal foglalkozó nyugati kereskedők eladásra szánt tárgyaikat igyekeznek a művészet kategóriájához társuló dicsfényben felmutatni – hajdani állapotukban, a kontextusból kiragadva állítják ki azokat, miközben sűrűn kritizálják az antropológia földhözragadt mesterségét.



1. kép. *Fa háztartási létrák egy kereskedő raktárában. Abidjan, Treichville negyed, 1991. június.*

Arthur Danto (2003) filozófiai munkáinak egyik metaforájából kiindulva Errington felvetette, hogy a művészet kategóriáját olyan zsákszerű tartályként érdemes elképzelnünk, amelybe addig töltenek bele különféle tárgyakat, amíg azok irdatlanul nagy száma és változatossága miatt az a veszély nem fenyeget, hogy a tartály szétrobban. A művészet világának egyetlen résztvevője sem szeretné elpusztítani a zsákot (elvégre a művészet kategóriája csak a *nem* művészet kategóriája mellé helyezve nyer jelentést), mégis, mivel a kategória jelentősége és értéke annál nagyobb, minél kevesebb dolgot fogad be, a művészeti világ minden résztvevője azt szeretné, ha a *saját* alkotásai kerülnének utoljára a zsákba – amit aztán pecséttel lezárnának. Errington így ír:

> A reneszánsz festmények kurátorai valószínűleg előbb zárnák be a Művészet zsákjának száját, minthogy az afrikai maszkok belekerülhetnének; az afrikai maszkok és a benini bronztárgyak kurátorai a maguk részéről bizonyára ragaszkodnának hozzá, hogy féltett tárgyaik bekerüljenek abba a bizonyos zsákba, de kint felejtenék a 19. századi amerikai indiánok kosarait és gyönggyel kivarrt cipőit; a „minőségi" „nem nyugati művészettel" foglalkozó kereskedők talán amellett érvelnének, hogy a navaho szőnyegek és a régi pueblo fazekas termékek kerüljenek a zsákba, ám megálljt parancsolnának az olyan egyszerű „ritkaságoknak", mint a második világháború után készült zuni „fétisek", alaszkai kőfaragások, vagy délnyugati ezüstékszerek, amelyek kifejezetten a turisták számára készültek (Errington megjelenés előtt[10]).

A kortárs afrikai művészeti piac kutatása arra világít rá, hogy az afrikai „művészet" kategóriája egyre kiterjedtebbé válik. Ahogy a kereskedők és gyűjtők által „autentikus"-nak tartott afrikai műtárgyak – a gyarmatosítás kezdete előtt saját használatra készített maszkok és figurális szobrok – kínálata csökken az afrikai kontinensen, a gyűjtésre érdemes műtárgyak definíciója Európában és Amerikában oly módon lesz egyre tágabb, hogy már olyan tárgyakat is magában foglal, amelyeket eddig nem becsültek műtárgyakként.[11] Így tehát egyre több tárgy kerül a képzeletbeli zsákba. Az egykor még a közelmúlt fogalmához tartozó „kulturális érintkezés" produktumainak (és ezért nem autentikus műtárgyaknak) tekintett „koloniális" figurák – főként színes szobrok, amelyek nyugati öltözéket viselő afrikaiakat, vagy gyarmati viseletben látható nyugatiakat ábrázolnak – most átkerülnek a művészet kategóriájába.

Az ide sorolható, egykori „tárgyi leletek" egyike, amely csak nemrégiben lépte át a „művészet" világának küszöbét, az afrikai fémpénz. Egy kelet-manhattani galériában a közelmúltban rendezett, „Az érték szimbólumai: absztrakciók az Afrikai fémművességben" címet viselő kiállítás azt mutatja be példák sora segítségével, hogy Afrika milyen jelentős vastartalékkal rendelkezett. Bár korábban középkori és antik műtárgyakkal kereskedett, a galéria tulajdonosa azzal a szándékkal merészkedett az afrikai kultúra világába, hogy a fémpénzeket „nem etnikus darabokként, hanem absztrakt szobrokként mutatja be" (Reif 1988: 37) „határozott körvonalaikkal, erőteljes formáikkal és finom szerkezetükkel" (Ward 1988: [1]). A tárgyak absztrakt minőségeit a galéria erős „boutique"-világítása[12] emelte ki, illetve a saját talapzaton elhelyezett darabok teátrális keretezése. Azt, hogy ezek a tárgyak bekerültek a művészet kategóriájába, még jobban érzékeltette a hozzájuk kapcsolódó *új* gazdasági érték, amely egy X alakú darab-

10 A kézirat, amelyből Steiner idéz, azóta sem jelent meg. Steiner később egy másik tanulmányában ("Can the Canon Burst?", The Art Bulletin, 78/2/: 213–217; 1996) is hivatkozik rá – publikálatlan kéziratként. (A szerk.)

11 A közgazdaságtan nyelvén szólva azt mondhatnánk, hogy az autentikus afrikai művészet kategóriája „kimerülő nem megújuló forrás".

12 Múzeumokban is gyakran használt megvilágítási forma, melynek lényege, hogy a tárgyat általában sötét háttér előtt erős, közvetlenül ráirányított fénnyel világítják meg. (A szerk.)

hoz társuló 400 dolláros árcédulától egy 12000 dolláros árcéduláig terjedt (az utóbbi egy harmonikaszerűen hajtogatott darabhoz tartozott). A kiállítással foglalkozó, a *New York Times*-ban megjelent kritika címe: „Kapának tűnhet, de valójában pénz", az afrikai olvasók számára talán megvilágítóbb hatású lenne, ha így szólna: „Pénznek tűnhet, de valójában művészet".

Az afrikai fokos létrák – amelyeket a falvakban arra használtak, hogy feljussanak a magtárba vagy a háztetőre – az elmúlt néhány évben szintén bekerültek a nemzetközi kereskedelembe. 1987 körül egy maroknyi európai és amerikai galéria katalógusaiban és hirdetéseiben kezdtek megjelenni ezek a villásvégű létrák. Szemben a falvakban található létrák koszréteggel borított felületével, a galériákban kiállított létrákat lemosták, kifényesítették, és ízlésesen, diszkrét fekete fémtalapzatra állították. Jó úton haladtak afelé, hogy bekerüljenek a művészet világába. Az új igény hatására az elefántcsontparti afrikai kereskedők nagy mennyiségben kezdték gyűjteni a házi létrákat, különösen a Korhogo térség területéről, ahol a legtöbb található belőlük (1. kép). Jóllehet a létrák „autentikussága" még nem általánosan elfogadott tény, több abidjani kereskedő arról számolt be, hogy máris számos fontos, nagytételű üzletet bonyolított le nyugati galériatulajdonosokkal.

Nemrégiben egy hausa raktártulajdonos ismerősöm körülbelül 200 fa mozsártörőt szerzett be – ezeket a falusi nők a rizs, a yamgyökér, a manióka stb. összezúzására használják (2. kép). Bár a mozsártörőket még nem „fedezték fel" a nyugati gyűjtők és kereskedők, Alhadji Moussa azt remélte, hogy elébe megy a jövőbeni keresletnek. Több, a raktárában megforduló kereskedő is gúnyolódott Moussa-n. „A fehérek tényleg bolondok *(fou)*, de ez már túlzás. Ezek a tárgyak egyszerűen borzalmasak, Alhadji!" (6/27/91). A bírálóbizottság a mai napig nem fogadta be a mozsártörőket a művészet kategóriájába.

Azt, hogy egy tárgy miként kerülhet be a művészet kategóriájába, talán a baule csúzlik árucikké válásának példája illusztrálja a legjobban. Ez a folyamat az elefántcsontparti művészeti piacon zajlott le az elmúlt néhány évben. 1987 novemberében sok abidjani könyvesbolt polcain és kirakataiban felbukkant egy dohányzóasztal méretű, illusztrált könyv, a *Potomo Waka*. A könyv több mint száz színes fotót tartalmaz az egyik társszerző, Giovanni Franco Scanzi magángyűjteményének faragott csúzlijairól.[13] Minden darabot egész oldalas képen, élénk színű háttér előtt mutatnak be. A túlkínálattal jellemezhető promóciós cikkek (céges emblémával ellátott öngyújtók, tollak és hamutartók) eladására szakosodott olaszországi vállalkozó, Scanzi, több mint húsz éve üzletel Elefántcsontparton, de csúzlikat gyűjteni csak hat éve kezdett egy barátja, a régóta Abidjanban élő, afrikai műtárgyak gyűjtésével és adásvételével foglalkozó Antoine Ferrari bátorítására.

Mivel a csúzlik csak ritkán keltették fel a nyugati gyűjtők figyelmét, nem sok volt belőlük a piacon, amikor Scanzi elkezdte kialakítani gyűjteményét. A piaci kereskedők is megerősítették, hogy mielőtt Scanzi érdeklődni kezdett a csúzlik iránt, a vidéket járó, műtárgyakat gyűjtő házalók közül csak kevesen vásároltak rendszeresen ilyen tárgyakat azért, hogy Abidjanban eladják azokat.[14] Megközelítőleg három év alatt Scanzi több mint ezer csúzlit

13 A facsúzlikat baule kisfiúk használják, hogy madarakat és denevéreket lőjenek velük. Némelyik csúzlit állat-, ember- vagy maszkformájú faragások díszítik. Sokat azonban csak elnagyoltan faragtak ki, mert a fiúk sietve készítették el azokat.

14 Néhány gyűjtő már a *Potomo Waka* megjelenése előtt is ismerte a csúzlikat. Két darab került bemutatásra André Blandin gyűjteményéből (Anonymous 1977), egy pedig William Kohleréből (Cole és Ross 1977). A régióban dolgozó antropológusok és művészettörténészek az 1970-es években az elefántcsontparti helyi piacokról szerezték be a csúzlikat (Philip Ravenhill személyes közlése).



2. kép. *Fa mozsártörők egy kereskedő raktárában. Abidjan, Treichville negyed, 1991. június.*

vásárolt, nagyjából húsz különböző szállítótól. Minden Abidjanba érkező kereskedő tudta, hogy csúzlijait eladhatja közvetlenül az olasz gyűjtőnek, vagy felkereshet egy közvetítő kereskedőt, aki majd elviszi azokat hozzá.

A *Potomo Waka* előszavában a szerzők nagy gondot fordítanak a könyvben szereplő tárgyak „autentikusságának" és „művészi" értékének körülbástyázására. Először is hangsúlyozzák a csúzlik esztétikai minőségét. Ezt azzal érik el, hogy nagyjából minden, a tárgyak azon etnográfiai kontextusa iránti érdeklődést, amelyből azokat kiemelték, lebecsülnek:

> A baule parittya tipikus példája az olyan tárgyaknak, amelyekből az etnográfia nem sok újat tanulhat (…) Ha az etnográfusok hozzá is tudnak járulni valamivel a Harmadik Világ műtárgyainak megértéséhez, az csak jelentéktelen apróság, és annak is kell maradnia. Vajon valóban szükségesek-e a nyugati művészet megértéséhez az etnográfiai magyarázatok? Milyen jelentősége van az arra vonatkozó tudásnak, hogy Rembrandt olyan családból származott, ahol a leszármazás számon tartásának domináns elve a patrilinearitás volt, vagy annak, ha tudjuk, hogyan kellett földet művelni a „quatrocento" Olaszországában![15] (Delcourt és Scanzi 1987: 10–11).

15 Ez a *Potomo Waká*ból származó bekezdés nagyon hasonló ahhoz az állításhoz, amelyet Bourdieu és Derbel fogalmaznak meg a *The Love of Art*ban: „Ugyanazok az emberek, akiket kétségkívül meglep, hogy mások milyen sokat fáradoztak azon, hogy néhány nyilvánvaló igazságot kifejezésre juttassanak, bosszankodnak amiatt, hogy a műtárgyakkal kapcsolatos tapasztalataik – egyszerre nyilvánvaló és kifejezhetetlen – hangulatát nem ismerik fel e közhelyekben. Mi értelme tudni – kérdezik –, hogy hol és mikor született Van Gogh, ismerni életének hullámvölgyeit, valamint életművének szakaszait? Mindent összevetve, ami az igazi művészetkedvelőknek számít, az az élmény, amit Van Gogh festményei láttán éreznek" (1990: 108).



3. kép. *Kálium-permanganáttal pácolt csúzlik száradás közben a plateau-i piacon Abidjanban. 1988. március*

A szöveg üzenete itt egyértelmű: a csúzlik a művészet univerzális kategóriájába tartoznak, és így esztétikai jellegükhöz méltó árat lehet kérni értük. A második dolog, amit a szerzők az előszóban hangsúlyoznak, az a könyvben szereplő tárgyak „autentikusága". Ezen a ponton fáradtságot nem kímélve igyekeznek bizonygatni azt, hogy a facsúzlik nem a gyarmati időszak termékei, hanem az Európával való érintkezés előtt készültek:

> Néhányan azért nem tartják a baule parittyákat [azaz a csúzlikat] autentikus afrikai műtárgyaknak, mert a hozzájuk tartozó gumiszalagok európaiak. Még akkor is, ha lehetetlen megbizonyosodni arról, hogy az afrikaiak helyi előállítású gumit használtak a Nyugat-Afrikában készített parityákhoz a 20. század elején, a benzinmotoros autó és a hozzá tartozó gumibelső megjelenése előtt, az többé-kevésbé biztos – Scanzi úr kutatásai alapján –, hogy a dogon törzs hatalmas, állati béllel működtetett parittyákat használt a gyarmatosítás előtti időkben. Az elmélet [tehát], miszerint a parittyák csak az európai gumi elterjedése után jelentek volna meg, nehezen tartható (1987: 9.).

A szerzők természetesen azért törekednek ilyen elszántan arra, hogy „tudományos" bizonyítékkal is alátámasszák azt a kijelentést, miszerint a csúzlik a gyarmatosítás előtti korból származnak, hogy piacot teremtsenek tárgyaik számára az afrikai művészethez tartozó, nyugati „autentikusság"-definíció keretei között, amely megköveteli, hogy a stílus az európai hatás által meg nem rontott környezetből származzon. Nemcsak arról van szó, hogy Scanzi gyarmatosítás előtti múltat próbál konstruálni az általa kínált afrikai csúzlik számára, hanem arról is, hogy amikor gyűjteni kezdte őket, nem volt hajlandó festett darabokat vásárolni.[16] Ennek eredményeként a festett csúzlikat lecsiszolták, és kálium-permanganát-

16 A körülbelül ötszáz darabból álló, egy év alatt több kereskedő raktárában látott mintában a csúzliknak több mint a fele volt élénk zománcfestékkel díszített.



4. kép. *Eladásra kínált csúzlik (sok más tárgy között) egy plateau-i piaci árus standján. Abidjan. 1988. április*

tal[17] újrapácolták, mielőtt eladásra kínálták volna neki (3. kép). Jelenleg Scanzi egész gyűjteménye eladásra vár egyes európai és nyugat-afrikai galériákban.

Amint a *Potomo Waka* megjelent az abidjani boltokban és a szállodai ajándéküzletekben, a turistákban és a helyi vásárlókban feléledt a vágy, hogy csúzlikkal bővítsék afrikaimű-tárgy-gyűjteményüket. Egy átlagos csúzli ára 1987 elején a piacokon 1000–6000 CFA[18] (5–20 amerikai dollár) volt, de 3000–45000 CFA-ra (15–150 amerikai dollár) emelkedett 1988 végére (4. kép). A csúzlik árának ilyen drámai emelkedésére a kereskedők gyorsan és különféle módokon reagáltak. Először is, az abidjani kereskedők csúzlikra szóló megrendelést adtak a helyi faragóknak (5. kép). Ezeket többnyire befejezetlenül vették meg a művészektől, és saját maguk pácolták vagy festették be. Másodszor, mivel ezek a csúzlik jellemzően ágformájúak és kifaragásuk – legalábbis néhány egyszerűbb változaté – viszonylag könnyű, a vállalkozó kedvű és némi művészi érzékkel rendelkező kereskedők maguk kezdték elkészíteni saját csúzlijaikat napközben, míg a piacon várták a vevőket. Harmadszor pedig, a kereskedők megtanulták, hogyan alakíthatnak át törött fatárgyakat csúzlivá. Egy kisebb, törött lábú baule szoborból például úgy hoztak létre csúzlit, hogy hiányzó lábait egy villásvégű bottal

17 A kereskedők széles körben használják a kálium-permanganátot fafestésre és rézsötétítésre. A sötétlila kristályos anyagot gyógyszertárakban szerzik be, vízben feloldják és fogkefével viszik fel a tárgyakra. A kapott szín az afrikai faragók által használt természetes és hagyományos festékek színére hasonlít. A kálium-permanganátot európai és amerikai régiségkereskedők is gyakran használják antik bútorok helyreállításakor. „A világostól a legsötétebb árnyalatokig minden szín előállítására a legalkalmasabb a hypermangánsavas kálium" (Arnau 1963: 140).

18 Az egykor francia vezetés alatt álló afrikai országokban használt valutanem rövidítése (eredetileg a Colonies françaises d'Afrique kifejezésből). Ma hivatalosan a XAF (közép-afrikai CFA) és a XOF (nyugat-afrikai CFA) valutakódok használatosak. (A szerk.)



5. kép. *Egy faragó, aki épp most fejezi be egy fa csúzli díszítését. Abidjan. 1988. március*



6. kép. *Csúzlivá alakított baule szobor, amelynek letört lábait villás végű bottal helyettesítették. Abidjan, 1988. július*

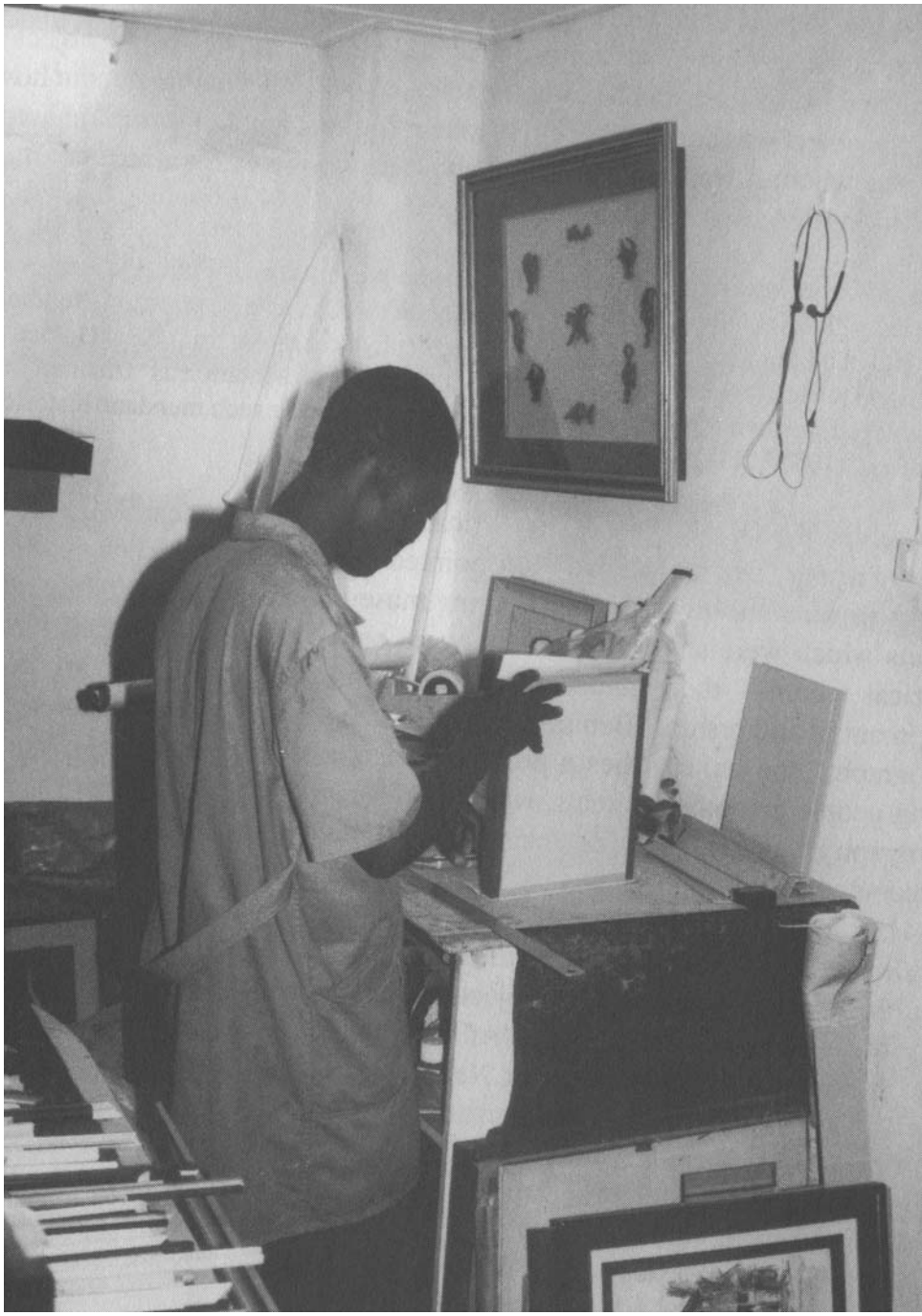
helyettesítették (6. kép). A tárgy készítője a következő magyarázatot adta: „Manapság könnyebb eladni egy csúzlit, mint egy törött szobrot" (4/12/88).[19]

Amikor megmutattam a *Potomo Wakát* néhány kereskedőnek a plateau-i piacon, kétféle kommentárt fűztek hozzá. Egyfelől sokan felismertek olyan egyedi csúzlikat, amelyeket ők vagy közvetítőik adtak el az olasz gyűjtőnek. Másrészt számos kereskedő megemlítette, hogy más – sokkal szebb és jobb minőségű – csúzlit is eladott Scanzinak, amelyek közül azonban egyetlen egy sem szerepel a könyvben. „Nem értem, hogy azokat [a csúzlikat] miért nem tette bele a könyvbe. Egy ilyen könyvnek éppen az a célja – mondja Sheriff Ousman –, hogy bemutassa a gyűjtemény legszebb darabjait, hogy mindenki tudhassa, mid van" (12/8/87). Amikor a *Potomo Wakát* egy afrikai művészetről szóló könyvekkel foglalkozó könyvkereskedőnek mutattam meg New Yorkban, és megkérdeztem, mit gondol a kereskedők észrevételeiről, miszerint a szerző éppen gyűjteményének legjobb darabjait hagyta ki, azt mondta, hogy ami történt, nemcsak kézenfekvő volt, de megjósolható is. Vagyis a szerző valószínűleg szándékosan nem a legjobb darabokat választotta ki. Két gazdasági természetű oka lehet annak, ha valaki egy nagyobb, eladásra kínált gyűjteményről a kisebb jelentőségű darabok bemutatásával jelentet meg könyvet. Először is – mondta –, azáltal, hogy katalógusban szerepelteti őket, az eladó bizonyos mértékig megnöveli a gyűjteményéhez tartozó néhány gyengébb minőségű darab értékét. Másként fogalmazva, tőkét kovácsolhat abból, hogy a kérdéses darabok bekerültek a könyvbe, pusztán azáltal, hogy épp azokat válogatja be oda. Másodszor, miután a katalógusban szereplő példányok többségét eladta, szép lassan előveheti a gyűjtemény értékesebb darabjait. Ezek már éppen attól lesznek értékesek, hogy nem szerepelnek a könyvben. Az eladó ekkor rámutathat a katalógusban található tárgyakra, és azt mondhatja az ügyfelének: „Nézze ezt a darabot, ez értékesebb, mint a könyvben szereplő bármelyik másik". „Ugyanezen okból – fűzte hozzá – a legtöbb afrikaiműtárgy-kereskedő imádja az olyan könyveket, amelyekben gyengébb minőségű tárgyak láthatóak. Így ugyanis rámutathatnak a könyvben látható bármelyik darabra, és nyugodtan állíthatják, hogy az ő galériájukban annál csak jobb minőségű tárgyak kaphatóak" (12/22/88).

A művészet kategóriájának manipulálásával kapcsolatos további példa az afrikaiműtárgy-keretező ipar (*encadrement*), amely az elmúlt néhány évben talált helyet magának az elefántcsontparti régiségpiacon. Viszonylag rövid idő alatt legalább négy keretezőműhely nyílt Abidjanban (7. kép). Alapvetően háromdimenziós afrikai műtárgyakat árulnak fa dobozkeretbe illesztve [box frame] (*coffrets*). A keretezőgalériák tulajdonosai (akikről érdemes megjegyezni, hogy mindannyian európaiak) afrikai tárgyakat vásárolnak a piaci kereskedőktől. A megvásárolt áruk többsége *másolat* vagy *nyama-nyama*.[20] A tárgyakat szövettel borított táblára erősítik és – gyakran díszített szegélyű – dobozkeretbe helyezik (8. kép).

19 A vidékről a városba vezető út során a tárgyak sokszor megsérülnek vagy eltörnek. Több kereskedő megtanulta fadarabkák, valamint fűrészpor és folyékony ragasztó keverékének segítségével kijavítani a repedéseket és a töréseket. Abidjan plateau-i piacán két faragó is abból élt, hogy a műtárgy-kereskedők megbízásából törött tárgyakat javított. Mivel az ő munkájuk minősége messzemenően felülmúlta a kereskedőkét, ha fontosabb darabon kellett nagyobb javítást végrehajtani, a kereskedők az ő szolgáltatásaikat vették igénybe – például egy maszk oldalán lévő faragott szarv, egy szék törött lába, egy szobor megrongálódott lábfeje stb. esetében.

20 Steiner amellett érvel, hogy a kereskedők az afrikai művészet kategóriájába sorolt, piacokon értékesített árucikkek négy típusát különítik el. Az első típust a kereskedők által régiségekként (antiquités) definiált darabok alkotják, amelyeket eredetileg helyi használatra készítettek. A második típusba sorolhatóak a másolatok (copies), vagyis azok a tárgyak, amelyek a hagyományos művészeti formák imitációiként értelmezhetőek, és amelyeket kifejezetten a kívülállók számára állítanak elő. A harmadik típust a „nyama-nyama"-ként definiált tárgyak alkotják, amelyek a



7. kép. *Afrikaiműtárgy-keretező műhely alkalmazottja, amint éppen akan aranysúlyok számára készít dobozkeretet. Abidjan, 1991. július*

Az egyik legkiválóbb helyi keretező Abidjanban Mary-Laure Grange Césaréo, akinek nagyjából száz alkotását állították ki 1988 februárjában az abidjani Hiltonban. Ő a Galerie Equateur tulajdonosa Abidjan Marcory negyedében. Az 1982-ben nyílt galéria eredetileg különböző afrikai műtárgyakat árult – többségében exportra szánt kortárs másolatokat. Ám 1987-ben a dobozkeretek kerültek a galéria érdeklődésének középpontjába.[21] Césaréo saját elmondása szerint „nem szakértője, és nem is gyűjtője az afrikai műtárgyaknak. Még soha nem rendeztem egyetlen művészeti kiállítást sem, inkább a műtárgyak értékének felbecsülésére (*mise en valeur*) szakosodtam" (Guido 1988: 66). Bár termékeit nem „antik" tárgyakként értékesíti, érdekes, hogy a fakeretek felületét mesterségesen megöregíti – vagyis követi az antik festmények keretezésének nyugati szokását. „A keretek egy részét kaolinnal és egyéb anyagokkal antikolták [a munkatársaim], olyan technikákkal, amelyeket én nem nagyon ismerek" (Guido 1988: 66; a szerző saját fordítása franciából).

Az afrikai műtárgyak keretezése pontosan illusztrálja az „esztétizálás azon folyamatát" (Baudrillard 1972), amely az afrikai művészet nyugatra kerülése során végbemegy. A keretezés egy lépéssel túllép azon a művészettörténeti hagyományon, hogy elszigetelt afrikai tárgyakat állítanak ki művészeti galériák vagy múzeumok látszólag „semleges" kontextusában – ezáltal lehetőséget teremtve a jól megvilágított tárgy számára, hogy önmagáért beszéljen, értelmező etnográfiai szöveg nélkül. A tárgy köré helyezett keret egy egészen új kontextus létrehozását teszi lehetővé, miközben valódi keretként (*cadre*) is funkcionál, így az adott tárgyat teljesen elkülöníti eredeti miliőjétől, ahogyan azoktól az esetleges esztétikai félreértésektől is, amelyek akkor jöhetnének létre, ha a tárgyat hagynák önmagáért beszélni.[22] Ahogy egy afrikai-műtárgy-keretező egy interjú során megjegyezte: „Megpróbálunk valami értékeset létrehozni az afrikai tárgyakból. A keretbe helyezéssel olyan *környezetet* biztosítunk számukra, amely alkalmasabbá teszi őket a lakásban [való kiállításra]" (7/6/91). Más szavakkal, a keretezés (*encadrement*) az etnográfiai diskurzus által kínált értelmezői keretet egy térbeli kiterjedéssel rendelkező kerettel helyettesíti, amely félreérthetetlenül jelzi a néző számára: „ez művészet".

Az afrikai művészet domesztikációja

Az afrikai művészeti gyűjtemények hajlamosak arra, hogy elrejtsék saját keletkezésük történetét. Mintha a galériák tárgyait elnémítaná a tárolásukra szolgáló vitrinek biztonsági üvege azzal kapcsolatban, hogy hogyan kerültek oda, ahol éppen vannak. A különböző részletességű magyarázó szövegek felvilágosítják a látogatót az adott tárgy jelentéséről és arról, hogy miként használták azt eredeti kulturális kontextusában. Ám semmit nem árulnak el azzal kapcsolatban, hogy miként vagy miért hozták magukkal a tárgyat, kitől és mennyiért vásá-

---

külföldi turisták, átutazó üzletemberek és emigránsok számára készülnek, és csak elvétve tartalmaznak eredeti kulturális kontextusukra utaló jegyeket. Végül a negyedik típusba a nyugatról származó művészeti formák tartoznak (Western-derived art forms). (A szerk.)

21 Bár mára legalább négy afrikaiműtárgy-keretező galéria található Abidjanban, Césaréo műhelye az egyedüli, amelyik hagyományos afrikai művészeti galériaként kezdte működését. A többi kezdetben poszterek és nyomatok keretezésével foglalkozott, s csak ezt követően vette fel tevékenységi körébe a háromdimenziós afrikai műtárgyak keretezését. Míg Césaréo teljes egészében az afrikai műtárgyak keretezéséből származó bevételeiből él, a többi galéria bevételi forrásai között továbbra is ott szerepel a hagyományos képkeretezés.

22 A francia *cadre* kifejezés egyszerre utal a keret (frame) és a kontextus (context) fogalmára.



8. kép. *Keretezett dan maszk (jobbra) és sárgaréz karkötő aranysúlyokkal (balra) egy afrikaiműtárgy-keretező galériában. Abidjan, 1988. július*

rolták meg, vagy arról, hogy ki készítette. A New York-i IBM Galéria Sepik folyó menti művészetet bemutató kiállításáról szóló írásában Clifford megjegyezte:

> A gyűjtés története nem lett a kiállítás része. Míg az egyes gyűjtők nevét esetenként feltüntették, a tárgyak Új-Guineából Svájcon keresztül New Yorkba történő szállításának körülményei, prioritásai, anyagi háttere, intézményi és politikai kontextusai már irrelevánsnak minősültek abból a szempontból, hogy azokat a „törzsi művészet" elemeiként mutatták be. A megmentettség esztétikai-etnográfiai státuszában a tárgyak az effajta hétköznapi történeti dimenziókon kívül léteznek (1987: 123–124).

Az American Museum of Natural History (Amerikai Természettudományi Múzeum) Afrikai Csarnokának történetével foglalkozó kutatásában Donna Haraway hasonló folyamatra mutatott rá, amelynek részeként a tengerentúli múzeumok kiállításai számára elejtett vadállatok befogásánál segédkező afrikaiakat – útmutatásukat, közreműködésüket és az általuk hozott áldozatokat – egyszerűen kihagyták a történeti feljegyzésekből. „Minden kiállított állat, bronzszobor vagy fénykép mögött – írja Haraway – tárgyak, valamint emberek és más állatok között létrejött társas interakciók sokasága áll, amelyek egymás mellé helyezése révén egy, a 20. századi Egyesült Államok legfontosabb történéseit elbeszélő életrajz hozható létre. Ez azonban nagyon szűkszavúan szól Afrikáról, ha egyáltalán említést tesz róla" (1984/85: 21; lásd még Simpson 1975; Coquery-Vidrovitch és Lovejoy 1985).

Jóllehet az afrikai művészet néma marad összegyűjtését, kisajátítását és nyugatra vezető végső útját illetően, a tárgyak sosem hallgatnak arról, hogyan vándoroltak később nyugati kezek sokaságán keresztül. „Egy olyan afrikai szobor, amely egykor Henri Matisse, Charles Ratton vagy Nelson Rockefeller tulajdonában volt – írja Price – össze sem hasonlítható egy olyannal, amelyik nem jutott ugyanerre a sorsra – hiába készítette őket ugyanaz a művész" (1989: 102). Egy tárgy korábbi tulajdonosainak sora alkotja úgynevezett pedigréjét. Minél hosszabb a pedigré és minél illusztrisabb személyek alkotják, annál nagyobb lesz az adott tárgy presztízse (és értéke). Egy kameruni (nyugaton a „Bangwa királynője" néven ismert) bangwa szoborral kapcsolatban, amely nemrégiben cserélt gazdát egy New York-i aukción, a Sotheby's Tribal Art Department (Sotheby's Törzsi Művészeti Osztály) vezetője, Bernard de Grunne megjegyezte, hogy „pedigréje részét képezi e faragvány értékének" (Reif 1990: 32). A szoborhoz a századfordulón jutott hozzá egy német felfedező Kamerunban (akit nem meglepő módon úgy jellemeznek, hogy ő volt „az első fehér ember, aki eljutott az afrikai bangwák királyságába"). 1898-tól a berlini Museum für Völkerkunde-ban (Népművészeti Múzeum) őrizték, egészen 1926-ig, amikor egy német gyűjtő birtokába került, aki néhány évvel később eladta Charles Rattonnak, egy párizsi kereskedőnek. A királynő-figurát Rattontól Gourielli hercegnő (Helena Rubinstein) vásárolta meg az 1930-as években, abban az időszakban, amikor azt a Museum of Modern Art (Modern Művészeti Múzeum) első afrikai művészettel foglalkozó bemutatóján kiállították 1935-ben (Northern 1986: 20). Ugyanebben az időszakban készített fényképet Man Ray a szoborról, egy meztelen modellel a lábánál. Az alkotás jelenleg egy meg nem nevezett gyűjtő tulajdonában van, aki nemrégiben 3,4 millió dollárt kínált érte egy aukción, ami az eddigi legmagasabb összeg, amelyet afrikai műtárgyért valaha kínáltak.

A tenyésztett állatokhoz kapcsolódó szóhasználatból kölcsönzött pedigré terminus pontosan megragadja annak lényegét, amit az afrikai művészet domesztikációjának nevezhetünk (az autentikusságot az előbbiek esetében is a leszármazás tisztasága alapján ítélik meg). Vad, felfedezetlen állapotában az afrikai művészet még nyers, jelentés nélküli és értéktelen a

nyugati gyűjtő számára. A kisajátítás és az ellenőrzött tulajdonosváltás révén megszelídített afrikai műtárgyak azonban már részévé válnak a művészet tágan értelmezett kategóriájának. Egy másik kifejezés, amely összefügg az autentikusság megítélésével, és ugyancsak az állatvilág területéről származik, a vizsgálat [vetting]. E kifejezés szó szerinti jelentése: az állatok orvosi vizsgálata, a műtárgy-kereskedők azonban a tárgyak aprólékos ellenőrzését jelölik ezzel a terminussal, amelynek célja a hamisítványok és az előállítás után véghezvitt változtatások leleplezése. Az utóbbi időben azonban a régiségkereskedelemben már nem tartják helyénvalónak e kifejezés használatát. „A többség véleménye szerint, míg a vizsgálat [vetting] kifejezés kétségtelenül helyénvaló a lovak és a marhák esetében – a főnév végül is az állatorvos [veterinarian] szóból ered –, nincs helye abban a civilizált társadalomban, amelyet a régiségkereskedők kiszolgálnak, és amelyhez néhányan maguk is tartoznak" (Swan 1989: 96). Az afrikaiműtárgy-kereskedelemben, ahol a civilizált társadalom kánonjai talán nem mindig érvényesülnek, sem a terminus, sem a gyakorlat nem ütközött hasonló ellenállásba.

Cseregyöngyök és az egzotikum újjáteremtése

Az Európában gyártott színes üveggyöngyök a tengerjáró kereskedők közvetítésével már a 15. században eljutottak Nyugat-Afrikába. Az európai kereskedelem part menti enklávéiban a gyöngyöket csereeszközökként használták: az európaiak afrikai pálmaolajat, elefántcsontot, aranyat és rabszolgákat kaphattak értük cserébe. Gazdasági szerepük mellett az importgyöngyök a nemzetközi diplomáciában is szerepet játszottak – a politikai és kereskedelmi kapcsolatháló létfontosságú pontjait uraló főnökök jóindulatának elnyerésére szolgáltak. Az üveggyöngyök külföldi fogyasztók számára történő rendszeres gyártása a 13. században kezdődött Velencében. A felfedezések korában a termelés és export folyamatosan nőtt. A fokozódó kereslet következtében a velencei manufaktúráknak holland, cseh és morva gyöngykészítőkkel kellett felvenniük a versenyt. Az új technológiák kifejlesztésének és a világpiac gyors bővülésének köszönhetően az európai gyöngygyártás a 19. század közepén érte el csúcspontját (Francis 1979; Dubin 1987: 107–114).

Az európai cseregyöngyök sok nyugat-afrikai kultúra társadalmi, politikai és gazdasági jelképrendszerének részeivé váltak. Mivel kifejezték viselőjük hatalmát és vagyonosságát, a társadalmi rang szimbólumainak minősültek. Ünnepi alkalmak idején az öregek és más méltóságok viselték őket azért, hogy megjelenítsék státuszukat és presztízsüket. Azok a fiatal nők, akik már átestek a beavatási szertartáson, import darabokból álló gyöngysorokat vagy gyönggyel kivarrt köténytviselhettek azon táncok alkalmával, amelyeket nagykorúvá válásuk ünnepén adtak elő. A gyöngyök, akárcsak az öltözködés, a tetoválások és a hegminták, a csoporttagságot is jelezték (Steiner 1990). A gyöngyök részévé váltak az öltözködés valamennyi aspektusának és a szobrok és maszkok díszítőelemeiként a vizuális művészetekben is helyet kaptak.

Egyes gyöngyöket, különösen a nagyméretű velencei chevron gyöngyöket, többre értékeltek másoknál, és az uralkodó osztály tagjai számára tartották fenn. A külföldi gyöngyök használatával kapcsolatban a Swazi királyságban Hilda Kuper arról számol be, hogy amikor „a kereskedelmi áruk – különösen a gyári szövetek és a porcelángyöngyök – [a helyi politika esztétikájának] részévé váltak, a király és egyes vidékeken a főnökök is kapcsolatot építettek ki egyes kereskedőkkel, és néhányukat arra utasították, hogy ugyanolyan mintájú darabokat ne adjanak el más családoknak" (1973: 355).



9. kép. *Amerikai galériatulajdonos, miközben egy hausa kereskedőtől cseregyöngyöket vásárol a treichville-i piacon. Abidjan, 1987. december*

A monetáris fizetőeszközök gyarmatosítás korabeli bevezetése óta az európai gyöngyöket már nem használják csereeszközökként – azok talán csak a rituális menyasszonyváltság részeként maradtak fenn egyes közösségekben. A cseregyöngyök, különösen a városi nők körében, szinte teljesen elvesztették vonzerejüket mint díszes kiegészítők. Napjaink Elefántcsontpartján, ahol a nyugati divatot francia magazinok árusításával és hetente sugárzott amerikai televízió-sorozatokkal népszerűsítik, a legtöbb afrikai nő már nem akarja magát a rabszolgakereskedelem korához kapcsolódó gyöngyökkel felékesíteni. A fiatal nők ehelyett európai stílusú arany, ezüst, fém és műanyag ékszereket viselnek, vagy helyi készítésű, aranynyal futtatott ötvös termékeket. Azok az afrikai nők, akik még mindig vásárolnak európai cseregyöngyöket a helyi piacokon, vagy gyógyítók, vagy egyéb rituális specialisták, akik spirituális erejük miatt tartják továbbra is értékesnek e gyöngyöket (Cole 1975).

A gyöngyök piaci árát az afrikai kereskedők szabják meg a külföldi vásárlók igényeinek és a helyi kínálat mértékének egyidejű figyelembe vételével. Kivételt képez – s ez rávilágít arra, hogy egyes szektorokban a gyöngyök iránti afrikai kereslet folyamatos maradt – egy különleges, fekete alapon kék és fehér „arcmintás", lapos felületű gyöngy, amelynek ára aránytalanul magas a hozzá hasonló gyöngyökéhez képest. A szokatlanul magas ár az akan etnikai csoport nőtagjai által támasztott jelentős helyi kereslet eredménye, akik szimbolikus és gyógyító ereje miatt értékelik sokra ezt a gyöngyöt (Picard 1986). Mivel a különböző piacokon tevékenykedő kereskedők tisztában vannak azzal, hogy e magas árat csak egy korlátozott helyi vevőkör hajlandó kifizetni értük, ezeket a gyöngyöket általában elkülönítve, az általuk használt ülőalkalmatosság alá rejtve tárolják.

A fenti kivételtől eltekintve a cseregyöngyök iránti *afrikai* keresletet az elmúlt évtizedekben felváltotta az *európai* kereslet. Így, bár az európai gyöngyök használata az afrikaiak között visszaesett, a speciális utakat bejáró cseregyöngyök továbbra is jelen vannak a nemzetközi kereskedelemben (9. kép).[23] Ugyanazokat a gyöngyöket, amelyeket az afrikaiak évszázadokon keresztül oly nagyra becsültek, most épp azon területek lakói keresik, ahonnan a gyöngyök eredetileg származtak. Bár maguk a gyöngyök alapvetően nem változtak meg – némelyik esetleg simább vagy kerekdedebb lett a használattól, másokon kis repedések jelentek meg – jelentésük drámai változáson ment keresztül.

Ma az abidjani piacokon (különösen Treichville-ben) az európai eredetű gyöngyöket hatalmas mennyiségben kínálják megvételre a külföldi turistáknak, kereskedőknek és gyűjtőknek (10. kép). Az árusok megélhetése a turistákkal és más látogatókkal lebonyolított üzletektől függ. A gyöngyök értékesítésére szolgáló technikák egyike, hogy az árus megpróbálja meggyőzni vásárlóját arról, hogy már más (az aktuális vevőhöz hasonló) külföldiek is vásároltak ilyen „egzotikus" ékszereket és viselték is azokat. Az abidjani Cocody piac egyik árusa az *Elle* magazin (1987. április 20-i) bekeretezett címlapját rakta standjának közepére, amely egy afrikai cseregyöngyöket és gyöngykarkötőket viselő elbűvölő európai modellt ábrázol. A vevőknek címzett üzenet egyértelmű: ha ő (a modell) elég divatosnak találta, bizonyára elég divatos lesz *önnek* is.[24]

---

23 Az újbóli forgalomba kerülés során a gyöngyök az egész gazdasági világrendszert behálózó, hosszú utat járnak be. A hírek szerint például azok az Afrikából származó gyöngyök, amelyek az 1970-es években elárasztották az Egyesült Államok piacát, ma az ázsiai, fülöp-szigeteki, mexikói és guatemalai keresletet elégítik ki (Liu 1975: 1). Az USA délnyugati és északnyugati partvidékén, valamint Alaszkában az afrikai kereskedelemből származó gyöngyöket úgy árulják a turistáknak, mint a bennszülött amerikai gyöngykereskedelem autentikus darabjait (i. m. 1).

24 A közel-keleti áralkuról szóló esszéjében Fuad Khuri a libanoni szőnyegkereskedők hasonló kereskedelmi



10. kép. *Fiatal hausa árus eladásra szánt cseregyöngy-készletét mutatja piaci standjánál. Abidjan, Treichville negyed. 1988. július*

A legtöbb árus egy kereskedőkből és magángyűjtőkből álló, állandó vevőkörrel is rendelkezik. Számos Abidjanba települt gyöngyrajongó szoros kapcsolatot épített ki a legnagyobb gyöngyszállítók valamelyikével. Az általuk kínált valamivel magasabb ár vagy az alkalmi kölcsönök segítségével e gyűjtők arra sarkallják beszállítóikat, hogy biztosítsák számukra, hogy az új áruból elsőként ők válogathassanak. Ez a módszer a Kuper által említett swazi fogyasztáskorlátozó rendeleteket juttatja eszünkbe, amelyek az európai kereskedők által az afrikaiak között értékesített gyöngyökre vonatkoztak. Most az európaiak ugyanezen gyöngyök önmaguk közötti elosztását szabályozzák gazdasági ösztönzők segítségével – a beszállítók csoportját azonban ma már afrikaiak alkotják.

Csakúgy, mint régen, a gyöngyöket ma is „egzotikus" mivoltukért becsülik sokra. Az afrikaiak, akik földjük gazdagságáért cserébe jutottak hozzá az import gyöngyökhöz, azért vágytak rájuk annyira, mert azok távoli vidékről kerültek hozzájuk, helyben elérhetetlennek bizonyultak, és olyan színekkel és mintákkal rendelkeztek, amelyeket a helyben ismert technológiákkal nem lehetett volna előállítani. E gyöngyök presztízzsel felruházott javakká váltak annak köszönhetően, hogy megjelenítették a hatalommal rendelkező idegennel kialakí-

stratégiáját írja le: „Az árus (…) amikor amellett érvel, hogy a vevőéhez hasonló státuszú vásárlók ugyanolyan terméket vásároltak tőle, különféle asszociációkat használ annak érdekében, hogy a terméket a vásárlóhoz kapcsolja. Az egyik szőnyegárus a következőket mondta egy amerikainak, aki egy bukharai szőnyeget akart megvásárolni: »Legtöbbször amerikaiakkal üzletelek, vagy olyanokkal, akik a Bejrúti Amerikai Egyetemen dolgoznak. Elégedettek a szőnyegeimmel és az áraimmal. Nézze csak a képeslapokat, amelyeket tőlük kaptam! Mindannyian elégedettek a velem kötött üzlettel«" (1968: 701).

tott kapcsolatot. Azok az utazók, akik manapság Nyugat-Afrika piacain megvásárolják a régi cseregyöngyöket, – részben legalábbis – azért vonzódnak hozzájuk, mert hosszú afrikai tartózkodásuk eredményeként azok *ismét* egzotikusakká váltak. Újfent szimbolikus jelentőségre tettek szert. A jelen esetben azonban a gyöngyök szimbolikája az ősi, hagyományos Afrika romantikus víziójával való találkozás üzenetét közvetíti. Volt idő, amikor a cseregyöngyök azért voltak népszerűek, mert idegenek és európaiak voltak, most pedig azért jöttek újra divatba, mert „etnikaivá" [ethnic] váltak, és ennek köszönhetően *még mindig idegenek*.

Az importáruk asszimilációja, vagy másként fogalmazva: „naturalizálása", nem egyedülálló jelenség a gyöngyök történetében. Olyan folyamatról van szó, amely eltérő kontextusokban és különböző korokban már lejátszódott. Vilmos és Mária uralkodása idején Nagy-Britanniában tett utazásai során Daniel Defoe megfigyelte, hogy a finom kelet-indiai kalikó viselése és a kényes porcelántárgyak megjelenése a berendezési tárgyak között olyannyira részévé vált az angol ízlésnek, hogy mindezek már sokkal inkább az „angolságot" reprezentálták, semmint a „másságot" (Bunn 1980: 306). Hasonló folyamat ment végbe akkor is, amikor a kereskedő afrikai nők helyi neveket adtak az Európából importált, gyári készítésű ruhadaraboknak, amelyeket a helyi piacokon árultak. Ezekhez a nevekhez csoportspecifikus jelentések és metaforák kapcsolódtak, amelyek a külföldi árucikket a helyi „termelés" produktumává tették (Touré 1985).

Epilógus: hamis maszkok és hamis modernitás

A plateau-i piacon egyszer a következő csereügyletnek voltam szemtanúja, amely egy afrikaiműtárgy-kereskedő és egy fiatal európai turista között jött létre. A turista egy dan maszkot akart megvásárolni, amelyet az árus faládájából választott ki a piac hátsó részén. Azt mondta, kevés a pénze, ezért Seiko karóráját ajánlotta fel cserébe a maszkért. Az árussal folytatott párbeszéd során gyakran hangot adott a maszk „valódiságával" kapcsolatos aggodalmának. Az alkudozás során például többször megkérdezte az eladótól: „Ez tényleg régi?", „Viselték?". Míg a turista a maszk autentikusságát kérdőjelezte meg, addig a kereskedő a felkínált karóra hitelességében kételkedett. „Ez eredeti Seiko – kérdezte –, vagy csak másolat?" Miközben a turista a maszkot vizsgálgatta – a használat és az idő nyomait keresve rajta –, azalatt az árus az órát vetette alá tüzetes vizsgálatnak, több kereskedő véleményét is kikérve annak autentikusságával kapcsolatban.

Bár a turista és az árus között lezajló bárbeszéd bizonyos mértékig talán abszurdnak tűnik, az a modern transznacionális kereskedelem egy mélyen rejlő problémájára mutat rá: az autentikussággal kapcsolatos félelemre és a megtévesztés krízisére. Míg a plateau-i piac egyik felének polcain az úgynevezett „hagyományos" művészeti formák másolatai sorakoznak, addig a másik felét – az út túloldalát – a modernitás fogalmához társított gyenge minőségű másolatok töltik meg: hamis Levi's farmerek és Christian Dior övek, Michael Jackson és Madonna kalózfelvételei. Ahogyan a nyugati vásárló a „primitív" életstílus autentikus szimbólumait reméli Afrikától, az afrikai vásárló a modern életstílus autentikus szimbólumait reméli a nyugattól. Miközben mindkét fél az „eredetit" keresi a másik kultúrájában, az afrikai kereskedő és a nyugati turista is gyakran olyasmire akad rá, ami csak megközelítőleg „igazi" – az autentikusság szóképeire, amelyek egy elképzelt valóság gazdagsága helyett állnak.

„Mi itt Afrikában jobban szeretjük azokat a dolgokat, amelyeket európaiak készítettek, mint azokat, amelyeket mi magunk" – magyarázta Abdurrahman Madu. „Amikor egy európai Afrikába jön, afrikai dolgokat vásárol – bouboukat, textíliákat, maszkokat, és ehhez hasonlókat. Azért szereti őket, mert afrikaiak, és nem ott készültek, ahonnan ő jött. Ugyanez igaz ránk is. Mi azt akarjuk, amivel az európaiak rendelkeznek (…) Ha több pénzem lenne, európai műtárgyakat vásárolnék, miközben a mi műtárgyainkat az európaiak gyűjtenék továbbra is. Ez már csak így megy." (6/25/91). Egy globális dialektika kontextusában szemlélve a nemzetközi fogyasztó autentikusság-keresése alátámasztja azt az elképzelést, amely szerint a távoli gyűjtők újra feltalálják vágyaik tárgyait. Míg az afrikai művészet autentikusságáról alkotott nyugati vélekedések úgy épülnek fel, hogy előnyben részesítik az olyan esztétikai formákat, amelyekről úgy vélték, hogy a múltban léteztek – vagyis olyan világokról szólnak, amelyek soha nem léteztek, de létezhettek volna –, a nyugati autentikusságról alkotott afrikai elképzelések a jövőre irányulnak – olyan világok felé, amelyek még nem léteznek, de egy napon létrejöhetnek.

Fordította *Berta Péter* és *Szappanos Kata*

Hivatkozott irodalom

Adams, Monni (1989): African Visual Arts From an Art Historical Perspective. *African Studies Review* 32 (2): 55–103.

Allison, Philip, et al. (1976): Fakes, Fakers, and Fakery: Authenticity in African Art. *African Arts* 9 (3): 21–31, 48–74, 92.

Alsop, Joseph (1982): *The Rare Art Traditions: The History of Art Collecting and Its Linked Phenomena*. Princeton: Princeton University Press.

Anderson, Benedict (2006): *Elképzelt közösségek: gondolatok a nacionalizmus eredetéről és elterjedéséről*. Budapest: L'Harmattan–Atelier.

Anonymous (1977): *African Art: A Selection from Two Private Collections*. Magánkiadás.

Anonymous (1982): African Art. *Collector-Investor* május: 14–17.

Arnau, Frank (1963): *Művészethamisítók, hamisítók művészete. Háromezer év a hamisított műalkotások történetéből*. Budapest: Képzőművészeti Alap Kiadóvállalata.

Baker, Herbert (1973): On Appraising African and Oceanic „Primitive" Art. *Valuation* december: 1–7.

Bascom, William (1976): Changing African Art. In *Ethnic and Tourist Arts.* Nelson H. H. Graburn (szerk.). Berkeley: University of California Press, 303–319.

Baudrillard, Jean (1972): *Pour une critique de l'économie politique du signe.* Paris: Gallimard.

Ben-Amos, Paula (1971): *Social Change in the Organization of Wood Carving in Benin City, Nigeria*. PhD disszertáció, Antropológia Tanszék, Indiana University.

Benjamin, Walter (1969): A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korszakában. In uő.: *Kommentár és prófécia*. Budapest: Gondolat, 301–334.

Blier, Suzanne Preston (1988–1989): Art Systems and Semiotics: The Question of Art, Craft and Colonial Taxonomies in Africa. *The American Journal of Semiotics* 6 (1): 7–18.

Bourdieu, Pierre, Alain Derbel és Dominique Schnapper (1990): *The Love of Art: European Art Museums and their Public.* Stanford: Stanford University Press.

Bunn, James H. (1980): The Aesthetics of British Mercantilism. *New Literary History* 11 (2): 303–321.

Carpenter, Edmund (1975): Collecting Northwest Coast Art. In *Indian Art of the Northwest Coast,* Bill Holm és Bill Reid (szerk.). Seattle: University of Washington Press. 9–49.

Clifford, James (1985): Histories of the Tribal and the Modern. *Art in America* 73 (4) 164–177.

Clifford, James (1987): Of Other Peoples: Beyond the „Salvage Paradigm". In *Discussions in Contemporary Culture.* 1. kötet. Hal Foster (szerk.). Seattle: Bay Press. 121–130.
Cole, Herbert M (1975): Artistic and Communicative Values of Beads in Kenya and Ghana. *The Bead Journal* 1 (3): 29–37.
Cole, Herbert M. és Doran H. Ross (1977): *The Arts of Ghana.* Los Angeles: Museom of Cultural History, University of California.
Coquery-Vidrovitch, Catherine és Paul E. Lovejoy (szerk.) (1985): *The Workers of African Trade.* Beverly Hills: Sage Publications.
Danto, Arthur (2003): *A közhely színeváltozása: művészetfilozófia*. Budapest: Enciklopédia.
Delcourt, Jean Paul és Giovanni Franco Scanzi (1987): *Potomo Waka.* Milan: Editions Lediberg.
Dubin, Lois Sherr (1987): *The History of Beads.* New York: Harry N. Abrams.
Errington, Shelly (1989): Fragile Traditions and Contested Meanings. *Public Culture* 1 (2): 49–59.
Errington, Shelly (megjelenés előtt): Artifacts into Art. In *Collections and Culture: Museums and the Development of American Life and Thought.* Michael Lacey és Sally Kohlstedt (szerk.).
Fabian, Johannes (1983): *Time and the Other: How Anthropology Makes its Object.* New York: Columbia University Press.
Fagg, William B. (1965): *Tribes and Forms in African Art.* New York: Tudor.
Faris, James C. (1988): „ART/artifact": On the Museum and Anthropology. *Current Anthropology* 29 (5): 775–779.
Francis, Peter Jr. (1979): *The Story of Venetian Beads.* The World of Beads Monograph Series. 1. köt. New York: Lapis Route Books.
Gerbrands, Adrian A. (1990): The History of African Art Studies. In *African Art Studies: The State of the Discipline.* Washington, DC: National Museum of African Art, Smithsonian Institution, 11–28.
Graburn, Nelson H. H. (szerk.) (1976): *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Foruth World.* Berkeley: University of California Press.
Greenblatt, Stephen (1990): Resonance and Wonder.*Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences* 43 (4): 11–34.
Guido (Abidjan) (1988): *Mary-Laure Grange Césaréo: A la recherche d'une esthétique.* 254. sz. 64–67.
Guillaume, Paul és Thomas Munro (1926): *Primitive Negro Sculpture.* New York: Harcourt, Brace & Co.
Handler, Richard (1986): Authenticity. *Anthropology Today* 2 (1): 2–4.
Haraway, Donna (1984/85): Teddy Bear Patriarchy: Taxidermy in the Garden of Eden, New York City, 1908–1936. *Social Text* 11: 19–64.
Jamin, Jean (1982): Objets trouvés des paradis perdues: A propos de la Mission Dakar-Djiouti. In *Collections passion,* Jacques Hainard és Roland Kaehr (szerk.). Nauchâtel: Musée d'Ethnographie, 69–100.
Jamin, Jean (1985): Les Objets ethnographiques sont-ils des choses perdues? In *Temps perdu, temps retrouvé: Voir les choses du passé au présent.* Jacques Hainard és Roland Kaehr (szerk.). Nauchâtel: Musée d'Ethnographie, 51–74.
Jules-Rosette, Bennetta (1984): *The Messages of Tourist Art: An African Semiotic System in Comparative Perspective.* New York: Plenum Press.
Jules-Rosette, Bennetta (1990): Simulations of Postmodernity: Images of Technology in African Tourist and Popular Art. *Visual Anthropology Review* 6 (1): 29–37.
Kaeppler, Adrienne L. (1978): *„Artificial Curiosities": An Exposition of Native Manufactures Collected on the Three Pacific Voyages of Captain James Cook, R. N.* Honolulu: Bishop Museum Press.
Kamer, Henri (1974): De l'authenticité des sculptures africanes. *Arts d'Afrique Noire* 12: 17–40.
Kasfir, Sidney Littlefield (1984): One Tribe, One Style: Paradigms in the Historiography of African Art. *History of Africa* 11: 163–193.
Kasfir, Sidney Littlefield (1992): African Art and Authenticity: A Text With a Shadow. *African Arts* 25 (3): 40–53, 96–97.
Khuri, Fuad I. (1968): The Etiquette of Bargaining in the Middle East. *American Anthropologist* 70: 698–706.
Kuper, Hilda (1973): Costume and Identity. *Comparative Studies in Society and History* 15 (3): 348–367.
Kuspit, Donald B. (1990): *The Psychoanalyst-Collector's Relation to Art Objects*. Az Arthur M. Sackler Múzeumban elhangzott előadás, Harvard University, május 24.
Lehuard, Raoul (1976): Sacred and Profane. *African Arts* 9 (3): 73–74.
Leuzinger, Elzy (1960): *Africa: The Art of the Negro People.* New York: McGraw-Hill.
Liu, Robert K. (1975): Editorial. *The Bead Journal* 2 (2): 1.
Lowenthal, David (1985): *The Past is a Foreign Country.* Cambridge: Cambridge University Press.
MacClancx, Jeremy (1988): A Natural Curiosity: The British Market in Primitive Art. *RES: Anthropology and Aesthetics* 15: 164–176.

Maurer, Evan (1981): Caveat Ethos: Unmasking Frauds in Ethnographic Art. *National Arts Guide* 3 (2): 22–25.
McLeod, M. D. (1976): Limitations of the Genuine. *African Arts* 9 (3): 31, 48–51.
Mudimbe, V. Y. (1988): *The Invention of Africa*. Bloomington: Indiana University Press.
Northern, Tamara (1986): *Expressions of Cameroon Art: The Franklin Collection.* Beverly Hills, CA: Rembrandt Press.
Picard, John és Ruth (1986): *Tabular Beads from the West African Trade.* Carmel: Picard African Imports.
Pitt-Rivers, A. H. (1875): Principles of Classification. *Journal of the Anthropological Institute* 4: 293–308.
Price, Sally (1989): *Primitive Art in Civilized Places.* Chicago: University of Chicago Press.
Provost, Carl K. (1980): The Valuation of Traditional Art: Special Problems in Connoisseurship. *Valuation* november 136–149.
Reif, Rita (1988): It May Look Like a Hoe, but It's Really Money. *The New York Times,* október 30., H szekció 37.
Reif, Rita (1990): Auctions. *The New York Times* február 9. 32.
Rubin, William (1984): Modernist Primitivism: An Introduction. In *„Primitivism" in 20th-Century Art: Affinity of the Tribal and the Modern.* 2 kötet. New York: The Museum of Modern Art. 1–79.
Schoffel, Alain (1989): Notes ont he Art Fakes Which Have Recently Appeared in the Northern Philippines. *Art Tribal: Bulletin of the Musée Barbier-Mueller* 1: 11–23.
Segy, Ladislas (1958): *African Sculpture.* New York: Dover Publications.
Shils, Edward (1981): *Tradition.* Chicago: University of Chicago Press.
Sieber, Roy (1976): Forgeries withouth Forgers. *African Arts* 9 (3): 22–24.
Simpson, Donald (1975): *Dark Companions: The African Contribution to the European Exploration of East Africa*. New Yorka: Barnes & Noble.
Silberman, James M. (1976): Prepairing the Appraisal for Traditional or Primitive Art Properties. *Monographs* 7 (3): 58–64.
Steiner, Christopher B. (1986): Of Drums and Dancers: Convention and Reality in Portrayals of Non-Western Peoples in European Accounts of Discovery and Exploration. *The Harvard Review* 1 (1): 104–129.
Steiner, Christopher B. (1990): Body Personal and Body Politic: Adornment and Leadership in Cross-Cultural Perspective. *Anthropos* 85 (4–6): 431–445.
Swan, Jon (1989): Guaranteed Genuine. *Connoisseur* április: 96–101.
Touré, Abdou (1985): Les Femmes et le noms des pagnes. In *Les petits métiers á Abidjan.* Paris: Karthala, 127–138.
Van Beek, Walter E. (1988): Functions of Sculpture in Dogon Religion. *African Arts* 21 (4): 58–65, 91.
Vasari, Giorgio (1973): *A legkiválóbb festők, szobrászok és építészek élete.* Budapest: Helikon.
Vogel, Susan (1981): Collecting African Art at the Metropolitan Museum of Art. *Quaderni Poro* 3: 75–83.
Vogel, Susan (szerk.) (1988): *The Art of Collecting African Art.* New York: The Center for African Art.
Wallis, Brian (1991): Selling Nations. *Art in America* 79 (9): 84–91.
Ward, Michael (1988): Introduction. In *Symbols of Wealth: Abstractions in African Metalwork,* New York: Michael Ward Gallery.
Willett, Frank (1971): *African Art: An Introduction*. New York: Praeger.

Berta Péter

A tárgyak identitáspolitikája

A patinahamisítás mint alkalmi megélhetési/politikai stratégia és a gábor presztízstárgygazdaság

1. Tárgyidentitások és tárgyidentitás-politikák

Számos szerző (Lury 1996; Storey 1999: 134–135; Elliott 2004) amellett érvel, hogy a posztmodern identitást a performativitás, a többszörösség, a decentralizáltság, a befejezetlenség, valamint a kultúra és a történelem kontextusában való megalkotottság jellemzi. De vajon indokolja-e bármi azt, hogy az identitás fogalmát kizárólag személyekkel kapcsolatban alkalmazzuk, következetesen elkülönítve egymástól a személyek és a dolgok világát? Ha identitásainkat gyakran a tárgyhasználat médiuma segítségével alkotjuk és jelenítjük meg, többek között úgy, hogy genderizálunk, etnicizálunk, nemzetiesítünk bizonyos tárgyakat, miért ne beszélhetnénk a tárgyak esetében is a használók által létrehozott és nekik tulajdonított identitásokról? Hasonlóképpen Hoskins (2006: 74–75) terminológiájához, amellett érvelek, hogy miközben osztályokba soroljuk a tárgyakat, társadalmilag konstruált identitásokat társítunk hozzájuk. Az olyan kategóriákat, mint az árucikk, az ajándék, a társadalmi nemi, nemzeti vagy etnikai identitásszimbólum, a továbbiakban tárgyidentitásoknak tekintem, és azt állítom, hogy a posztmodern identitásra jellemző, korábban említett tulajdonságok a tárgyak világától sem idegenek.

Performativitás. Annak, hogy a tárgyhasználat az identitások cselekvésen keresztüli megalkotásának és megjelenítésének gyakran igénybe vett színtere, egyfajta *performatív terep,* kiváló példája az identitásszimbólumokként felfogott (nemzetiesített, etnicizált stb.) tárgyak fogyasztása (vö. Foster 1999; Wai-Tenf Leong 2001; Caldwell 2002; Guy 2003; Fox 2006 stb.). Az identitásszimbólumokhoz való viszony különböző módozatai (hivalkodó fogyasztás, elkerülés, nyilvános megsemmisítés stb.) gyakran olyan identitásüzenetként értelmezhető gyakorlatok, amelyek hangsúlyos szerepet játszanak a társadalmi csoportok közötti szimbolikus határépítés, a társadalmi távolság-közelség kialakítása és kifejezése során. A tárgyak és a tárgyhasználat e jelentésközvetítő szerepét Tilley (2002: 25; vö. Gell 1998: 16–23) a hasz-

nálók által létrehozott és a tárgyaknak tulajdonított „kommunikatív ágenciaként" definiálja. Terminusát némiképp átalakítva a tárgyakat olyan dolgokként is jellemezhetjük, amelyeket *performatív ágenciá*val ruházunk fel a hétköznapi interakciók során.

Többszörösség. A tárgyak gyakran több tárgyosztályba is besorolhatóak, vagyis – hasonlóan a személyekhez – kiterjedt identitásrepertoárral rendelkezhetnek. Az a helyi stílusban készült kézművesipari termék, amelyet a turista megvásárol, lehet elsősorban a lokalitás szimbóluma, a „saját kulturális örökség" része (a helyi lakosok), árucikk (a kereskedő), emléktárgy (a turista) vagy ajándék (a hazatérő által megajándékozott személy).

Decentralizáltság. A tárgyidentitások közötti viszony nem írható le egy mindenütt érvényes, változatlan dominancia-sorrend formájában. Az, hogy társadalmi karrierjének valamely periódusában egy tárgy melyik identitása válik meghatározóvá, a használó/szemlélő értelmezői pozíciójának függvénye. (Lásd a többszörösséggel kapcsolatos példát.) Akárcsak a személyekhez társuló, úgy a tárgyaknak tulajdonított identitások közötti dominanciaviszonyok is kontextusérzékenyek.

Befejezetlenség. Azon identitások száma, amelyek társadalmi karrierje során egy tárgyhoz kapcsolódhatnak, a keletkezés pillanatában nem jósolható meg előre. A sorozatgyártás révén előállított tömegtermék szingularizálódhat (Kopytoff 1986), például oly módon, hogy generációról generációra hagyományozódva családi emléktárggyá alakul át. Más esetekben egyedi darabok, stílusjegyek vagy minták válnak a sokszorosítás és kommodifikáció tárgyaivá az autentikusság és egzotikum iránti fogyasztói igények kielégítésére törekvő turizmusipar tevékenysége nyomán. Az identitásrepertoár bővülése úgy is végbemehet, hogy társadalmi csoportok saját identitásszimbólumaikká transzformálnak (etnicizálnak, nemzetiesítenek) bizonyos tárgyakat, tárgytípusokat stb.

A kultúra és a történelem kontextusában való megalkotottság. A tárgyidentitások jellemzően kulturálisan meghatározott társadalmi termékek. Az, hogy valamely kulturális kontextusban mely tárgyak minősülnek nemzeti vagy társadalminemi identitásszimbólumnak, elidegeníthetetlennek, ajándéknak vagy árucikknek, a tárgyak egymáshoz való viszonyával, jelentésével és értékével foglalkozó, akkor és ott érvényesnek tekintett értékrezsim(ek) (vö. Appadurai 1986) függvénye. Vagyis: ugyanahhoz a tárgytípushoz eltérő kulturális kontextusokban más-más identitások kapcsolódhatnak. Számos tárgyidentitás létezését kifejezetten a történelembe ágyazottság indokolja. Tipikusan a múlt indexikus reprezentációinak tekintett tárgyak közé sorolható például a szuvenír, az ereklye, valamint – az esetek egy részében – a múzeumi kiállítási tárgy. Ezek közös vonása, hogy értékük és jelentésük definiálása során kitüntetett szerep jut a hozzájuk társított kulturális életrajzoknak (Kopytoff 1986).

Ha a tárgyak társadalmilag konstruált identitásokkal rendelkeznek, beszélhetünk-e esetükben identitáspolitikáról? Amellett érvelek, hogy igen, mégpedig két értelemben is.

a) *Az identitáspolitikák tárgyai.* Egyrészt, amint arra már utaltam, a tárgyhasználat olyan médium, amely gyakran válik az önreprezentációért és az elismertetésért (vö. Calhoun 1994) küzdő csoportok fegyvertárának részévé, vagyis az identitáspolitika eszközévé, illetve színterévé. Kiváló például szolgálnak erre azok a tanulmányok, amelyek a korlátozott forrásként értelmezett identitásszimbólumok kisajátításáért folyó „tulajdonlási versenyek" (Harrison 1995: 258–260) elemzésével foglalkoznak. Lásd többek között a kolozsvári egyetem (Magyari-Vincze 1999), vagy az ugyancsak kolozsvári Mátyás-szobor (vö. Feischmidt 2002) mint etnikai identitásszimbólumok kisajátítása, „etnikai identitásuk" definiálása körül kibontakozó vitákat. Ugyancsak ide sorolhatóak azok a törekvések, amelyek egyes ame-

rikai indián érdekvédelmi szervezetek (vö. Brown 1997; Tsosie 1998; Glass 2004) részéről fogalmazódtak meg a közelmúltban, és amelyek célja az, hogy visszaszerezzék, kizárólagos felügyeletük alá vonják azokat az elődeiktől származó, ma múzeumok és egyetemek tulajdonát képező tárgyakat, amelyekre saját kulturális örökségük elidegeníthetetlen részeiként, etnikai/kulturális identitásszimbólumokként tekintenek. (Több állam [Egyiptom, Görögország stb.] is hasonló követelést fogalmazott meg olyan külföldi múzeumokkal szemben, amelyek területükről a 19–20. században elszállított, általuk jelentős identitásértékkel felruházott tárgyi emlékek jelenlegi tulajdonosai.) A tárgyhasználat és az identitáspolitika közötti szoros kapcsolatról árulkodnak azok az esetek is, amikor a rivalizáló csoportok „a másik" identitásszimbólumaira irányuló provokációk (zászlóégetés, sír- és emlékműrongálás stb.) révén intéznek „szimbolikus támadást" egymás ellen (vö. Harrison 1995). A tárgyak identitáspolitikai jelentősége az említett esetekben abból fakad, hogy azok a csoport önreprezentációjának meghatározó, érzelmi és identitásértékkel felruházott eszközei. A hangsúly nem magukon a tárgyakon, hanem a tárgyhasználat nyelvén előadott, rivalizáló társadalmi identitásokon van.

b) *A tárgyak identitáspolitikája.* A tárgyhasználat és az identitáspolitika kapcsolata azonban más természetű is lehet. Azokra a stratégiákra és technikákra is érdemes az identitáspolitika kifejezéssel utalnunk, amelyek egy konkrét tárgy identitásrepertoárjának manipulálására irányulnak.

Az ide sorolható törekvések célja többnyire az identitáshamisítás, vagyis az, hogy *a)* a kérdéses tárgy egy olyan tárgykategória elemeként tűnjön fel, amelynek valójában nem része, vagy *b)* egy olyan konkrét tárggyal azonosítsák azt, amellyel nem azonos. Kiváló például szolgálnak erre a képzőművészeti alkotásokkal kapcsolatos hamisítások (vö. Szilágyi 1987; Jones 1990, 1992; Radnóti 1995; Dutton 2003), a márkahamisítás esetei (vö. Jamieson 1999), vagy a Steiner (1994) által említett alábbi példa. Steiner az „autentikus afrikai művészet" címkével ellátott tárgyak kultúraközi kereskedelmét vizsgálva a tárgyaknak tulajdonított etnikai identitás meghamisításának egy sajátos esetére hívja fel a figyelmet. A helyi afrikai kereskedők, érvel Steiner, marketingstratégiáikat részben az arra vonatkozó ismereteikhez igazodva alakítják ki, hogy vásárlóik miként értelmezik az „autentikus afrikai művészet" fogalmát. „A piacokon eladásra kínált számos művészeti tárgyat etnikai stílusa alapján osztályozzák: dan maszkok, szenufó alakok, baule fésűk stb. A legtöbb esetben kizárólag az etnicitás az, amely a művészeti tárgyak meghatározása és osztályozása során perdöntővé válik. (…) Akár tudja a kereskedő, hogy a tárgyat melyik etnikai stílus szerint faragták, akár nem, a vevőt *mindig* ellátja egy etnikai eredetmagyarázattal – ennek elmulasztása ugyanis könnyen veszélybe sodorhatná a tranzakciót. (…) Azok esetében, akik képtelenek felismerni az etnikai vonásokat, a gyakorlat az, hogy mindent bauleként azonosítanak: »Ez baule, akárcsak maga az elnök« (…)" (Steiner 1994: 91–92). A hangsúly itt elsősorban magukon a tárgyakon, a nekik tulajdonított identitásokon és kulturális életrajzokon, valamint azok manipulálásán van. Amit a hamisítók meghamisítanak, az a nominális autentikusság, vagyis – Dutton (2003) definícióját követve – a tárgy eredete, származása vagy társadalmi karrierje.

Emellett a tárgyak identitáspolitikája azokat a társadalmi vagy szakmai vitákat, jelentésdefiníciós küzdelmeket is magában foglalja, amelyek egy tárgy(típus) valamely identitása körül bontakoznak ki. Amikor egy település lakói a lokalitástudat megkonstruálásán és materializálásán fáradozva kisebb, saját érdekeiket és értékeiket előtérbe helyező, egymással rivalizáló csoportokba tömörülnek azért, hogy eldöntsék, mely konkrét tárgy(típus) lenne

igazán alkalmas arra, hogy a lokális identitás autentikus szimbólumává váljon, éppen ez a helyzet. A tárgyak identitáspolitikájához tartoznak azok a szemantikai küzdelmek is, amelyek különböző (termelői, fogyasztói stb.) érdekcsoportok között zajlanak azzal kapcsolatban, hogy hol húzandó meg a művészet vagy az árucikk kategóriájának határa: mely dolgok válhatnak e kategóriák elemeivé (és részesülhetnek a hozzájuk társuló jelentésekből és értékekből), illetve melyek szorulnak ki onnan.

A tanulmány a gábor[1] néven ismert erdélyi roma etnikai alcsoportban apai ágon öröklődő, szingularizált (egyedi tulajdonnévvel és társadalmi karrierrel rendelkező) ezüstpoharakkal és -kannákkal, valamint a köréjük szerveződő presztízsgazdasággal foglalkozik. Közelebbről e gazdaság egy olyan aspektusát vizsgálja, amely a tárgyak identitáspolitikájához sorolható: a presztízstárgyak mint etnikai és apai ági identitásszimbólumok hamisításának gyakorlatát. A második rész bemutatja a gáborok presztízstárgyait, különös tekintettel a tárgycsoport émikus (azaz gábor) definíciójára. A harmadik rész a gábor presztízstárgygazdaság résztvevői keretével foglalkozik, amíg a negyedik, ötödik, hatodik és hetedik rész a hamisítás motivációit, típusait és technikáit ismerteti. Végül az összefoglalás az identitásszimbólum-hamisítás egyik típusának: az alkalmi megélhetési stratégiaként definiálható pénzorientált hamisításnak szentel megkülönböztetett figyelmet, és rámutat arra, hogy miként hasznosul márkanévként a gábor etnonima az ide sorolható interetnikus tranzakciók, valamint más gazdasági tevékenységek folyamán.

2. Gábor presztízstárgyak

A gáborok az ezüstből készült presztízstárgyak két csoportját különböztetik meg: a poharakét (*taxtaj*), illetve a fedeles kupákét (*kana,* lit. 'kanna'). E tárgyak mindegyikéről elmondható, hogy azokat egykor nem roma – főként erdélyi szász és magyar – ötvösök készítették, és társadalmi karrierjük legelején, mielőtt a gáborokhoz kerültek volna, erdélyi arisztokraták, polgárok, céhek stb. tulajdonában voltak. (A tárgybeszerzés külső, nem roma forrásairól lásd Berta 2006.) Miután a gázsóktól (vagyis a nem romáktól) a gábor etnikai alcsoport valamely tagjához kerülnek, jelentős szimbolikus – a jelentés és az érték dimenzióit érintő – átalakuláson mennek keresztül. A presztízstárgy-definíciójuknak megfelelő tárgyakat a gáborok egyrészt etnikai, illetve – ha apáról fiúra öröklődnek – apai ági identitásszimbólumokként definiálják. Másrészt úgy tekintenek azokra, mint a tárgyi javak fogyasztásának elitregiszterére (vö. Berta 2007). A poharaktól és kannáktól – legalábbis az értékesebb daraboktól – csak gazdasági krízishelyzetben válnak meg.

1 A tanulmány alapjául egy húsz hónapos terepmunka szolgált, amelyre 1998 és 2008 között került sor. A terepmunka leghosszabb részének helyszíne egy három települést, illetve az ott található gábor roma közösségeket magában foglaló Maros megyei mikrorégió volt, amelynek központjára, ahol a legtöbb időt töltöttem, a továbbiakban a Nagyfalu álnévvel utalok. Emellett közeli kapcsolatba kerültem több cărhar roma családdal, valamint a gáborok és cărharok közötti presztízstárgyügyletekben rendszeresen közreműködő cărhar brókerrel is.

Hálával és köszönettel tartozom mindazoknak a romáknak, akik megajándékoztak bizalmukkal és türelmükkel; Szalai Andreának, az MTA Nyelvtudományi Intézete munkatársának, aki a terepmunka során mindvégig társam és kollégám volt, valamint Michael Stewartnak a terepmunka megszervezése és a londoni tanulmányutak során nyújtott segítségéért. A terepmunkát az alábbi szervezetek támogatása tette lehetővé: Fotoplus Kft., Magyar Állami Eötvös Ösztöndíj, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, Open Society Institute (Budapest), OTKA (F 029504), Soros Alapítvány. Támogatásukat ezúton is köszönöm.

Ahhoz, hogy a nem romáktól vásárolt pohár vagy kanna idővel *teljes értékű* gábor presztízstárggyá váljon, négy feltételnek kell teljesülnie. A *tárgyi feltételek* az alábbiak: *a)* a tárgynak ezüstből kell készülnie; *b)* a gábor presztízstárgyfogalom értelmében nem válhat presztízstárggyá az a darab, amely a közelmúltban készült, vagyis amely *na-j phurano*, 'nem öreg' (azaz: anyaga nem antik ezüst); *c)* korántsem minősül azonban valamennyi, a fenti feltételeknek megfelelő tárgy potenciális presztízstárgynak: ez a definíció csak a fedeles kupák, illetve bizonyos pohárformatípusok esetében használatos. Az utóbbiak közül a trombita formájú talpas (vagy más néven kettős) poharak (*taxtaj kuštikasa*[2]) minősülnek a legértékesebbeknek.

A presztízstárggyá válás tárgyi feltételeinek megnevezésére a *tárgyi patina* kifejezést használom. Maguk a gáborok a *taxtaj* ('pohár') vagy a *kana* ('kanna') főnevet megelőző olyan jelzőkkel utalnak a tárgyi kritériumoknak megfelelő darabokra, mint a *bevalovo* ('béváló'), a *valabilo* ('érvényes'), a *valodivo* ('valódi'), az *eredetivo* vagy az *oridžinalo* ('eredeti'). Ezek a kifejezések gyakran hangzanak el például akkor, ha a romák olyan árverési katalógusokat vagy múzeumi kiadványokat nézegetnek – ez korántsem ritka esemény –, amelyekben *béváló* tárgyak fotói láthatóak. Azt, hogy egy pohár vagy kanna nem felel meg az előző bekezdésben említett tárgyi feltételeknek, olyan jelzők révén fejezik ki, mint a *dilo* (*dilo taxtaj/dili kana*, 'bolond pohár/kanna'), a *xoxamno* (*xoxamno taxtaj/xoxamni kana*, szó szerinti fordításban: 'hazug pohár/kanna'), vagy a *mišmašo* (*mišmašo taxtaj/mišmašo kana,* 'mismás pohár/kanna', értsd: 'nem valódi, értéktelen tárgy'). A *dilo taxtaj/dili kana* kifejezés emellett a presztízstárgy-definícióban rögzített valamennyi előfeltételnek megfelelő, de kifejezetten csekély értékű tárgyak – ironikus – minősítésére is szolgál.

Miből következtetnek a romák arra, hogy a kezükbe kerülő pohár[3] *béváló*? Amíg az, hogy a tárgy megfelel-e a formával és az anyaggal kapcsolatos kritériumoknak, rövid szemrevételezéssel eldönthető, a kor ellenőrzése során a gáborok egy sor markert hívnak segítségül. Ezek az alábbiak.

Az ezüst színe. Szemben a feltűnően világos-fehéres színű ezüsttel, amely az újonnan készítettség bizonyítékának minősül, a nem romáktól történő vásárlás során a gáborok azokat a tárgyakat keresik, amelyek felszíne kifejezetten sötét tónusú, patinával rendelkező, a hajlatokban pedig már-már feketének tűnik. Kivételt csak a pohártörzs azon része képez (a fedeles kupák esetében pedig a fogó), ahol a leggyakrabban érintik meg a tárgyat.

Ugyancsak a történelembe ágyazottság indexikus reprezentációjának minősülnek a pohártesten látható kisebb *sérülések: karcolások, horpadások*, vagy *az ezüst elvékonyodása* (ez utóbbi többnyire az osztógyűrű felett figyelhető meg), amelyek a gáborok szerint a hosszú múltra visszatekintő használat következményei. A feltűnően sérülésmentes pohárfelület, akárcsak a fehéres ezüst, szerintük arra enged következtetni, hogy a kérdéses darab csak a közelmúltban készült, éppen ezért nem alkalmas arra, hogy presztízstárggyá váljon.

Az *aranyozás* egy technológiai újításnak köszönheti korjelölő funkcióját: annak, hogy a tűzaranyozás a 19. század közepén fokozatosan átadta helyét a galvánaranyozásnak.

---

2 A *kuštik* kifejezés a hengeres pohártestet tagoló osztógyűrű/öv megnevezésére szolgál. A *taxtaj kuštikasa* szó szerinti fordításban tehát 'osztógyűrűvel/övvel tagolt poharat' jelent.

3 Az egyszerűség kedvéért a második fejezet további bekezdéseiben, valamint a harmadik fejezetben nem „poharakról és kannákról", hanem csak „poharakról" beszélek – állításaim azonban a kannákra is érvényesek. Mivel nincs tudomásom olyan esetről, ahol az intra- vagy interetnikus hamisítás kannákra irányult volna, a negyedik, ötödik, hatodik és hetedik részek észrevételei kizárólag a poharakra vonatkoznak, a nyolcadik részben pedig a konkrét szöveghelyek szolgálnak útmutatással.

E két technika – a tónus és az állapot alapján – rendszerint könnyen megkülönböztethető. A gáborok tapasztalataim szerint csak a tűzaranyozással készült tárgyakat keresik és tekintik *béválók*nak. A világos-fényes, egyenletes eloszlású, sérülésmentes aranyozás esetében ugyanis arra következtetnek, hogy a kérdéses darab nem olyan régi, míg a pohárfelületen egyenetlen eloszlást mutató, itt-ott megkopott, mélysárga aranyozást a régiség jelének tekintik, és az utóbbi esetben egyértelműen bizonyítottnak látják, hogy a tárgy legalább százötven évvel ezelőtt készült.

Számos *díszítmény* ugyancsak kormarkernek minősül. Ide tartoznak például az antik portrékat ábrázoló pénzérmék, a bibliai témákat bemutató jelenetek, a gáborok által „héber" vagy „latin" nyelvűként azonosított feliratok, vagy a „kimagyarázhatatlan állatok". Ez utóbbiak többnyire mitológiai lények, amelyeket a romák előszeretettel definiálnak „már régen kihalt" fajok egyedeiként. Gyakori értéknövelő stratégia, hogy a tárgykészítés feltételezett idejét a díszítményekhez társított történelmi korral azonosítják, és a poharat „a Biblia vagy Krisztus idejéből származó", a „görögök" vagy a „rómaiak" idejében készült darabként jellemzik.

Végül a korjelölő tulajdonságok egy további csoportját alkotják a tárgyakra vésett *évszámok*.

A presztízstárggyá válás negyedik – szimbolikus – feltétele az, hogy a gázsóktól megvásárolt tárgy túljusson az etnikai identitásváltás liminális fázisán, vagyis legalább két-három gábor tulajdonos „kezén átmenjen", belőlük álló genealógiára, saját etnicizált társadalmi karrierre tegyen szert. Azokra a tárgyakra, amelyek mind a négy előfeltételnek megfelelnek, *teljes értékű* presztízstárgyakként utalok.

A gáborok számára a *béváló* darabok mindaddig, amíg át nem lépik etnikai alcsoportjuk határát, elsősorban árucikkeknek minősülnek, a nekik tulajdonított érték pedig lényegében azonos a műtárgypiaci értékkel. Azt az értéknövekedést, amely a gázsó[4] és a gábor roma értékrezsim közötti határátlépést követően esetükben majd végbemegy, pontosan szemlélteti az értékrezsimekhez kapcsolódó ártartományok közötti feltűnő különbség. Amíg a műtárgypiacon e tárgyak ára ma általában nem haladja meg a 9 000–11 000 USA-dollárt, a *teljes értékű* presztízstárgyak rendszerint az említett összeg sokszorosáért cserélnek gazdát a gáborok között. A keresettebb darabok ára akár a 200 000–400 000 USD-t is elérheti. A gábor etnikai alcsoportban ma számos presztízstárgy található (ezek közül több mint három tucat éppen Nagyfaluban). Mivel a romák csak a már *teljes értékű* tárgyak megvásárlásától remélhetnek jelentős presztízshozamot, az adásvételek túlnyomó többségére nem gáborok és gázsók között, hanem az etnikai alcsoporton belül kerül sor.

A poharak kulturális életrajzának nem roma szakasza iránt a gáborok elhanyagolható érdeklődést tanúsítanak. A közöttük gazdát cserélő tárgyak értékének összehasonlítása, illetve vételárának meghatározása során a gázsó társadalmi karriert nem tekintik értékforrásnak, említésre és emlékezetben tartásra érdemes tényezőnek. Az egykori szász vagy magyar ötvösök, illetve a korábbi nem roma tulajdonosok helyét, akik a műtárgypiacon gazdát cserélő tárgyak értékének felbecsülése során rendszerint fontos szerephez jutnak, a gáborok között forgó poharak esetében a *gábor tulajdonosok* veszik át. Az ő csoportjuk, pontosabban az általuk „felhalmozott" hírnév alkotja e tárgyak etnicizált, *szimbolikus-mnemonikus patináját,* azt

4 Tisztában vagyok azzal, hogy a különböző nem roma csoportok ezüstpoharakhoz való viszonya jelentős eltéréseket mutathat, ahogyan azzal is, hogy a leegyszerűsítés stratégiáját alkalmazom akkor, amikor a tanulmányban egyetlen nem roma értékrezsimről beszélek. A tanulmány központi témája azonban a fent említett eltérések bemutatását nem teszi szükségessé.

a minőséget, amelyet a gáborok – a tárgyi tulajdonságokhoz társított érték mellett – az etnikai alcsoportjukban lezajló adásvételek során elsősorban „megfizetnek".

A presztízstárgyak túlnyomó többsége pohár. Erre a jelenségre a gáborok szerint a két tárgyosztály közötti értékkülönbség ad magyarázatot, vagyis az, hogy a poharak jóval értékesebbnek, keresettebbnek minősülnek a kannáknál. E véleménynek többek között olyan kommentárok formájában adnak hangot, mint a „*Kodola na-j le kăsi veste*" 'Azoknak (a kannáknak – B. P.) nincs olyan hírneve', vagy „*E kana maj cini-j, na-j la kodo anav*" 'A kanna kisebb (értékű – B. P.), nincs meg az a neve (értsd: olyan hírneve, mint egy pohárnak – B. P.)'. A két tárgycsoport közötti értékkülönbség legnyilvánvalóbb jele az irántuk megmutatkozó társadalmi érdeklődés és a megszerzésükért-birtoklásukért folyó verseny eltérő intenzitása. Beszélgetőtársaim szerint csupán néhány olyan, ma a gáborok között forgó kanna ismeretes, melyek értéke eléri a fontosabb poharakét.

3. Értékrezsimek és utazó tárgyak – az interetnikus tárgykereskedelem résztvevői kerete

Ahhoz, hogy a későbbiekben értelmezni tudjuk az identitásszimbólum-hamisítás azon eseteit, amelyekben nem kizárólag gáborok vesznek részt, elengedhetetlen annak vázlatos bemutatása, hogy

- milyen más társadalmi csoportok érdekeltek a gáborok által keresett *béváló* tárgyak megvásárlásában;
- a kérdéses csoportok hol jelölik ki e tárgyak helyét a tárgyi javak általuk elfogadott klasszifikációs rendszerében;
- milyen útvonalakon és gyakorisággal vándorolnak a *béváló* tárgyak a különböző társadalmi csoportok/kontextusok között;
- az említett csoportok által képviselt értékrezsimek között van-e, és ha igen, milyen mértékű értékkoherencia.

A gáborok három olyan, egymástól elkülönülő, de többé-kevésbé rendszeres üzleti kapcsolatban álló tárgyhasználó csoportot különböztetnek meg, amelyek intenzív érdeklődést mutatnak a *béváló* tárgyak iránt: saját etnikai alcsoportjukat, a saját dialektusukban (vö. Szalai 2006) a cărhar etnonimával megnevezett erdélyi roma etnikai alcsoportot, valamint a gázsó műgyűjtők, régiségkereskedők és múzeumok egy csoportját.

a) A *gábor romák* (lásd még a második részt). A poharak ideális létállapota esetükben, amint arra máshol már utaltam (Berta 2007), az elidegeníthetetlenség (vö. Weiner 1985, 1992), vagyis a gáborok igyekeznek mindaddig megőrizni azokat – legalábbis az értékesebb darabokat – saját apai águk tulajdonaként, ameddig csak lehetséges, és többnyire akkor válnak meg tőlük, ha a kialakult gazdasági krízishelyzet kizárólag a tárgyeladásból befolyt összeg segítségével szüntethető meg. A legtöbb eladó gábor poharat más gábor *ŕom*ok[5] vásárolják meg, de gyakran elfordul, hogy a vevő nem közülük, hanem a cărhar roma etnikai alcsoport tagjai közül kerül ki (lásd alább). Rendkívül ritkán arra is akad példa, hogy gázsó régiségkereskedők vagy műgyűjtők vásárolnak meg (pontosabban: „vásárolnak vissza") egy-egy *teljes értékű* tárgyat a gáboroktól. Az ilyen ügyletek során olyan tárgyak cserélnek gazdát,

5 *Ŕomnji:* 'nő'; *ŕom*: 'férfi'. Mindkét terminus három aspektust foglal magában: etnikai csoport-tagság, társadalmi nem, családi állapot (a kérdéses személyek házasok, vagy legalább egyszer már azok voltak).

amelyek a gáborok között már annyira elértéktelenedtek, hogy az etnikai alcsoporton belüli és a műtárgypiaci értékük között nincs számottevő különbség.

b) A *cărhar romák*. Az ezüstpoharak köré szerveződő presztízsgazdaság jelenléte azonban egy másik erdélyi roma etnikai alcsoportra is jellemző. Erre a csoportra, amelynek tagjai elsősorban Szeben és Brassó megyében, vagyis a gáborok „központjának" tekintett Maros megye szomszédságában élnek, a gáborok a cărhar etnonimával utalnak. A két csoport közötti társadalmi távolság és a szimbolikus elkülönülés iránti igény jelentős: tagjaik etnikai endogámiát tartanak fenn, és csak elvétve vesznek részt a másik etnikai alcsoportban zajló társadalmi eseményeken (esküvőkön, virrasztókon).[6] A két alcsoport közötti érintkezés az alkalmi gazdasági együttműködés egyes típusaira korlátozódik, ezek többségét a poharakkal kapcsolatos különféle ügyletek alkotják.[7] A cărharok között ugyancsak az apáról fiúra öröklődő ezüsttárgyak presztízstárgyakként definiált csoportja alkotja a tárgyi javak fogyasztásának elitregiszterét.

Mivel a két csoport presztízstárgy-esztétikája között kevés az eltérés, a cărhar *ŕom*ok gyakran próbálnak megvásárolni olyan gábor poharakat, amelyek tárgyi tulajdonságai elnyerik tetszésüket – mégpedig épp olyan jelentős összegekért, mint amelyekért azok a gáborok között gazdát cserélnek. (Az elmúlt tíz évben általam részletesen figyelemmel kísért tizennyolc poháradásvétel közül a vásárlók két esetben a cărharok közül kerültek ki.) Ugyancsak gyakori jelenség, hogy a gáborok cărhar *ŕom*októl vesznek fel nagyobb összegű kölcsönt, elzálogosítva náluk poharaikat. A gáborok azonban csak elvétve vásárolnak cărhar poharakat, és terepmunkám során egyetlen olyan esetről sem szereztem tudomást, amikor a cărhar *ŕom*ok valamelyike presztízstárgyát egy gábor *ŕom*nál helyezte volna zálogba. (A két roma csoport közötti tárgykereskedelem létezésére utaló legkorábbi adataim a 20. század közepéről származnak.)

Miért adnak el a gáborok *teljes értékű* poharakat a cărharoknak? Annak, hogy a gábor tulajdonos az interetnikus presztízstárgy-kereskedelem révén próbálja meg értékesíteni a tárgyat, többféle magyarázata is lehet.[8]

- A lehetséges okok egyike a gábor és a cărhar presztízstárgy-esztétika közötti különbségekben keresendő, amelyek esetenként azt eredményezik, hogy az eladanó tárgy formai tulajdonságai értékesebbeknek bizonyulnak a cărhar *ŕom*ok, mint a gáborok között. (A cărharok kifejezetten nagyra értékelik például azokat a nagyobb űrtartalmú, nemritkán 25–35 deciliteres poharakat, amelyek iránt – méretük, illetve a díszítmé-

6 Az egyetlen olyan tudomásomra jutott eset, amikor a Nagyfalut körülvevő mikrorégióban lezajló fontosabb társadalmi eseményeken cărhar *ŕom*ok is részt vettek, egy 2007. január 11-i temetés. Az elhunyt az interetnikus tárgykereskedelemben jártas, közismert pohárbróker volt. Temetésén több cărhar *ŕom* is megjelent, közöttük az a hitelező is, akinél az elhunyt saját poharát 1998-ban elzálogosította. A zálogba helyezés során 200 millió román lejt kapott kölcsön; ez az összeg a Román Nemzeti Bank 1998. július 31-i árfolyama alapján 22 920 USA-dollárnak felelt meg. (Megjegyzendő, hogy a virrasztó éjszakáin csak gábor *ŕom*ok voltak jelen, a cărharok kizárólag a temetésen vettek részt.) Az olyan települések esetében, amelyek a gábor és a cărhar romák által lakott régiók találkozási pontján helyezkednek el, a két csoport közötti érintkezés ennél gyakoribb is lehet.

7 A gáborok és cărharok közötti alkalmi gazdasági együttműködés egy további esete ugyancsak társadalminemi alapon szerveződő tevékenység. Szemben a presztízstárgy-ügyletekkel, amelyekben férfiak vesznek részt, itt csak nőkkel találkozunk. Előfordul ugyanis, hogy egyes cărhar *ŕomnji*k taxikat bérelve felkeresik azokat a Maros megyei településeket, ahol nagyobb számban élnek jómódú gáborok, és felvásárolják az ott lakó *ŕomnji*k feleslegessé vált használt ruháit (szoknyákat, kötényeket, blúzokat stb.). Ezeket a ruhaneműket később a saját lakóhelyük környékén található használtcikk-piacokon értékesítik – ugyancsak *ŕomnji*knak.

8 Az, ha a gábor tulajdonos a cărharoktól vesz fel jelentős összegű kölcsönt, elzálogosítva náluk poharát, ugyancsak az alábbi okok valamelyikére vezethető vissza.

nyek viszonylagos ritkasága miatt – a gáborok ma már egyre kisebb érdeklődést tanúsítanak.) Ilyenkor kifizetődőbbnek tűnik, ha az eladó a cărharok között keres vevőt magának.

- A gábor tulajdonos számára a saját etnikai alcsoportján belüli értékesítést az is problematikussá teheti, ha befolyásos *řom*ként tartják számon, de üzleti hírneve (*patjiv le lovengi*) nem makulátlan. A potenciális gábor érdeklődők egy része ugyanis ilyenkor tart attól, hogy az eladó – kapcsolati tőkéjét, tekintélyét felhasználva – a tranzakciót követően újabb és újabb összegeket követel majd kiegészítésként a vásárlótól, arra hivatkozva, hogy a vételár nem érte el a tárgy piaci értékét. Az a lehetőség, hogy nem élvezhetik majd zavartalanul a pohárvásárlástól remélt szimbolikus előnyöket, elbizonytalaníthatja a potenciális vásárlókat.
- Végül annak, ha a gábor eladó választása a cărhar *řom*ok egyikére esik, lehet egy további, az előbbieknél elterjedtebb oka is. Ennek megértéséhez vegyük figyelembe, hogy a pohár a gáborok között a vagyonosság és az apai ági identitás, vagyis a politikai önreprezentáció hangsúlyos eszköze, ezért értékesítése szimbolikus veszteséggel járó, szégyenteljes esemény a tulajdonos számára. A kényszerű eladás gyakori következménye, hogy az eladó politikai riválisai – például az új tulajdonos és rokonai – a társadalmi összejöveteleken nyilvánosan „felemlegetik" a tranzakciót, megszégyenítve és inzultálva (*tele blamalil*, 'leblamál') a korábbi tulajdonost. (Erre akár évtizedekkel az ügylet után is sor kerülhet). A gábor *řom*ok egy része azért választ cărhar vásárlót – nemegyszer annak ellenére, hogy nem tőle érkezik a legkedvezőbb vételi ajánlat[9] –, mert a két etnikai alcsoport közötti kapcsolat az alkalmi gazdasági együttműködésre korlátozódik, ezért az eladónak nem kell tartania attól, hogy a nyilvános társadalmi eseményeken lépten-nyomon beleütközik majd az új tulajdonosba, és így – legalább részben – megóvhatja saját társadalmi homlokzatát a várható provokációktól. A gábor poharak cărharokhoz áramlásának egyik oka tehát a gáborok közötti státusrivalizálásban, a *řomani politiká*ban (vö. Berta 2007) keresendő.

c) A gázsók. A nem roma tulajdonban lévő *béváló* poharak többnyire múzeumokban és régiségkereskedésekben találhatóak. A múzeumi reprezentáció szimbolikus erőterében többnyire a regionalitás-lokalitás, az etnicitás, az államiság vagy a családi történelem indexikus reprezentációiként jelennek meg. Megjeleníthetik például (1) azt a régiót, ahol a legnagyobb számban készültek, vagyis Erdélyt és az „erdélyiség"-et („erdélyi ötvösművészet"); (2) a történelmi Magyarországot („magyarországi ötvösművészet"); (3) feltűnhetnek az etnikus múlt tárgyi emlékeiként („szász ötvösművészet"); illetve (4) a családi történelem indexikus reprezentációiként, „családi ereklyékként" is. A gáborok szomszédságában élő magyarok és románok számára ma nem ezek a tárgyak alkotják a tárgyi javak fogyasztásának elitregiszterét (jól mutatja ezt a műtárgypiacon és a gáborok közötti tranzakciók során kifizetett vételárak közötti feltűnő különbség), iránt ukcsupán a gyűjtők, régiségkereskedők és a múzeumok egy szűk csoportja mutat megkülönböztetett érdeklődést.

A gázsók világa, amint arról már esett szó, a gáborok számára az etnikai identitásszimbólum-alkotás „nyersanyagául" szolgáló árucikkpoharak beszerzésének legfontosabb forrása.

9 Ez a tapasztalat is alátámasztja azt az állítást, hogy a *teljes értékű* poharak a romák számára elsősorban nem árucikkek, vagyis nem azért igyekeznek megvásárolni azokat egymástól, hogy mielőbbi továbbértékesítésük révén a lehető legnagyobb, pénzben kifejezett haszonra tegyenek szert (vö. Berta 2007).

Az interetnikus tárgykereskedelem e típusa nélkülözhetetlen a gábor presztízstárgygazdaság kialakulásához és fennmaradásához. Azok a gáborok, akik úgy döntenek, hogy felkutatnak és megvásárolnak olyan *béváló* poharakat, amelyek eddig csak nem romák tulajdonát képezték, az alábbi két stratégia valamelyikét követik.

Egy részük azért fordul a gázsó tárgybeszerzési forrásokhoz, mert nem rendelkezik elegendő felesleggel ahhoz, hogy megvásárolja a saját etnikai alcsoportjában nagyra becsült *teljes értékű* darabok valamelyikét. A nem romáktól „olcsón" beszerzett pohár tulajdonosa ilyenkor azt reméli, hogy a tárgy majd apáról fiúra öröklődhet saját családjában, és idővel részévé válhat a *teljes értékű* gábor presztízstárgyak csoportjának.

A gázsóktól *béváló* poharakat vásároló gáborok másik csoportját a gyors haszonszerzés lehetősége inspirálja. Az ide sorolható vevők egy része azért vesz árucikkpoharakat, hogy némi haszonra szert téve eladja azokat olyan más gábor *ŕom*oknak, akik a tárgybeszerzéssel kapcsolatos nehézségek (a kapcsolati tőke, a helyismeret hiánya vagy a viszonylagos immobilitás stb.) miatt maguk nem jutnának el a gázsó tárgylelőhelyekhez. Amint arról bővebben lesz szó, a gázsóktól érkező *béváló* pohár más sorsra is juthat. A profitorientált vásárlók egy része esetenként úgy dönt, hogy – miután manipulálta az újonnan vett tárgy kulturális életrajzát, illetve szükség esetén tárgyi tulajdonságait – *teljes értékű* gábor pohárnak álcázva értékesíti azt a cărhar etnikai alcsoportban.

A tárgyak interetnikus határátlépéseinek koordinálásában az alábbi három csoport vesz részt. Az utazó poharak domináns identitása számukra az árucikk-identitás, a saját tevékenységükhöz kapcsolódó ideális haszonforma pedig a pénz.

- Azok a *közvetítő kereskedők,* akik átmenetileg maguk is tulajdonosaivá válnak az értékrezsimek között utazó tárgyaknak. Ezek a személyek jobbára magyarországi és romániai gázsó, illetve nem gábor roma régiségkereskedők, de esetenként gábor *ŕom*ok is tevékenykednek közvetítő kereskedőkként. Hasonlóan az „afrikai művészet" kategóriájába sorolt tárgyak Steiner (1994) által vizsgált kultúraközi kereskedelméhez, esetünkben is elmondható, hogy a migráló tárgyak kulturális életrajzára vonatkozó tudás eloszlása a kereskedők között korántsem kiegyenlített. Steiner szerint gyakori, hogy az olyan afrikai tárgyak esetében, amelyek a kereskedők többszintű hierarchiáján keresztül jutnak el a kiindulóponttól (például egy afrikai faluból) a célállomásig (például egy New York-i galériáig), az első „láncszemként" definiálható készítő vagy tulajdonos, valamint a lokális szinten tevékenykedő kereskedők szinte semmit sem tudnak arról az értékrezsimről, amely alapján a célállomáson a tárgy értékét és jelentését később meghatározzák. Habár a gábor poharak esetében nem beszélhetünk a közvetítő kereskedők többszintű hierarchiájáról, tapasztalataim szerint a magyarországi régiségkereskedők gyakran egyáltalán nem rendelkeznek ismeretekkel a gábor presztízstárgygazdaságról, vagyis közülük jó néhányan anélkül adnak el *béváló* tárgyakat a romáknak, hogy tisztában lennének azok későbbi sorsával, illetve azzal, hogy az utazó tárgyak által összekapcsolt értékrezsimek miben hasonlítanak, illetve miben térnek el egymástól.

  Néhány – főként erdélyi, illetve Magyarországon élő, de erdélyi tárgygyűjtő utakat (is) szervező – régiségkereskedő azonban közelebbi ismeretségbe került a gáborokkal és poharaikkal, ezért a nagyobb haszon reményében elsősorban rájuk gondolva vásárolja meg és nekik kínálja fel megvételre a hozzá kerülő *béváló* tárgyakat.

- A gábor és cărhar *ŕom*ok közötti pohárügyletek koordinálásában gyakran olyan gábor, illetve cărhar közvetítők (romani terminussal: *cenzare* 'cenzárok') is részt vesznek, akik az ügylet során nem válnak a migráló tárgyak tulajdonosaivá (vö. Berta 2008). A cenzárok szolgálatait azonban, akik elsősorban a presztízstárgy-tranzakciókra jellemző nagyfokú bizonytalanság enyhítésére, illetve arra hivatottak, hogy a lehető leghatékonyabban képviseljék megbízójuk üzleti érdekeit,[10] nemcsak ilyenkor, hanem az intraetnikus pohárügyletek folyamán is gyakran igénybe veszik. Megjegyzendő, hogy a gábor vagy a cărhar csoporton belüli tranzakciók esetében a megbízók kizárólag saját etnikai alcsoportjukhoz tartozó cenzárokat alkalmaznak. A poharak inter- és intraetnikus kereskedelme azonban nem feltétlenül jár együtt cenzárok bevonásával (a gáborok és gázsók közötti ügyletek során például egyáltalán nem találkozunk velük).
- Végül ide sorolhatóak azok a romák vagy gázsók is, akik *felhajtó*kként vesznek részt az ezüsttárgyak áramoltatásában, információkkal látva el az iránt érdeklődő csoportok tagjait az elérhető tárgyak, eladók és vásárlók hollétéről. Az utóbbi két szerep (cenzárok vs. felhajtók) elkülönítése azért szükséges, mert a gábor presztízstárgypiacon, illetve a gáborok és a cărharok közötti tranzakciók során közreműködő gábor cenzárok tevékenysége jóval szerteágazóbb és összetettebb, mint a felhajtóké. A cenzárok gyakran felhajtókként is segédkeznek az ügylet lebonyolításában, de emellett számos további feladatot is ellátnak.

Hogyan jellemezhető az említett értékrezsimek közötti viszony a gáborok nézőpontjából? A gázsók olyan árucikkpoharakkal látják el őket, amelyekből az érték- és jelentés-újraalkotás „szimbolikus alkímiája" (Bourdieu 1998: 99–102) révén idővel presztízstárgyakat és etnikai, valamint apai ági identitásszimbólumokat hoznak létre. Ugyanakkor a nem romák csak elvétve képesek arra, hogy megszerezzék a *teljes értékű* gábor poharak valamelyikét, mivel azok túlnyomó többsége elfogadhatatlanul drága számukra. Az interetnikus kereskedelem során a gáborok üzleti partnerei azonban nemcsak gázsók, hanem cărhar *ŕom*ok is lehetnek. Habár a tárgyak áramlása a két roma etnikai alcsoport között kétirányú, egyáltalán nem tekinthető kiegyenlítettnek: a gáborok csak elvétve jutnak egy-egy cărhar pohár birtokába, míg az elmúlt évtizedek folyamán a cărharok számos poharat vásároltak meg tőlük.

Láttuk továbbá, hogy a gábor és a cărhar presztízstárgygazdaság közötti értékkoherencia jelentős, ami elsősorban a poharaknak tulajdonított identitások (a fogyasztás elitregisztere; többszörös identitásszimbólum), valamint a presztízstárgy-esztétikák hasonlóságában nyilvánul meg. (A presztízstárgy-esztétikát érintő eltéréseken túl azonban azért sem beszélhetünk teljes értékazonosságról, mert mindkét csoport a tárgyéletrajzok azon szakaszát tekinti értékforrásnak, amely saját tagjaihoz kapcsolódik.) Ugyanakkor a poharakhoz társított társadalmi jelentések és értékek mindkét roma csoport esetében élesen elkülönülnek azoktól, amelyekből a gázsókra jellemző értékrezsim felépül. Végső soron ezzel magyarázható, hogy gázsóknak csak elvétve adódik lehetőségük arra, hogy megszerezzenek egy-egy *teljes értékű* gábor poharat, illetve az is, hogy a gáborok eladó tárgyaikkal miért keresik fel szívesebben a cărharokat, mint a gázsókat.

10 A lóvásárokon tevékenykedő közvetítőkkel kapcsolatban a szocialista Magyarországon lásd Stewart (1997: 157–158, 176–179).

4. A patinahamisítás típusai

A patinahamisítás kifejezéssel azon technikák és stratégiák összességére utalok, amelyek segítségével egyes gábor *ŕom*ok megpróbálják manipulálni valamely ezüsttárgy szimbolikus és – szükség esetén – tárgyi patináját. A patinahamisítás hátterében az alábbi motivációk állhatnak.

- A hamisítók egy részét a pénzben kifejezett haszon maximalizálása motiválja *(pénzorientált patinahamisítás).*
- A patinahamisítás második típusához olyan esetek tartoznak, amelyek politikai okokra vezethetőek vissza. A hamisító ilyenkor azért folyamodik egy tárgy manipulálásához, hogy megőrizze addig elért pozícióját a gábor *ŕom*ok között zajló státusversenyben, vagy javítson azon *(politikai patinahamisítás).*
- Végül a patinahamisítás harmadik típusát alkotó esetek közös vonása, hogy céljuk a jelenlévők alkalmi szórakoztatása *(a patinahamisítás, mint az ugratás egy technikája).*

A hamisítás során alkalmazott technikák két csoportba sorolhatók. *a)* A hamisító mesterségesen pótolja a birtokában lévő tárgy hiányzó patináját, azért, hogy az a *teljes értékű* gábor poharak egyikének tűnjön (pénzorientált, ugratás), vagy azért, hogy a már *teljes értékű* pohár értékesebbnek látsszon, mint amilyen valójában (politikai). A hamisító ilyenkor a saját pohara patináját, illetve értékét manipulálja. *b)* A hamisítás azonban mások poharaira is irányulhat. Az ide sorolható esetekben a hamisító a riválisa által megvásárolni kívánt pohár nominális autentikusságát manipulálja, azt állítva, hogy a kérdéses tárgy csupán egy hamisítvány (politikai). Az utóbbi technika célja a tervezett tranzakció meghiúsítása, vagyis annak megakadályozása, hogy riválisa előnyre tegyen szert vele szemben a presztízstárgygazdaságban.

A pénzorientált és az ugratásként értelmezhető hamisítás az interetnikus találkozási helyzetekre, amíg a politikai patinahamisítás a gáborok közötti kommunikációra jellemző. A pénzorientált patinahamisítás „célpontjai" az esetek túlnyomó többségében cărhar *ŕom*ok, ritkábban pedig gázsók. A hamisítás – eltekintve az ugratástól – negatív morális megítélés alá esik a gáborok között.

5. A pénzorientált patinahamisítás, mint alkalmi megélhetési stratégia

5.1. A pénzorientált patinahamisítás és a cărharok

A cărhar *ŕom*ok megtévesztésére irányuló, általam figyelemmel kísért pénzorientált patinahamisítási esetek az alábbi forgatókönyvet követték. *a)* A gábor *ŕom*ok egyike megvásárolt a műtárgypiacon egy olyan poharat, amelyről azt gondolta, hogy elnyeri majd a cărharok tetszését. *b)* Ezután azért, hogy a cărhar vevő a tárgy értékét ne „gázsó módra", vagyis ne a műtárgypiacra jellemző értékrezsim alapján becsülje fel, hanem a gáborok között megszokott kritériumok és ártartomány alapján, a hamisító – minden egyes esetben – pótolta a pohár hiányzó etnicizált-szimbolikus patináját, vagyis létrehozott számára egy fiktív gábor tárgyéletrajzot, valamint – szükség esetén – manipulálta tárgyi tulajdonságait. Másként fogalmazva: igyekezett azt a látszatot kelteni, mintha a megvételre kínált ezüsttárgy valójában egy régóta

a gáborok között forgó, nagyra becsült, *teljes értékű* pohár lenne. *c)* Végül – a kifogástalan patinájú presztízstárgyak interetnikus kereskedelmét kihasználva – megpróbálta értékesíteni a hamisítványt a cărharok között, vagy „garanciaként", zálogtárgyként ajánlotta fel azt arra az esetre, ha a felkeresett cărhar *ŕom* jelentős összegű kölcsönnel segíti ki őt. Bár a potenciális vevőkkel/hitelezőkkel folytatott egyezkedés során ezt következetesen eltitkolta, mindvégig úgy tekintett a tárgyra, mint amelynek domináns identitása az árucikk-identitás, vagyis kizárólag a jövedelemszerzés eszközét látta benne.

Esetünkben az értékrezsimeket elválasztó szimbolikus határ, valamint a határátlépés (és annak manipulálhatósága) jelenti azt az erőforrást, amely a patinahamisítást lehetővé, és egyben jövedelmezővé is teszi.

A fenti stratégia – ha sikerrel jár – jelentős hasznot hozhat: a terepmunkám során dokumentált ügyletek esetében a gázsó eladónak kifizetett és a cărhar vevőtől kapott vételár közötti legnagyobb különbözet meghaladta a 85 000 német márkát. Gábor beszélgetőtársaim többsége úgy tekintett a patinahamisítás e típusára, mint a gyors pénzhez jutás és a gazdasági krízishelyzetből való kilábalás egyik lehetséges módjára. Ennek ellenére a patinahamisítás csupán alkalmi megélhetési stratégia a gáborok között. Mindenekelőtt azért, mert az általuk keresett ezüsttárgyak csoportja a műtárgypiacon – akárcsak a cărharokkal való üzletkötéshez szükséges kapcsolati tőke és cenzári tapasztalat – korlátozott forrást képez, vagyis nem mindenki számára és nem mindig elérhető.

Több, hosszú ideig Magyarországon kereskedő *ŕom* ismerősöm is rendszeresen látogatta a budapesti régiségkereskedéseket, és kereste a velük együttműködő nem gábor roma felhajtók társaságát, abban a reményben, hogy hátha rábukkan egy olyan ezüsttárgyra, amelyet „olcsón" megvásárolhat, majd titokban eladhat a cărhar *ŕom*ok között. 2006 őszén Pista,[11] a nagyfalusi *ŕom*ok egyike, aki időről időre szemrevételezte a Váci és a Falk Miksa utcákban található régiségkereskedések kínálatát, egy alkalommal egy olyan árverési katalógussal tért haza, amelyben egy *béváló* pohár fotója is szerepelt. Pista, mivel az árverés folyamatával nem volt tisztában, arra kért, segítsek neki megvásárolni a poharat. A kiszemelt tárgy egy részben tűzaranyozott, a 16. század végén készített *kuštikasa taxtaj* volt, amelynek kikiáltási árát 1 200 000 forintban állapították meg. Arra vonatkozóan, hogy miként értékesítené azt a cărharok között, Pista magabiztosan azt mondta: *„Attól én nem félek, mert nagyapámnak olyan pohara vót Nagyfaluban, hogy ilyen nincs, nem is vót a cigányoknak!* (…) *Te, ha arról van szó, azt mondom* (a cărhar vevőnek – B. P.)*, hogy a bátyámnak a poharja! S annyi pénzt hozok, hogy száz cigány annyit nem keres. Csak a két bátyámat*[12] *viszem cenzárnak, nem X-et,*[13] *hogy legyen irigy rajtunk. Beülünk egy kocsiba:* (elmegyünk a cărharokhoz, és azt mondjuk – B. P.) *»Na, elhoztuk ezt, barátom! Tartozok. Van pénzed? Van lovad? Van kocsid? Tegyed itten mindet!« Ezekkel így kell.* (…) *Mondtam az asszonynak, hátha találnánk egy ilyent, hogy itt* (a pohár oldalára mutat – B. P.) *legyen állat, egy oroszlán…!!"* A tárgybeszerzés terve azonban meghiúsult, mert Pista nem tudta időben összegyűjteni a kikiáltási árnak megfelelő pénzösszeget. (A pohár végül 1 500 000 forintért kelt el a kérdéses árverésen.)

Egy hasonló esetre 1998 augusztusában, terepmunkám legelején került sor, akkor, amikor a poharak jelentőségéről és társadalmi jelentéséről még szinte semmit sem tudtam. Az

11 Anonimitásuk megőrzése érdekében a tanulmányban említett valamennyi *ŕom* és *ŕomnji* nevét megváltoztattam.

12 Pista két bátyja együttesen öt *kuštikasa taxtaj*jal rendelkezik.

13 „X" a tanulmány írása idején elhunyt, befolyásos presztízstárgybróker.

egyik legtekintélyesebb nagyfalusi *ŕom,* aki egy kiugróan értékes pohár és egy kanna tulajdonosa volt, titokban arra kért, felhajtóként legyek segítségére olyan magyarországi múzeumok és régiségkereskedések felkutatásában, ahonnan ezüstpoharat vásárolhat. Ha a tárgylelőhelyről telefonon értesítem, mondta, rövidesen felkeresi a megadott címet, és – amennyiben elnyeri a tetszését – megvásárolja a poharat. Értetlenkedésemre válaszul rögtönzött rajzok segítségével próbálta meg egyértelműbbé tenni, milyen formájú, illetve milyen díszítményekkel rendelkező poharak beszerzése jöhet szóba. A két rajz egy *kuštikasa* és egy *sčobo* poharat ábrázolt (vö. Berta 2006). Tervezett szerepem azonban ezen a ponton még nem ért volna véget. A kérdéses *ŕom* ugyanis részletesen elmagyarázta, hogy a gázsóktól megvásárolt tárgyat hogyan értékesítené a cărharok között – legnagyobb meglepetésemre az én segítségemmel. Terve az volt, hogy miután szakállat növesztek, azt a látszatot keltve, hogy gyászolok, fiatal gábor *ŕom*nak öltözve vele együtt felkeresem a cărhar családok egyikét. Amíg én az autó mellett állva, vagyis a cărharok látótávolságán belül, de hallótávolságán kívül maradva néma szemlélője leszek az eseményeknek, ő általam felkért cenzárnak adja ki magát, és a megvételre felkínált poharat *teljes értékű* gábor presztízstárgyként mutatja be a potenciális vevőknek. Olyan darabként, amely már régóta „az én apai ágam" tulajdonát képezi, és amelyet csak a halálesettel járó kiadások és felhalmozódott adósságaim miatt vagyok kénytelen áruba bocsátani.

Egy másik esetben a leendő hamisító tervei szerint nem fiktív tulajdonosként, hanem a hitelező szerepét eljátszó nem romaként kellett volna elősegítenem a fiktív tárgyéletrajz hitelességének megteremtését. „*…mondom, ha találunk egy ilyen kelyhet, veszem a bátyámat, meg akkor van a fiainak is valami nagy Mercédesje, beülsz te, felöltözünk szépen, mondom, hogy te egy nagy maffia vagy, tartozok neked, mit tudom én, 100 000–120 000 euróval. Adtál nekem kölcsön, meg kell adjam a pénzedet. Adok neked egy pisztolyt, s hallgatunk* (értsd: senkinek sem beszélünk róla – B. P.). *Ez valahogy így, le van zárva, nem hogy tudja mindenki, ahogy csinált X* (értsd: egy olyan gábor *ŕom,* aki nem sokkal korábban maga is kísérletet tett a patinahamisításra, de tervét nem tartotta titokban, így rosszakarói leleplezték azt a leendő cărhar vevő előtt – B. P.). *Én mondtam neki, hogy tartsa titokban, hidd el, mintha jósoltam vóna, te, nagy szó. Tartozott a fiamnak 12 000 dollárral.*" A patinahamisítás nyersanyagául szolgáló tárgyak beszerzésére irányuló hasonló tervek tapasztalataim szerint gyakoriak a gáborok között. Habár szakmai etikai okokból egyetlen „megbízást" sem fogadtam el, az, hogy beszélgetőtársaim egy része megosztotta velem a patinahamisítással kapcsolatos terveit és tapasztalatait, a jelenség dokumentálása és értelmezése szempontjából kifejezetten tanulságosnak bizonyult.

A fenti esetek is utalnak arra, milyen nagy jelentősége van a titoktartásnak a nem romáktól történő tárgybeszerzés, illetve a hamisítvány cărharok közötti értékesítése során. A hamisító – más-más okokból ugyan, de – a gázsókkal, a cărharokkal és saját etnikai alcsoportja tagjaival szemben is rákényszerül a titoktartásra. A gábor *ŕom*okkal szemben azért, mert a tárgylelőhely kitudódása esetén valószínűleg ők is kísérletet tennének a patinahamisításra, illetve azért, mert előfordulhat, hogy a rivalizálás részeként leleplezik a hamisító tervét. A cărhar *ŕom*okkal szembeni titoktartás oka kézenfekvő: ha a tárgy valódi kulturális életrajza kitudódik, a hamisító megközelítőleg olyan áron tudja csak értékesíteni azt, mint amennyiért korábban megvásárolta a nem romáktól – a patinahamisítás így aligha lehetne jövedelmező tevékenység. De miért van szükség a gázsókkal (régiségkereskedőkkel stb.) szembeni titoktartásra? A beszerzési ár alacsonyan tartása miatt, ami a hamisítástól remélt nye-

reség „előállításának" egyik kulcsfontosságú eszköze. A gáborok kifejezetten érdekeltek abban, hogy a nem roma eladók ne szerezzenek tudomást arról, hogy a tőlük vásárolt tárgyak egy olyan csoportba kerülnek, ahol a tárgyi javak fogyasztásának elitregiszterét alkotó presztízstárgyakként tekintenek rájuk, és ahol ezért rendszerint a műtárgypiaci vételár sokszorosáért cserélnek gazdát. Ha a régiségkereskedők túlnyomó többsége tisztában lenne presztízstárgygazdaságuk létezésével, a gáborok aligha juthatnának hozzá ezekhez a tárgyakhoz ugyanazon az áron, mint a nem roma műgyűjtők. Ezzel magyarázható, hogy a budapesti régiségkereskedések kínálatát feltérképező romák nemegyszer megpróbálják eltitkolni etnikai hovatartozásukat, illetve azt, hogy a poharak milyen nagy jelentőséggel bírnak közöttük, nehogy a kereskedők ennek tudatában egy etnikai alapon szerveződő, a gázsó vásárlókénál magasabb árakat tartalmazó ártartományt hozzanak létre számukra. Gábor ismerőseim egyike például azzal a kitalált magyarázattal indokolta meg a *kuštikasa taxtaj*ok iránti feltűnő érdeklődését a régiségkereskedésekben, hogy az egyik erdélyi református gyülekezet tagja, és azért jött Budapestre, hogy az úrvacsoraosztás során használatos poharat vásároljon saját gyülekezete számára.[14] A gáborokhoz kerülő poharak későbbi sorsára vonatkozó titkolózás azonban értelemszerűen kevésbé hatékony a gázsó vagy nem gábor roma régiségkereskedők és felhajtók azon kis csoportja esetében, akik már régóta üzletelnek gábor *ŕom*okkal. Az általuk felkínált tárgyak és szolgáltatások rendszerint drágábbak, mintha a gáborok a róluk mit sem tudó gázsóktól vásárolnák meg, illetve vennék igénybe azokat.

A terepmunkám idejére eső pénzorientált patinahamisítási kísérletek közül hatot sikerült részletesen dokumentálnom. (Négy esetben cărharok, két alkalommal pedig nem romák voltak a hamisítás „célszemélyei". A cărharokra irányuló kísérletek közül egy járt sikerrel, amíg a gázsók esetében mindkettő.) Emellett jó néhány olyan, sikeresen lezárult vagy kudarcba fulladt patinahamisítási kísérletet rekonstruáltam részletesen, amelyekre a terepmunka megkezdése (1998) előtti évtizedekben került sor.

A pénzorientált patinahamisításra természetesen nem nyílna lehetőség akkor, ha a cărharok időről időre nem vásárolnának meg *teljes értékű,* azaz kifogástalan patinájú gábor poharakat, mégpedig éppolyan magas áron, mint ahogyan azok a gáborok között gazdát cserélnek. Az interetnikus presztízstárgy-kereskedelem tehát az a gyakorlat, amely a cărharokra irányuló patinahamisítás szórványos eseteinek tágabb kontextusául szolgál. A hamisítók éppen ezért nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy a hamisítvány értékesítése lehetőleg semmiben se térjen el a 'gábor eladó – cărhar vevő' közötti ügyletek megszokott „forgatókönyvétől". Minél jobban hasonlít a hamisítvány áruba bocsátása a *teljes értékű* tárgyakkal kapcsolatos tranzakciókra, annál valószínűbb, hogy a cărhar vevő nem fog gyanút.

5.1.1. A hamisítvány megalkotása

5.1.1.1. A tárgyi patina mesterséges pótlása: a megöregítés

A gázsóktól vásárolt, formáját tekintve *béváló* tárgy lehet antik ezüstből készült pohár, de lehet olyan darab is, amelyet csak nemrég állítottak elő valamelyik magyarországi vagy erdélyi

14 *Kuštikasa taxtaj*ok gyakran szerepelnek a református gyülekezetek úrasztali felszerelési tárgyai között. A rendszerváltást megelőzően a gáborok gázsó tárgybeszerzési forrásainak egyike épp az említett gyülekezetek csoportja volt (vö. Berta 2006).

ötvösműhelyben.[15] Az utóbbi tárgy – életkora miatt – nem válhat *teljes értékű* presztízstárggyá a gábor etnikai alcsoportban. Ezért a tulajdonosnak ahhoz, hogy azt a cărharok között értékesíteni tudja, gondoskodnia kell arról, hogy a tárgy a több száz éves, az antik ezüstből készült poharakhoz hasonló külsőre tegyen szert, vagyis elrejtse valódi életkorát. A kor manipulálására irányuló eljárások csoportjára a presztízstárgydiskurzusban – az antikizálás szinonimájaként – a *megöregítés* terminus utal. A *megöregítés* célja azoknak a korjelölő funkciójú elváltozásoknak a mesterséges kialakítása, amelyek a hosszú múltra visszatekintő használat bizonyítékainak minősülnek.

Megjegyzendő, hogy a tárgyi patina pótlása akkor is szükségessé válhat, ha a gábor *ŕom* egy *béváló* poharat vásárol meg ugyan a gázsóktól, de a tárgy feltűnően fényes, sérülésmentes külsővel rendelkezik, vagyis az újszerűség látszatát kelti. Ez a tulajdonság ugyanis gyanút ébreszthet a pohár *béválós*ágát (elsősorban életkorát) illetően a leendő cărhar vásárlóban, vagy abban az esetben, ha a tulajdonos önmaga számára szeretné megőrizni a tárgyat, mert elbizonytalaníthatja azokat a tekintélyes gábor *ŕom*okat, akiknek hamarosan megmutatja a kérdéses darabot azért, hogy mondjanak véleményt róla, becsüljék fel értékét. Mivel a pohár tárgyi tulajdonságaihoz társuló értéket elsősorban az említett *ŕom*ok értékbecslése, szakvéleménye határozza meg, a tulajdonos maga is érdekelt abban, hogy az antikizálásra mielőbb sor kerüljön. A *megöregítés* azonban itt nem patinahamisításként, hanem olyan óvintézkedésként értelmezendő, amely a félreértések és inzultusok megelőzésére szolgál. Mindenekelőtt annak kiküszöbölésére, hogy a tulajdonost a tárgyat minősítő *ŕom*ok hozzá nem értő vásárlónak tekintsék, aki egy *dilo taxtaj*t, 'bolond poharat' vásárolt, vagy hogy egyenesen patinahamisítással vádolják meg, azt állítva, hogy *béválók*ént mutatott be nekik egy olyan poharat, amelyről nyilvánvaló, hogy csak a közelmúltban készült. Az antikizálás célja tehát ebben az esetben a tárgy valódi életkora és külső megjelenése közötti disszonancia kiküszöbölése, a harmónia (mesterséges) helyreállítása.

A *megöregítés* technikáit alkalmazhatja maga a hamisító, vagy pedig az általa megbízott nem roma (ötvös, restaurátor), illetve gábor specialista. Az utóbbiak főként a gyakran cenzárkodó *ŕom*ok közül kerülnek ki, akik az átlagosnál részletesebb tudással rendelkeznek a *megöregítés* technikáiról és általában a poharakról. Amíg a gáborok előszeretettel beszélgetnek hozzáértő gázsókkal a *megöregítés* módozatairól, megpróbálva minél több hasznos „receptet" összegyűjteni tőlük, anélkül, hogy felfednék valódi szándékukat, etnikai alcsoportjukban ügyelnek arra, hogy ez a tudás titok tárgyát képezze, és csak indokolt esetben váljon hozzáférhetővé mások számára. A titoktartás egyik oka az, hogy a patinahamisítás negatív morális megítélés alá eső gyakorlat, amire nyíltan senki sem lehet büszke, és ami legfeljebb indirekt módon (például irigység formájában) megnyilvánuló társadalmi elismerést hozhat a hamisító számára. A *megöregítés*sel kapcsolatos tudás eltitkolása azonban azért is indokolt, mert az olyan gazdasági erőforrás, amely annál inkább veszít jelentőségéből, minél

15 A hamisító esetenként úgy jut hozzá a cărharok között értékesítendő tárgyhoz, hogy egy nála elzálogosított *teljes értékű* gábor pohárról másolatot készíttet, és azt antikizáltatja egy ötvössel. Az egyik legismertebb gábor cenzár kommentárját idézve: *„X is csináltatta az új poharakat, s adta el Fogarason.* (…) *Csináltatott X egy poharat egy másik pohár után. Egy cigány, X apatársa (…), odahagyta a poharját zálogba X-nél. És X azután* (értsd: annak mintájára – B. P.) *csináltatott egy másikat, pontosan ilyet, mint az. És a cigány kiváltotta a poharját, és* (…később – B. P.) *X eladta a cărharoknál az újat. Egymillió kétszázér* (értsd: egymillió kétszázezer lejért – B. P.). *Aradon vót egy ilyen mester, művész, Z, így hívták, s az csinálta. X elvitte az eredetit, és pontosan egy olyat csináltatott."* A tárgybeszerzés e módját a gáborok csak ritkán, és főként a rendszerváltást megelőző évtizedekben alkalmazták, vagyis akkor, amikor a külföldi műtárgypiac még kevésbé volt elérhető számukra.

többen osztoznak rajta. A korlátozott hozzáférés fenntartása tehát a titokőrző cenzárok elemi gazdasági érdeke. Jól mutatja a fentieket, hogy az általam kezdeményezett beszélgetések egy része, amelyek során leplezetlen érdeklődést mutattam a patinahamisítás iránt, gyakran torkollt hosszas hallgatásba vagy végződött gyors témaváltással még az olyan *ról*mok esetében is, akikről köztudott volt, hogy maguk is részt vettek néhány tárgy *megöregítés*ében.

A tulajdonosok rendszerint bizalmatlanok a felkért specialistával szemben. Egyrészt azért, mert ha a megrendelés ténye kiszivárog (a specialista más romáknak is megmutathatja a tárgyat stb.), a hamisító számításait mások könnyen keresztülhúzhatják. A bizalmatlanság másik oka a tárgy akaratlan „elrontásától", illetve az esetleges eltulajdonítástól való félelem. Az „elrontás" megelőzése érdekében a megrendelők nemegyszer arra kérik a specialistát, hogy a szemük láttára egy kisebb ezüst „próbatárgyon" demonstrálja az általa javasolt eljárás hatékonyságát. Az eltulajdonítás megelőzésére csak úgy nyílik lehetőség, ha a tulajdonos mindvégig jelen van a *megöregítés* során, egyetlen percre sem tévesztve szem elől a tárgyat. Terepmunkám során két (egy marosvásárhelyi régiségkereskedő és egy brassói múzeumi restaurátor bevonásával járó) *megöregítés*i kísérlet is meghiúsult azért, mert annak elvégzéséhez a tárgynak legalább néhány napig a specialistánál kellett volna maradnia, ezt azonban a tulajdonos túlságosan kockázatosnak találta, ezért inkább önmaga tett kísérletet a *megöregítés*re.

Melyek azok az eljárások, amelyeket a gáborok saját kezűleg alkalmaznak a tárgy antikizálása – a fényes pohárfelület sötétszürkévé alakítása, „megfeketítése" – érdekében? A cenzárok által gyakran említett módszerek egyike a pohár földbe ásása (a), mivel az ott található kén elősegíti színének „elváltozását". *„Megbarnul egy kicsit.* (…) *bétették a fődbe egy rongyba, s ott otthagyták, s aztán egy kicsit megbarnult. Mert a föd az húzza az ezüstöt!"* Ugyancsak a kén (a borkén) jelenléte miatt tartják célravezetőnek a gáborok azt, ha a tulajdonos a tárgyat egy ideig vörösborral átitatott textíliába göngyölve tárolja (b), vagy így ássa el a földbe. Habár első hallásra furcsának tűnhet, a *megöregítés* közismert technikája a tárgy állati ürülékbe helyezése (c), vagy kénsavval történő „bekenése" (d) is. (A felvitt kénsav – beszélgetőtársaim szerint – a tárgyat ugyancsak sötétebb tónusúvá alakítja, „megbarnítja".) A *megöregítés* előidézhető a pohár kén-szulfáttal történő megfüstölése révén (e), vagy oly módon is, hogy a hamisító kéntartalmú samponnal keni be (f) azt. Az utóbbi eljárás kétségtelenül újabb keletű, mint a korábban említettek, és azoknál ritkábban használatos. Egy további eljárás alkalmazásával, amely a kereskedelmi forgalomban kapható „hypoclorhoz" (g) kapcsolódott, csak egyszer találkoztam. A hamisító a „hypoclort" vízzel felhígította, majd egy puha ruhadarabbal felvitte a pohárfelületre. Hamarosan észrevette azonban, hogy az így létrejött „patina" fogkrém segítségével szinte nyomtalanul eltávolítható, ezért – többszöri próbálkozás után – végül feladta a kísérletezést. Az egyetlen ide sorolható eljárás, amely nem áll kapcsolatban a kénnel, a tárgy gyakori – tudatos és tervszerű – kézbevétele, megtapogatása (h), ami ugyancsak hozzájárul a tükörszerű-fehéres pohárfelület „elrejtéséhez". Az (a), (b), (e), (f), (g) és (h) technikákat terepmunkám ideje alatt legalább egyszer alkalmazták, a (c) és a (d) pontban említettekről pedig a patinahamisítással kapcsolatos visszaemlékezésekből szereztem tudomást.

A pohár színének „elváltoztatása" mellett a *megöregítés* a hosszú múltra visszatekintő használat egyéb jeleinek pótlását is magában foglalja. Ezeket a hamisítók többek között úgy alakítják ki, hogy kisebb karcolásokat-horzsolásokat, horpadásokat és ütésnyomokat hoznak létre a pohártesten, illetve oly módon, hogy részben deformálják a száj- vagy talpperem ívét. Az egyik gyakran cenzárkodó nagyfalusi *ról,* aki tudomást szerzett arról, hogy szom-

szédja nemrég egy feltűnően újszerű külsejű poharat vásárolt a gázsóktól, azt gyanítva, hogy a szomszéd a cărharok között szeretné értékesíteni azt, a *megöregítés*sel kapcsolatos szaktudását így kínálta fel neki: *„Csak hozd el hozzám a poharadat. Te még nem tudod, hány taxtaj feküdt már az én üllőmön, a kalapácsom alatt!"* Mivel a tulajdonos tartott attól, hogy a szolgálatait felajánló *ŕom* tönkreteszi vagy egyszerűen magánál tartja a poharat, jobbnak látta, ha úgy tesz, mintha meg sem hallotta volna a burkolt ajánlattételt.

5.1.1.2. A szimbolikus-mnemonikus patina mesterséges pótlása

A tárgy gábor-szimbolikus patináját a hamisító úgy pótolja, hogy létrehoz egy fiktív, etnicizált tárgyéletrajzot. Vagyis a gázsóktól nemrég vásárolt tárgyat úgy mutatja be a cărhar vevőkkel folytatott egyezkedés során, mintha az már hosszú múltra visszatekintő társadalmi karrierrel rendelkezne a gáborok között, és az etnikai alcsoportba érkezése óta több *ŕom* tulajdonát képezte volna. Az általam dokumentált esetekben a hamisítók többnyire saját apai ági felmenőiket nevezték meg korábbi tulajdonosokként. A poharat így nemcsak a *gáborság* ikonjaként, etnikai identitásszimbólumként tüntették fel, hanem egy újabb fiktív társadalmi identitást is társítottak hozzá: az apai ági identitásszimbólum-létmódot.

5.1.1.3. Az ügylet kontextusának manipulálása

A tárgyi patina manipulálása és a kitalált társadalmi karrier azonban még nem feltétlenül elegendő ahhoz, hogy meggyőzze a potenciális vevőt arról: a tárgy valóban *teljes értékű* gábor pohár. Ehhez a tranzakció kontextusának manipulálása is szükséges, ami elsősorban a bizalomépítést szolgálja. A hamisítónak kész válasszal kell rendelkeznie számos, a potenciális cărhar vevők által felett kérdéssel kapcsolatban, kellő figyelmet fordítva arra, hogy ne kerüljön ellentmondásba önmagával, ami értelemszerűen leleplezhetné tervét. Melyek a leggyakoribb fogások az ügylet kontextusának manipulálása során?

- A gábor cenzárok kommentárjai és az általam dokumentált patinahamisítások tanúsága szerint e fogások egyike a fiktív tárgyéletrajz „beágyazása" a poharakkal kapcsolatos közismert tények rendszerébe. A bizalomépítés hasznos stratégiája, ha a tulajdonos, mielőtt rátérne jövetele valódi céljára, feleleveníti a gábor presztízstárgygazdaság vagy az interetnikus tárgykereskedelem néhány olyan emlékezetes eseményét, amelyek a potenciális cărhar vevő előtt sem ismeretlenek. (Különös tekintettel azokra a korábbi ügyletekre, amelyekre a tulajdonos apai ági felmenői és a cărhar *ŕom*ok között került sor.) A szavahihetőség megkonstruálását ugyancsak elősegíti annak ecsetelése, hogy a tulajdonos apja és/vagy apai nagyapja is rendelkezett poharakkal, vagyis maga a hamisító is *„dendol taxta barjila"*, 'poharak között nőtt fel'. Erre – egy sikeres patinahamisítás rekonstruálása során – az egyik nagyfalusi *ŕom* így hívta fel a figyelmem: *„Há' tudták, hogy a* (hamisító apai – B. P.) *nagyapjának, az öreg X-nek a legjobb poharai vótak. Azok ott vannak* (értsd: a cărharoknál – B. P.). *S ennek az Y-nak* (a hamisító anyai nagyapjának – B. P.)*, ennek is jó poharai vótak. Ezek tudták, hogy ilyen családból való, hogy az anyjának az apjának is vót pohárja, az apjának az apjának is vót pohárja.* (…) *S tudták, hogy Z-nek* (a hamisító egyik fivérének – B. P.) *is van pohárjai, és V-nek* (a hamisító másik fivérének – B. P.) *is van. S akkor az a cărhar bevette* (értsd: elhitte a kitalált tárgyéletrajzot – B. P.). *Mer ez csak úgy megy.*"

- A hamisítónak részletesen be kell mutatnia azt a gazdasági krízishelyzetet, amely a tárgy eladására kényszeríti.
- A bizalomépítés fontos része továbbá az az „előadás", amellyel a tulajdonos megpróbálja meggyőzni a potenciális vevőt arról, hogy a tárgy felbecsülhetetlen érzelmi értékét képvisel számára (apai ági identitásszimbólum), éppen ezért kifejezetten nehezére esik megválnia tőle.
- A hamisítónak emellett kész válasszal kell rendelkeznie arra vonatkozóan, hogy a felkínált poharat, ha az valóban értékes darab, miért nem saját etnikai alcsoportjában értékesíti. A leggyakoribb magyarázat az, hogy bár számos gábor *ről*tól kedvező vételi ajánlatot kapott, a tulajdonos azért döntött a cărharok közötti értékesítés mellett, hogy ily módon is mérsékelje a tárgyeladással járó szégyent és a várható inzultusok gyakoriságát. (Vö. a harmadik részben írottakkal.)
- Az általam megkérdezett cenzárok szerint a gyanakvás enyhítése érdekében kifejezetten hasznos, ha az eladó a fiktív tárgyéletrajz bemutatása során önmaga hozza szóba, hogy a kérdéses tárgy híre eddig miért nem jutott el a cărharokhoz.
- A kontextus manipulálásának fontos eszköze a cenzár(ok) felfogadása (vö. Berta 2008). A hamisító értelemszerűen olyan brókert próbál megbízni a feladattal, aki „ismerős a cărharok között", és több sikeres interetnikus pohárügylet lebonyolításában részt vett. A potenciális vevő vásárlókedvének felkeltése és az áralku során elsősorban a cenzár képviseli a tulajdonos érdekeit, üzleti hírnevével, szakértelmével és rábeszélőképességével hitelesítve a fiktív tárgyéletrajzot. Amint azt az általam megfigyelt egyik eset is bizonyítja, a bróker a neki járó jelentős összegű sikerdíj miatt esetenként akkor sem utasítja el a felkérést, ha a tulajdonos azt állítja ugyan, hogy a tárgy patinája minden tekintetben kifogástalan, de a bróker sejti, hogy korántsem ez a helyzet.
- A kontextus manipulálásának további technikája, amikor a hamisító nem tulajdonosként, hanem munkadíj ellenében tevékenykedő cenzárként mutatkozik be a potenciális vevők előtt. Ez a stratégia azért bizonyulhat hasznosnak, mert a hamisítás esetleges lelepleződése esetén a hamisító maga is a körülmények vétlen áldozataként azonosíthatja önmagát, részben vagy egészben elkerülve a felelősségre vonást.
- Végül a szavahihetőség és a fiktív tárgyéletrajz hitelességének megteremtése érdekében a hamisításra vállalkozó *ről* esetenként „statiszták" segítségét is igénybe veheti. (Vö. azokkal az esetekkel, amikor a hamisító arra kért, hogy fiktív tulajdonosként, illetve hitelezőként vegyek részt az ügyletben.)

5.1.2. Két sikertelen tranzakció története

Azok az esetek, amikor a pénzorientált patinahamisítás sikerrel jár, csak ritkán válnak közismertté.[16] Egyrészt azért, mert az ügylet kitudódásától a hamisító nem remélhet jelentős presztízshozamot etnikai alcsoportjában. Másrészt annak köszönhetően, mivel a haszon eltitkolásával elejét veheti annak, hogy rászoruló rokonai egymás után felkeressék őt, és – kölcsönök és ajándékok formájában – kénytelen legyen szétosztani közöttük a nyereség egy részét. A presztízstárgygazdaság közönségét alkotó gáborok jelentős része, miként a nem roma

16 Megjegyzendő, hogy a sikerrel járó pénzorientált hamisítások száma csekély a kudarcba fulladt kísérletek és az olyan tervek számához képest, amelyek megvalósításához még hozzá sem fogtak.

kutató is, többnyire azokról az esetekről rendelkezik részletes információkkal, amelyek kudarcba fulladtak.

Az utóbbiak közül a legemlékezetesebb eset terepmunkám idején kétségtelenül Péteré volt, aki 2004-ben vásárolt meg egy több mint másfél literes, talpas ezüstpoharat egy budapesti nem gábor roma régiségkereskedőtől valamivel több mint 20 000 euróért. (Az eladó rendszeresen kereskedik egyes budapesti piacokon, és érdeklődik a gábor presztízstárgygazdaság iránt. Részben az utóbbi ténnyel magyarázható, hogy a kialkudott vételár jóval magasabb volt annál, mint amennyiért a hasonló poharak a műtárgypiacon gazdát cserélnek.) Az egyik olyan *ŕom,* aki személyesen is szemügyre vehette a szóban forgó poharat és lépésről lépésre figyelemmel kísérte a tranzakció folyamatát, így jellemezte a tárgyat: „*Szép portéka. Három király van a pohárra, ahogy van itt* (az előtte álló üvegpohár felső harmadán látható mintázatra mutat – B. P.)*, egy-kettő-három királyfej, nagyok. Másfél literes, 16-17 decis.*" Mivel a pohár tárgyi tulajdonságai megfeleltek a gábor presztízstárgy-definícióban rögzített feltételeknek, Péternek „csak" a hiányzó szimbolikus patinát kellett pótolnia. Miután megkért három tekintélyes nagyfalusi *ŕom*ot (mindhárman pohártulajdonosok), hogy az ügylet során cenzárként legyenek segítségére, felkeresték a gáborok között közismert, jómódú cărhar *ŕom*ok egyikét. Az egyezkedés során Péter hosszan ecsetelte anyagi nehézségeit, utalva több mint 100 000 euróra rúgó adósságára (az utóbbi adat megfelelt a valóságnak), és a tárgyat úgy mutatta be, mint ami egykor apai nagyapja tulajdonát képezte, és azóta is apai ágában öröklődik generációról generációra. Az áralku kifejezetten jól sikerült: a cărhar *ŕom* felajánlotta, hogy kölcsönad Péternek 130 000 USA-dollárt, ha nála hagyja a tárgyat biztosítékként. Péter azonban nem érte be ennyivel, és a házigazdát választ elé állította: vagy megvásárolja a poharat, vagy végleg le kell mondania róla. A cărhar *ŕom* végül az üzletkötés mellett döntött, a vételárat pedig 250 000 USA-dollárban határozták meg. Mivel a vevőnek ekkora összeg nem állt rendelkezésére, egy hónap haladékot kért, hogy összegyűjtse azt. Péter azonban – az esetet később minősítő gábor *ŕom*ok szerint – nagy hibát követett el akkor, amikor nem egyik apai nagybátyját és annak fiait kérte fel cenzároknak, hanem a fent említett nagyfalusi *ŕom*okat. (Választása – többek szerint – azért esett rájuk, mert úgy vélte, hogy ők kevesebb sikerdíjat kérnek majd a közreműködésért.) A felkért cenzárok egyike ugyanis saját poharát épp a felkeresett cărhar *ŕom*nál helyezte zálogba néhány évvel korábban, annak elzálogosítása során azonban „csak" egy kisebb összegű (110 000 USA-dollár) kölcsönre tett szert. Beszélgetőtársaim egyöntetű véleménye szerint az utóbb említett, évekkel korábban kölcsönkapott összeg és a most kialkudott vételár közötti jelentős különbség okozta Péter tervének meghiúsulását. A szóban forgó cenzár ugyanis saját pohara és apai ága burkolt megszégyenítéseként, szimbolikus leértékeléseként értelmezte azt, hogy Péter fiktív életrajzzal ellátott poharát a cărhar *ŕom* jóval többre értékelte saját presztízstárgyánál, amely valóban kifogástalan szimbolikus patinával rendelkezett.

Az esetet kommentáló egyik *ŕom* szerint: „*Én megkapom* (értsd: megveszem – B. P.) *ezt az eredeti* (értsd: *béváló* – B. P.) *pohárt, mondjuk, egy magyar embernél.* (Elviszem a cărharokhoz, és – B. P.) *Mondom, hogy a nagyapámé, és te az apádnak a rendes kehelyről nem kapsz annyit, mint én erről, amit vettem itt olcsón!? Itt ez vót a probléma!*" Egy másik nagyfalusi *ŕom* így érvelt: „*Mer ő* (értsd: a felkért cenzár – B. P.) *mit gondolt? »Péter tartozik. Adjam el neki ezt a poharat annyi pénzért?! Inkább nem adom el. Hát én, mikor vótam bajba, én az enyimet otthagytam* (értsd: elzálogosítottam – B. P.), *és csak ennyit kaptam!« (…) Irigyek az emberek, mikor nagy pénzről van szó.*"

A kérdéses cenzár és fivére ezért „elrontották a vásárt", oly módon, hogy a vételár összegyűjtésére szolgáló egy hónap folyamán felfedték a patinahamisítás titkát a vevő előtt, kijelentve, hogy a tárgy korábban egyetlen gábor *ŕom* tulajdonát sem képezte – az csupán egy értéktelen *njevo taxtaj* ('új pohár'), amelyet Péter nemrég vett meg egy nem gábor roma régiségkereskedőtől. Miután az üzletkötés meghiúsult és a hamisítási kísérlet híre elterjedt a gábor és a cărhar etnikai alcsoportban, Péter nem látott más kiutat, mint hogy ismét felkeresse azt a budapesti régiségkereskedőt, akitől a poharat korábban megvásárolta. A kereskedő hajlandó volt a tárgy visszavásárlására, de csak a megváltozott helyzethez igazodó feltételekkel: csupán 13 000 eurót ajánlott a pohárért, amit Péter végül elfogadott. (Péter azóta a gáborok által kevésbé látogatott szerbiai és romániai piacokon kereskedik, hogy elkerülje a hitelezőivel való találkozást.)

A terepmunkám idejére eső pénzorientált patinahamisítások egyike időben különösen hosszúra nyúlt: 2004 nyarától 2007 novemberéig tartott. A hamisító a nyugat-európai régiségkereskedések egyikéből 8 300 USA-dollárért szerezte be a leendő hamisítványt: egy valamivel több mint egyliteres, *béváló* poharat. Ezt követően az általa megbízott, tekintélyes gábor cenzárral együtt felkeresett egy olyan cărhar *ŕom*ot, aki több gábor presztízstárgyat is megvásárolt a közelmúltban, és akinél az ügylet idején a cenzár saját pohara is zálogban volt. A gábor cenzár úgy mutatta be neki a hamisítványt, mint a *teljes értékű* gábor poharak egyikét, amelyért a tulajdonos legalább 80 000 eurót szeretne kapni, és maga is a hamisító által kitalált, fiktív tárgyéletrajz hitelessége mellett érvelt. Mivel a házigazda nem akarta megvásárolni a tárgyat, felajánlotta, hogy cenzárként, sikerdíj ellenében elkalauzolja őket három olyan tehetősebb cărhar *ŕom*hoz, akik esetleg „vevők lehetnek a pohárra". A tárgy szemrevételezését követően azonban e *ŕom*ok egyike sem kívánt alkuba bocsátkozni a tulajdonossal. A pohárról alkotott lehangoló véleményét, és azt, hogy nem tart rá igényt – azért, hogy ne sértse meg nyíltan a tulajdonost – egyikük indirekt módon, az alábbi formula segítségével fejezte ki: „*Te'l tumengă baxtalo, the domnjih le!*" ('Legyen szerencsés nektek, és őrizd meg azt!').

Miután a fenti eladási kísérletek kudarcba fulladtak, a hamisító egyedül (fiaival, gábor cenzárok nélkül) látogatta meg egyik cărhar ismerősét, felajánlva neki a poharat megvételre – de ez a kísérlet sem hozott eredményt. A cărhar *ŕom* egyik jelen lévő ismerőse ugyan azt tanácsolta a hamisítónak, hogy várjon néhány hetet, amíg egyik apatársa (egy éppen külföldön tartózkodó cărhar *ŕom*) hazaér, mert őt talán érdekelheti a pohár, de néhány héttel később meggondolta magát, és elzárkózott attól, hogy brókerként részt vegyen az ügylet megszervezésében. Indoka, amelyet nem ő maga, hanem egy erre megkért másik *ŕom* közölt a hamisítóval folytatott telefonbeszélgetés során, egyértelmű és kendőzetlen volt: azért áll el a közvetítéstől, mert még a felkínált sikerdíj miatt sem hajlandó „*egy bolond, csináltatott poharat*" saját apatársa „fejére tenni".

A sorozatos kudarc oka az ezüst feltűnően világos-fényes színe volt. Az újszerűség látszatát keltő pohárfelület láttán a potenciális vevők arra a következtetésre jutottak, hogy a tárgy a tulajdonos megrendelésére készülhetett a közelmúltban (éppen erre utal a „csináltatott" jelző), vagyis egy 'új pohár', amely aligha forog hosszú ideje a gáborok között. Az egyik felkeresett cărhar *ŕom* – nevetve – így utalt erre a hamisítóval folytatott beszélgetés során: „*Tudod, majd engem is el kell vigyél egyszer ahhoz az emberhez, akinél ezt* (a poharat – B. P.) *csináltattad!*" Egy másik potenciális cărhar vásárló pedig azt tanácsolta a hamisítónak, hogy próbálja *megöregíteni* a tárgyat, például úgy, hogy egy időre elássa a földbe, mert e nélkül kép-

telen lesz eladni azt a cărharok között. A tulajdonos ezért több önmaga és a fiai által alkalmazott eljárás, illetve egy ötvös és egy restaurátor segítségével is megpróbálta „megfeketíteni" a poharat – sikertelenül.

A hamisító, aki a kudarcba fulladt eladási, illetve *megöregítés*i kísérletek láttán elbátortalanodott, azért, hogy mielőbb visszafizethesse adósságai egy részét, a poharat végül egy budapesti, nem gábor roma felhajtónak ajánlotta fel megvételre (kezdetben 85 000, végül már csak 30 000 euróért). A felhajtó azonban, aki csak a hamisító által postán elküldött fényképek segítségével vehette szemügyre a tárgyat, nem akarta megvásárolni azt, és előre jelezte: az ezüsttárgyak iránt érdeklődő budapesti régiségkereskedők, akikhez majd elkalauzolja őt, csak a kért vételár töredékét fogják felkínálni a pohárért. A felhajtó döntését alapjaiban meghatározta az a tény, hogy a fiktív tárgyéletrajzot ő maga is leellenőrizte, úgy, hogy több olyan erdélyi gábor *rom*ot is felhívott, akikkel korábban üzleti kapcsolatba került, afelől tudakozódva náluk, hogy hallották-e a kérdéses pohár hírét, ismerik-e, illetve látták-e azt valaha. Ismerősei érthető módon nem tudtak felvilágosítást adni a tárgyról, amiből a felhajtó arra következtetett, hogy az sohasem volt *teljes értékű* gábor pohár. A hamisítóval később folytatott telefonbeszélgetés során a felhajtó nyíltan felfedte az információgyűjtés tényét, annak eredményét pedig az alábbi metafora segítségével foglalta össze: „*Skurto-j lehki mustaca*", vagyis 'Rövid a (tárgy – B. P.) bajsza' – mondta. A bajusz a gábor férfiak etnikai identitásszimbólumainak egyike (ez jelzi a pohár etnicizáltságát), annak rövidsége pedig ebben a kontextusban a tárgy gábor genealógiájának, illetve társadalmi karrierjének a hiányára, elégtelenségére utal. A felhajtó – némi sikerdíjra számítva – ennek ellenére felajánlotta a tulajdonosnak, hogy segít vevőt keresni számára, és el is vitte őt a budapesti régiségkereskedők egyikéhez, aki azonban elfogadhatatlanul drágának találta a tárgyat.

A hamisító a poharat végül a nyugat-európai régiségkereskedésben kifizetett vételár feléért adta el 2007 novemberében egy olyan budapesti nem roma kereskedőnek, aki néhány hónappal korábban már személyesen is megvizsgálta azt, amikor erdélyi műtárgygyűjtő útjai egyikén otthonában felkereste a hamisítót. A megegyezés azzal a feltétellel jött létre, hogy a hamisítónak még egy hónapig jogában áll visszavásárolni a tárgyat ugyanazon az áron, amennyiért a kereskedő azt megvette tőle – ezzel a lehetőséggel azonban nem tudott élni.

5.2. A pénzorientált patinahamisítás és a gázsók

A gáborok azonban nemcsak a cărharokkal, hanem – jóval ritkábban – a gázsókkal kapcsolatos pohárügyletek során is alkalmazzák a patinahamisítás stratégiáját. Terepmunkám során két ilyen esetet sikerült részletesen figyelemmel kísérnem. Ez a jelenség azonban némi magyarázatra szorul. Korábban ugyanis amellett érveltem, hogy a nem romák csak elvétve vásárolnak ezüsttárgyakat a gáboroktól. Ha valóban ez a helyzet, a gáboroknak mikor nyílik lehetőségük arra, hogy a patinahamisítás stratégiáját velük szemben alkalmazzák?

A nem romákra irányuló patinahamisítás „célpontjai" az általam dokumentált esetekben nem hivatásos szakértők – például régiségkereskedők – voltak, hanem olyan „laikusok", akik régóta a gáborok szomszédságában élnek, és elegendő felesleggel rendelkeznek ahhoz, hogy időnként kölcsönadjanak kisebb-nagyobb pénzösszegeket a hozzájuk segítségért forduló romáknak és nem romáknak. Közelebbről: olyan falusi vállalkozók, akik a pénzintézetek által felkínáltnál magasabb kamat miatt tekintik vonzónak az informális kölcsönügyle-

teket. Az a tranzakció tehát, amely a patinahamisítás e típusának tágabb kontextusául szolgál, a kölcsönügylet.[17]

A nem romákra irányuló patinahamisítást két tényező teszi lehetővé, amelyek elválaszthatatlanok az interetnikus szomszédsági viszonytól, „a másik" kultúrájának részleges ismeretétől. Egyrészt az, hogy a gáborok szomszédságában élő gázsók tudják: a poharak a romák számára kitüntetett jelentőséggel bírnak, és a közöttük lezajló kölcsönügyletek során a hitelező egy bizonyos összeghatár felett gyakran „bekéri" biztosítékként az adós poharát. A gábor gyakorlatot követve esetenként azok a nem romák is ehhez a stratégiához folyamodnak, akik *ŕom*oknak adnak kölcsön nagyobb pénzösszeget – az interetnikus kölcsönügylet ily módon lehetőséget teremt arra, hogy a hamisítvány feltűnés nélkül eljuthasson a gázsókhoz. A patinahamisítás sikerének azonban van egy további oka is. Az, hogy a nem romák gábor poharakkal kapcsolatos ismeretei rendszerint hiányosak, nem terjednek ki például az egyes darabok egyedi tárgyi tulajdonságaira vagy az egyes tulajdonosváltások figyelemmel követésére. A hamisító éppen ebből a felületességből kovácsol tőkét. Minél töredékesebb-hiányosabb a hitelező poharakra vonatozó tudása, annál kisebb az esélye annak, hogy a hamisítás – idejekorán – lelepleződik.

Az általam megfigyelt két esetben a hamisító a szimbolikus és a tárgyi patinát egyaránt manipulálta. Amíg a fiktív tárgyéletrajz megalkotása ugyanúgy ment végbe, mint a gáborok és cărharok közötti ügyletek során, a tárgyi patina manipulálása itt sajátos logikát követett: kizárólag diszkurzív gyakorlat volt. A hamisítók ugyanis nem fáradoztak azzal, hogy a gázsó hitelezőt meggyőzzék arról: a „garanciaként" felajánlott pohár valóban ezüstből készült, a formai követelményeknek megfelelő, több száz éves tárgy, hanem egyszerűen bíztak abban, hogy a hitelező majd képtelen lesz megkülönböztetni a hamisítványt a *béváló* poharaktól.

Az egyik patinahamisítás egy ötvenes évei közepén járó *ŕom*hoz, Lajihoz kapcsolódott, aki évek óta anyagi nehézségekkel küzdött, jelentős adósságot halmozva fel, ezért 1999-ben úgy döntött, hogy elzálogosítja a birtokában lévő *sčobo taxtaj*t egy másik gábor *ŕom*nál. Laji

---

17 Érdemes röviden kitérni a nem romákra irányuló megtévesztés egy olyan esetére, amikor a hamisító a cărharok közül került ki, az érintett gábor *ŕom*ok pedig csak ideiglenes haszonélvezői voltak a patinahamisításnak. A kérdéses, régiószerte nagy visszhangot kiváltó esetre az 1960-es évek végén került sor. Az ötletgazda egy cărhar *ŕom* volt, aki a Maros megyei múzeumok egyikében több, ott kiállított *kuštikasa taxtaj*ra lett figyelmes, majd a múzeum igazgatóját meggyőzte arról, hogy titokban – csúszópénzért cserébe – adjon el neki néhányat közülük. A kiszemelt poharakról a *ŕom* fényképeket és részletes rajzokat készített, majd megbízott egy erdélyi ötvöst azzal, hogy a képek és rajzok alapján készítse el a tárgyak hasonmásait. A másolatokat az igazgató titokban kicserélte a kiállított poharakra. Az így megszerzett *taxtaj*ok közül a cărhar *ŕom* kettőt megtartott „saját használatra", vagyis azzal a céllal, hogy azok idővel értékes presztízstárgyakká váljanak saját utódai birtokában, három – két öt, illetve egy hét deciliteres – pohár pedig a nagyfalusi (2 darab), valamint a Nagyfaluval szomszédos települések egyikén élő (1 darab) gáborok között talált gazdára.

A hamisításra azonban néhány éven belül fény derült. A múzeumigazgató ugyanis nemcsak az említett cărhar *ŕom*nak, hanem másoknak is eladott értékes kiállítási tárgyakat. Ezek egyikét – egy arany nyakláncot – egy külföldi turista vásárolta meg, akinél a vámvizsgálat során megtalálták a tárgyat, és mivel abba a leltárba vétel során a tulajdonos múzeum nevét is belevésték, a hatóságok rövid időn belül eljutottak a múzeumigazgatóhoz. A leleplezést rendőrségi eljárás és a múzeumi tárgyállomány tüzetes felülvizsgálata követte, amely során fény derült a cărhar *ŕom* által elkövetett patinahamisításra is. Miután az igazgatót és az említett *ŕom*ot letartóztatták, a nyomozók – egy muzeológus kíséretében, aki a tárgyak eredetiségét ellenőrizte – egyenként felkeresték a gábor vásárlókat, akik kénytelenek voltak visszaszolgáltatni a múzeumból származó poharakat. Az érintett gábor *ŕom*okat az eljárás során csak tanúként hallgatták meg, ám a három vásárló közül csupán az egyiknek sikerült visszakapnia a kifizetett vételár (50 000 lej) jelentős részét (45 000 lejt), úgy, hogy rendőrségi kapcsolatait felhasználva rákényszerítette a hamisító cărhar *ŕom* apját arra, hogy térítse meg az őt ért veszteséget.

a pohár egyik korábbi gábor tulajdonosának a fiát kereste fel, aki 30 000 német márkát adott neki kölcsön, „garanciaként" magánál tartva a poharat. (A tárgy a tanulmány lezárása idején is zálogban volt – ugyanennél a *ŕom*nál.) A hitelező azt remélte, hogy ha a pohár „elmerül az adósságban", majd ő maga vásárolhatja meg azt, orvosolva ezzel az abból fakadó szimbolikus veszteséget, hogy apja korábban e tárgy eladására kényszerült.

Laji anyagi gondjai azonban a kölcsönfelvétel után sem enyhültek: már a közüzemi díjakat sem tudta kifizetni, hitelezői pedig fenyegetések révén próbálták meg rávenni a hitelek visszafizetésére. Végül családjával együtt egy határ menti nagyvárosba költözött, abban a reményben, hogy ott új életet kezdve anyagi helyzete rendeződik, és idővel vissza tudja fizetni adósságait. Habár az, hogy poharát elzálogosította, a romák között köztudott volt, elköltözése előtt Laji felkereste az ismerős nagyfalusi gázsó vállalkozók egyikét, akitől ő és családja is rendszeresen vásárolt különféle háztartási cikkeket. A vállalkozó lakásában elővett egy néhány decis, formáját tekintve a *sčobo taxtaj*okra emlékeztető poharat, amely beszélgetőtársaim egyike szerint, aki később személyesen is megvizsgálta a tárgyat, nem ezüstből készült. Miután hosszasan ecsetelte pénzügyi nehézségeit, Laji arra kérte a vállalkozót, hogy magas kamat ellenében adjon kölcsön neki egy kisebb összeget, és fogadja el a tárgyat biztosítékként. A poharat Laji úgy mutatta be, mintha az az apjától örökölt, *teljes értékű* presztízstárgy lenne, amely régóta a gáborok között forog, éppen ezért kifejezetten nehezére esik megválnia tőle. A vállalkozó végül 5 000 USA-dollárt adott át neki, miután megállapodtak a kamat nagyságában, illetve a kölcsön futamidejében. Laji azonban ezután nyomtalanul eltűnt, és nem fizette a kamatokat. Miután más *ŕom*oknál érdeklődni kezdett holléte felől, a hitelező számára világossá vált, hogy Laji már nem tartózkodik a településen, és a közeljövőben aligha fog visszaköltözni oda. Ezután a vállalkozó megmutatta a nála elzálogosított tárgyat a helybeli *ŕom*ok egyikének, részben azt firtatva, hogy az valóban megér-e 5000 USA-dollárt, részben pedig azért, hogy felmérje, szükség esetén akad-e majd valaki, aki a tárgyat – Laji helyett – kiváltja tőle. Az említett *ŕom* azonban mindkét kérdésre kitérő választ adott, nehogy a patinahamisítás gyanújának megerősítése miatt később konfliktusba kerüljön Lajival.

Azokat a nem roma hitelezőket, akik gábor poharakat vesznek zálogba, kizárólag a pénzben testet öltő haszon motiválja,[18] akárcsak azokat a *ŕom*okat, akik az ilyen ügyletek során hamisításhoz folyamodnak. A gázsó hitelezőknek eszükbe sem jut, ami az értékesebb poharakat biztosítékként „bekérő" gábor *ŕom*ok ki nem mondott vágya: az, hogy – ha az adós képtelen lesz a kamatok törlesztésére – a tulajdonjogot idővel ők maguk szerezhetik meg.

5.3. A pénzorientált patinahamisítás hiánya a gábor etnikai alcsoportban

Létezik-e olyan pénzorientált patinahamisítás, amelyben a hamisító és a vevő egyaránt gábor *ŕom?* Erre utaló jelekkel nem találkoztam. Minden bizonnyal azért nem, mert egy ilyen tranzakció elképzelhetetlen lenne anélkül, hogy a hamisító létrehozza a gázsóktól újonnan vásárolt tárgy fiktív gábor életrajzát – ez azonban rögtön leleplezné őt. Ahhoz ugyanis, hogy egy tárgyéletrajz a kérdéses etnikai alcsoportban hitelesnek bizonyuljon, a jelenlegi tulajdonos véleménye önmagában még nem elegendő. Ennek megértéséhez vegyük figyelem-

18 A gáborok közötti kölcsönügyletek során fizetendő kamat havi kamat, amely kifejezetten magas (6–9%) is lehet: annak összege egy évre vetítve akár a tőke 70–110%-át is elérheti. Vagyis, ha valaki 1000 USA-dollárt kér kölcsön, az év végén fizetendő kamat akár 720–1080 dollárra is rúghat. Erről a gyakorlatról a gáborok szomszédságában élő nem romák is tudnak.

be, hogy a presztízstárgyak társadalmi karrierjét a gáborok nem rögzítik írásban, szemben a nem romákkal, akik – többek között árverési és múzeumi katalógusok, művészettörténeti kiadványok formájában – gyakran tesznek kísérletet erre. A tárgyéletrajz valódiságának ellenőrzésére ezért egyetlen mód kínálkozik: a kollektív emlékezet segítségül hívása. A hitelesítés esetünkben egy rögtönzött közvélemény-kutatásra emlékeztető folyamat, amely során az érdeklődő összeveti a pohár társadalmi karrierjével kapcsolatos saját ismereteit más olyan *ŕom*ok véleményével, akiket megbízható információforrásnak tekint. Ilyen személyek lehetnek például a tárgy korábbi tulajdonosai, az adásvételek során közreműködő cenzárok, vagy azok a *ŕom*ok, akik „intellektuális sportot" űznek abból, hogy aprólékosan megjegyezzék a fontosabb tárgyéletrajzokat, és akiket éppen ezért a presztízstárgygazdaság regionális történéseinek „krónikásaiként" tartanak számon. Egy pohár kulturális életrajza tehát csak akkor bizonyul valódinak, ha azt több *ŕom* is alátámasztja, helybenhagyja. A nominális autentikusság esetünkben olyan társadalmi termék, amelynek diszkurzív megalkotásában számos gábor *ŕom* vesz részt egyidejűleg társszerzőként (vö. Duranti–Brenneis 1986).

A fentiekből adódóan az a gábor *ŕom,* aki saját etnikai alcsoportjában tenne kísérletet a patinahamisításra, egyáltalán nem számíthatna arra, hogy a fiktív tárgyéletrajzban megnevezett korábbi gábor tulajdonosok, cenzárok vagy más *ŕom*ok alátámasztják majd az általa elmondottakat, a társadalmi konszenzus hiányában pedig a hamisítás azonnal lelepleződne. A gáborok ezért nem vállalkoznak arra, hogy a gázsóktól érkező, fiktív társadalmi karrierrel ellátott tárgyakat saját alcsoportjukban értékesítsék *teljes értékű* gábor poharakként.

6. A patinahamisítás, mint politikai stratégia

A patinahamisítás hátterében azonban nemcsak gazdasági, hanem politikai okok is állhatnak. Az utóbbi esetek közös vonása, hogy a manipulált tárgyak *teljes értékű* poharak, a hamisítás „terepe" pedig a diszkurzivitás, vagyis a tárgyi tulajdonságok érintetlenek maradnak. A hamisító célja ilyenkor az, hogy hatást gyakoroljon a személyek és apai ágak közötti státusversengés eredményére.

A gábor presztízstárgygazdaság olyan szimbolikus küzdőtér vagy értékaréna, amely lehetőséget biztosít a gazdasági-társadalmi különbségek megjelenítésére, ugyanakkor a különbségek manipulálására alkalmas technikák és stratégiák tárháza is. Egyrészt mediatív-reflexív társadalmi gyakorlat, másrészt a konstitutív politikai cselekvés eszköze, illetve színtere. Az értékesebb poharak megszerzéséért és megtartásáért folyó verseny tehát nem egyszerűen leképezi a fennálló társadalmi és gazdasági viszonyokat, hanem lehetőséget biztosít a róluk való egyezkedésre, e viszonyok kreatív újrafogalmazására-alakítására is.

A presztízstárgygazdaság iránt elkötelezett *ŕom*ok rivalizálásának lényege ugyanaz, mint bármely más „értékversenyé" (Appadurai 1986: 21): megőrizni a résztvevők közötti (siker) sorrendben elfoglalt pozíciót, illetve javítani azon. Vagyis a vetélytársak célja az, hogy minél több értékes poharat vásároljanak meg egymástól, és minél tovább megőrizzék azokat saját apai águk tulajdonaként. A nagyra becsült poharak megszerzéséért, illetve visszavásárlásáért ezért gyakran alakul ki elhúzódó rivalizálás az érdeklődő *ŕom*ok között, és előfordul, hogy a kudarcot valló fél – az elszenvedett szimbolikus veszteséget orvosolandó – akár tisztességtelen eszközökkel is megpróbál elégtételt venni az új tulajdonoson. (Például úgy, hogy kísérletet tesz gazdasági helyzete ellehetetlenítésére, azért, hogy az mielőbb kénytelen legyen elad-

ni a most megvásárolt poharat.) A politikai ambícióval rendelkező *ŕom*ok tehát pozitív, vagyis saját teljesítményük fokozására irányuló, illetve negatív stratégiákat is alkalmazhatnak azért, hogy minél sikeresebbé váljanak a presztízstárgygazdaságban.

A státusversengésre, illetve az ahhoz kapcsolódó technikák és stratégiák összességére a gáborok a *ŕomani politika* ('roma politika'; vö. Berta 2007; Szalai 2008) kifejezéssel utalnak, amely – értelmezésük szerint – élesen elkülönül a romániai pártpolitikától, ideértve a nemzeti és etnikai kisebbségek politikai önreprezentációjának kérdését is. A presztízstárgygazdaság a *ŕomani politika* fontos színtere, a poharak pedig a tulajdonosok politikai önreprezentációjának, „társadalmi homlokzatának" hangsúlyos elemei, ezért gyakran jelentős érzelmi érték társul hozzájuk, és a velük kapcsolatos kommunikációra (a tulajdonos poharának önmaga, illetve mások általi nyilvános említésére, minősítésére) az intenzív társadalmi felügyelet és érzékenység a jellemző.

Hogyan függ össze a patinahamisítás és a *ŕomani politika?* Úgy, hogy a presztízstárgygazdaságban elért pozíciójuk megőrzése vagy javítása érdekében a *ŕom*ok esetenként a patinahamisítás stratégiáját is alkalmazzák. Az idesorolható esetek – társadalmi jelentőségük alapján – két csoportra oszthatók.

a) A hamisító úgy manipulál egy eladás előtt álló tárgyat, hogy a potenciális vásárlót meggyőzi arról, hogy annak – valójában kifogástalan – patinájával nincs minden rendben. A hamisító célja a tervezett ügylet meghiúsítása, a hamisítás oka pedig az, hogy az ügylet ellentétes saját politikai érdekeivel, mivel annak megvalósulása kedvezőtlenül befolyásolná a presztízstárgygazdaságban elfoglalt pozícióját. A hamisítás e típusára a cărharokkal kapcsolatos interetnikus, valamint a gábor etnikai alcsoporton belüli pohárügyletek esetében egyaránt találtam példát. A hamisító, aki „belebújik a vásárba", lehet az adott ügyletben közvetlenül nem érintett, rivális *ŕom*ok egyike, de maga a felkért – megbízójától időközben elpártoló – cenzár is. Esetünkben tehát a patinahamisítás alaptalan vádja válik a patinahamisítás eszközévé.

A terepmunkám idejére eső, idesorolható patinahamisítások egyikére 2006 elején került sor. Az eset egy olyan értékes *kuštikasa taxtaj*hoz kapcsolódott, amelyet tulajdonosa néhány évvel korábban helyezett zálogba egy másik gábor *ŕom*nál. Mivel a tulajdonos anyagi helyzete időközben tovább romlott, úgy döntött: eladja a poharat. A hír futótűzként terjedt az etnikai alcsoportban, és azonnal megindultak az arra vonatkozó találgatások, hogy a gáborok között ki lenne képes arra, hogy „kifizesse" a tárgyat, illetve az utóbbi *ŕom*ok közül kik azok, akik a vásárláshoz szükséges politikai ambícióval is rendelkeznek (vagyis pénzüket régóta szeretnék „poharakba fektetni", és csak a kedvező alkalomra várnak). A potenciális vásárlók csoportja idővel két gábor *ŕom*ra szűkült. Egyikük 2005 végén felkereste a tulajdonost, hogy megállapodjon vele a vételárban, de a tulajdonos ekkor még irreálisan nagy összeget kért a pohárért, és hónapokig halogatta az érdemi áralkut, azt remélve, hogy így feljebb srófolhatja a vételárat.

Jankó, a pohár megszerzéséért versengő másik *ŕom* ezután 375 000 USA-dollárt ajánlott fel vételárként. Mivel nem állt rendelkezésére elegendő készpénz, sietve áruba bocsátotta saját poharát, amely egy feltűnően nagy méretű *kuštikasa taxtaj* volt. A kérdéses tárgyat még apja vásárolta meg 1985-ben 700 000 lejért[19] a nagyfalusi *ŕom*ok egyikétől. Mivel egy va-

19 1985-ben a romániai gazdaság (és a tárgyév) egészére vetített, bruttó havi átlagkereset 3282 lejt tett ki. A 700 000 lejes vételár ennek az összegnek a 213,2-szerese volt.

gyonos cărhar *řom* korábban már többször kísérletet tett annak megszerzésére,[20] Jankónak könnyű dolga volt. 2006 elején felkereste a kérdéses cărhar *řom*ot, aki – 200 000 USA-dollárért – örömmel megvásárolta tőle a poharat. Jankó a vételárat kiegészítette a rendelkezésére álló készpénzzel, majd több tízezer dollárra rúgó kölcsönt is felvett, hogy az árajánlatának megfelelő pénzösszeg összegyűljön.

Balszerencséjére azonban apósát is megkérte arra, hogy legyen segítségére cenzárként a kiszemelt pohár megvásárlása során. Az após ugyanis, akit mindenre kapható üzletemberként tartottak számon lokális közösségében, nem nézte jó szemmel veje küszöbönálló sikerét. Jankóval egészen más tervei voltak: arra akarta rávenni őt, hogy *a saját birtokában lévő* poharat vásárolja meg vagy vegye zálogba, hogy a tárgy – ha már adósságai miatt meg kell válnia tőle – „a családban maradjon". Jankó azonban visszautasította a kérést, attól tartva, hogy ha zálogba veszi apósa poharát, a közöttük lévő kor- és státuskülönbséget kihasználva apósa megpróbálja majd „elügyeskedni", visszavenni azt a kölcsön visszafizetése előtt, vagy ha a vásárlás mellett dönt, évekkel a tranzakció után is kisebb-nagyobb összegeket követel majd tőle arra hivatkozva, hogy pohara jóval olcsóbban kelt el annál, mint amennyit valójában megér. Látva makacsságát, az após többféleképpen is megpróbálta meghiúsítani a veje által tervezett ügyletet. Egyrészt az áralku során a tulajdonos jelenlétében „leblamálta" az eladó poharat, oly módon, hogy azt „*konzervá*"-nak, 'konzervdoboznak' titulálta. (Ez a metafora gyakran használatos az értéktelen vagy szimbolikusan leértékelni kívánt tárgyak megnevezésére, illetve a tulajdonos inzultálására.) Másrészt – mint felkért cenzár – kijelentette: ha vejének adja el a poharat, az eladó köteles lesz majd egy jelentős, több tízezer dollárra rúgó összeget kifizetni neki közvetítői jutalékként. Ezek a próbálkozások azonban nem vezettek eredményre.

Miután az árajánlattal megegyező pénzösszeg összegyűlt, Jankó és apósa felkeresték azt a gábor *řom*ot, akinél a tulajdonos a poharat zálogba helyezte. Amikor azonban a zálogtárgyat a kezébe adták – Jankó legnagyobb megdöbbenésére – az após felháborodást színlelve rákiáltott a hitelezőre: „*Engem te ne vakítsál meg* (értsd: ne akarj megtéveszteni – B. P.)! *Hozd elő a másik poharat! Az a pohár nagyobb! Kilencdecis!*" A hitelező azonban váltig állította, hogy ez az a tárgy, amelyet Jankó meg szeretne vásárolni. Az após ezúttal azt a látszatot keltve próbálta „elrontani a vásárt", hogy a tárgy nominális autentikusságával nincs minden rendben: a nekik megmutatott pohár nem azonos azzal a darabbal, amelyet a tulajdonos évekkel ezelőtt a hitelezőnél zálogba helyezett.

Jankóék azonban nem egyedül érkeztek a hitelezőhöz, hanem három másik, ugyancsak cenzárként segédkező gábor *řom* társaságában. Közülük ketten – egy negyvenes évei elején járó testvérpár – kifejezetten azért voltak jelen az ügylet e fázisában, hogy ellenőrizzék a pohár nominális autentikusságát. Korábban ugyanis maguk is szemügyre vehették a tárgyat, mivel 2000 decemberében, amikor azt a jelenlegi tulajdonos megvásárolta, apjuk volt a tranzakciót irányító cenzár, aki egyetlen lépést sem tett nélkülük. A fivérek – hasonlóan a hitelezőhöz – amellett érveltek, hogy a tárgy azonos azzal, amelyet Jankó meg akar szerezni, ezért a gáborok között ilyenkor alkalmazható leghatékonyabbnak tartott eljáráshoz folyamodtak: a hitelező udvarán *esküre mentek,* vagyis önmagukra és családjukra mondott átkokkal próbálták bebizonyítani, hogy a tárgy nominális autentikusságával kapcsolatos állításuk megfelel a valóságnak. (Amint az ilyenkor lenni szokott, mindketten azt kérték Isten-

20 Többek között oly módon, hogy több gábor *řom*nak is jelentős sikerdíjat ígért arra az esetre, ha elérik, hogy Jankó eladja neki poharát.

től, hogy ha az általuk adott szakvélemény hamis, a kimondott átkok teljesedjenek be rajtuk és családtagjaikon.) A cenzárok között kibontakozó, a tárgy nominális autentikusságát érintő nézeteltérés azonban elegendő volt ahhoz, hogy Jankó elbizonytalanodjon, és *felmondja a vásárt,* vagyis elálljon az üzletkötéstől. A poharat néhány napon belül a tárgy iránt érdeklődő másik gábor *řom* vásárolta meg 400 000 USA-dollárért.

Érdemes szót ejteni egy olyan, a gáborok közötti státuspolitikától ugyancsak elválaszthatatlan, ritkán alkalmazott stratégiáról, amely nem definiálható ugyan patinahamisításként, de szorosan kapcsolódik ahhoz, és amely kizárólag a „gábor eladó–cărhar vevő" résztvevői keretű pénzorientált hamisítások esetenkénti kísérőjelensége. E stratégia lényege, hogy a cărharokra irányuló patinahamisítás tervének kiszivárgása arra inspirálja a hamisító egyik riválisát, hogy az ügylet lezárulása előtt fedje fel a hamisítás tényét a cărhar vevő előtt, meghiúsítva ezzel a tranzakciót. A leleplezés kétségtelenül politikai tett: a titok kiszivárogtatásának célja az, hogy a hamisító ne tehessen szert az ügyletből származó nyereségre, és ne alakíthassa át azt olyan szimbolikus javakká (apatársi szövetségekké [vö. Berta 2005], poharakká stb.), amelyek alapján a gáborok a személyek és apai ágak közötti státusviszonyokat meghatározzák, és időről időre újraírják. Kiváló példa erre az a már említett, kudarcba fulladt hamisítási kísérlet, amikor a cenzár azért leplezte le a hamisítás tervét, mert a hamisító nagyobb összeget kapott volna a cărhar vásárlótól az utánzatért, mint amennyiért a cenzár saját poharát korábban elzálogosította nála.

b) Politikai indíttatású patinahamisítással azonban máskor is találkozhatunk. Ezek az esetek – a presztízstárgyügyletek meghiúsítására irányuló hamisításokhoz képest – kisebb horderejűek, és előfordulásukat tekintve gyakoribbak. A hamisító célja az, hogy a valóságosnál kedvezőbb színben tüntesse fel saját poharát és önmagát beszélgetőtársai előtt. Ez a törekvés az általam megfigyelt esetekben a tárgy genealógiájának manipulálása révén valósult meg, és az alábbi stratégiák valamelyikét követte: vagy bizonyos, a tulajdonos számára kevésbé előnyös részletek elhallgatásán, vagy azon alapult, hogy a tulajdonos presztízshozammal kecsegtető, kitalált elemeket épített be a tárgy kulturális életrajzának gábor szakaszába.

Az első stratégiával főként a poharak társadalmi életútjának dokumentálása során, terepmunkám elején találkoztam. A különböző *řom*októl származó tárgygenealógiák összehasonlítása hamar egyértelművé tette, hogy néhány beszélgetőtársam a velem folytatott beszélgetés során következetesen manipulálta pohara pedigréjét: egy olyan személyt nevezett meg a tárgy legelső, ismert gábor tulajdonosaként, aki már saját apai ágához tartozott, amíg az őt megelőző gábor tulajdonosokról azt állította, hogy kilétük feledésbe merült, „*Mi csak ezeket* (a tulajdonosokat – B. P.) *számoljuk* (tartjuk számon – B. P.)". Az egyik ilyen esetben beszélgetőtársam a Nagyfaluban ma dominánsnak tekintett *kăldărar* ág egyik meghatározó tagja volt, és azért hallgatott pohara legelső ismert tulajdonosairól, mert ők a ma alacsony presztízsűnek tekintett helyi *čurar* ághoz tartoztak – ahhoz az ághoz, amelynek tagjai egykor befogadták és pártfogásukba vették a domináns *kăldărar* ág első Nagyfaluban letelepedett tagját, aki tízes éveiben járó, kiszolgáltatott fiatalemberként érkezett a településre özvegy édesanyjával. A betelepülés idején tehát a helyi gábor családok közötti dominanciaviszonyokra épp a mai helyzet fordítottja volt jellemző: a létszám, valamint a gazdasági-társadalmi súly tekintetében egyaránt a *čurar* ág számított dominánsnak. A lokális történelem e szakaszának felidézése a tulajdonost (és apai ágát) értelemszerűen kedvezőtlen színben tüntette volna fel. Két további esetben beszélgetőtársaimat más motiváció indította arra, hogy a *homlokzatóvó politikai amnézia* stratégiájához folyamodjanak. Esetükben az az érvelés, hogy poharaik tár-

sadalmi karrierjének korábbi, vagyis az általuk megnevezett gábor tulajdonosok előtti periódusa a múlt homályába vész, annak megelőzésére szolgált, hogy be kelljen ismerniük: poharaik csak a közelmúltban érkeztek etnikai alcsoportjukba, vagyis gábor társadalmi karrierjük még csak kifejezetten rövid múltra tekint vissza.

A második stratégiára kiváló példa az a nagyfalusi *ŕom,* aki apja jelentős pénzügyi támogatásának köszönhetően vásárolt meg egy *béváló* poharat a budapesti Váci utcai régiségkereskedések egyikben az 1990-es években, és bár a tárgy első gábor tulajdonosa nyilvánvalóan ő maga volt, előszeretettel utalt rá úgy, mintha azt édesapja kifejezetten önmagának vette volna. Másként fogalmazva: azt állította, hogy a pohár gábor genealógiája apjával kezdődik, ő maga pedig már a tárgy második tulajdonosa. A genealógia manipulálása itt arra szolgált, hogy a tárgyat értékesebbnek tüntethesse fel, és az mielőbb bekerüljön a *teljes értékű* gábor poharak csoportjába.

7. A patinahamisítás, mint az alkalmi szórakoztatás (ugratás) eszköze

A patinahamisításra az ugratás egy sajátos típusaként is sor kerülhet. Az ide sorolható esetek a „gázsók–gábor romák" közötti interetnikus találkozási helyzetek alkalmi kísérőjelenségei, központi figurái pedig olyan nem romák (nemritkán gázsó kultúrakutatók), akik érdeklődnek a presztízstárgygazdaság iránt, de csak felületes ismeretekkel rendelkeznek arról. Az ugratás lényege, hogy a házigazda *ŕom* a hozzá érkező gázsónak – látva és kihasználva tájékozatlanságát – egy olyan tárgyat mutat be értékes presztízstárgyként, amely nem felel meg a tárgytípus gábor definíciójának (például egy ónból vagy rézből készült poharat vesz elő). A komikum forrása a presztízstárgy-definícióval és a presztízstárgyak társadalmi eloszlásával kapcsolatos tájékozatlanság, valamint az ebből fakadó irányíthatóság: az, hogy a *taxtaj*tulajdonos *ŕom* kitalált képét a nem roma vendég valódinak gondolja, miközben a jelenlévő romák tudják, hogy az csupán megtévesztő szerepjáték, önmaguk szórakoztatására szolgáló illúzió.[21] Az ilyen eseteket megörökítő anekdoták közismertek a gábor etnikai alcsoportban.

8. Etnicizált gazdaság(ok), kényszerhelyettesítés, és az etnikai identitás árucikké alakítása

Az alábbiakban a gáborok és a cărharok közötti presztízstárgyügyletek egy eddig nem tárgyalt aspektusára hívom fel a figyelmet, majd a pénzorientált patinahamisítás kapcsán rámutatok arra, hogy a hamisítványok értékesítése során a gáborok a 'gábor' etnonimát sajátos módon: márkanévként használják.

Romániában ma két olyan roma csoport található (a gáboroké és a cărharoké), amelyek tagjai a műtárgypiacon megszokott vételárak sokszorosáért adnak és vesznek ezüstpoharakat és kannákat, vagyis ahol ezek alkotják a tárgyi javak fogyasztásának elitregiszterét. Mivel a két csoport közötti kapcsolat jórészt a presztízstárgyügyletekre korlátozódik, a gáborok cărharokra vonatkozó tudása többnyire olyan személyek neveiből áll, akik már vásároltak

21 Esetenként előfordul, hogy a házigazda egy olyan ezüsttárgyat mutat be presztízstárgyként a nem roma érdeklődőnek, amely formája alapján sem a *taxtaj,* sem a *kana* kategóriába nem sorolható be.

vagy zálogba vettek tőlük egy-egy poharat vagy kannát, valamint az interetnikus tranzakciókat megörökítő történetekből, illetve néhány etnikai sztereotípiából. Tapasztalataim azt mutatják, hogy a cărharok gáborokra vonatkozó ismeretei hasonló természetűek és mélységűek. A számottevő társadalmi távolság miatt a cărharok nem játszanak hangsúlyos szerepet a gáborok közötti társadalmi viszonyok definiálása során, vagyis nem tekintenek rájuk olyan személyekként, mint akik elősegíthetnék egy gábor *řom* saját etnikai alcsoportján belüli presztízsének gyarapítását, státusterveinek megvalósítását (eltekintve az interetnikus ügyletekben közreműködő cenzároktól). A cărharok említésére leginkább akkor nyílna lehetőség, amikor a gáborok a nekik eladott presztízstárgyaikról beszélnek – ehhez a témához azonban fokozott társadalmi érzékenység társul, emiatt a nyilvános társalgás résztvevői többnyire igyekeznek kerülni azt. A gáborok hasonlóképpen marginális szereplői a cărharok saját identitásprojektjeinek. Számomra úgy tűnik: mindkét csoport esetében elmondható, hogy a másik etnikai alcsoporthoz tartozó korábbi tárgytulajdonosok említése a jelenlegi tulajdonos alcsoportjában nem kecsegtet számottevő szimbolikus haszonnal, ennek köszönhetően ritka jelenség.

Az általam megkérdezett cărhar *řom*ok kommentárjainak többsége, illetve saját értelmezésem szerint a cărharok elsősorban nem azért vásárolnak a gáboroktól presztízstárgyakat, mert értékforrásnak tekintik azok gábor társadalmi karrierjét. Vagyis: elsősorban nem a korábbi gábor tulajdonosok hírnevét, társadalmi elismertségét „fizetik meg" a tranzakciók során. Pontosan mutatja ezt az egyik legismertebb cărhar cenzár alábbi, a gáboroktól hozzájuk érkező presztízstárgyakkal kapcsolatos megjegyzése: *„Ha a kutya hozza is* (a tárgyat – B. P.) *a szájában* (értsd: ha egyáltalán nincs is gábor társadalmi karrierje – B. P.), *de jó* (értsd: keresett tárgyi tulajdonságokkal rendelkezik – B. P.), *akkor nem érdekel, honnan van."*

Ha a cărhar *řom*ok nem mutatnak intenzív érdeklődést a gábor társadalmi karrier iránt, miért vesznek mégis *teljes értékű* tárgyakat a gáboroktól, ahelyett, hogy a műtárgypiacról szereznének be számukra vonzó darabokat, a közöttük és a gáborok között megszokott áraknál jóval olcsóbban? Elsősorban azért, mert a cărharok részéről mutatkozó kereslet nagyobb, mint amit saját presztízstárgygazdaságuk keretei között vagy a számukra elérhető nem roma tárgylelőhelyek segítségével ki tudnak elégíteni. A cărhar vevő mindenekelőtt a kínálati oldalon jelentkező hiány, vagyis a fent említett tárgybeszerzési források szűkössége vagy elérhetetlensége miatt vásárol gábor presztízstárgyat, és „fizeti meg" annak etnicizált szimbolikus patináját, azért, hogy hozzájuthasson magához a tárgyhoz, amelyet ezután megpróbál saját etnikai alcsoportja történelmébe integrálni, illetve apai ága identitásszimbólumává alakítani. A gábor presztízstárgygazdaság – a cărharok nézőpontjából – a tárgybeszerzési forrásokkal kapcsolatos „kényszerhelyettesítés" (Kornai 1993: 257)[22] terepe.

A kínálati oldalon mutatkozó hiány kialakulását gábor beszélgetőtársaim azzal magyarázták, hogy a cărharok elkötelezettebben ragaszkodnak saját tárgyaikhoz, valamint áldozatkészebben, elszántabban próbálják megszerezni a mások tulajdonában lévő, számukra vonzó darabokat, mint ahogyan azt a gáborok teszik. E ragaszkodás mértékét gyakran az alábbi szófordulattal érzékeltették: a cărharok képesek „beléhalni egy pohárba", vagyis hajlandó-

22 Értelmezésem szerint a „kényszerhelyettesítés" tényével magyarázható, hogy a cărhar *řom*ok csak ritkán tesznek jelentős erőfeszítéseket azért, hogy a gáboroktól vásárolt tárgyak társadalmi karrierjének valódiságát ellenőrizzék, és a szimbolikus patina meghamisításának lelepleződését követően sem alakulnak ki elhúzódó interetnikus konfliktusok. Úgy tűnik, hogy a cărhar vevők – feltéve, hogy a tárgy tárgyi tulajdonságai megfelelnek elvárásaiknak – a szimbolikus patina meghamisítása ellenére is megkapják azt, amit elsősorban akarnak.

ak utolsó lejüket is azok megőrzésére vagy megvásárlására fordítani. Ezzel összhangban a gáborok következetesen úgy jellemzik a cărharokat, mint akik fogyasztói értékpreferenciáik és életmódjuk tekintetében „túlságosan hagyományőrzőek", „civilizálatlanok", „zárkózottak", „csukott szeműek", olyan romák, akikre – szemben a gáborokkal – csekély hatást gyakorolt a romániai rendszerváltás után megjelenő új, posztszocialista fogyasztói érzékenység, és akik ezért kevésbé vonzódnak a ma divatos fogyasztói javakhoz (a márkás nyugati személyautókhoz vagy a sokszobás, új építésű házakhoz), ennek köszönhetően pedig jövedelmük nagyobb hányadát képesek presztízstárgyakra költeni, mint a gáborok. Ebben a diskurzusban a gáborok az értékként tételezett modernség, a fogyasztói kultúra újabb trendjei és a technikai fejlődés iránti érzékenység képviselőiként jelennek meg, amíg a cărharok fogyasztói attitűdjéhez a túlzottnak tekintett, stigmatizált tradicionalizmus, az elmaradottság címkéje társul.

Ezek az etnikai sztereotípiák értelmezésem szerint arra is hivatottak, hogy megmagyarázzanak egy a gáborok számára kétségtelenül aggasztó tényt. Azt, hogy miként voltak képesek a cărharok arra, hogy a 20. század folyamán számos értékes presztízstárgyat megvásároljanak tőlük, és hogy a gáborok miért nem tudták megőrizni saját birtokukban, vagy miért nem tudták visszavásárolni azokat. Minden jel szerint a tárgyak kiáramlása miatti szégyenérzet enyhítésére hivatott az a – kényszerhelyettesítés tényét elleplező – gábor ideológia, miszerint a cărharok a korábbi gábor tulajdonosok iránti „tiszteletet", a nekik tulajdonított társadalmi jelentőség miatt fizetnek ki ilyen nagy összegeket egy-egy gábor presztízstárgyért. Tapasztalataim szerint az, ha a cărhar vásárló érdeklődik a tárgy gábor genealógiája iránt, elsősorban nem az előbb említett ideológiára, hanem egy másik okra vezethető vissza. Arra, hogy az eladásra kínált tárgy gábor társadalmi karrierje, ha valódi, megnyugtató bizonyítékul szolgál számára arra vonatkozóan, hogy a kérdéses darab nem a közelmúltban készült, vagyis nem *njevo taxtaj* ('új pohár').[23] A gábor genealógiának és társadalmi karriernek szentelt figyelem esetükben a tárgy korával kapcsolatos aggodalmak eloszlatásának eszköze.

Mivel mindkét roma csoport tagjai tudják, hogy az általuk képviselt etnicizált értékrezsimekhez lényegesen magasabb vételárak tartoznak, mint amelyek a műtárgypiacra jellemzőek, a hamisító a pénzorientált patinahamisítás során azt a látszatot kelti, hogy az általa felkínált pohár *teljes értékű* gábor presztízstárgy. Olyan darab, amelynek vételáráról kizárólag a gáborokra jellemző értékrezsim alapján hajlandó tárgyalni. Csak így érheti el, hogy a potenciális cărhar vevő árajánlata és a gázsónak kifizetett beszerzési ár között jelentős különbözet jöjjön létre, és a hamisítás valóban nyereséges legyen. Ha a gáborok elismernék, hogy az áruba bocsátott tárgy eddig csak nem romák tulajdonát képezte, a cărhar vevők is a nem romákra jellemző értékrezsim alapján becsülnék fel annak értékét, és csak egy szerény összeget ajánlanának fel érte, hiszen nyilvánvaló lenne számukra, hogy a tárgy csupán egy árucikkpohár, amelyhez a tulajdonos a gáborok és a cărharok között megszokott vételárak töredékéért jutott hozzá a műtárgypiacon.

Amikor az eladó a hamisítványt „gábor pohárként" mutatja be a potenciális vevőnek, a gábor etnonimát márkanévként[24] használja. Az etnonima egyrészt megjeleníti a tárgy

23 Ez azonban nem jelenti azt, hogy a cărharok alkalmanként ne utalnának büszkén arra, hogy megvásárolták az értékes gábor presztízstárgyak egy részét, vagyis ne tekintenék azokat a szomszéd csoporttól elhódított trófeáknak.

24 Márkajegyekként funkcionáló jellegzetes tulajdonságokkal nemcsak termékek és vállalatok rendelkezhetnek, hanem egyének és etnikai csoportok is (vö. Harrison 2002). Valamely konkrét személy esetében – informális – márkajeggyé válhat egy egyedi mozdulatsor, hajviselet vagy az öltözködéshez kapcsolódó stílusjegy, az etnikai csoportok esetében pedig – többek között – az etnikai identitásszimbólumok tehetnek szert ugyanerre a funkcióra.

(mesterségesen pótolt) származását, etnicizált jellegét, és elkülöníti azt a gázsók vagy más roma csoportok birtokában lévő árucikkpoharaktól. Másrészt kijelöli azt az értelmezési keretet, amelyet a hamisító az áralku során érvényesnek tekint, mozgósítva a vásárló gábor presztízstárgygazdasággal kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel az arra jellemző értékrezsimre és ártartományra. Annak, hogy esetünkben a gábor etnonima válik márkanévvé, kézenfekvő magyarázata e tárgyak és a köréjük szerveződő gazdaság etnicizált jellege (vö. Berta 2005). A pénzorientált patinahamisítás tehát a márkahamisítás egy sajátos eseteként is értelmezhető.

A gábor etnonima azonban nemcsak ilyenkor használatos márkanévként, hanem egyes megélhetési stratégiák: az Erdélyben végzett közvetítő kereskedés és a bádogosmunkák esetében is. E jelenség megértéséhez vegyük figyelembe, hogy a gáborok egy részére a relatíve magas gazdasági státus jellemző (legalábbis a kistelepüléseken mezőgazdaságból élő magyarok és románok átlagos életszínvonalához viszonyítva), és az utóbbi évtizedekben sokan csatlakoztak az olyan egyházak valamelyikéhez, mint a Hetednapi Adventista Egyház vagy a Pünkösdista Egyház. Az utóbbiak az identitásreprezentáció olyan új társadalmi színtereivé váltak, ahol a gáborok a többségi társadalom számára meggyőzően demonstrálhatták gyarapodó gazdasági erejüket, és azt, hogy a romákhoz általában társított negatív etnikai sztereotípiák átértékelésre, módosításra szorulnak. Részben az utóbbi két évtizedben végbement gazdasági státusemelkedésnek köszönhető, hogy a gáborok előszeretettel utalnak önmagukra az erdélyi romák „arisztokráciájaként", és hogy a romániai – valamint esetenként a magyarországi – média gyakran közöl tudósításokat róluk. E híradások hátterében nemritkán az a törekvés áll, hogy a média képviselői meggyőzzék a többségi társadalom tagjait arról: léteznek jómódú, „rendes cigányok is", és egyúttal „követendő példaként" állítsák a gáborokat más roma etnikai alcsoportok elé.

Az erdélyi médiában és közbeszédben egyaránt jelen lévő, pozitív reprezentáció az oka annak, hogy amíg a gáborok a külföldi munkavégzés során gyakran folyamodnak etnikai identitásszimbólumaik[25] alulkommunikálásához, részleges elrejtéséhez, vagyis az *etnikai mimikri* stratégiájához, addig az Erdélyben zajló kereskedés esetében jóval ritkábban akad példa arra, hogy etnikai identitásukat stigmaként értelmezzék (vö. Feischmidt 2005). Sőt éppen ellenkezőleg: etnikai identitásszimbólumaik itt gyakran kifejezetten hasznos, jövedelmező márkajegyekként funkcionálnak, ezért előszeretettel folyamodnak azok tudatos előtérbe helyezéséhez, vagyis a *hivalkodó etnicitás* stratégiájához. E stratégia célja, hogy az identitásszimbólumok látványa mozgósítsa a médiában, illetve a köztudatban a *gáborság* fogalmához társuló pozitív asszociációkat (a sikeres üzletember képét stb.), elősegítve a kereskedés eredményességéhez, valamint a hivatali ügyintézéshez nélkülözhetetlen bizalomépítést. A relatív jómód gáborokhoz társuló sztereotípiája emellett egy további előnnyel is kecsegtet, amelynek a romák ugyancsak tudatában vannak. Azzal, hogy a hatóságok egyes képviselői bátrabban és gyakrabban kérnek, illetve fogadnak el csúszópénzt tőlük, mint a gázsóktól, vagy azoktól a nem gábor romáktól, akik köztudottan szerényebb körülmények között élnek. (A hatóságok képviselői ugyanis azt feltételezik – tapasztalataim szerint nem alaptalanul –, hogy a gáborok a gázsóknál ritkábban fordulnak jogorvoslatért a bírósághoz vagy valamelyik állami felügyeleti szervhez, ha korrupcióval találkoznak.) Habár a csúszópénz rövid távon többletkiadást

25 A férfiak esetében elsősorban a széles karimájú kalap és a bajusz minősülnek az etnicitás felismerését elősegítő identitásszimbólumnak.

jelent, segítségével a hivatali ügyintézés gyakran meggyorsítható, és olyan ajtók is megnyílhatnak a gáborok előtt, amelyeken máskülönben nem nyernének bebocsátást.

Az etnikai identitásszimbólumok hivalkodó márkajegyekként való használata nemcsak a kereskedésből élő romákra, hanem azokra a gábor családokra is jellemző, amelyek több évtizede végeznek bádogosmunkákat nem roma magánszemélyek, közintézmények és vállalatok megbízásából, nemritkán hosszú múltra visszatekintő, kölcsönös bizalmon és megelégedésen alapuló munkakapcsolatot alakítva ki a megrendelők egy csoportjával. Hasonlóan a kereskedőkhöz, gyakran ők is a hivalkodó etnicitás stratégiája révén igyekeznek aktualizálni (és ezzel párhuzamosan etnicizálni) az olyan pozitív asszociációkat, mint a szakértelem, a rugalmasság vagy az áralku lehetősége. Kiváló példa erre az a román nyelvű névjegykártya, amelynek jobb felső sarkába tulajdonosa „egy bajuszos, kalapos férfifejet" rajzoltatott. A kalap és a bajusz félreérthetetlenül utal a vállalkozó etnikai identitására: *gáborság*ára. A névjegykártyán olvasható szöveg a következő: „*A. F. GABOR. Tinichigiu – căldărar*". Vagyis: 'Gábor Családi Vállalkozás. Bádogos-rézműves'. Ugyancsak itt említendő annak a bádogos *ŕom*nak az esete, aki hosszú ideig Nagyváradon élt, de nem sokkal halála előtt egyik fiával visszaköltözött Nagyfaluba, és magával hozta korábbi lakhelyén használt cégtábláját is. Bár már nem végzett fizikai munkát, háza pedig egy mezőgazdasági művelés alatt álló területre vezető földút legvégén állt, amely előtt csak néhány helybeli haladt el naponta, a cégtáblát nagyfalusi háza utcafrontjára is kifüggesztette. A táblán az alábbi felirat állt: „*Tinichigiu–Gábor–Căldărar*", vagyis 'Bádogos–Gábor–Rézműves'. A hivalkodó etnicitás egy hasonló stratégiája az gyakorlat, hogy több *ŕom* is a „gábor" nevet adta vállalkozásának (függetlenül attól, hogy saját vezetékneve megegyezik-e a kérdéses etnonimával, vagy nem).

Ami a pénzorientált patinahamisítás gyakorlatában és az utóbb említett, Erdélyben alkalmazott megélhetési stratégiákban közös, az az etnonima márkanévvé válása, vagyis az etnikai identitás gazdasági erőforrásként való hasznosítása. Másként fogalmazva: az, hogy a megrendelőket/vásárlókat kereső és a patinahamisításra vállalkozó gáborok az interetnikus találkozási helyzetekben – habár más-más módon, de – egyaránt árucikké alakítják: „reflektorfénybe állítják" és gazdasági tőkévé konvertálják etnikai identitásukat.

Hivatkozott irodalom

Appadurai, Arjun (1986): Introduction: Commodities and the Politics of Value. In *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective.* Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 3–63.

Berta Péter (2005): A társadalmi nemek közötti státuskülönbség ideológiái egy erdélyi roma (Gábor) közösségben. In *Ethno-Lore. Az MTA Néprajzi Kutatóintézetének évkönyve XXII.* Vargyas Gábor (szerk.). Budapest: Akadémiai, 71–154.

Berta Péter (2006): Tárgyhasználat, identitás és a különbség politikája. Az etnikai identitásszimbólum-alkotás gyakorlata az erdélyi gáborok között. In *Ethno-Lore. Az MTA Néprajzi Kutatóintézetének évkönyve XXIII.* Vargyas Gábor (szerk.). Budapest: Akadémiai, 147–192.

Berta Péter (2007): Ethnicisation of value – the value of ethnicity. The prestige-item economy as a performance of ethnic identity among the Gabors of Transylvania (Rumania). *Romani Studies* (17)1: 31–65.

Berta Péter (2008): Identitás(szimbólum)-brókerek. Bazár jellegű ügyletek és kockázatmenedzselés a gábor presztízstárgygazdaságban. *Tabula* 11(1-2): 3–44.

Bourdieu, Pierre (1998): The Economy of Symbolic Goods. In Uő. *Practical Reason. On the Theory of Action*. Cambridge: Polity, 92–123.

Brown, Michael F. (1997): Can Culture Be Copyrighted? *Current Anthropology* 39(2): 193–222.
Caldwell, Melissa L. (2002): The Taste of Nationalism: Food Politics in Postsocialist Moscow. *Ethnos* 67(3): 295–319.
Calhoun, Craig J. (1994): Social Theory and the Politics of Identity. In *Social Theory and the Politics of Identity*. Craig J. Calhoun (szerk.). Oxford: Blackwell, 9–36.
Duranti, Alessandro és Donald Brenneis (szerk.) (1986): The Audience as Co-Author. *Text.* 6(3). (Különszám.)
Dutton, Dennis (2003): Authenticity in Art. In *The Oxford Handbook of Aesthetics.* Jerrold Levinson (szerk.). New York: Oxford University Press, 258–274.
Elliott, Richard (2004): Making Up People: Consumption as a Symbolic Vocabulary for the Construction of Identity. In *Elusive Consumption*. Karin M. Ekström és Helene Brembeck (szerk.), Oxford: Berg, 129–143.
Feischmidt Margit (2002): Szimbolikus konfliktusok és párhuzamos nemzetépítés. In *A nemzet antropológiája*. A. Gergely András (szerk.). Budapest: Új Mandátum, 112–125.
Feischmidt Margit (2005): A határ és a román stigma. In *Tér és terep. Tanulmányok az etnicitás és az identitás kérdésköréből III*. Kovács Nóra, Osvát Anna és Szarka László (szerk.). Budapest: Akadémiai, 43–58.
Foster, Robert, J. (1999): The Commercial Construction of „New" Nations. *Journal of Material Culture* 4(3): 263–282.
Fox, Jon E. (2006): Consuming the nation: Holidays, sports, and the production of collective belonging. *Ethnic and Racial Studies* 29(2): 217–236.
Gell, Alfred (1998): *Art and Agency. An Anthropological Theory.* Oxford: Clarendon.
Glass, Aaron (2004): Return to Sender. On the Politics of Cultural Property and the Proper Address of Art. *Journal of Material Culture* 9(2): 115–139.
Guy, Kolleen M. (2003): *When Champagne Became French: Wine and the Making of a National Identity.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.
Harrison, Simon (1995): Four Types of Symbolic Conflict. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 1(2): 255–272.
Harrison, Simon (2002): The Politics of Resemblance: Ethnicity, Trademarks, Head-Hunting. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 8(2): 211–232.
Hoskins, Janet (2006): Agency, Biography and Objects. In *Handbook of Material Culture.* Christoper Tilley, Webb Keane, Susanne Küchler, Michael Rowlands és Patricia Spyer (szerk.). London: Sage, 74–84.
Jamieson, Mark (1999): The Place of Counterfeits in Regimes of Value: An Anthropological Approach. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 5(1): 1–11.
Jones, Mark (szerk.) (1990): *Fake? The Art of Deception*. Berkeley: University of California Press.
Jones, Mark (szerk.) (1992): *Why Fakes Matter. Essays on Problems of Authenticity.* British Museum Press: London.
Kopytoff, Igor (1986): The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process. In *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (szerk.). Cambridge: Cambridge University Press, 64–94.
Kornai János (1993): *A szocialista rendszer. Kritikai politikai gazdaságtan.* Budapest: HVG Kiadói Rt.
Lury, Celia (1996): *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
Magyari-Vincze Enikő (1999): A kolozsvári egyetem és a romániai magyar identitáspolitika. *Replika* 37: 57–66.
Radnóti Sándor (1995): *Hamisítás*. Budapest: Magvető.
Steiner, Christopher B. (1994): *African Art in Transit*. Cambridge: Cambridge University Press.
Stewart, Michael (1997): *The Time of the Gypsies*. Boulder: Westview.
Storey, John (1999): *Cultural Consumption and Everyday Life*. London: Arnold.
Szalai Andrea (2006): Egységesség? Változatosság? A cigány kisebbség és a nyelvi sokféleség. *Nyelvtudományi Közlemények* 103. köt., 163–204.
Szalai Andrea (2008): Nyelvi ideológiák és társadalmi határok. In *Az etnicitás és a kisebbségkutatás elméleti és módszertani irányai az antropológiában*. Feischmidt Margit és Kovács Nóra (szerk.). Budapest: MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet (megjelenés alatt.)
Szilágyi János György (1987): *Legbölcsebb az Idő. Antik vázák hamisítványai.* Corvina: Budapest.
Tilley, Christopher (2002): Metaphor, Materiality and Interpretation. In *The Material Culture Reader*. Victor Buchli (szerk.). Oxford: Berg, 23–26.
Tsosie, Rebecca (1998): Indigenous Peoples' Claims to Cultural Property: A Legal Perspective. *Museum Anthropology* 22(1): 5–11.
Wai-Tenf Leong, Laurence (2001): Consuming the Nation: National Day Parades in Singapore. *New Zealand Journal of Asian Studies* 3(2): 5–16.
Weiner, Annette (1985): Inalienable Wealth. *American Ethnologist* 12(2): 210–227.
Weiner, Annette (1992): *Inalienable Possessions: The Paradox of Keeping-While-Giving.* Berkeley: University of California Press.

Pellandini-Simányi Léna

„Jaj, mama, minek őrzöd ezt a sok kacatot?"

A berendezési tárgyakhoz kötődő értékrezsimek változásai[1]

Nemrégiben egyik ismerősöm örökölt egy lakást. A lakás tele volt különféle tárgyakkal, melyektől egykori lakója élete során kitartó unszolás ellenére sem volt hajlandó megválni. A gazdátlan lakásból először a hozzátartozók vitték el azokat a tárgyakat, amelyekhez személyes emlékek kötötték őket, vagy amelyeket saját lakásukban szerettek volna elhelyezni. Ezután hívtak egy régiségkereskedőt, aki a régiségpiaci értékük szerint vásárolt meg egy-egy darabot. Ezt követően a rokonok felajánlották a házmesternek, hogy vigye el az általa használhatónak ítélt darabokat. Ami még ezután is megmaradt, kidobásra került.

A lakás tárgyai a fent leírt szakaszokban különböző szempontok szerint kerültek értékelésre: a hozzátartozók nosztalgia és saját lakásuk berendezési stílusa, a régiségkereskedő a régiségpiaci érték, a házmester a saját céljaira való használhatóság alapján döntötte el, hogy egy tárgy képvisel-e számára értéket, és ha igen, mekkorát. Ebben az írásban ezen értékelési szempontrendszerek – vagy Appadurai (2008) fogalmát használva „értékrezsimek"– generációs változásait vizsgálom. Az értékrezsimek közül azokra koncentrálok, amelyek a személyes használat során alakulnak ki, azaz a különböző piacokon jellemző értékek ennek a cikknek nem képezik témáját.

A cikk két egységre osztható fel. Az első részben röviden áttekintem a cikk alapjául szolgáló kutatás módszertani és elméleti megközelítését. A második részben berendezési tárgyak, tárgycsoportok – Kopytoff kifejezésével élve – „élettörténetét" követem családok különböző generációin át, esetek elemzésén keresztül vizsgálva az értékrezsimek változását.

Megközelítési mód

Ez a cikk – illetve az alapjául szolgáló kutatás – az anyagikultúra-kutatás [material culture studies] Daniel Miller-féle (Miller 1987; 2005) ágának elvei szerint készült. Mivel a diszcip-

1 Köszönettel tartozom konzulensemnek, Don Slaternek és a cikk korábbi változatait olvasó szerkesztőknek: Berta Péternek, Bíró Eszternek és Huszár Ákosnak.

línáról korábban bővebben írtam (Simányi 2005), így az alábbiakban csak a főbb jellemzőket foglalom össze. Az irányzat egyrészt a kritikai kultúrakutatás hagyományaira épít abban, hogy a fogyasztást nem a termelés viszonyai – kizsákmányolás, reklám stb. – által dominált tevékenységnek tekinti, hanem a kreativitás és egyéni döntések önálló terepének. Ez az elképzelés teszi lehetővé azt, hogy a fogyasztást mint önálló szociológiai kutatási tárgyat vegyük komolyan, illetve, hogy a kutatásokban a különböző jelentések, gyakorlatok és azok változásai kerüljenek központi helyre. Miller e hagyományra építve, ám azt továbbfejlesztve dolgozta ki tárgyiasításelméletét [objectification theory], melynek lényege, hogy a fogyasztás se nem önkifejezés, se nem a tárgy által diktált tudattartalom átvétele, hanem dialektikus folyamat, melyben a szubjektum és tárgy egyszerre, egymástól elválaszthatatlanul jön létre. Millernél erre az elképzelésre épül a tárgyak és az antropológiai értelemben vett kultúra szoros összefonódása. Ezen összefonódás miatt a fogyasztást az irányzathoz tartozó kutatások olyan területként kezelik, amelyen keresztül alapvető társadalmi és kulturális változásokba nyerhetünk betekintést a mindennapi élet, gyakorlatok szintjén. Shevchenko (2002) például a frizsiderekhez kötődő gyakorlatokon és értelmezéseken keresztül elemzi a posztszovjet miliő kulturális folyamatait, Tacchi (2003) pedig rádióhallgatási gyakorlatokon keresztül „tekint be a mindennapi életbe".

Ebben a cikkben annyiban térek el az anyagi kultúra kutatás ezen irányzatától, hogy míg Miller a hangsúlyt a fogyasztási gyakorlatok megfigyelésére helyezi, és a fogyasztásról szóló diskurzusnak másodlagos szerepet tulajdonít, az itt következő elemzés a megfigyelt gyakorlatokat is a kutatási alanyok (ön-)értelmezésén keresztül vizsgálja. Ez azt jelenti, hogy a cikkben az értékrezsimek változásait a tárgyakat megvásároló, használó emberek értelmezésein keresztül elemzem. Célom annak bemutatása, hogy a különböző résztvevők hogyan értelmezik saját gyakorlatikat, fogyasztási döntéseiket, és melyek azok a tudások, elképzelések, amelyekre a különböző értékelések támaszkodnak.

A cikk alapjául egy interjúkra és megfigyelésekre épülő, 2006-ban folyatott egyéves kutatás szolgál, melyben két-, illetve háromgenerációs budapesti családok (összesen húsz háztartás) vettek részt. A módszer lehetőséget adott a fogyasztási gyakorlatok, illetve az azokhoz kapcsolódó elképzelések, jelentések változásainak és folytonosságainak feltárására, illetve e folyamatok családon belüli megvitatásának vizsgálatára. A kutatás a tárgyak széles körének beszerzésére és használatára terjedt ki, és vizsgálta a különböző tárgyakhoz kötődő elképzelések viszonyrendszerét. Ebben a cikkben azonban különböző tárgyéletrajzok, generációs értékrezsim-változások megértésére koncentrálok, ezért az elemzést egy meghatározott tárgycsoportra, a lakásdekorációra szűkítem le.

Azzal, hogy témámat *generációs* változásként definiálom, nem csak egy kérdést, hanem egyben egyfajta választ is megfogalmazok. A változást generációsnak tekintve közvetetten azt állítom, hogy ezeket az átalakulásokat nem értelmezhetjük egyszerű szubjektív eltérésekként – az „ízlések és pofonok" szellemében –, azaz megmagyarázhatatlan személyes preferenciákra épülő különbségekként (ez lenne a mikrökonómia, és általában a liberális közgazdaságtan álláspontja (Slater 1997); hanem e változás mögött inkább valamilyen formában a „különböző korok" állnak. Mindemellett szeretném elkerülni a strukturalista magyarázatokra jellemző determinizmust (azt a feltételezést, mely szerint bizonyos objektív, áthatható, külső tényezők, itt a „kor", határozzák meg az emberek tetteit és gondolkodását) és pongyolaságot (nem tudjuk, hogy ezek a nagy erők, például a változó idők, pontosan hogyan válnak személyes életünk mozgatójává). Az elemzésben igyekszem középutat találni a teljes

szubjektivitást és a kikerülhetetlen erőket feltételező álláspont között: a történelmi, társadalmi, politikai és gazdasági változások szerepét fontosnak gondolom, ám e hatásokat nem tekintem egyértelműnek és determinisztikusnak, hanem megértésükre alulról felfelé építkezve, az egyéni élményeken keresztül törekszem.

A személyes értelmezéseket központba állító megközelítés elenyésző részét képezi azoknak a vizsgálatoknak, amelyeket lakásberendezési szokásokról Magyarországon eddig folytattak. A különbségek megértése érdekében röviden, a teljesség igénye nélkül vázolom néhány korábbi kutatás megközelítési módját, amelyeket a következő négy fő irányvonalba soroltam be: (1) nagymintás szociológiai kutatások, (2) kulturális antropológiai szimbólumelemzés, (3) társadalomtörténeti kutatások, (4) néprajzi kutatások.

A nagymintás kérdőíves, illetve megfigyeléses kutatások előre meghatározott kategóriák szerint osztályozzák a lakások berendezését, például rögzítik bizonyos tárgyak meglétét vagy hiányát. A módszertan kiváló a lakásokban található tárgyak mennyiségi feltérképezésére, ám semmilyen lehetőséget nem nyújt annak megértésére, hogy a tárgyak vásárlói, használói számára azok milyen jelentéssel bírnak, miért tettek egyáltalán szert rájuk. Ezeket a kutatásokat két csoportra oszthatjuk: az első típus témája kifejezetten a lakberendezés, a második típus a berendezési tárgyakat egy nagyobb téma, elsősorban az életstílus-kutatás részeként kezeli. Az első típusra példa S. Nagy 1978–1982 között folytatott kutatása (S. Nagy 1987). A kutatás különböző lakberendezési típusokat különít el, melyeket az osztályhelyzettel, illetve a mobilitással köt össze. S. Nagy nem csupán az egyes típusok leírására törekszik, hanem kialakulásuk, mozgatórugóik megértésére is: a kvantitatív vizsgálatokat 163 mélyinterjú, fotó egészítette ki. A kutatás különleges erőssége, hogy kitér a tárgyhasználat változásaira – például elemzi a paraszti tárgyak használatiból dísztárggyá válását a humán elitnél –, illetve vizsgálja a tárgyak gyártóinak elképzeléseit is (S. Nagy 1997).

Az elemzés a lakásbelsők – rendkívül gazdag és érdekes – tipologizálására fókuszál, ami azonban azzal jár, hogy a használók értelmezéseinek – sőt ami még érdekesebb lenne, azok összefüggéseinek a gyártók elképzeléseivel – kisebb szerep jut. Ez azt jelenti, hogy a lakástípusok leírásainak *magyarázatában* a szerző gyakran egyszerűen az utánzásra, a „hasonulni és különbözni vágyásra" vezeti vissza az egyes döntéseket – még akkor is, amikor izgalmas esettanulmányokat tárgyal (S. Nagy 1987: 190–194), amelyek sokkal sokrétűbb jelentések feltárására nyújtanának lehetőséget.

A nagymintás kutatások második csoportját képező életstílus-kutatásokban a lakberendezési tárgyak csak egy-egy kérdésben bukkannak fel, például az anyagi fogyasztás (tévé, műtárgy birtoklása), illetve a kulturális fogyasztás (könyvek, CD-k száma) (Fábián, Kolosi et al. 2000) mutatóiként, elsősorban kvantitatív formában (hány könyv, hány CD, nem pedig milyen könyv, milyen CD van a megkérdezett birtokában). Ezek a kutatások nem vizsgálják a vásárlások, használatok miértjét és mikéntjét; ennek ellenére az elemzés során gyakran feltételeznek bizonyos használatokat és értékelési elveket. Például az íróasztal, könyvespolc, olvasólámpa az „intellektuális tárgyak" kategóriába kerül (Utasi 1995), illetve egy-egy tárgytípust – például a stílbútort – a magasabb szintű fogyasztási vagy kulturális színvonal jelének tekintenek. Ezek a feltételezések nem vesznek tudomást arról a lehetőségről, hogy a különböző csoportok máshogyan használják tárgyaikat, illetve más bútorok, stílusok lehetnek kívánatosak, „magas színvonalúak". Losonczy 1969-ben indult kutatása jelent kivételt ebből a szempontból, mely a kérdőíven kívül szociográfiai, történeti anyagokat és mélyinterjúk tapasztalatait felhasználva nyújt elemzést a különböző életstílusokról és motivációkról (Losonczy 1977).

A második kutatási megközelítés a kulturális antropológia körébe sorolt szimbólumelemzés, melynek módszertana a megfigyelés. A módszer legfontosabb képviselőinek számító Kapitány házaspár által nemrégiben készített kutatás például 248 ház és lakás megfigyelésére épül (Kapitány és Kapitány 2000). A megfigyelések elemzésekor azonban a szerzőpáros szinte kizárólag saját értelmezéseire, illetve a különböző kulturális szimbólumokkal húzott párhuzamokra támaszkodik, jórészt figyelmen kívül hagyva a tárgyak használóinak olvasatait. Véleményem szerint egy tárgy változó, illetve gyakran egymásnak ellentmondó értelmezései sok forrásra épülnek, melyek komplex viszonyrendszert alkotnak: szerepet játszanak benne a termelők elképzelései, a vásárlók vágyai, a használat során felhalmozódott, illetve történelmileg meghatározott jelentések, elképzelések egy vágyott életről stb. Abban a rendszerben, amely ilyen szempontokat is figyelembe kíván venni, a tisztán szimbólumelemzés alapján nyújtott olvasatot nehezen tudom elhelyezni, mivel a szerzők által javasolt értelmezések nem írják le sem a termelők, sem a fogyasztók által az egyes tárgyaknak tulajdonított jelentéseket, hanem egy a szerzők által mérvadónak tartott szimbólumrendszerre felépített értelmezés dominál. A módszer mintha arra a kimondatlan feltételezésre épülne, mely szerint egy rejtett szimbólumrendszer irányítja tetteinket tudtunkon kívül – amely hipotézist azonban nem látom kellően alátámasztottnak.

A harmadik csoportot alkotó társadalomtörténeti kutatások a statisztikai adatokat korabeli dokumentumokkal, például hagyatéki leltárokkal, peranyagokkal, fényképekkel, naplókkal kombinálják. Különösen jó példával szolgálnak erre Gyáni kutatásai (Gyáni 1991, 1999, 2006), melyek kitérnek a különféle tárgyhasználatokra, és gyakran az egyének, családok életéből kiindulva nyújtanak színes képet korábbi korok mindennapjairól. A módszer hátránya, hogy a fennmaradt személyes források szűkössége esetenként behatárolja a személyes élmények, jelentések feltárását.

A negyedik csoportot a néprajz körébe tartózó kutatások képezik. A tudományterülethez tartozó kutatások módszertana sokáig elsősorban tárgyak mennyiségi, illetve részletes minőségi összeírása, leltárak, hagyatékok elemzésére koncentrált. E kutatások célja a tárgyi kultúráról szóló *leíró* adatok minél teljesebb körű dokumentálása és megőrzése volt, melyben a személyes értelmezések különbségeinek, változásainak alig jutott szerep. A módszerrel kapcsolatos további probléma, hogy elsősorban a *megőrzésre* koncentrált, így érdeklődési köre a kortárs, illetve az újonnan megjelenő (nem hagyományőrző) gyakorlatokra nem terjedt ki. (A módszer kritikájáról részletesen ír Niedermüller [1994].) Ez a megközelítés azonban fokozatos változáson megy keresztül, és ma a Néprajzi Múzeum köré csoportosuló, a MaDok-programhoz kapcsolódó kutatások jelentik a *jelenkori* anyagi kultúrakutatás egyik legfontosabb csomópontját, melyben kiemelt szerep jut a kortárs gyakorlatoknak és a tárgyakhoz fűződő jelentéseknek (Babarczy et al. 2008; Fejős 2003).

Értékrezsimek, tárgyéletrajzok és generációs változás

Kopytoff (2008) szerint a tárgyak, csakúgy, mint az emberek, különböző életszakaszokon mennek keresztül, amelyek együttesen alkotják a tárgy életrajzát. Az egyes életszakaszokban eltérő kulturális jelentések, használatok kapcsolódhatnak hozzájuk, illetve változhatnak az áramlásukat meghatározó elvek, melyeket Appadurai (2008) az „értékrezsim" fogalmával ragad meg. Ebben a cikkben különböző tárgyéletrajzokat azonosítok, melyek során a beren-

dezési tárgyak generációnként eltérő, személyes elképzeléseken alapuló értékrezsimek között mozognak.

A tárgyéletrajz elméletének ezen használata több szempontból is eltér annak fősodorbeli alkalmazásától. Egyrészt a kutatás – Kopytoff (2008) kifejezésével élve – a „magánosztályozások sokaságának" bemutatására koncentrál, és nem terjedt ki a termelési oldal vizsgálatára. A piaci értékelésnek az elemzésben így csak annyiban van szerepe, amennyiben a vizsgálatban szereplő fogyasztók elképzeléseiben megjelenik. Ez egyben az elemzés korlátja is, mivel az életrajzok „fogyasztási" szakaszára koncentrál.

Másrészt, és ez a legfontosabb eltérés, a tárgyéletrajz-megközelítést leggyakrabban a tárgyak *térbeli*, kultúraközi vándorlásának követésére használták, míg ebben a cikkben a fogalmat generációs, azaz *időbeli* változás leírására alkalmazom. A térbeli vándorlásra irányuló figyelem túlsúlya részben azzal magyarázható, hogy az utóbbi évtizedben óriási lendületet kapott az a kutatási terület, mely a tárgyak különböző kulturális kontextusokban való használatát, azon belül is az egymástól térben elválasztott termelők és fogyasztók közti kapcsolatokat vizsgálja. Ide sorolhatók a kultúraközi fogyasztást vizsgáló kutatások (Howes 1996), illetve számos korábbi, a kritikai kultúrakutatás körében készült tanulmány is (Hebdige 1988). A téma iránti érdeklődés oka az – ahogy Myers (2001) fogalmaz –, hogy a legtöbb ember napjainkban *transznacionalista* körülmények közt él:

> A transznacionalizmus körülményei, amelyek között ma a legtöbb ember él, új, és gyakran ellentmondásos kulturális és gazdasági értékeket és jelentéseket hoztak létre a tárgyakban – azaz az anyagi kultúrában –, mivel ezek a tárgyak egyre gyorsuló iramban utaznak keresztül helyi, nemzeti és nemzetközi piacokon és más értéket létrehozó rezsimeken(Myers 2001: 3, [fordítás tőlem]).

Annak, hogy a legtöbb tanulmány földrajzilag – nem pedig időben – eltérő értékrezsimekre koncentrál, mélyebb oka is van a kultúraközi kutatások népszerűségén kívül. Míg az egymástól földrajzilag távol eső termelők, kereskedők, illetve különböző fogyasztók esetében könnyen feltételezhető, hogy egymástól részben független értékrezsimeket alakítanak ki, az azonos kultúrához tartozó szereplők esetében ez sokkal kevésbé kézenfekvő. Sőt számos szociológiai és antropológiai elmélet épül éppen arra az állításra, hogy a tárgyak közvetítésével marad fenn, termelődik újra, illetve válik természetessé és nehezen megváltoztathatóvá egy adott kulturális rendszer (Barthes 1983; Bourdieu 1977, 1984; Douglas 1998; Sahlins 1976)[2]. Ezen elképzelések szerint a változásnak, így az eltérő értékrezsimek kialakulásának egy adott kultúrán belül korlátozott lehetősége van, és a tárgyi világ pont e változás ellen hat. Bourdieu például azt állítja, hogy a gyakorlatok révén elsajátított és gyakorlati szinten működő, természetesként kezelt kategória- és hierarchiarendszer olyan erős, hogy csak *krízishelyzetekben* inoghat meg, amikor a szubjektív kategóriarendszer és az objektív struktúrák közti természetesnek vett összhang megkérdőjeleződik (Bourdieu 1977: 168–169).

Az a véleményem, hogy Magyarország huszadik századi történelme során pontosan ilyen krízishelyzetekre került sor, amelyekben a korábbi gyakorlatok és a mögöttük álló természetesnek vett elképzelések, a kulturális kategóriarendszer, illetve hierarchia radikálisan megkérdőjeleződtek. Az első ilyen krízishelyzetet a szocializmus jelentette, mely komolyan vette a *gyakorlatokban* testet öltő elképzeléseket, és ezért elválaszthatatlannak tartotta azok meg-

2 A kultúra és a tárgyi világ közti megfelelésről részletesebben lásd Simányi (2005).

változtatását a hierarchia és az értékek megváltoztatásától. A „kispolgári mentalitás" támadása például nem csupán egy mentalitás, hanem a konkrét gyakorlatok kritikáját jelentette, abból a feltételezésből kiindulva, hogy az elképzelések gyakorlatokban élnek tovább. Bár a hatalom mindennapi gyakorlatok szabályozására irányuló törekvése fokozatosan gyengült (Hammer és Dessewffy 1997), a szocialista társadalomnak, embernek és eszménynek megfelelő életmód és fogyasztás körül zajló explicit vita fontos eleme maradt mind a pártbeli munkavitáknak (Ferge 1979), mind a nyilvános értelmiségi vitáknak („frizsiderszocializmus" stb.) (Dombos 2004). Állításom nem e viták nyílt vagy széles körű voltára vonatkozik, hanem arra, hogy a gyakorlatok és a bennük megtestesülő kulturális tartalmak viszonya nem volt többé adottnak tekinthető, hanem többé-kevésbé reflexívvé vált, vita tárgyát képezte, ami óriási elmozdulás a fenti elméletek által leírt állapothoz képest.

A kapitalizmusba való átmenet szintén egy a fenti értelemben vett krízishelyzetet jelentett, melynek során számos – korábban magától értetődőnek tekintett – gyakorlat létjogosultságát vesztette a megváltozott körülmények között. Bár a szocializmussal ellentétben a krízist nem kísérte a gyakorlatok megváltoztatását explicit módón zászlajára tűző diskurzus, azok megkérdőjeleződését mégis kikényszeríttette az a tény, hogy megszűntek magától értetődően működni. A kutatás egyik – itt részletesen nem tárgyalt – eredménye pontosan az, hogy a gyakorlatok értelmezéséről, megítéléséről, illetve a megítélésük során legitimnek tartott szempontokról nagyban eltérnek a vélemények.

Összefoglalva, a fenti elméletek, melyekben a gyakorlatok révén reflexió és megkérdőjelezés nélkül termelődik újra a társadalmi hierarchia és a kulturális kategóriarendszer, Magyarországon kevésbé alkalmazhatók. Nem azt állítom, hogy e két rendszerváltás teljesen megtörte volna a korábbi gyakorlatokban testet öltő elképzeléseket, hanem csupán azt, hogy Magyarországon a folytonosságot nem vehetjük adottnak; olyan elméletre van szükség, mely a folytonosságot és a változást egyaránt figyelembe képes venni.

A magyar helyzet sajátosságai indokolják tehát a tárgyéletrajz-megközelítés alkalmazását, annak ellenére, hogy a vizsgálatban szereplő családtagok egyazon kultúra, sőt család részei. A résztvevők közelsége egyúttal lehetővé teszi az értékrezsim-változások, illetve -folytonosságok olyan aspektusainak megfigyelését, amelyre a kultúraközi összehasonlító vizsgálatok földrajzilag távoli szereplői esetében nincsen lehetőség. Mivel a vizsgálat résztvevői életük egy nagy részében együtt is laktak, gyakran beszélgetnek, vitáznak, egyetértenek vagy értetlenül szemlélik egymás viselkedését, az értékrezsimek közti egyeztetés folyamatos, mindennapi tapasztalat, melynek hatására a résztvevők módosítják is eredeti elképzeléseiket, amelyekre egy adott értékelési elv eredetileg épült.

A berendezési tárgyakhoz kötődő értékrezsimek változásai

A következő részben a berendezési tárgyak megítélésére, értékelésére alkalmazott elveket, illetve a családon belül gazdát cserélő tárgyak e változó elvek szerinti átértékelését követem végig. Az elemzés központjában három középosztálybeli család – Bernáték, Kovácsék és Gárdosék – három generációja szerepel, ám esetenként más családoktól származó példákat is bemutatok. Az értékrezsimeket generációnként mutatatom be: az első részben tárgyalt esetekben a kutatási alanyok a szocializmus előtt nőttek fel, a második részben a szocializ-

mus alatt született és felnőtt résztvevők véleményei szerepelnek, míg az utolsó rész válaszadói 1976 után születtek, így felnőtt életüket már a kapitalizmusban kezdték meg. A résztvevők anonimitásának megőrzése érdekében az eredeti neveket megváltoztattam, ám az egy családhoz tartozók azonos (ál-)vezetéknéven szerepelnek.

A háború előtt felnőtt generáció

Érték és társadalmi pozíció

Bernát Sándor (1923) és Magda (1927) a háború előtt egy vidéki kisvárosban éltek. Bernáték emlékeiben élénken élnek az akkori társadalmi választóvonalak, amelyek megkülönböztették egymástól az úri, az iparos és a parasztcsaládokat. A pár egyrészt nyíltan beszél arról, hogy magukat a társadalmi hierarchiában e választóvonalak mentén helyezték el, másrészt akkori, sőt sokszor későbbi fogyasztási szokásaikat is aszerint értelmezik, hogy azok menynyiben feleltek meg e csoportok szerint vett társadalmi helyzetüknek. A háború előtti hierarchiában magukat az úri osztályhoz sorolják: Magda hagyományos földbirtokos családból származik, úrinőhöz illő nevelést kapott, míg a paraszti családban felnőtt Sándor egyetemi diplomával váltotta meg belépőjét a megbecsült úri kaszinóba. A háború után Magda családja elveszette vagyonát, és a házaspár egy budapesti társbérletbe költözött Magda édesanyjával együtt. Magda „kulák" múltja miatt a hatvanas évekig nem jutott álláshoz, ám Sándor háború előtt szerzett doktori címe felett szemet hunyt az új rendszer, és szakértelmének köszönhetően fokozatosan előléptették. A család a szűkös ötvenes évek után egyre jobb helyzetbe került: egyre több lehetőségük nyílt utazásra, saját otthont, majd autót vásároltak.

Az idős pár ma egy kertes családi házban lakik Budapest egy falusias hangulatú zöldövezetében, ahol tíz évvel ezelőtt még nem volt ritka látvány a kertekben szabadon szaladgáló tyúk. A kétemeletes ház berendezése gyönyörű, bár helyenként kopott, régi tárgyakból áll. A bútorok nagy része faragott, aprólékos részletekben gazdag stílbútor. A padlót régi szövött szőnyegek borítják. A lakásban számos dísztárgy, elsősorban régi kristályvázák, porcelán, csipketerítők, szobrok, vázák találhatók. A tárgyak egy része már generációk óta családi tulajdonban van; még Magda szülei, nagyszülei vásárolták és tartották őket nagy becsben. Másokat Magda és Sándor vásárolt a szocializmus alatt elsősorban bizományi áruházakban, ám ezek a tárgyak tökéletesen követik a családi örökség stílusát – szinte lehetetlen megállapítani, mely tárgyak származnak a háború előtti családi örökségből, illetve melyek kerültek később a házba.

A lakberendezéssel foglalkozó irodalom ezeket a tárgyakat elsősorban a korábbi úri életvitellel, illetve a felsőbb osztályhoz való tartozás, utánzás motivációjával hozza összefüggésbe. Ezen értelmezés kimondatlanul a vebleni társadalmi utánzás és verseny elméletén alapul, mely szerint az emberek a társadalmi hierarchiában felettük álló osztályok fogyasztási szokásait igyekeznek követni. Az elmélet szerint egy tárgy értékelése egyrészt azon múlik, hogy a társadalmi hierarchia mely fokán állók használják: minél magasabb a használók státusza, annál kívánatosabb a tárgy. Másrészt, mivel a rétegek arra is törekszenek, hogy az alattuk állóktól megkülönböztessék magukat, igyekszenek minél exkluzívabb, kevesek számára hozzáférhető javakkal jelölni pozíciójukat – ezzel magyarázható, hogy a drágább, különlegesebb jószágok válhatnak a felsőbb társadalmi állás megkülönböztető jegyeivé (Veblen 1975).

Ezen értelmezéseknél az interjúk és a megfigyelések komplexebb képet festenek, melyben a hasonulás és különbözés motivációja egyaránt megjelenik. A berendezési tárgyak használatának megértéséhez szükséges azokat a fogyasztási szférák tágabb kontextusában elhelyezni egy rövid kitérő erejéig. Az egyes rétegek gyakorlatainak különbözősége és hasonlósága szempontjából legnagyobb jelentősége a nyilvános és magánterek ellentétpárnak van, ám ellenkező logikával, mint az a versengéselméletből következne. Röviden összefoglalva: a nyilvános terekben történő fogyasztást a különböző rétegek által egyaránt fenntartott elkülönülés jellemzi, míg a magánterekben történő fogyasztásban – így a lakberendezésben – meglepő hasonlóságok figyelhetők meg a hasonló anyagi, ám különböző társadalmi helyzetű (pl. urak és iparosok) válaszadók között, ám az utánzás szándéka nélkül.

A nyilvános terekben való tudatos fogyasztásbeli elkülönülésre jó példa az öltözködés, a hajviselet, a smink, az ékszerek, illetve a szórakozás. Bernáték, mint sok más korukbeli válaszadó, e fogyasztási területek kapcsán teljesen nyíltan, minden szégyenérzet nélkül beszélnek az egyes rétegek elkülönüléséről és a pozíciónak megfelelő fogyasztási minták fontosságáról. Például az öltözködés terén hangsúlyozzák az úri pozíciónak megfelelő tiszteletre méltó, elegáns megjelenés fontosságát, mely a legjobb szabónál csináltatott drága anyagokból készült elegáns öltözékek viselését jelenti. Szintén szégyenérzet nélkül beszélnek arról, hogy az úri réteg más tánciskolába járt, mint az iparosok és a parasztok, és büszkék arra, hogy ennek megfelelően ők is az elegáns úri kaszinóba jártak. Számukra a háború előtti hierarchikus társadalom és abban a pozíciónak megfelelő fogyasztás gondolata nem egy szégyellni való gyengeség, hanem egy nyíltan vállalt társadalomkép, amelyet ők a tisztelettel, tradícióval kapcsolnak össze.

A más társadalmi helyzetű résztvevők is arról számolnak be, hogy a nyilvános terekben „igényes" megjelenésre törekedtek, ám mindig csak a – nem anyagi értelemben vett – társadalmi helyzet (úri, polgári) szabta határokon belül, ami megakadályozza a felsőbb osztályok utánzását. Kovács Ágota, az iparoscsaládból származó polgárlány jó példa erre. Ágota megvetéssel beszél a háború előtti „puccos dámákról", és hangsúlyozza, hogy igyekezett szerényen öltözködni, és ezzel elkerülni, hogy őt is esetleg puccos dámának nézzék. Egy másik, szintén iparoscsaládból származó résztvevő elmesélte, hogy a vidéki kisvárosban, ahonnan származott, nem viselt selyemruhát, mivel azt csak az úri kaszinó dámái hordtak – annak ellenére, hogy családjuk jóval gazdagabb volt az úri kaszinó látogatóinál. Amikor azonban egy nagyobb, gazdagabb városba látogatott, ahol a selyemruha nem számított az úri réteg megkülönböztető jegyének, örömmel viselte a selyemruhát; sőt a város egyik fő vonzerejének számított, hogy ott lehet selyemruhában járni. Ez arra utal, hogy a nyilvános terekre jellemző, az egyes rétegek közti fogyasztásbeli különbségek nem csak a felsőbb osztályok – sikeres – megkülönböztetési törekvésének eredményei, hanem az „alsóbb" osztályok által egyaránt tudatosan fenntartott választóvonalak.

Ezzel szemben a magánterekben történő fogyasztásról szóló beszámolókban sokkal kevésbé jelenik meg a pozíciónak való megfelelés követelménye. Bernáték szinte egyáltalán nem említik, hogy berendezésük úri lenne, vagy hogy az úri pozíciónak megfelelő lakás kialakítására törekedtek volna. Ez magyarázható lenne a versengési elmélet egyik implicit feltevésével, mely szerint az emberek szégyellik versengési motívumaikat, ezért igyekeznek eltitkolni azokat, ám tekintve az öltözködés terén nyíltan vállalt véleményüket, semmi nem magyarázza, hogy pont a lakásdekorációról való beszámolás terén előtörne egy váratlan szemérmesség.

A gyakorlatokat tekintve a lakberendezés terén meglepő azonosság figyelhető meg a gazdag iparoscsaládból származó résztvevők és az úri Bernáték lakása közt. Kovács Ágota rózsadombi, háromszobás nagypolgári lakása például tökéletesen azonos stílusban van berendezve, mint Bernáték haza: óriási, gazdagon faragott bútorok, perzsaszőnyegek, porcelánok. Ez azt jelenti, hogy még azok a résztvevők is, akik kifejezetten törekedtek az úri réteg utánzásának elkerülésére a *nyilvános terekben,* személyes, otthoni szférájukat hasonló szépségideál szerint alakították ki, mint az úri osztály tagjai. Ez arra utal, hogy míg a nyilvános terekben a rendi hierarchia szerint vett társadalmi pozíciónak való megfelelés követelménye irányította a fogyasztást, a magánterekben sokkal inkább a vagyoni helyzet szabta lehetőségek domináltak. Az egyik iparoscsaládból származó résztvevő magyarázata szerint a lakásba pontosan azért vásárolhattak kedvükre való, gyönyörű, drága „úri" bútorokat, mert azt csak a család és a szűk baráti kör tagjai látták – így kívül eshetett a társadalmi pozíciónak való megfelelési elv alkalmazási körén. Ez az állítás azonban nehezen értelmezhető az utánzás elméletén belül, hiszen ha hihetünk a társadalmi rétegek közti elkülönülésről szóló beszámolóknak, nagyon valószínű, hogy egy iparoslány soha nem láthatta *belülről* egy úri család otthonát. Sokkal inkább arról van szó, hogy az „úri" itt inkább pozitív jelzőként, semmint egy konkrét, utánozni kívánt stílus megjelöléseként jelenik meg.

Ezek a példák arra utalnak, hogy a státuszdemarkáció, megkülönböztetés, illetve utánzás nem magyarázza kellőképpen sem az „úri", sem a „polgári" középosztály lakberendezési gyakorlatait. Az értékelési elvek, motivációk pontosabb feltérképezése érdekében a következő részben az interjúkban megjelenő beszámolókat elemzem.

Fogyasztás mint befektetés: objektív esztétika, tartósság és értékállóság

Bernáték elmesélték, hogy a lakás berendezésére, azon belül a drága dísztárgyak gyűjtésére egész életükben nagy hangsúlyt fektettek. Sokszor erejükön felül is vásároltak dísztárgyakat, és inkább spóroltak más területeken, például az étkezésen, szórakozáson, csak hogy meg tudjanak venni egy-egy „gyönyörű darabot". A dísztárgyakra nagyon vigyáztak, gondosan karbantartották őket, és szinte soha, vagy csak különleges alkalmakkor használták őket. A pár felidézett számos történetet, amikor egy-egy tárgy megrongálódott – tinta folyt a csipketerítőre, eltört egy porcelánbaba feje –, s büntetés, bűnbánat, sírás kísérte a szomorú esetet. Bernáték fontosnak tartották, hogy három lányuk is rendelkezzen egy bizonyos mennyiségű drága dísztárggyal, mire férjhez megy:[3]

> Sándor: Csak azt akartam mondani, hogy a kislányoknak is mindig olyan ajándékot vettünk, a Viola édesanyja tudja igazolni, hogy mire férjhez mennek, akkorára összegyűljön nekik megfelelő porcelánokból, nippekből…
>
> Magda: Egy stafírung.
>
> S: Egy stafírung. Úgy vigyáztak rá, hogy mindig, mindig, „Ez az enyém", szépen rakták el. De ezt **hasznos** ajándéknak tartottuk **még akkor is, ha alig futotta rá pénzben, mert nem voltak olcsók. De ilyen haszontalan dolgokat, amiket utána eldobnak [nem vettünk]**…
>
> M: Ja! A stafírung…

3 Az interjúkat szó szerint idézem. A [kapcsos zárójelben] szereplő részek nem hangzottak el, én egészítettem ki az interjú szövegét – P-S. L.

Léna: Tehát minél tartósabb?

M: **Tartósabb.**

S: Remélem, hogy most is megvan.

M: Hát például ugye, mikor mentek férjhez, akkor már mindegyiknek megvolt a stafírungja, egy lepedő, egy ágynemű… Mert azt mondtam, hogy kezdenek, a fizetés is még kezdő, és hogyha erre kell költeni, akkor hát az nem egy jó dolog. A fiatalok ott nagyon meg fogják érezni, akkor tényleg annyira fognak spórolni, hogy annak meg nincs értelme. Ilyesmi, hát ez mondjuk megvolt nálunk. Hát ez olyan…

S: **Ez látszólag luxusnak látszott a mi jövedelmünkhöz képest**, de mi tudtuk, hogy szép tudatosan vettük, hogy mire megnőnek, az egyiknek legyen 15–20 „mit tudom én mi", mindig ilyet kaptak. Meg akkor volt olyan, hogy nézte a másikat, hogy őszerinte szebb babája van a másiknak, mert azon csipkeruha van. Valamelyik eltörte a csipkeruhást, jaj, abból nagy balhé lett! Leejtette. Egy ilyen baba volt, aminek nagyon szép volt a ruha…

M: Egy ilyen kis francia csipkéből…

S: …és egy kis darab kitört belőle. Hát akié volt a csipkeruha, az **halálra sírta magát,** hogy mostan leejtette.

Bernáték számára a fölösleges és a hasznos vásárlást elválasztó elv lényege nem az, hogy valamit használnak-e vagy sem. Egy tárgy akkor hasznos, értelmes, akkor érdemes rá sokat költeni, ha *tartós*. Ez a tartósságfogalom egyrészt szó szerinti értelemben a fizikai tartósságot jelenti: egy tárgy tartós, ha sokáig nem megy szét, nem kopik le róla a festék, nem lesz rozoga, hanem eredeti pompájában megmarad. A tartósság fogalma azonban ennél többet jelent: értékbeli tartósságot (a tárgy tartja vagy növeli értékét az idő során) és ezzel szorosan összefüggő szimbolikus tartósságot (a tárgy szépségét nem befolyásolja a divat; időtlenül „gyönyörű"). Mint arra hamarosan visszatérek, a szempontok közül látványosan hiányzik az érintettek személyes ízlése: fel sem merül, hogy a lányoknak más tetszik, vagy hogy ne lennének boldogok a kapott ajándékokkal. Szintén hiányzik az az elképzelés, hogy a tárgyak használóik kiszolgálói: még a babákra is vigyázni kell, nem lehet csak úgy játszani velük.

Az *értékbeli* tartósság igénye szorosan összefügg azzal a nézettel, amely a fogyasztást nem *el*fogyasztásként, hanem a felhalmozás, a befektetés egy alternatívájaként kezeli. Bernáték számára az otthon és annak berendezési tárgyai nem csupán a szemet gyönyörködtetik, hanem vésztartalékként is szolgálnak, szükség esetén pénzzé lehet őket tenni.

A javak egyszerre fogyasztásként *és* befektetésként, tartalékként való kezelése számos más, Bernátékkal azonos korú résztvevőnél megjelenik. Többen idéztek fel olyan eseteket, amikor meg kellett válniuk egy-egy drága tárgyától, és pontosan erre, a tárgynak a körülményektől független *értékállóságára* hagyatkoztak. Kovács Ágota például elmesélte, hogy a háború után porcelánfejű babáját tette pénzzé:

Ágota: Babázás mindig volt, és tudod, akkor milyen babák voltak? Porcelán. Porcelán volt a feje, és volt egy babám, ami ilyen keményebb volt. És mindegyiknek volt haja. És amikor kicsi voltam, kisebb hajút kaptam, és ahogy nőttem, akkor volt az utolsó, az egy ilyen nagy hajú volt. És nekem hosszú hajam volt, idáig erő két copfom. És akkor, amikor azt levágattam, akkor abból a hajból csináltatott a papám a babámnak egy parókát, hosszú hajút. És nem szégyellem bevallani, a háború után, amikor megint megindult az élet, nem volt pénzünk. És volt egy ilyen baba-, játékkészítő itt a sarkon, és arra mentem, és láttam, hogy ki van írva, hogy porcelánbabafejeket veszek. És bementem, és mondtam neki, hogy vesz? Azt mondja, igen. Levittem neki, hát azt mondja, hogy ez csodálatosan szép, és ez valódi haj. Mondom igen, az én hajam volt, apám meg-

csináltatta. És képzeld el, hát akkor 680 Ft, hát az nagyon nagy pénz volt. Mondom neki, így nagyon dobogott a szívem, hogy majd azt mondja, hogy 2-300 Ft. Azt mondja, tekintettel arra, hogy ez a gyönyörű parókája van a babának, azt mondja, 680 Ft. És így megállt, azt mondja: jó? Mondom neki, ön tudja. Az nagyon-nagyon jól jött akkor.

A lakberendezési tárgyak befektetésjellegét erősíti, hogy megvásárlásukra gyakran nem akkor kerül sor, amikor szükség, hanem amikor pénz van rájuk. (Sok esetben a „szükség" eleve értelmezhetetlen, hiszen nem használják a tárgyakat, csupán díszítő funkciójuk van.) Kovács Ágota például így emlékszik vissza ebédlőgarnitúrájának kiválasztására, amelyet a szülőkkel életük végéig közös lakásba vettek:

Ágota: És akkor én 14 éves voltam, amikor ezt az ebédlőgarnitúrát megkaptam, nekem vette apám. Elmentünk egyszer, és akkor a Nagymező utcában ilyen bútorüzletek voltak, és akkor ő kinézett nagyon szépeket, és bevitt, és mondta, hogy melyik tetszik neked a legjobban? És akkor én ezt választottam.

Léna: 14 éves korában?

Á: 14 voltam, igen.

L: De hogyhogy már akkor tetszett bútorkészletet kapni?

Á: Úgy látszott, hogy volt annyi pénzük.

A pénzbeli értékállóság, illetve a jó befektetés követelménye szorosan összekapcsolódik a háború előtt felnőtt generáció élete során átélt gazdasági és történelmi fordulatokkal. Már a háború előtti években is fontosak voltak a tartalékok, mert a hiányos egészség- és nyugdíjbiztosítási rendszer miatt sokan csak megtakarításaikra számíthattak idős korukban, illetve betegség esetén. A világháború és az azt követő évek alatt a legtöbben megtapasztalták a nélkülözést, a tartalékok még nagyobb jelentőségre tettek szert. Az 1945–46-os hiperinfláció a pénzben tartott megtakarításokat értéktelenítette el, majd az államosítással veszítették el sokan nagyobb magántulajdonukat, házukat, üzletüket. Ezek a tapasztalatok a legtöbb résztvevőben egy erős tartalékcentrikus mentalitást alakítottak ki: nem szabad a pénzt felélni, félre kell rakni, hiszen mindig kell tartalék, amihez vész esetén fordulni lehet. Ez a tartalékcentrikus mentalitás kihat az értékálló tárgyak választására, melyek így nem felélésként, hanem tartós befektetésként értelmeződnek. Sőt a tárgyak talán azon kevés befektetés közé tartoztak, melyek nem értékelődtek le és nem kerültnek államosításra – így kifejezetten megbízható befektetésnek számítottak, szemben a bankbetéttel, az ingatlannal, vagy a szocializmus alatt tiltott nemesfém-felhalmozással.

A tartósság eddig tárgyalt kétfajta – fizikai és értékbeli – értelméhez szervesen hozzátartozik a harmadik dimenzió, melyet szimbolikusnak fogok nevezni. Ezalatt azt értem, hogy az adott tárgy az idő során nem megy ki a divatból, hanem egyfajta „örök szépséget" képvisel. Természetesen a fizikai és a pénzbeli tartósság elválaszthatatlan a szimbolikus tartósságtól: fizikai tartósság híján nem nagyon beszélhetünk szimbolikus tartósságról sem, az értékállóságnak pedig mind a fizikai, mind a szimbolikus tartósság előfeltétele – ám a különböző értékrezsimek tisztább megértéséhez érdemes e dimenziókat különválasztani.

Az „örök szépség" elemzéséhez fontos megkülönböztetni a „szépség" tekintetében két használatot. Az egyik értelmezésben a szépség elsősorban szubjektív értelemben szerepel: egy kép, egy váza vagy egy kanapé akkor „szép", ha nekem tetszik; ha másnak nem tetszik, annyi baj legyen, attól *számomra* még szép. Ezzel a szubjektív szépségelképzeléssel szemben

sok, a háború előtt született kutatási résztvevőnél megfigyelhető egy másfajta megközelítés, amelyet *objektív szépségnek* fogok hívni. Az objektív szépség azt jelenti, hogy egy tárgy szépsége elsősorban objektíven meghatározható tulajdonságokon múlik, nem pedig azon, hogy kinek mennyire tetszik.

Általánosságban így lehet összefoglalni az objektív szépség kritériumait: (1) Minél drágább anyagból készült valami, annál szebb. Például egy mahagóniszekrény mindig szebb lesz, mint egy tölgyfa, ami viszont minden esetben szebb, mint a műanyag. (2) Minél több munkát fektettek egy tárgyba a gyártás során, annál szebb. Például egy dúsan faragott szekrény „szebb", mint egy egyszerű; egy aprólékos részletekkel kidolgozott csipketerítő szebb, mint egy egyszerű gyári. A szépség objektivitása miatt ezekből a beszámolókból szinte teljesen hiányzik a választás – hacsak nem az egyforma objektív szépségű tárgyak között – és az egyéni tetszés fogalma. Bernátéknak a stafírung beszerzéséről szóló véleményéből például kiderült, hogy teljesen nyugodtan vásároltak „gyönyörű porcelánokat", amelyek majd gyerekeik lakását fogják díszíteni – fel sem merült, hogy azok esetleg nem fognak tetszeni nekik.

Ezzel függ össze az a jelenség is, hogy sok lakásban a drága huzatú bútorokat olcsó, gyakran össze nem illő, szegetlen végű maradék anyagokkal takarják le a mindennapi használat idejére, és csak különleges alkalmakkor használják teljes pompájukban. Ebben a gyakorlatban három, egymással összefüggő megfontolás figyelhető meg. Egyrészt a fent említett értékmegőrzési elv fejeződik ki: a tárgyak részben befektetési eszközök, állaguk megóvásától függ értékállóságuk. Másrészt megjelenik a nyilvános és magánterek közti különbségtétel: amint a lakás a vendégek fogadása alatt magántérből nyilvános térré minősül, lekerülnek a védőhuzatok, előtérbe kerül a reprezentatív funkció. Végül, az objektív szépséghez kapcsolódva ebben a gyakorlatban megfigyelhető az az elképzelés is, hogy a tárgyaknak nem azért kell szépnek lenniük, hogy nap mint nap örömmel töltsék el (el)használójukat. Ugyanerre példa a fent látott babák esete: nem arra valók, hogy a gyerek kedvére játsszon velük, hanem vigyázni kell rájuk, óvatosan, állagukat megóvva használni (de jobb, ha hozzá sem nyúlunk, biztos, ami biztos). Leegyszerűsítve azt mondhatjuk, hogy a tárgyak nem az emberért vannak, hanem gyakran mintha megfordulna a viszony: mintha az ember a tárgyak őrzője, karbantartója, gondozója lenne. Ez azért leegyszerűsítés, mert itt is az „emberért" vannak a tárgyak, csupán arról van szó, hogy funkciójuk, többek között, az értékmegőrzés – szemben például a mindennapi kényelem és öröm biztosításával –, amelyet ezek a tárgyak a legjobban csiricsáré huzatok *alatt* tudnak betölteni.

Ebben az értékrezsimben a „szép", illetve „gyönyörű" kifejezéseket kizárólag olyan tárgyakra alkalmazzák, amelyek megfelelnek az objektív szépség kritériumainak. Egy formatervezett műanyag váza lehet „praktikus", „aranyos", de „gyönyörű" semmiképpen – a kifejezés csak drága, munkaigényes darabokat jelöl. A beszámolókban szembeszökő, hogy a szépség mérőszámának tekintett objektív tulajdonságok olyan tárgyakat jelölnek, melyek *munka-* és *anyagköltségük* miatt szükségszerűen drágábbak is. Ez a megállapítás kevésbé banális, mint amilyennek első ránézésre tűnik: napjainkban előfordul, hogy ha éppen a minimalista stílus a divat, akkor az aprólékosan díszített, több munkát igénylő változat akár kevesebbet is érhet, mint egy egyszerűbb darab. Az első generációhoz tartozó válaszadók beszámolói szerint azonban tárgyaik beszerzésének időszakában ezzel az eshetőséggel nem kellett számolni.

Ez azt jelenti, hogy létezik az objektív jellemzőknek egy széles körben osztott, a tárgyak konkrét tulajdonságain alapuló és időben viszonylag változatlan összessége, mely alapján mind a pénzbeli, mind az esztétikai érték egyszerre, és viszonylag biztosan határozható meg.

Így történhet meg az, hogy akkor is be tudja úrihoz hasonló módon rendezni a lakását egy iparoscsalád, ha történetesen életében nem járt úri otthonban; a szubjektív ízlésnek, illetve a választásnak itt kevés tere nyílik, és ha megengedhetik maguknak a drága bútorokat, akkor nem nagyon foghatnak mellé.

Ha egy tárgy szépsége és értéke egyenesen arányos a belefektetett munkával és alapanyagának árával, abból az is következik, hogy *minden* tárgy ér valamit. Részben ebből adódik a számos idős résztvevőnél tapasztalt húzódozás a tárgyak kidobásától.[4] Jó példa erre a kishivatalnok Gárdos Gizi (1924), aki, csakúgy, mint Magda, élete során törekedett a „gyönyörű" tárgyak felhalmozására, bár szerényebb jövedelméből csak kevésbé szépen megmunkált bútorra és dísztárgyakra tellett. Miután korábbi házából kisebb lakásba költözött, Gizi magával vitte az élete során összegyűjtött tárgyakat. Ma kis lakásában vékony ösvényeken lehet a nagy bútorok, különböző értékű és állapotú tárgyak között közlekedni. Gizi nem szívesen dob ki semmit, mivel meggyőződése, hogy tárgyai sokat érnek, vagy legalábbis egyszer majd sokat fognak érni – de legrosszabb esetben is: „jók lesznek még valamire". Azt a tényt, hogy tárgyainak nagy része ma pénzügyi értelemben valójában semmit nem ér, Gizi nem fogadja el, és biztos benne, hogy csak átmeneti értékvesztésről lehet szó.

Ez az értékobjektivitás adja annak az időbeli értékstabilitásnak az alapját, amely lehetővé teszi generációkon átívelő családi tárgyfelhalmozási tervek megvalósítását. Egy tárgy nem csupán az adott személy életében marad meg, hanem továbbszáll az utódokra, ami a tartósságot még hosszabb perspektívába helyezi mind időben, mind a családi hagyományban játszott szerepe szempontjából. Erről tanúskodik Bernát Magda megjegyzése, amivel a mai korban divatos, drága laptopok hasznosságát vitatja, amelyeket gyerekei és unokái vásárolnak: „ezek félévenként már változnak, ugye, mindig más, tehát nem érnek vele semmit, nem tudják még örökölni se". Az örökölhetőség itt az a tulajdonság, amivel az ember „ér valamit", ami előbbre viszi. A bútorok, tárgyak nem csak egy személy élete során szolgálnak alternatív megtakarítási formaként, hanem egyúttal a hosszú távú családi vagyonfelhalmozás eszközei is. Ez a vagyonfelhalmozás egyrészt pénzügyi értelemben működik, azaz a családban egyre több értékes tárgy van. Másrészt – azon résztvevők számára, akik e tárgyakat az úri réteggel hozták összefüggésbe – a tárgyfelhalmozás egyúttal a társadalmi pozíció megőrzését is jelenti a magas társadalmi presztízsű tárgyak örökítése és felhalmozása révén. A tárgyak tehát a hosszú távú, generációkon átívelő családi felhalmozásba illeszkednek, növelve a család vagyonát mind anyagi, mind társadalmi értelemben.

Ez az értékrezsim a szépségről, és ahhoz szorosan kötődve a pénzbeli értékről alkotott elképzelések állandóságán és széles körben való egyezésén alapul. Az állandóság feltétele, hogy ne változzon a divat, vagy legalábbis a változó divatok ne érintsék az állandónak tekintett értékeket. A széles körben való egyetértés egészen addig fennáll, amíg különböző csoportok nem kezdenek el különböző elvek alapján eltérő értéket tulajdonítani egyes tárgyaknak. Ezek a feltételek a háború előtti időkben jórészt fennálltak, a szocializmus alatt kezdtek lassan megváltozni, majd teljes lendületet a kilencvenes évektől kezdve nyertek. A következő részben a nagyszülők által gyűjtögetett tárgyaknak a sorsát követem végig az újonnan ki-

4 Fontos megjegyezni, hogy ez az értékrezsim elsősorban a tárgyak megszerzésének és *lakberendezési tárgyként* való használatának körülményeit írja le. Számos résztvevő azonban a tárgyakat nem lakberendezési tárgyként, hanem emlékként őrzi. Ez esetben a tárgy kikerül a lakberendezési tárgyakra vonatkozó logika alól, és egy teljesen más szempontrendszer alapján dől el értéke. Ezt az esetet az értékrezsimek közti vándorlásnak tekintem, és a következő részben részletesen kitérek rá.

alakult értékrezsimekben. Az elemzett tárgyéletrajzok három fő kategóriába sorolhatóak be: régi formák átértelmezett továbbélése, értékvesztés, valamint a tárgyak kikerülése a lakberendezési körből.

A szocializmus alatt felnőtt generáció

Tartalom és forma: Folytonosság és változás

A Bernát nagyszülők által stafírungba gyűjtött csipketerítők és porcelánok ma is megtalálhatók lányuk, Zsuzsa (1952) és férje, Ede (1950) lakásában (a továbbiakban: ifj. Bernáték). Az egyemet végzett pár ma egy kétszobás, modern kockaházban lakik Budapest egy zöldövezetében. A lakás szó szerint *tele van* drága antik, illetve régi bútorokkal, berendezési tárgyakkal. A falat festmények díszítik, a padlón perzsaszőnyegek, díszítésként szobrok és terítők láthatók. Az ablakot Mária-üvegberakás díszíti, aminek hatására én úgy éreztem magam, mintha egy régi kastélyban lennék, és a kapun kilépve meglepetten jutott eszembe, hogy mindezt egy kockaház belsejében tapasztaltam. A kisméretű nappalit uralják a masszív koloniálbútorok. A székeken nagy, hímzett díszpárnák találhatóak, melyek alkalmatlanok az ülésre, így le kell őket venni, mielőtt helyet foglal valaki. A könyvespolcok tetején és polcain gyönyörű vázák találhatók. Mint megtudtam, számos darab van még a pincében is, mivel nem minden vázának jutott hely a polcon. A zsúfoltság oka a szép tárgyak iránti szeretetükön kívül az, hogy nagyobb lakásból költöztek ide, így nem is találtak helyet minden darabnak.

Zsuzsa és Ede lakásának berendezése szembeszökő folytonosságot mutat szüleikével: egyrészt megtalálhatóak benne a szülőktől kapott tárgyak, másrészt stílusában követi a szülők berendezkedését. Számomra itt az a kérdés fontos, hogy tekinthetjük-e e folytonosságot az anyagi kultúra terén az előző generáció által megtestesített elképzelések, illetve az azokhoz kapcsolódó értékrezsim továbbélésének. Ennek megválaszolásához először szemügyre kell vennünk Zsuzsa és Ede viszonyát berendezési tárgyaikhoz, majd összevetnünk a szüleiknél tapasztalt viszonnyal.

Amikor az ifj. Bernáték elmesélik, hogy hogyan és miért vettek meg egy-egy bútordarabot, az általuk használt érvekben számos lényegileg új szempont jelenik meg szüleikéhez képest. Zsuzsa és Ede számára a bútorok egyrészt egy kifinomult *esztétikai ízlést* fejeznek ki, másrészt szépségük hozzájárul az otthoni *harmonikus hangulat* megteremtéséhez:

> Léna: Mit szeret vásárolni?
>
> Bernát Zsuzsa: Valójában a legtöbb, amit költöttünk az elmúlt időben, az a lakásban lévő dolgok, tárgyak. Vettük az ágyakat, tehát tulajdonképpen az első szempont az mindig az volt, hogy kinéztünk valamit, és akkor arra gyűjtöttünk. A lakásban milyen bútor legyen, milyen tárgy legyen, és akkor az úgy volt, hogy ha valami nagyon megtetszett, akkor kellett…
>
> L: És milyen szempontok szerint választották ki őket?
>
> Zs: Hát, elsősorban minőség és hogy tetszik, tehát tulajdonképpen divattárgyakat nem szoktam venni. Hát azért [venni], mert most ez divat – ez nem jellemző. Maradandó legyen, értékes legyen, jó legyen, …nagyon az, hogy tetszik nekem, tehát a lakásban mindenképpen olyan vagyok, hogy **nem tudok elviselni olyan tárgyat, ami nem tetszik**. Én nekem az [a fontos], hogy ha hazajövök, akkor én **otthon jól érezzem magam,** olyan tárgyak között legyek. És hogyha nekem a szememet bántja valami, akkor az előbb-utóbb lekerül. Az [a fontos, hogy az] összhang

> meglegyen a lakásban. Önmagában, ha tetszik valami, akkor azért nem fogom megvenni, ha tudom, hogy a lakásba nem illik. Egy csomó minden, **modern is tetszik** nekem, de ha tudom, hogy olyan, hogy a lakásomhoz nem illik, akkor nem [kell], mert azt úgysem fogom kitenni, tehát legyen a lakásban az **összhang,** egymáshoz a tárgyak [menjenek]…

Zsuzsa beszámolójában megjelennek a szülei által is fontosnak tartott érvek – maradandó, tartós, minőségi tárgyak –, ám itt további hangsúly kerül egyrészt a lakás esztétikai összképére, másrészt szubjektíven minősített szépségére. Vizsgáljuk meg e két jelenséget tüzetesebben.

- Tartósság

Zsuzsa és Ede beszámolói egybevágnak kortársaik élményeivel, melyek szerint a bútor és a berendezési tárgyak kínálata egyrészt meglehetősen korlátozott volt, másrészt igen lassan változott. A korlátozott kínálat mellett a beszámolókban megjelenik a bizományi áruházakban és a vásárokon megkaparintható kiállítási darabok vadászata, valamint a kisiparosokkal csináltatott termékek, mint az egyedi darabok megszerzési lehetőségei. Korlátossága miatt a kínálat viszonylag átláthatóként jelenik meg a szocializmus alatt, melyben az ember tisztában van azzal, hogy mit hol és mennyiért lehet kapni, és egyértelműen azonosítani tudja a szokványosnál jobb, szebb, különlegesebb darabokat (amire aztán, ha éppen van pénze és/vagy összeköttetése, sikerrel le is tud csapni).

A kínálat és a divat nem csak szűkös volt, hanem viszonylag lassan is változott, ami együtt lehetővé, sőt szükségessé tette hosszú távú, akár 20–30 éves lakberendezési tervek kialakítását és fokozatos megvalósítását. A hiány és a hosszú távú tervek összefüggésére világít rá Hammer és Dessewffy (1997):

> Első hallásra talán paradoxnak tűnik e megállapítás, azonban a hiány, illetve a sorban állás, jóllehet azt jelenti, hogy valamiből nincs vagy nincs elég, azonban ugyanennyire jelenti azt, hogy lesz, illetve lehet a későbbiek során. A sorban állás jövőképző intézmény. Ha szemügyre vesszük az emberek életmódjában kimutatható stratégiákat a hatvanas-nyolcvanas években, tapasztalhatjuk, hogy a sor nemcsak a gazdaság elemzésére alkalmas konceptuális egység, hanem a Kádár-rendszer életvilágáról is sokat árul el. Noha az embereknek nem kellett túl sokat sorban állniuk (hacsak nem banánhoz vagy NSZK-vízumhoz kívántak jutni), életük jelentős részét szimbolikus sorok sokaságában töltötték. Csak néhány példa: átlagban és durván hét évet kellett telefonra, öt évet lakásra, négy évet autóra várni, nyugatra utazni háromévente lehetett, hasonlóan háromévente lehetett igénybe venni a kedvezményes szakszervezeti üdülést. Ha lehet azt mondani, az emberek még ennél is több, az említetteknél még szimbolikusabb sorban is álltak, így például a hosszabb ideig egy munkahelyen maradás jutalmat érdemelt, beszélhetünk talán (a nagy társadalmi mobilitást megtestesítő) intergenerációs sorokról, ahol a szülők, ha türelemmel vártak egy sorban, akkor kiérdemelték, hogy gyermekük egy nagyobb presztízzsel rendelkező sorba állhasson. A sor mint metafora legfontosabb jelentése, hogy a változás és az eredmény elérése mindössze akarat, türelem és idő kérdése volt (Hammer és Dessewffy 1997: 38).

Ezek a jellemzők némileg rokonítják a szocializmus alatti helyzetet a háború előtti idők objektív szépségelképzelésével, annyiban, hogy a lassan változó, szűkös kínálat miatt a tárgyak nem mennek át radikális értékvesztésen: nem mennek ki egyik évről a másikra a divatból, és mindig akad rájuk vevő, ha szükség esetén eladásra kerülnek. Az interjúkban Zsuzsa, Ede – és sokan mások, akik a szocializmus alatt rendezték be lakásukat – arról számolnak be, hogy

ha éppen nem volt olyan bútor, ami tetszett nekik, akkor akár éveket is vártak a megfelelő alkalomra. A várakozási időben volt, aki rosszabb bútort vásárolt átmenetileg, volt, aki fokozatosan rendezte be lakását. Az örökké tartó szocializmus (és hiány) ezért megőrzi a tartósság fontosságát: ha nem változik a divat és nehéz hozzájutni egy-egy darabhoz, a fizikai tartósság praktikus megfontolás maradhat.

Szintén fontos szempont a bútorok fizetésekhez viszonyított ára. Míg a mai lakberendezési projektek szükség esetén az olcsó kínálat, illetve hitellehetőségek miatt akár kéthavi bérből is megoldhatók, ezekben a beszámolókban a bútorok mint óriási kiadás jelennek meg. Ez azt jelenti, hogy ha egy berendezési tárgy tönkrement, akkor nem volt lehetőség rövid időn belül lecserélni, hanem csak hosszú spórolás eredményeképpen gyűlt rá össze a pénz, ami tovább erősíti a tartósság fontosságát.

- Otthonosság és harmónia

Zsuzsa fent idézett beszámolójában a tartóságon kívül fontos szempontként jelenik meg az otthonosság, az az elképzelés, hogy az otthon egy olyan vár, ahol az ember tökéletesen jól érezi magát. Ifj. Bernátéknál fel sem merül, hogy a bútorokat olcsó huzatok alá rejtsék: fő funkciójuk az, hogy nap mint nap gyönyörködtessék tulajdonosukat. Mint Zsuzsa megjegyzi, ha egy tárgy megbukik az ő szubjektív ízlésének próbáján vagy összezavarja a harmonikus képet, akkor nincs többé helye a lakásban. Ezek az elképzelések ellentétben állnak szülei nézetével, mely szerint a tárgyak önmagukban testesítenek meg értéket és szépséget, függetlenül a használó szubjektív véleményétől.

Zsuzsa számára továbbá az a fontos, hogy a tárgyak illjenek egymáshoz, stílusuk összhangban legyen. Mint mondja, ő a modern stílust is szereti, a fő baj vele, hogy nem megy a lakásához. Szülei számára a modern stílus ezzel szemben azért nem jöhetne számításba, mert nem felel meg a szépség objektív elveinek. Tekintetbe véve Zsuzsa ragaszkodását az összhanghoz, nem lehetetlen, hogy a szüleitől kapott tárgyak a harmónia törvénye révén erősen formálták otthonának stílusát.[5]

Ezek alapján azt állíthatjuk, hogy a formai folytonosság csak részben jelenti a formában megtestesülő elképzelések továbbélését. Egyrészt arról van szó, hogy a forma azért élhetett tovább, mert sikeresen integrálódott abba a szubjektív esztétikai és az otthoni harmónia ideáljaképpen meghatározott rendszerbe, amely Zsuzsa értékelésnek alapját képezi. Másrészt, az előző rész tanulságai alapján, annak ellenére, hogy a kínálati helyzet radikálisan megváltozott, annak számos eleme – más logika szerint ugyan, mint korábban – az első generáció által is fontosnak tartott tartósság szempontját helyezte előtérbe. Fontos azonban, hogy itt sem folytonosságról beszélhetünk, hanem arról, hogy különböző viszonyok is kialakíthatnak azonos válaszstratégiákat.

Ez azonban csak a történet egyik fele: idősebb Bernáték a maradandó tárgyakat a növekvő családi vagyon részének tekintették, mely hozzájárul a család hosszú távú anyagi és társadalmi státuszának növeléséhez. Kérdés tehát, hogy továbbél-e a társadalmi pozíció és e bútorok kapcsolata az ifjabb Bernáték esetében. A válasz nem egyértelmű: Egyrészt, mint a következő részletből kiderül, a koloniál az egyik legdrágább bútornak, „menő"-nek számított:

5 Erről a jelenségről ír például McCracken (2001) általában a fogyasztási javak kapcsán, illetve Clarke (2002) kifejezetten a lakásberendezésről szóló tanulmányában.

Zsuzsa: Az úgy volt, hogy én egyetemista koromban is dolgoztam, tehát 16 éves koromtól minden nyáron. Na most a lényeg az, hogy nagyon jól kerestem, olyan helyen, Utasellátó, ezek jó helyek voltak. Jó, napi 14–16 órát dolgoztam, és nem vettem ki szabadnapokat. Volt, akik három napot dolgoztak, három napot nem, én viszont úgy voltam, hogy egy-másfél hónapot a férjemmel együtt, aki később a férjem lett, kibírtunk úgy, hogy nem vettünk ki szabadnapot. Ennek ott örültek, mert elmentek a családhoz, nekünk viszont így sokkal több volt a pénz. Egy-másfél hónapot nyáron ledolgoztunk, de ekkor már közösen tervezett és kinézett bútorokra gyűjtöttünk, mert **akkor menő volt a koloniálbútor,** és mi kinéztük a koloniálbútort, meg hogy legyen festmény, meg legyen majolikakaspó vagy akármi, tehát tulajdonképpen a bizományi áruházban vásároltam nagyon sokat már a hetvenes években. És állandóan jártuk a bizományi áruházakat, mindig végigjártuk. Hátha van, ami megtetszik. Bútorüzlet és bizományi áruházak, meg az ilyesmiket néztük, és mindig volt egy cél, hogy valamit vegyünk.

Léna: Az a lakás akkor különleges volt valamilyen szempontból? Ahogyan berendezték.

Zs: Az igen. A szoba-konyha az **egy csóró volt,** maga a ház, olyan volt, hogy egy hosszú ház volt, és három szoba-konyha volt az egyik oldalon, meg másik három szoba-konyha a másik oldalon. De amikor el akartuk adni, és bejöttek, és meglátták a szobát, akkor általában ezt megjegyezték, hogy jaj [de jó], **mert hát akkor menő volt ez a tölgyfából való koloniál stílusú dolog, és nyilván, aki odajött, nem gondolta, hogy ezt látja. Hát, különösen abban az időben.**

Ebben a részletben két dolog különösen fontos. Egyrészt utalás van benne a koloniál társadalmi státuszára: a koloniál az egyik legdrágább bútornak, „menő"-nek számított. A látogatók meglepődnek, hogy egy „csóró" szoba-konyhás lakásban koloniált látnak – amelyet, feltételezem, egy nagyobb, szebb, gazdagabb otthonban képzeltek volna el inkább. Ez arra utal, hogy élt egy kép arról, hogy a különböző rétegeknél mi a várható, normális fogyasztás, és ezen a képen belül a koloniál a felsőbb rétegekre jellemző bútorstílus volt. Ebből a szempontból valódi folytonosságról beszélhetünk: a bútor megőrizte asszociációját a magas társadalmi pozícióval.

Ami azonban változott, az magának a „társadalmi pozíciónak" a jelentése. Zsuzsa és Ede teljesen máshogyan képzeli el mind az ideális, mind az aktuális társadalmat, amelyben magukat elhelyezik, mint az idősebb Bernáték. Idősebb Bernáték egy alapvetően hierarchikus, pozíción és az ahhoz kapcsolódó tiszteleten alapuló társadalomban nőttek fel, melyre nosztalgiával gondolnak, mint olyan időszakra, amikor még a helyükön voltak a dolgok, és amely szokásiakban, elképzeléseikben még ma is megjelenik. Zsuzsa és Ede ezzel szemben egy alapvetően egyenlősítő, munkaalapú társadalomideált támogat. Soha nem említik azt az elképzelést, hogy az embernek pozíciójának megfelelően kell fogyasztania: náluk a pozíció tabu, nem beszélnek alacsony és magas státuszú csoportokról. Ők a szocializmusban nőttek fel, ami önmagában nem vezet a szocialista eszmék szeretetéhez (sőt), ám számukra az az elv, hogy az ember szorgalmas és kitartó munkája elnyeri méltó jutalmát, saját életük valóságát jelentette. Míg az idősebb Bernáték egy rendi jellegű társadalomképre gondolnak nosztalgiával, fiatalabb Bernáték szerint csak a kemény munka az igazságos elosztás alapja, és az egyenlőtlenségek önmagukban helytelenítendők:

Léna: Ki érdemli meg jobban, illetve ki kevésbé, a javakat?

Bernát Ede: A rendszerváltásban sokan munka nélkül meggazdagodtak. Sokan önhibájukból lettek vesztesek, sok olyan ember is van, aki nem tehet mást. Régen nem voltak ennyire gazdagok és ennyire szegények, de társadalmi különbségek akkor is voltak. Gazdasági téren nagy különbségek keletkeztek, ami sérti az ember igazságérzetét.

Ehhez kapcsolódik az előző idézet másik jellegzetessége: Zsuzsa a koloniálbútor megszerzését szorosan összekapcsolja a kemény, szabadnapokon is napi 14–16 órában folytatott munkával. A koloniál azoknak jár (jogosan) és azok is tudják megfizetni, akik szorgalmasan dolgoznak (szemben másokkal, akik lusták). Az ő társadalomképük szerint azok vannak (jogosan) feljebb, akik megdolgoztak érte – a koloniál így nyeri el előkelő helyét egy gyökeresen más társadalomképben.

Összefoglalva, ebben az esetben a tárgyi kultúra terén tapasztalható folytonosság nem írható le egyszerűen azon elképzelések, értékelési elvek, illetve társadalomkép továbbélésével, amelyek ezeket a tárgyakat az idősebb Bernáték számára megbecsültté tették. Egyrészt, bár a tartósság és az értékállóság továbbra is fontos szempont, a hangsúly a szubjektíven megélt esztétikai és érzelmi harmóniára kerül át. Másrészt annak ellenére, hogy a magas társadalmi helyzettel való kapcsolat megmaradt, az a társadalomkép, amiben ez a pozíció értelmeződik, megváltozott egy rendies jellegű társadalomképből egy munkaérték- alapú, a szocialista berendezkedésre épülő kép irányába. A formai folytonosság így csak részben tükrözi az értékrezsim folytonosságát: nagyban az új értékrezsimnek megfelelő *átértelmezés* teszi lehetővé az abba való beilleszkedést, azaz az érték megőrzését.

Kidobandó vacakok

Az az ifj. Bernát házaspárnál tapasztalt elképzelés, mely szerint az otthon az ember vára, ahol tökéletes esztétikai és érzelmi harmónia kell, hogy fogadja, más családoknál is megjelenik. Az ezen elv szerint választott bútorok legfőbb jellemzője, hogy *tetszenek* tulajdonosuknak, és *színben* és *anyagban* összhangban vannak. Ez a megfontolás játssza a központi szerepet Gárdos Kláránál is, az előző részben bemutatott Gárdos Gizi lányánál. Klára azonban más stílusban kívánja megtalálni az esztétikai harmóniát, mint édesanyja, ami éles konfliktushoz vezet anya és lány között.

Klára sokáig kozmetikusként dolgozott, majd kisvállalkozó lett. Vállalkozása a rendszerváltás után csődbe ment. Jelenleg egy 1,5 szobás új építésű lakásban egyedül él, lányával és édesanyjával egy házban. Zsuzsával ellentétben azonban Klára döntéseit nagyban behatárolják szűkös anyagi forrásai, így számára a feladat nem a legszebb bútor felkutatása, hanem az, hogy hogyan lehet találékonysággal olcsóbban kihozni a harmonikus esztétikai élményt. Ennek eredményeképpen a lakásában nincsenek drága bútorok, hanem a hangsúly a tárgyak és „a színek harmóniáján" van. Klára a következőképpen meséli el, hogyan választotta ki a konyha berendezési tárgyait:

> Klára: Azt tudtam, hogy ide, magamnak nem tudok egy új szekrénysort venni, majd azt jövőre, és ennek a (meglévőnek) színe alapján mondta valaki, hogy ezt úgy hívják, hogy öreg cseresznye, akkor mentünk ilyen lapszabászatba, ahol ki vannak téve a fa színei, és akkor ott kiválasztottuk hozzá az öreg cseresznyét. Nem tudom, hogy te tudod-e, hogy milyen faszínek vannak, a bükk meg a tölgy meg az öreg cseresznye meg a mit tudom én mi, hát próbáltunk egy kis színharmóniát, ugye. Volt egy étkezőgarnitúrám, attól meg kellett válni, mert kerek volt, nem fért el. És szerettem ezeket a magas háttámlájú székeket, és úgy döntöttem, hogy inkább áthúzatom, mivel egy légtérben van az ülőgarnitúrával. Kárpitost szereztem és áthúzattam, de ugyanannyiba került az áthúzatás, mintha újat vettem volna. Úgyhogy hozott nagyon sok mintát a lakásra,

mint egy kártyát, kinyitotta, és akkor azt mondtam, hogy az öreg cseresznyéhez jó lenne egy terrakotta szín, a színek harmóniáját szeretem. Utána akkor volt egy bordó szőnyegem, azt tudtam, hogy nem megy, akkor vettem egy zöld szőnyeget. Akkor vettem ezt a szép asztalt, erre vettem ilyen zöld izét, tehát próbáltam – szeretem a **színek harmóniáját.**

Klára azokat a tárgyakat helyezi el a lakásban, amelyek hozzájárulnak az általa elképzelt szubjektív színharmóniához: olcsóbb szőnyegek, terítők, függönyök, virágok díszítik a lakást, melyek együtt harmonikusan mutatnak. Szintén fontos a már Bernátéknál is elemzett igény, hogy a tárgyaknak jó érzéssel kell eltölteniük tulajdonosukat, otthonos hangulatot kell árasztaniuk. Klára számára tehát egy tárgy abban az esetben kerülhet be a lakásba, ha ő szereti – szemben az objektív érték/szépség elvvel, amely szerint édesanyja viszonyul a tárgyakhoz. A különböző értékrezsimek anyja és lánya közötti gyakori konfliktusokban jelentkeznek, melyekben kölcsönösen, morálisan leminősítik egymást: Gizi a lányát felelőtlennek, Klára az anyját zsugorinak állítja be. Az értékrezsimek közti, érzelmi téren zajló konfliktusok jó példája a következő eset:

Gárdos Gizi: A Bélának (Klára férje) az egyik kollegája, a doktor Molnár, annak a felesége a Bizományi Áruháznál fontos beosztásban van. És a Klári kihívta a Molnárnét ide, ide hozzánk, és összeszedte a dolgokat, és a Molnárnénak mutatta, és a Molnárné mondta, hogy ez 5000, ez 6000, ez 3000, ez 5000. És amikor a Kláriék idejöttek hozzám lakni 96-ban, elég sok ilyen festményt, képekben, ilyen rámákban hozott át, és neki az volt az elve, hogy ő nem rak fel egy képet sem a falra, csak ami a Bélának tetszik, meg ami neki tetszik. És akkor 8 éven keresztül a sufniban ott porladoztak ezek a festmények, képek, rámák, mind mentek széjjel, a faanyag itt porladozott széjjel. És akkor jött ez a Molnárné, és szedte elő a Klári ezeket a képeket a sufniból. És akkor beküldte hozzám is a Molnárnét. És akkor a Molnárné: 3000, 20 000, 10 000. Aztán nekem is odaadta a cédulát, két nap múlva jött a Molnárné, beállt a kocsival az udvar közepére, és akkor rakta föl a dolgokat a kocsira, és elvitte. És akkor mondja a Klári, hogy „Hozzád is menjen a Molnárné?" Mondom, hozzám ne jöjjön. És akkor azt mondta nekem, tudod, „Ha ingyen vitte volna el tőlem a Molnárné ezeket a dolgokat, már akkor is kezet csókoltam volna, de hogy még pénzt is adott értük!" Nézd, mondtam neki, ami a tied, azzal azt csinálsz, amit akarsz. Elmeséltem a nővéremnek, és akkor azt mondja nekem, hogy „A végén úgyis újra oda fog kerülni. Hát, ha téged kivisznek a temetőbe, akkor újra hívja a Molnárnét, újra elviszik 20 ezerért."

Léna: Amikor az [a festmény] sokkal többet érne?

G: Idő kellene mindenre, idő, idő, idő.

Az idézetben jól megfigyelhető a két értékrezsim összeütközése. Gizi már azt is furcsának, felelőtlenségnek, szeszélynek tartja, hogy Klára csak azokat a képeket teszi ki a falára, amelyek neki vagy a férjének tetszenek – szemben Gizivel, ahol a szubjektív tetszés nem játszik nagy szerepet egy tárgy szépségének eldöntésében. Azt azonban kifejezetten felháborítónak tartja, hogy a lánya megszabadul azoktól a tárgyaktól, amelyek nem tetszenek neki. Arról van szó, hogy Klára számára annyit ér egy tárgy, amennyire neki tetszik, amennyit ő adna érte: ha utálja, akkor semmit sem ér, ingyen is odaadná. Gizi szerint egy tárgy önmagában, a bele fektetett munka folytán értéket képvisel, mely idővel minden bizonnyal ki is fog derülni. (Hozzátehetjük azonban, és az idézetből is kiderül, hogy lánya felelősen járt el: egy barátjuk segítségét kérte, így nem valószínű, hogy áron alul adta el a képeket.)

A második generáció által összegyűjtött tárgyak kezelésének harmadik módja, amelyet itt tárgyalni szeretnék, a *nosztalgikus* őrzés. Ez a mód nem csak erre a generációra érvényes: az idősebb generációnál is gyakran előfordul, hogy egy berendezési tárgyat már nem az objektív szépségrezsim elvei szerint, hanem a hozzájuk kötődő emlékek miatt őriznek. Ebben az esetben a tárgyak kikerülnek a „lakberendezés" köréből, és átkerülnek a „családi emlékek" kategóriába. Ezzel a lakberendezéshez kötődő értékrezsim elvei többé nem vonatkoznak rájuk: nem kell többé jól menniük a többi bútorhoz, otthonos hangulatot árasztaniuk, illetve új tulajdonosuk esztétikai értékelésének próbáján sem kell átmenniük. „Családi emlékekként" egy másfajta értékrezsimbe lépnek be, amelyben az idő és a tárgy családi emlékekhez, legendáriumhoz való kötődésének erőssége képezi az értékelés alapját. Az idődimenzió arra vonatkozik, hogy minél régebben áll a tárgy a család tulajdonában, annál többre becsült. Az emléktartalom azt jelenti, hogy minél fontosabb emlékek köthetők hozzá, annál értékesebb – például az a zsebkendő, amit a dédnagymama a dédnagypapától első találkozásukkor kapott, értékesebb, mint amit később személyes használatra vásárolt. A családi emlékek körébe való átkerülés egy olyan „túlélési" vonalat biztosít e tárgyak számára, amelyben nem kerülnek kidobásra, hanem átértékelődnek egy másfajta logika szerint.

Ilyen átértékelődésre sok példa van, szinte minden családnak van olyan tagja, aki egy-egy családi ereklyét megtartott. A következő idézet az első részben bemutatott jómódú iparoscsaládból származó Kovács Ágota lányától, Ilonától való, aki a szocializmus alatt több diplomát szerzett, és jelenleg kimagasló jómódban él:

> Ilona: Például olyanokat feleslegesnek tartok, van a baráti körben, aki sokat költözik. És akkor soha egyetlen bútort a régiből az újba nem visz, mindig újat vesz. De ez vonatkozik mindenre. A könyveknek a felit kiselejtezi, mert az már nem kell, abból újakat vesz, akkor poharak nem kellenek, újakat vesz… Én meg viszont ragaszkodom mindenhez. Ragaszkodom ahhoz a pohárhoz, amiből a nagymamám ivott. Ragaszkodom ahhoz a damasztterítőhöz, ami az ükanyámé volt, képzeld el, most mesélte az anyu, hogy még az ő nagymamájáé volt, nem, dédmamájáé volt. Hát akkor gondolhatod, nekem az ük-ük-ük. És ott van, és gyönyörű, és ragaszkodom a kézimunkákhoz, amiket a nagymamám csinált, meg egyáltalán mindenhez. Szóval én ezt abszolúte ilyen **primitív újgazdag dolognak** tartom, hogy állandóan mindig mindent lecserélek, hogy minden trendi legyen, és akkor kidobom… Én nem dobok ki semmit… Nem. Ezt nem szeretem. Nem azt mondom, hogy ha költözöl, és a szekrény szétesik, mert úgy fogták meg, akkor nem veszek egy új szekrényt… De az, hogy akárhányszor, amikor az életben mozdulni kell, hogy mindent kidobok, azt nem tudnám megtenni. Ezeket olyan felesleges, olyan sznob, olyan agyament, hülye dolgoknak tartom."

A tárgyak nosztalgikus szeretete összekapcsolódik a családszeretettel, a hagyománytisztelettel, egyben a szerénységgel és visszafogottsággal a vásárlás és a divat terén. A tárgyak nosztalgikus értékrezsimje az ezekkel a tulajdonságokkal való kapcsolatából meríti fontosságát, értékét. Az újgazdagokat Ilona ezért morális alapon ítéli el, mint olyan embereket, akikben ezek a személyes erények nincsenek meg. Fontos azonban, hogy ezek az újgazdagok a társadalmi változások anyagi tekintetében sok esetben szó szerint *új* gazdagok: a résztvevők közül azok, akik szegényebb helyzetből indultak, csak fokozatosan jutottak szép tárgyakhoz, cserék révén, melyek során egyre jobb, szebb tárgyakra cserélték le korábbi darabjaikat. Náluk emi-

att alig vannak igazán régi tárgyak: egy részüket már régen eladták, amikor a lakást vagy az új bútort meg kellett venni. Így, ami szép, az nem igazán régi; ami pedig régi, az általában olcsó, így a tárgyak, amelyek megmaradtak, mára már szinte használhatatlan állapotban vannak. Ezért van az, hogy nagyobb arányban olyan családok esetében jelenik meg a nosztalgiaalapú értékrezsim, ahol az idősebb generáció olyan anyagi helyzetben volt, hogy meg tudta venni a tartós darabokat. Ez a társadalmi helyzettel való kapcsolat azonban az interjúkban átértelmezve, családcentrikussághoz, hagyományőrzéshez kapcsolódva kerül kifejezésre.

A harmadik generáció

A szocializmusban felnőtt szülők hetvenes évek végén, nyolcvanas évek elején született gyerekei jelentik ebben a kutatásban a harmadik generációt. Ez a generáció felnőtt életét már a piacgazdaság alatt kezdte meg, önálló lakást, bútort már az összehasonlíthatatlanul megnövekedett kínálatból választhatott. Nem csak a javak kínálata, hanem azoknak a mintáknak a száma is megnőtt, amelyekről magazinokban, ismerősöknél, külföldön, az interneten vagy a tévéből értesülhettek. Ebben a részben a nagyszülőktől, szülőktől kapott tárgyak sorsát, illetve az új értékelési elveket mutatom be. Itt is három példát tárgyalok: az értékvesztést, az újraértékelést esztétikai alapon, illetve az újraértékelést antikvitásként. Fontos megjegyezni, hogy ezek az értékelési elvek gyakran egymás mellett, illetve átfedésben vannak egymással, sőt a generációs határok sem vonhatók élesen meg: gyakran előfordul, hogy egy középkorú házaspár új lakását az új értékrezsim szerint, a „mai fiatalokhoz" hasonlóan rendezi be.

Értékvesztés

- Lazítás és otthonosság

Az előző részekben végigkövettem az idősebb és ifjabb Bernát családot, melyben a lakberendezési, lakásdekorációs stílus folytonosságára mutattam rá. Ez a folytonosság megtörik a legifjabb generációnál, ifjabb Bernáték lányánál, Violánál (1977). Viola jelenleg doktori tanulmányait végzi. Életstílusát „alternatívként" írnám le: gyakran jár rock- és alternatív koncertekre, a Szigetre minden nyáron hetijegyet vesz; barátai rockzenészek, értelmiségiek, művészek, szépirodalmat olvas, és kissé extrém módon öltözködik. Viola a kutatás alatt egyedül élt másfél szobás belvárosi polgári lakásában, mely egyúttal számtalan baráti összejövetel, informális „felugrás" színhelyéül szolgált.

A lakás nappaliját teljesen elfoglalják szülei méltóságteljes koloniálbútorai, amelyek nem fértek el jelenlegi, kisebb lakásukban. Viola nem kedveli a lakásában *tárolt* bútorokat, ezért szinte be sem lép a nappaliba: a fűtetlen, nagy helyiség szellemjárta szobaként őrzi a bútorokat. Viola teljes élete a lényegesen kisebb hálószobában zajlik: ott alszik, tanul, eszik, tévézik, illetve fogadja vendégeit. A hálószoba meleg hangulatot áraszt, számtalan fénykép, képeslap, emléktárgy díszíti a kaotikus lakrészt. Néhány bútor, például a könyvespolc az otthonról jött koloniálgyűjtemény része, ám Viola szobájában a számtalan csetresz alatt elveszti komor, tekintélyparancsoló jellegét. Azok a tárgyak, amelyeket Viola választott, például a szőnyegek és az ágy, távol esnek a koloniál stílustól: egyrészt olcsóbbak – Viola az IKEA-t kedveli –, másrészt „melegebbek, otthonosabbak".

Viola számára az otthon egy olyan hely, ahol az ember teljesen elengedheti magát: kedvére fetrenghet a kényelmes kanapén vagy ágyon, belehuppanhat a karosszékbe. Szerinte a régi bútorok ezt lehetetlenné teszik, és saját lakásában egy teljesen másfajta berendezésre törekszik. Érdekességként jegyzem meg, hogy ezt a vágyat a Kapitány szerzőpáros a következőképpen fejti meg szimbolikus elemzésében: „A *fiatalabb generációk és az individualizáltabb családok* már gátlások nélkül használják a fotelokat, és a fogyasztói kultúra terjedésével a »fotelokban/díványokon hentergés« egyéb, a testet kényeztető szokásokkal együtt a fogyasztói értékrendszerrel azonosulók természetes magatartásformájává vált" (Kapitány és Kapitány 2000: 125, kiemelés az eredetiben). Viola egyáltalán nem azonosul a fogyasztói értékrendszerrel, sőt saját magát kifejezetten a státuszhajhászó, „slusszkulcspörgető", pénzorientált fiatalok ellentétének látja. Mi a baj a régi bútorokkal tehát Viola szerint?

Egyrészt a régi bútorokkal óvatosan kell bánni, mert nagyon drágák, és ha az ember véletlenül kárt tesz bennük, vagy ha csak nem gondozza őket kellő odaadással, értéküket vesztik. Viola jól emlékszik gyerekkorára, amikor nagyszüleinél és szüleinél mindenre nagyon kellett vigyázni, nehogy kárt tegyen bennük. Ő ezzel szemben úgy látja, hogy a bútoroknak kell az ő kényelmét szolgálniuk, nem pedig fordítva.

Ez az álláspont összefüggésben van azzal is, hogy Viola nem hajlandó az örömteli mindennapi életen spórolni annak érdekében, hogy egy drágább bútorra összegyűjtsön pénzt. Az örömteli mindennapokba beletartozik, hogy be tudjon ülni egy helyre a barátaival, el tudjon menni moziba, koncertre, megvegyen egy olyan szendvicset, amilyet megkíván. Ez az elképzelés szöges ellentétben áll szülei véleményével, mint annak Viola gyakran hangot is ad:

> Viola: Nagyon más dolgokra költenek. Olyan dolgokat találnak élvezetesnek, amit mondjuk nem mindenki. […] Ők képesek venni egy festményt, mondjuk 200–300 ezer forintért, de egy ilyen helyen[6] egy kávét nem isznak meg [mert sajnálják rá a pénzt]. Ami nekik nagyon központi, az a lakás, tele van antik bútorokkal, meg nagyon drága cuccokkal, meg minden. Utazás, amire így nagyon-nagyon sokat költenek, világot látni. Viszont kajára így zéró. Az így semmi. Mi mindig az öcsémmel szoktuk szívatni őket, hogy hogyan lehet, hogy egész gyerekkoromban nem láttam mást, csak szalámis kenyeret. Így komolyan. És hogy egyáltalán, ez a mindennapi költekezés, ami hiányzik belőlük. Tényleg az, hogy egy vattacukor, meg egy fagyi… most különben ez egy kicsit már oldódik, a gyerekkoromra kérdezted, és ott nagyon erős volt ez. Nyilván sokkal több pénzük van. Tehát ezt ma annyira nem kell már megnézni. De akkor ilyen választások voltak, hogy mit tudom én, vagy egy szép szőnyeg, vagy eper télen.

Viola inkább választja azt az életet, amiben az ember kiélvezi a pillanatot, megveszi a vattacukrot, beül kávézni, mint azt, amelyben a mindennapi örömökön való spórolás árán halmozódnak fel értékesebb dolgok.

Másrészt a régi bútorokra úgy kell vigyázni, hogy *eredeti* állaguk tökéletesen megőrződjön. Ez lehetetlenné tesz mindenfajta egyéni átalakítást, saját igényekhez, egyéniséghez való igazítást. Viola elmesélte, hogy gyerekkorában még egy matricát sem ragaszthatott a bútoraira. Számára ezzel szemben pont az az otthon és az otthonosság központi eleme, hogy sajátjává teheti a benne lévő tárgyakat, akár apró átalakítások révén.

Végül Viola szerint a koloniálbútorok materiális, fizikai valója lehetetlenné teszi azokat a tevékenységeket, amelyek számára az otthonosságot jelentik. Szerinte például egy koloniálfotelbe nem lehet belehuppanni, hanem csak egyenesen ülni: a fotel keményfa kar-

6 Az interjú a Gödör nevű szórakozóhelyen készült.

fája egyszerűen nem ad lehetőséget arra a fajta belehuppanásra, mint amit egy kényelmes szövetfotelban művelhet az ember. Ugyanakkor ez a meglátás összefügg a negyedik szemponttal: a szüleinél található fotelek stílusa is olyan, ami a fizikai gátakon túl szimbolikusan is bizonyos magatartásformák ellen hat. Viola úgy érzi, hogy a koloniálbútorok egyfajta kimért, méltóságteljes magatartást követelnek meg, ami ellentétben áll azzal, ahogyan ő szeretne élni – pláne otthon.

Ez azt jelenti, hogy nem egyszerűen esztétikai ízlésváltozásáról van szó, hanem olyan központi elképzelések átalakulásáról, mint hogy mit jelent az „otthon" fogalma, mi a normális viselkedés, és hogyan szeretnénk élni mindennapi életünket. Viola számára az otthonnak egy olyan kényelmes, „otthonos", személyes hangulatot kell nyújtania, ahol ő tökéletesen felszabadultnak érezheti magát. A koloniál ezen a próbán bukik meg, és válik megtűrt vendéggé.

A Viola által kifejezett kívánalmak más, a fiatalabb generációhoz tartozó résztvevőknél is megjelennek, más és más anyagi formában. A sokféle berendezési stílus pontosan abból az igényből adódik, hogy a lakásnak személyesnek kell lennie, a tulajdonos személyiségének megfelelő hangulatot kell nyújtania, illetve alkalmazkodnia kell ahhoz az élet- és otthonelképzeléshez, mely szerint a tulajdonos mindennapi életét élni kívánja. Így még jobban átkerül a hangsúly az objektív szépség- és egyéb értékelési kritériumokról az ember és a környezet kölcsönhatására: milyen érzést kelt bennem ez a szín, hogy érzem magam ebben a karosszékben stb.

Ezzel összefüggésben előtérbe kerül a személyes ízlés, mely egyre inkább egy megfoghatatlan, szubjektív megérzést, egyúttal a trendek ismeretét jelenti. A jó ízlés egyrészt arról ismerszik meg, hogy az ember különös „tehetséggel" válogatja össze tárgyait, akár teljesen eklektikus stílusokat ötvözve, ám a végeredmény mégis egységes – a *hangulat* tekintetében. Ez a szubjektív ízlés, mivel egyfajta *érzésre* koncentrál, nem pedig a tárgyak konkrét tulajdonságaira, nyilván változik is: másfajta lakásban érzi jól magát az ember a fiatal, bulizós években, mint a nyugodtabb családos években – így szintén változhat az a hangulat is, amelyet otthonosnak érez. A berendezési tárgyak nem csak a keresett személyes hangulat, hanem a bútor- és hangulattrendek változásainak is ki vannak téve: az egyes tárgyak az ilyen trendeket követve is elavulnak, esetleg elcsépeltté válnak, míg megint mások divatba jönnek.

- Tökéletes ízlés

Ezek a tendenciák figyelhetők meg – a Violáétól eltérő formában – a Kovács család legifjabb tagjánál, Tibornál (1974) is. Tibor bankárként dolgozik, gyakran utazik külföldre, főnökei és ügyfelei közül sokan külföldiek. Tibor a nemzetközi elitéhez viszonyítja saját lakását, autóját, hobbijait és nyaralási döntéseit. Tárgyait külföldi katalógusok, magazinok gondos áttanulmányozása, illetve személyes élményei alapján választja. Tibor sokkal jobb anyagi helyzetben van, mint Viola, így szinte maradéktalanul meg tudta valósítani a számára ideális otthont. Otthona makulátlan minimalista stílust követ, mely akármelyik magyar vagy külföldi lakberendezési lap borítóján megállná a helyét. A tökéletesen harmonizáló modern bútorok, falak, csempék közt a szüleitől, illetve nagyszüleitől kapott régi tárgyaknak nincsen helye. A következő, barátnőjével közös interjúrészlet jó illusztrációként szolgál az új értékrezsim szempontjainak még teljesebb megismeréséhez:

Léna: Így, hogy együtt laktok, valamennyire a közös ízléseteket tükrözi a lakás […]?

Tibor: Ezekkel a képekkel [amiket Mia fest] most már igen. Én a magam nevében nem beszélhetek, mert én rendeztem be. Neked meg tetszett, tehát nem volt vele semmi bajod, nem? Eltekintve a burkolatoktól, belső ajtóktól – amiket tudok én is, hogy **nem ide illik** –, le kellene cserélni a fölső fürdőszobában is egy csomó dolgot… ami adottság volt, mert ott volt a lakásban, amikor megvettük.

L: De mi a probléma velük?

T: Hát, ha a szívemre tenném a kezem, lecseréltetném az összes nyílászárót, belső ajtókat, biztos. Felső burkolatok, azok megint csak olyanok, amiket [le kellene cserélni]: a fürdőszobában, mellékhelyiségekben, amik a **kilencvenes évek elejének a színvonalát tükrözik.**

Mia: Miért? Nem szép? Hát kő, nem?

T: Ez oké, ez elmegy. Azért is nem azzal kezdtem, amellett, hogy nem akartam vagyonokat rákölteni a lakásra, amikor megvettem, hogy minden – burkolatcsere – legyen, érted. De ezek, szerintem, megfelelnek még a **kor ízlésének.**

M: Nekem tetszik. Nekem azért tetszik a berendezés, mert ilyen szellős. Nincs így telepakolva minden hülyeséggel. (…)

L: Tehát úgy megegyezik az ízlésetek a lakásban?

T: Hát nem tudom, még mindig nem láttam a lakását. Fogalmam sincs, hogy néz ki. De elmondásilag nem egyezik meg az ízlésünk. Mert az kovácsolt vas, sárga falak, és én pont ettől kapok hülyét.

L: Miért?

T: Két dolgot utálok. A sárga falat meg a kovácsolt vasat (nevetnek).

M: Igen. Lehet, hogy… Szerintem az ilyen… Tehát nekem az a fontos, hogy **legyen harmónia, tehát ilyen meleg…** Tehát amikor belépsz, akkor ilyen **melegség…** tök mindegy, hogy milyen stílus. Igen, tehát, jó persze, akkor most [legyek] őszinte… akkor legyek kritikus… akkor nekem ez a lakás most hideg. Fehérek a falak, na én ettől kapok… utálom a fehér falakat. Legalábbis egy kicsi bézs, legalábbis egy kis árnyalat… Tehát ez nekem hideg. Tehát látszik, hogy ez **egy férfi lakása** volt. Én biztos melegebb színeket [választanék], legalább a falakat átfesteném. Tehát szürke csempe a konyhában… (fitymálva), tehát valahogy…

T: Miért, nem tetszik? Nem illik a…?

M: De, szép, nem azt mondom, jó, **összhang** van! Mert minden ilyen **hideg és ilyen éles, és ilyen minimálstílus-szerű**. Nem, hát az én lakásom az meleg, inkább ilyen **mediterrán stílus.**

T: Igen, az mondjuk igaz, hogy tényleg az összhangon van a hangsúly.

L: Szerinted tükrözi az egyéniségedet a lakás?

T: Hát ö… fogalmam sincs, nem tudom, milyen ez a lakás.

M: Szerintem igen. Amikor legelőször ide beléptem, akkor…

T: Rend van, nem?

M: Rend van, igen, tisztaság, így átlátod, és szerintem tükrözi…

T: Igen, és utálom a csicsát. **Utálom a csicsát, meg utálom az ilyen csill... az ilyen olcsó izéket nem szeretem**. Szeretem az ilyen **letisztult… nagyon szeretem a minimalista stílust**.

A fenti beszélgetésben az első említett szempont a kor ízlésének való megfelelés: a kilencvenes évek stílusa 2006-ban, amikor az interjú készült, Tibor számára már elavultnak számított. Az aktuális divatnak, vívmányoknak való megfelelés igénye azzal jár, hogy időről időre lecserélésre kerülnek az elavultnak ítélt dolgok. Ha egy tárgy kimegy a divatból, akkor csak

jelentős értékvesztéssel lehetne továbbadni, függetlenül attól, hogy eredetileg mennyibe került. Más szavakkal: ebben az értékrezsimben a legfontosabb szempont egy tárgy megfelelése az aktuális divatnak, technológiai standardnak, nem pedig egy stabil, objektív kritérium. Ez azt jelenti, hogy a Tibor szüleinél és nagyszüleinél központi szerepet játszó tartósság és értékállóság követelménye ebben a helyzetben nem tekinthető *racionálisnak:* ha egy tárgy mind piaci, mind Tibor számára való esztétikai értéke elkerülhetetlenül lecsökken az idő múlásával, akkor nincs is értelme különösen tartós dolgok megvásárlásának.

Ez a logika azt diktálná, hogy különösen drága dolgokat sincs értelme venni, ám ez nem érvényesül: Tibor hangsúlyozza, hogy nem szereti az olcsó, csillogó dolgokat. A drága bútor számára egy kifinomult stílus kifejeződéseként jelenik meg: az olcsó csicsás, csillogó, szemben a drágával, mely letisztult, minimalista (divatos). A drágaság tehát itt köthető a társadalmi pozícióhoz, ám nem közvetlenül azáltal, hogy a gazdagabbak engedhetik csak meg maguknak a drága dolgokat. A kapcsolat burkoltabban, a felsőbbrendű *ízlés* révén jön létre, mely sokkal kevésbé megfogható, mint a fent tárgyalt objektív szépségkritériumok.[7] Sőt: a minimalista stílus megkülönbözeti a *csillogó* drágát vásárolókat a *letisztult* drágát vásárolóktól – mely esetben a nagyszülők által favorizált munkaigényes, díszes darabok akár a megvetett „csicsás" táborban is találhatják magukat.

Ezért van az, hogy a legnagyobb hangsúly a beszélgetésben magára a *stílusra* kerül: esztétikai harmónia, összhang áll a középpontban, melyet Tibor nem önkifejezésként, hanem szinte egy önálló életet élő alkotás létrehozásaként él meg. Megjelenik az önálló lakberendezési logika, mint külön szakértelmet, kifinomultságot igényelő műfaj. Csakúgy, mint az igazi borszakértő, aki akkor is felismeri a jó bort, ha neki történetesen nem ízlik – a lakásban is a jó ízlés nyilvánul meg olyan *ismeretek* felvonultatásában, mint például hogy egyes színek, elrendezések milyen hatást keltenek, mi mihez megy jól, mi divatos, mi elavult.

Tibor barátnője, Mia ezzel szemben olyan személyes megfontolásokat hoz be a lakás berendezésének értelmezési kereteként, mint férfiasság-nőiesség, illetve a Tiborra jellemző rend(szer)szeretet. Bár nem általánosíthatunk a minta kis száma miatt, az a benyomásom, hogy a szakértelemre épülő önálló lakberendezési logika inkább a férfiak, míg a szubjektív jóllét és otthonosság kívánalma inkább a nőknél jelenik meg. Ami azonban mindkét esetben közös, az az elmozdulás az objektív esztétika felől egy képlékeny – személyes, ízlésen és hangulaton, illetve a változó trendek szakértő ismeretén alapuló – értékrezsim irányába.

Ebben az értékrezsimben egy tárgy értékelése nehezen jósolható meg pusztán fizikai adottságai alapján. Könnyen előfordulhat, hogy egy műanyag vagy furnérbútor egy adott évben egy adott személynek sokkal jobban tetszik, mint egy régi, munkaigényes darab. Ha sok ilyen „adott személy" van, felborul a korábbi értékstabilitás, és a termékek piaci ára is kénytelen igazodni a megváltozott kereslethez. Ezért van az, hogy sok tárgy, mely korábban sokáig tartotta értékét – az objektív szépségelképzelés, majd a hiánygazdaság miatt – ma teljesen elértéktelenedik: ha nincs, akinek tetszik, nem lehet eladni. Pontosan ez az a jelenség, amellyel az idősebb generációk azon tagjai szembesülnek, akik megpróbálják a korábban bevált logika szerint pénzzé tenni tárgyaikat. Erre példa az eddig nem elemzett, idősebb Rigó Szilvia (1932) esete:

7 Ez a jelenség sokban emlékeztet Bourdieu (1984) állítására, mely szerint az osztályok az ízlés révén termelődnek újra. Szintén értelmezhető a jelenség Schulze (1998) Németországról szóló leírása keretében, mely szerint az osztálykonfliktus helyét fokozatosan stílusviták veszik át, majd a társadalom „etnocentrikus miliőkké" alakul, melyek – Bourdieu leírásával szemben – már nem alkotnak hierarchikus rendszert. Ezen elméletek tárgyalásához a magyar társadalmi struktúra mélyebb elemzésére van szükség, mely azonban kívül esik a jelen cikk vizsgálati körén.

> Szilvia: Levittük a koloniálbútort a telekre, mert eladni nem lehetett, a bizományiban semmit nem adnak érte. Itt maradt a sok Zsolnay meg Herendy meg a sok kristály. Adtam a lányomnak: „Nekem nem kell, mama". Adtam az unokámnak, neki se kell. Adtam a fiamnak, oda se kellett. Hát, hogy vigyem a telekre. A telken is nem fér, mert ott nem olyan [nagy]. Levittem a régi bútorokat, ugye, nem fér, és én szoktam mondani a kislányomnak, mondom, kislányom, ne vegyél már ilyen sok butaságot össze, hiába szépek meg jók. (…) Összevitatkozunk néha. Mondom, én is inkább, azt a pénzt, amit, mondom [erre költöttem], mert most senkinek se kell, itt van rakáson, mert, ha nem úgy van kirakva vagy eltéve, akkor abban nincsen öröm. (…) Inkább a takarékba raktam volna a pénzt, mert akkor több lett volna."

Szilvia kénytelen szembesülni azzal a ténnyel, hogy sokáig értékálló tárgyai ma sem a piacon – bizományi áruházban vagy más módon – nem értékesíthetők, sem a családtagok nem tartanak rá igényt. A számára bankbetétként működő tárgyak, mely párhuzam explicit módon meg is jelenik, pontosan ennek a személyes élmény-, hangulat- és ízlésközpontú értékrezsimnek az elvei szerint értékelődtek le – legalábbis jelen pillanatban.

A „jelen pillanat" azért fontos, mert az új értékrezsim fontos eleme a változás – így lehet, hogy pár év múlva bútorai „retróként" ismét értékesek lesznek. Másrészt a személyes hangulat megteremtése gyakran pont azon alapul, hogy az ember a tárgyak akár látszólag teljesen eklektikus halmazát gyúrja össze személyes hangulattá, azaz bármikor betévedhet a bizományiba egy vevő, aki számára pont Szilvia könyvespolca egészíti ki az aktuális hangulatot. A következő eset erre szolgál példaként.

Felértékelődés

A személyes ízlés és az egyénre tett benyomások középpontba kerülése egy tárgy értékelésénél, valamint a stílusok gyors változása egyúttal arra is lehetőséget nyújt, hogy egy-egy régi darab átértelmezve ismét a lakás kedvelt tárgyává váljon. Itt két ilyen esetet tárgyalok az előző részben bemutatott nosztalgián kívül, mely a fiatalabb generáció körében is nagyon jellemző: a tárgyak eklektikus stílusegyüttesébe való pusztán „hangulati" egyezésen alapuló újraértékelést, illetve a régi tárgyak antikvitásként való felértékelődését.

- Eklektikus felértékelődés

Az az elvárás, hogy a tárgyaknak elsősorban egy olyan érzelmi és esztétikai hangulatot kell nyújtaniuk, amelyben az ember jól érzi magát, gyakran a tárgyak származási hely és művészeti stílus szempontjából eklektikus kombinációját eredményezi, melyeket mégis egységbe fog bizonyos *hangulati* harmónia. Tiborral ellentétben sokan kifejezetten törekszenek is arra, hogy a lakás különböző helyiségei különböző hangulataiknak megfelelőek legyenek; a lakás minden vágyukat magában foglalja. Ők berendezési döntéseik elmesélése során a legkülönbözőbb vizuális stílusokra, valódi vagy elképzelt hagyományokra, életformákra hivatkoznak. Bernát Éva (a fent bemutatott Klára lánya és Piri unokája) és barátja, Péter lakása jó példa erre a jelenségre. Éva egy másfél szobás új építésű lakásban lakik, és egy bankban dolgozik. A lakás Éváé (1978), így a berendezésben övé volt az utolsó szó, de barátja, Péter (1977) sokat segített. Péter hosszú távon házat szeretne, vágyait a kis lakásban nem tudta tökéletesen megvalósítani.

Léna: Neked milyen az ízlésed?

Péter: Lakásban? Én szeretem… sokfajta ízlésem van. Ha nekem lesz egy házam, szerintem nem egyfajta lesz az egész, hanem helyiségenként más. De én az ilyen természetes [dolgokat szeretem], most ami nagyon tetszik, azok a természetes kőburkolatok, de belül is. Nem csak kívül, hanem belül is. Ezek tetszenek. Ami fával van egyébként, nem olyan fával, ami le van lakkozva ilyen gyönyörűen, hanem kicsit ilyen öreges fák. A kovácsolt vas is tetszik, de abban is az, ami kicsit ilyen régi, antik. Nem az a nagyon antik, nem tudom, milyen stílus ez. Hát, képzelj el egy kanadai erdészházat belülről.

Éva lakásában, ha kicsiben is, de megjelennek a fenti megfontolások. Például minden szoba más színű – a nappali terrakotta, a konyha sárga, míg a háló kék – ami azért van, mert Éva „telítődik a színekkel", és szereti, ha a lakás helyiségei más és más hangulatot árasztanak. A nappalit és a konyhát burkolatlan téglapult választja el, melyet Éva barátja készített, valószínűleg a kanadai erdészházak inspirálására. A nappali „régi indiai" bútorokkal van berendezve, melyek Indiában újonnan készülnek antikolási technikákkal; Éva egy külvárosi nagykerben vásárolta őket. A falon „afrikai törzsi művészeti" képek láthatók, melyek se nem Afrikából származnak, se nem törzsi művészeti tevékenység eredményei, ám „stílus" szempontjából tökéletesen illenek a lakás többi részéhez. A stílus itt nem egy konkrét művészettörténeti korszakra utal, hanem a lakók által hangulati alapon meghatározott kategóriákra. Elmesélték például, hogy az eredetileg vásárolt spotlámpák helyett végül egy kézművesboltban készült rizslámpa került a plafonra, mely „jobban megy" a bantu képekhez. Éva és Péter hangsúlyozzák: törekedtek arra, hogy ne legyen stíluskeveredés, és büszkék az eredményre, mely valóban nagyon jól mutat. Tekintetbe véve, hogy a tárgyak meglehetősen eklektikusak mind vélt vagy valós származási helyük szempontjából, mind a hagyományos történeti stíluskategóriák tekintetében, a stílus egységessége inkább a tárgyak által árasztott hangulatra, színükre és anyagukra vonatkozik, illetve arra, hogy mennyire áll közel az eredmény az elképzelt hangulathoz. Ez az eklektika az, ami lehetővé teszi, hogy egy fából készült régi, kopottas tükör felkerüljön a falra: nem „régi tükörként", hanem egy olyan tárgyként, amely színében, hangulatában jól megy a rusztikus fabútorokhoz, a téglapulthoz és a gyárilag kopottá tett képekhez.

- Antik újraértékelés

Az újraértékelés egy másik módja a régi tárgyak *régiségként* való újraértékelése. Fontos azonban, hogy a régiségként való felértékelődés nem jelenti egy korábbi értékrezsim tökéletes visszatérését, bár egyes elemiben lehet átfedés az objektív szépség elveivel. Az antikvitásként való újraértékelést egy korábban nem tárgyalt család legifjabb tagján keresztül mutatom be. Krisztián (1989) szülei vállalkozásukból gazdagodtak meg, és jelenleg a milliomosok derűs életét élik: utazgatnak, illetve óriási, újonnan épült modern házukban élvezik szabadidejüket. Az eredetileg középfokú végzettségű szülők az utóbbi években felfedezték a magaskultúra örömeit, így szabadidejük nagy részét zenehallgatással, szépirodalom, társadalomtudományok és a keleti filozófia olvasgatásával töltik. Krisztián már ebben az „értelmiségi" légkörben nőtt fel, és ő maga is magas szinten zenél, és értelmiségi pályára készül. A ház, amelyben laknak, modern mind kívülről, mind belülről. A szellős, modern lakberendezésbe harmonikusan illeszkednek különböző stílusú műtárgyak, szobrok, illetve antik bútordarabok. Krisztián erről így mesél:

Krisztián: Olyan dolgokra érdemes költeni, amik így a szemet [gyönyörködtetik], tehát például egy házban ami az **érzetet szebbé teszi,** tehát a szemnek jó, meg a környezetnek, meg az **érzetnek.** Mert az az egész életet jobbá teszi. Tehát az ilyen dolgokra szerintem érdemes költeni, mert ez máshoz is hozzájárul ezzel. **Jobb hangulatot teremt.** (...)

Léna: És tudnál néhány olyan példát mondani, amire mások költenek, de te hülyeségnek tartod?

K: Hát… (nevet) Lávalámpa. Ez jut eszembe. Nem tudom. Sok gyereknek van ilyen… tehát ez egy kategória. Ilyen kis herkentyű, amit a szobájukba betesznek, és igazándiból nem… ilyen kis mütyürkék, amiket kitesznek a polcra vagy valami.

L: Hol húzódik a határ a lávalámpa és a lakás szépítése között?

K: […] Arra adjunk ki pénzt, ami tényleg szépíti a lakást, és arra adjunk ki pénzt, ami meg is éri a pénzét. Ha művészet… a lakás díszeit egy bizonyos szempontból **művészeti díszeknek** gondolom. Tehát művészet, művészet a képek, művészet… Úgy vagyok vele, hogy egy lávalámpa az nem művészet. Egy kis herkentyű, az nem művészet. Tehát **nincsen neki története, nincsen neki igazi értéke.** Tehát egy gyárban készült, legyártották, és akkor van belőle **30 millió darab** példány, és akkor mindenkinek ott van egy, és akkor jaj, de örülök, nekem is van! Nekem az ilyen nem nagyon okoz örömet. Míg sok festmény, sok bútordarab egyedi, és van történelme soknak. Hát például… melyiket mutassam? Soknak van történelme. **Történeteket idéz fel, ezzel emeli a hangulatot, az emberek hangulatát,** míg a lávalámpa magában nem idéz fel semmilyen történetet. Lehet, hogy kapcsolódik, miután már megvan, valami hozzá, de az se **igazi, tehát az se olyan egyedi…** Hangulatra… mondjuk ez is más, lehet, hogy más embereknek a lávalámpa **jó hangulatot** okoz, és azt mondják, hogy „ez nagyon jó, ennek én örülök, hogy van egy lávalámpám!" Tudod, így világít, és folyik benne valami ilyen anyag.

Ebben az idézetben a régi tárgyak antikvitásként való felértékelődése besimul a hangulat- és jóérzésközpontú értékrezsimbe. A régi tárgyak ahhoz járulnak hozzá, hogy az ember jobban érezze magát, jobbá teszik az életet, és jobb hangulatot teremtenek. Az idézet végén felmerül, hogy végül is egy lávalámpa is okozhat valakinek jó hangulatot, és ha ez az értékmérő alapelv, akkor a kettőt egyformán értékesnek kell tekintetnünk. Itt jön be azonban a kritikai elméletre hajazó elképzelés, mely szerint a tömeggyártott, standardizált lámpa által keltett jó hangulat szegényesebb, konformistább, szánalmasabb, kevésbé igazi élményt nyújt, mint az egyedi, történettel rendelkező, művészi alkotásnak is beillő régiség. Itt már arról van szó, hogy minőségileg milyen az a jó hangulat: mennyire kifinomult, művészi, mennyire járul hozzá egy valóban teljesebb, szebb élethez. Ebben az olvasatban az antikvitás olyan tulajdonságok szerint kerül értékelésre, mint a tárgy története, kora és egyedisége. Ezek a tulajdonságuk, mint említettem, nem önmagukban, hanem a meghatározó „jó hangulat" – a fő értékelv – minőségi emelése szempontjából válnak fontossá, így eredményezve egy újfajta értékrezsim-kombinációt.

Konklúzió

Ebben a cikkben lakberendezési tárgyak, tárgycsoportok családokon belül bejárt útját követtem végig, illetve feltérképeztem azokat az értékelési elveket, amelyek ezeket az utakat meghatározták. Célom az egyes értékrezsimek minél teljesebb megértése volt a résztvevők saját értelmezései alapján. Ez a cél, illetve a kutatás módszertana behatárolta a levonható következtetések körét.

Egyrészt, bár az elemzett esetekből elősejlenek lehetséges tendenciák – elsősorban egy szubjektív, élményközpontú esztétika előtérbe kerülése egy objektív szépségideállal szemben –, a kis mintaszámból adódóan nem vonhatunk le következtetéseket az általános tendenciákra vonatkozóan. Másrészt azzal, hogy az elemzést az egyéni értelmezésekre szűkítettem le, az értékrezsimeket alakító további szereplők – termelők, intézmények, marketing – szerepének felderítésére ez a cikk nem volt alkalmas. Mindkét nyitva maradt kérdés – a vázolt jelenségek elterjedtsége, illetve az értékrezsimek többszereplős formálása – izgalmas kutatások tárgyát képezheti a jövőben.

A tárgyalt esetek rávilágítottak, hogy az értékrezsimek változása, és ebből következően egy-egy tárgy fel-, le- vagy átértékelődése összetett folyamat, nem írható le sem egyszerűen szubjektív ízlésváltozásként, sem pedig elkerülhetetlen történelmi erők mindenkire egyformán érvényes hatásaként. Itt csak az értékrezsim-változásokra ható legfontosabb szempontokra térek röviden vissza.

Először, az értékrezsim-változásban szerepet játszanak olyan „objektív" körülmények, mint a kereslet-kínálati viszonyok, a javak hozzáférhetősége, illetve hiánya, valamint az ezekkel kapcsolatos várakozások. (Azért használom idézőjelben az objektív szót, mert ezek a körülmények egyéni szinten objektívként jelentkeznek, ám különböző emberek máshogyan értelmezik ugyanazokat a korlátokat, ami mégis megkérdőjelezi hagyományos értelemben vett objektivitásukat.) Ezzel összefüggésben szerepet játszik, hogy a kínálat, a divat milyen gyorsan változik, milyen gyorsan értéktelenednek el tárgyaink. Még mindig az objektív tényezőknél maradva, az aktuális értékrezsimre maguknak a tárgyaknak a fizikai tulajdonságai is hatnak: milyen gyorsan kopnak el, mennyire tartósak. Ezek a tényezők nem határozzák meg, de behatárolják a lehetséges stratégiák körét.

Másodszor, fontos szerepet játszik az értékrezsim-változásban a társadalmi rendszer és annak viszonya a fogyasztáshoz. Itt nem egy statisztikai kategóriarendszerre gondolok, hanem arra, amelyben valaki elhelyezi magát, illetve az arról alkotott elképzelésekre, hogy egy adott pozícióban milyen fogyasztás a helyénvaló. Ebből a szempontból változást jelent az adott rendszeren belül való mozgás, azaz a mobilitás, de magának a rendszernek a megváltozása is, sőt ambivalenciája, mely Magyarországon véleményem szerint nagyon fontos tényező.

Harmadszor, kiemelt szerepe van az értékrezsim-változásban a jó, értelmes és helyes életről alkotott elképzelések – ezen belül olyan központi fogalmak, mint az „otthon" – átalakulásának. Amire a hangsúlyt szeretném helyezni, az az, hogy ez a három tényező kölcsönösen hat egymásra, formálja egymást. Ez azt is jelenti, hogy a tárgyi kultúrát nem tekinthetjük pusztán a rajta kívülálló kulturális és társadalmi változások leképeződésének, hanem egy olyan közegnek, amely ezekben a folyamatokban szervesen részt vesz, alakítja azokat.

Hivatkozott irodalom

Babarczy Eszter és a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Hallgatói (2008): *Tárgyak, lakások, jelentések: lakberendezés, mint a személyiség kivetülése*. MaDok-napok 4. Kortárs tárgykultúra-kutatás – lakberendezés, öltözködés. Budapest: Néprajzi Múzeum.

Barthes, Roland (1983): *Mitológiák*. Budapest: Európa Könyvkiadó.

Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction: a social critique of the judgement of taste.* London: Routledge & Kegan Paul.

Bourdieu, Pierre (1977): *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Clarke, Alison (2002): Taste Wars and Design Dilemmas: Aesthetic Practice in the Home. In *Contemporary Art and the Home.* Painter, C. (szerk.). Oxford: Berg, 131–152.

Dombos Tamás (2004): *From petit bourgeois mentality to consumerism: Moralizing discourses on consumption in socialist and present day Hungary*. Master Thesis, Budapest: Central European University.

Douglas, Mary és Isherwood, Baron (1998): A javak használatának változatai. In *A kultúra szociológiája*. Wessely Anna (szerk.). Budapest: Osiris, 150–159.

Fábián Zoltán, Kolosi Tamás és Róbert Péter (2000): Fogyasztás és életstílus. In *Társadalmi Riport 2000*. Kolosi Tamás, Tóth István György és Vukovich György (szerk.). Budapest: TÁRKI, 225–259.

Fejős Zoltán (szerk.) (2003): *Néprajzi jelenkutatás és múzeumi gyűjtemények változása.* Budapest: Néprajzi Múzeum.

Ferge Zsuzsa (1979): *A society in the making: Hungarian social and societal policy, 1945–75*. Harmondsworth: Penguin.

Gyáni Gábor (1991): A polgári középosztály lakásviszonyai Budapesten a két háború között. In *Polgárosodás Közép-Európában. Tanulmányok Hanák Péter 70. születésnapjára*. Budapest: MTA TTI, 109–121.

Gyáni Gábor (1999): *Az utca és a szalon: a társadalmi térhasználat Budapesten: 1870–1940.* Budapest, Új Mandátum.

Gyáni Gábor (2006): *Hétköznapi élet Horthy Miklós korában.* Budapest: Corvina.

Hammer Ferenc és Dessewffy Tibor (1997): A fogyasztás kísértete. *Replika* 26: 31–46.

Hebdige, Dick (1988): Object as image: the Italian scooter cycle. In *Hiding in the Light: On images and things*. London: Comedia, 77–115.

Howes, David (1996): *Cross-cultural consumption: global markets, local realities*. London: Routledge.

Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor (2000): *Beszélő házak: lakásaink szimbolikája. Magyarország, 1990-es évek.* Budapest: Kossuth Könyvkiadó.

Losonczi Ágnes (1977): *Az életmód az időben, a tárgyakban és az értékekben.* Budapest: Gondolat.

McCracken, Grant (2001): Diderot unities and the Diderot effect. In *Consumption: critical concepts in the social sciences*. Daniel Miller (szerk.). London: New York: Routledge.

Miller, Daniel (1987): *Material Culture and Mass Consumption.* Oxford: Basil Blackwell.

Miller, Daniel (2005): Materiality. In *Materiality: An Introduction*. Daniel Miller (szerk.). Durham, N.C.: Duke University Press.

Myers, Fred (2001) Introduction. The Empire of Things. In *The Empire of Things: Regimes of Value and Material Culture*. Fred Myers (szerk.). Santa Fe: SAR Press, 3–61.

Niedermüller Péter (1994): Paradigmák és esélyek, avagy a kulturális antropológia lehetőségei Kelet-Európában. *Replika* 13–14: 89–129.

Sahlins, Marshall (1976): *Culture and practical reason.* Chicago, London: University of Chicago Press.

S. Nagy Katalin (1997): Fogyasztás és lakáskultúra Magyarországon a hetvenes években. *Replika* 26: 47–53.

S. Nagy Katalin (1987): *Lakberendezési szokások.* Budapest: Magvető.

Schulze, Gerhard (1998): A Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulása. In Wessely Anna (szerk.). *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris, 186–204.

Shevchenko, Olga (2002): 'In Case of Fire Emergency': Consumption, security and the meaning of durables in a transforming society. *Journal of Consumer Culture* 2(2): 147–170.

Simányi Léna (2005): Bevezetés a fogyasztói társadalom elméletébe. *Replika* 51–52: 165–195.

Slater, Don (1997): *Consumer Culture and Modernity.* Cambridge: Polity Press.

Tacchi, Jo (2003): Nostalgia and Radio Sound. In *The Auditory Culture Reader*. Michael Bull és Les Back. (szerk.). Oxford: Berg.

Utasi Ágnes (1995): Középosztályi életformák és életstílusok reprodukciója és új elemei. In *A középosztályok nyomában*. Kovách Imre, Róbert Péter és Utasi Ágnes (szerk.). Budapest: MTA PTI.

Veblen, Thorstein. (1975): *A dologtalan osztály elmélete.* Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

Abstracts

"I hate when an old object is dusty – it is like an unkempt old man."
Object-monologue

Whichever object I pick out, it has its own specific story; somebody was working on it over a long time, somebody was thinking about it, that single piece was his life's work– it was the big oeuvre that he has made. It is not on record anywhere, but if you start researching it you can find out who has made that object. [...] Now due to the summer nothing is on show, because I don't want that the exhibited object gathers dust. Me personally and as a museum visitor hate when an old object is dusty – it is like an unkempt old man, unattractive.

Object-transformations: border-crossing, biography, identity

The papers of this Replika issue apply an approach in social science investigation characterised by an intense interest in social theory that has emerged in the last two-three decades and became known as modern or 'new' material culture studies. The papers published here are linked by their sensitivity to the transformations of objects' meaning and value and the social, cultural and economic processes unfolding around them; as well as by their interest in the movement of objects between different use-contexts and value regimes. Although in different ways and to a varying degree, all the papers of this issue dedicate a distinguished attention to the cultural biography of objects.

The first paper by Péter Berta gives an overview of different stages of the social science interest in material culture and discusses the methodological particularities and questions characteristic of modern material culture studies.

The introductory paper is followed by the now classical works of Arjun Appadurai and Igor Kopytoff, published in 1986 in the edited book The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective that represented a milestone of the new material culture studies. These papers that primarily look at social dynamics – techniques, strategies, obstacles, degrees, motivations and possibilities of utilization - of commodification and singulariza-

tion became extremely popular partly because their authors created and introduced into the social science discourse a number of analytical categories that became useful elements of the conceptual toolkit of interpretations focusing on subject-object relations. At the same time their intellectual significance and appeal is also due to their attitude-shifting nature, that is, to the fact that they offered a new, more dynamic perspective to the interpretation of interactions between subjects and objects as well as of object transformations.

The paper entitled The quest for authenticity and the invention of African art is a chapter from Christopher B. Steiner's monograph African Art in Transit that generated a large response. The monograph looks at the relationship between material culture, Western art canon(s), the globalizing art market and commodification. The chapter published here investigates which (interest) groups, based on which principles and motivations construct the category of 'African art' and the notion of authenticity and how they try to manipulate them.

Léna Pellandini-Simányi's paper analyses the way meanings and values objectified by home decoration changes over three generations of middle class families, while Péter Berta's study focuses on silver prestige objects and the – both political and economic – strategies of forgery directed at these objects among the Transylvanian Gabor Romas.

Peter Berta: *Objects created by subjects – subjects constructed through object use (Interaction, interplay, interdependence – about new material culture studies)*

This paper provides an overview of an approach characterised by intense interest in social theory that has emerged in the recent decades and became known as modern or 'new' material culture studies. The first part of the paper delineates the main stages of social science inquiry into material culture (focusing mainly on research in English-speaking areas in the last one-and-half century). The second part draws attention to features that characterise the majority of the studies applying the approach of 'new' material culture studies that are otherwise heterogeneous in terms of focus and theoretical and methodological orientation. The third part looks at questions that generated intense interest among representatives of this approach, while the last structural part focuses on the advantages of the 'biographical method' that is becoming increasingly popular in modern material culture research.

Igor Kopytoff: *The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process*

Kopytoff's article puts forward a new, biographical approach to commodities, which considers objects as culturally constructed entities, which are attributed changing meanings and classified into different categories over time. The biographies of objects can be captured through the struggle between the opposing forces of singularization and commodification. Commodification is based on the heterogeneity of values, which is opposed to culture's and the individual's tendency to distinction, classification, singularization and sacralization. From this point of view small-scale less monetized and complex societies are distinguished. In the latter the field of commodified, homogenous commodities is in contrast with the multiplicity of personal evaluations, while in the former a limited number of various exchange spheres reflect both individual both collective classifications. Kopytoff argues that these tendencies shape the social identity of people in a given society and suggests that societies construct simultaneously the world of people and the world of goods.

Christopher B. Steiner: *The Quest for Authenticity and the Invention of African Art*

In this paper Steiner looks at the processes through which African objects gradually become appropriated as objects of art through the partly intentional, partly unintentional activities of Western scientists, art dealers and collectors. The author investigates criteria of value relevant for the Western category of "art", the notion of authenticity in particular, and the way the application of these criteria affects the African art market. The article analyses the taxonomies, visual as well as verbal representations, which re-categorise an artefact as "art", and mark out the boarders of the category according to the interests of the parties involved. The example of "trade beads" discussed in the last section demonstrates that the category shift is not a one way process: exotic objects can become common and made exotic again. The paper ends with raising the problem of *mis*representation, which results from the search for Western authenticity by Africans and African authenticity by Westerners; however, in the light of the paper, the authenticity of the very notion of authenticity becomes questionable.

Arjun Appadurai: *Commodities and the Politics of Value*

The article focuses on the circulation of commodities in social life. Appadurai suggests that goods are not inherently valuable, but the source of value is the exchange. This lead to a new approach to commodities, according to which the central feature of a commodity is its exchangeability at a given time and space. This approach implies on the one hand that commodities are not exclusive to modern industrial societies. On the other hand being a commodity is not connected to intrinsic features of the object, but may change over time and space thought the object's social life. Appadurai argues that politics is central to the circulation of commodities, which can take many different forms. He illustrates the argument by a number of individual and institutional strategies that make the definition of value a politically mediated process and points out that consumption is a field of social control and political redefinition.

Peter Berta*: Identity politics of objects. Patina forgery as an economic/political strategy and the Gabors' prestige item economy*

The paper focuses on silver beakers and tankards that are paternally inherited, singularized (have a unique proper name and an ethnicised social carrier), and defined as prestige items in the Transylvanian Roma subgroup known as 'the *Gabors*', and analyses the prestige economy that has been organized around them. In particular, it discusses an aspect of this economy that can be classified as belonging to the identity politics of objects; namely, the practice of counterfeiting prestige objects as symbols of ethnic and patrilineal identity. The second part delineates the *Gabors*' silver beakers and tankards, with special attention paid to the emic definition of these object categories. The third part concentrates on the participant framework of the prestige economy in question, while the fourth, fifth, sixth and seventh part show the motivations, types and techniques of counterfeiting. Finally, the conclusion focuses on a particular type of forgery, the money-oriented counterfeiting that can be defined as an occasional strategy of subsistence and shows the ways the *Gabor* ethnonym as a brand name is utilized in inter-ethnic and other economic activities.

Lena Pellandini-Simanyi: *"O, mum, why do you hang on to all this rubbish?" Changing value regimes in home decoration*

Studies on the biographies and social histories of objects highlighted the fact that goods are subject to different principles of exchange and valuations as they move between regimes of value (Appadurai 1986). The most widely analysed example in this regard is cross-cultural consumption, where objects move between radically different regimes of value. I suggest that the idea of changing value regimes can be fruitfully applied to understand not only cross-cultural, but also cross-generational changes. The paper looks at the transformation of the principles along which different generations of Hungarian families appreciate items of home decoration. I show that different evaluations are embedded in changing ideas of good life, proper behaviour and social hierarchy, but draw on at the same time on pragmatic considerations referring to purchasing possibilities both in terms of supply and purchasing power. Using Miller's theory of objectification, it is argued that more than simply reflecting changes material culture plays a constitutive role in them.

Szerzőink

Arjun Appadurai
antropológus, szociológus, nemzetközi kapcsolatok; New School (New York City, USA)

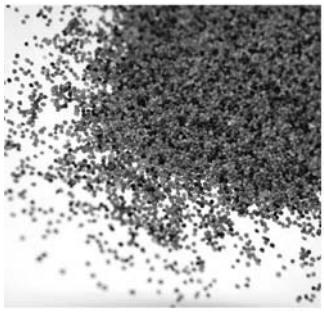
Berta Péter
antropológus; Magyar Tudományos Akadémia Néprajzi Kutatóintézet (Budapest)

Igor Kopytoff
antropológus; University of Pennsylvania (Philadelphia, USA)

Pellandini-Simányi Léna
szociológius, PhD-hallgató; London School of Economics and Political Science (London)

Christopher B. Steiner
antropológus, művészettörténész, muzeológus; Connecticut College (New London, USA)

replika
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT



60

2007. DECEMBER

EGYENSÚLY

A közgazdaságtan kortárs metodológiája



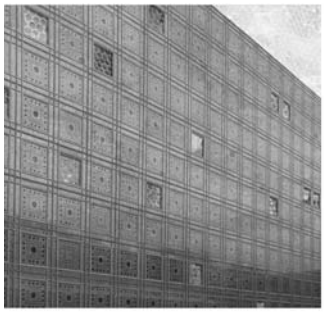
61

2008. MÁJUS

NYOM

Derrida, a megvesztegethetetlen filozófus

Társadalmi evolúció



62

2008. SZEPTEMBER

KRITIKUS PILLANAT

Boltanski és a kritika szociológiája

Ultrà

www.replika.hu

előző számaink megrendelhetőek

elofizetes@replika.hu