

Európai etnológia az „új gazdaság” hálójában*

Nehéz pontosan meghatározni, miből áll pontosan az európai etnológia. Létrejöttét nagyban elősegítette annak a szemléletmódnak a megerősödése az 1970-es években, mely a kulturális megnyilvánulásokat igyekezett a maguk szélesebb kontextusában vizsgálni. Bár mára az európai etnológia kutatási területe rendkívül sokrétűvé vált, a megközelítésmódjában továbbra is meghatározó a történetiség és az összehasonlítás igénye, a hétköznapiok iránti érdeklődés vagy a kutatási módszerek rugalmas kombinálása. A tanulmány egyik alapkérdése, hogy mennyire tud alkalmazkodni ez a tudományág az olyan kihívásokhoz, mint amit egy-egy új téma felbukkanása jelent. Hogyan képes értelmezni az új gazdaságként megjelenő életmódot, mennyiben tudja korábbi tapasztalatait kamatoztani.

A kívülállók gyakran úgy látják, hogy az európai etnológia folyamatosan újraértelmezi önmagát, állandóan új témákat, távlatokat, elméleteket keres. Olyan tudomány, amelyet már nem tart össze egy adott empirikus kutatási terület, hanem jóval inkább egyfajta habitus, egy nehezen megfogható „etnológiai szemlélet” – a kutatás végzésének meghatározott módja. Amellett fogok érvelni, hogy e mögött a folyamatosságot és alkalmazkodóképességet sugalló kép mögött néhány állandó vonás mégis található. Éppen ezért először röviden bemutatom az etnológiai néhány klasszikusnak számító erényét, majd azokkal a lehetőségekkel foglalkozom, melyekkel az etnológusok képesek felfedezni a szép új világot, melyet az „új gazdaságbeli életnek” is neveznek. Eközben annak a tudományhatárokat átszelő kutatásnak a tanulságaira támaszkodom, melynek keretében a svédországi Lundban egy csapat etnológus közösen dolgozik más tudományokat képviselő szakemberekkel. A vizsgálat azokkal a kísérletekkel foglalkozik, melyek a Svédország és Dánia között épült és Öresundot átszelő hidat egy nemzetközi és kozmopolita régió létrehozására szeretnék felhasználni (lásd Berg–Linde–Laursen–Löfgren, eds. 2000).

Etnológiai erények

Ha azokat a távlatokat vizsgáljuk, melyek felé haladunk, ha jobban szemügyre vesszük azokat a témákat, melyekkel foglalkozunk vagy amelyeket (tudatosan vagy öntudatlanul) elkerülünk, esetleg elfelejtünk vagy marginalizálunk, szükségünk van annak tisztázására, hogy mik az európai etnológiai szemlélet sajátos hozadékai. Miben vagyunk jók? Hadd említsem meg az etnológia öt erényét; ezután igyekszem kifejteni, hogyan alkalmazhatók ezek a kutatás új területeire. Ez az öt erény a következőképpen foglalható össze:

- A történeti szemlélet és az összehasonlító kutatás.
- A mindennapok életmódja és tárgyasulásai iránti érdeklődés.
- Az esettanulmány mint módszer és a pásztázás.
- A kultúrának a kontextusában való megközelítése (a kontextualizálás, konkrét esetekbe ágyazás fontossága).
- A barkácsolás szerepe az elmélet és a módszerek keresésében.

Azt hiszem, fontos az európai etnológián belüli történeti szemléletre mint analitikai lehetőségekre tekinteni, nem pedig mint erényre vagy magától értetődő valamire. A történelmi tudás és kutatás önmagában érték, ám számomra szembeszökő az a mód, ahogyan egyes etnológusok a történeti szemléletnek egy jóval reflexívebb használatát fejlesztették ki tudatos kutatási stratégiaként. Hogyan tud segíteni bennünket a történeti szemlélet bizonyos kulturális jelenségek és folyamatok megértésében?

Ebben az értelemben a történeti szemléletet gyakran a szembeállítás eszközeként használják, mely bizonytalanabbá teszi, megkérdőjelezi a jelent. Ugyanilyen fontos az utóbbi időben az összehasonlító európai perspektíva és a kutatásoknak a kevésbé helyi/nemzeti kerete. A diffuzionista és a kultúrkörelméleten alapuló tanulmányok leköszönésével az európai etnológia túlnyomó része meglehetősen nemzeti léptékűvé vált az 1960-as és az 1970-es években a vizsgálatok kereteit illetően. Mára azonban egy szélesebb földrajzi szemléletmód tért vissza, és ezt gyakran a szembeállítás eszközeként alkalmazzák a helyi és a nemzeti jelenségek tágabb perspektívába állítására.

Feltűnő, hogy az európai etnológiának épp a módszerei vonzanak más tudományokat. Ebben főszerepet játszik az a megközelítés, melyben rendkívül eltérő anyagot és kutatási módszereket alkalmaznak együtt, és amelyet nemritkán a pásztázásnak nevezett stratégiával használnak. Az etnológusok arról híresek, hogy minden kis részbe bele néznek, olyan témákat vesznek észre, melyek mellett mások elmennek, és ez olyan jellegű jártasság, mely állandó fejlesztésre szorul. Minden olyan esetben, mikor a kutatás tájképpén kijelölünk valamit fényszórónkkal, fontos megkérdeznünk önmagunktól, mi marad rejtve az árnyékban, és vajon mi történik, ha tovább pásztázunk a fénycsóvával.

Az 1970-es évek óta az európai etnológia a mindennapok életmódját tanulmányozó tudományágként határozta meg önmagát, olyan pozitív fogalom ez, mely gyakran társult a hátrányosabb helyzetűek iránti érzékenység vállalásával, és a mindennapokra mint a kulturális ellenállás és kreativitás mezejére tekintett – más szóval egyfajta alternatív szemlélet mindazokkal a tudományokkal szemben, melyek nem veszik komolyan a hétköznapiakat. Ennek a megközelítésnek egyaránt vannak előnyei és hátrányai. Bizonyos viselkedésmódokat és embereket könnyen kezelünk másoknál hétköznapibbként. A szemléletmód másik veszélye, hogy a mindennapokra túl könnyen tekintünk úgy, mint ami „ott lent” van, és ritkán foglalkozunk annak a megfogalmazásával, hogy mi is valójában a mindennapok ellentéte. Elfelejtettük, hogy a hétköznapi élet nem csupán öregek otthonában létezik, vagy az utcán, hanem ugyanúgy a hatalom előszobáiban is, hogy nemcsak bevándorlók lakta külvárosban lehetünk a mindennapok megnyilvánulására, hanem a tudományos kutatási projektekben is. Azok a kutatók, akik időnként megjegyzik, hogy „ki akarnak menni a mindennapok valóságába”, félreértik a helyzetet, ugyanis éppen az az érdekes a mindennapokban, hogy folyamatosan jelen vannak.

Ha figyelembe is vesszük ezeket a kétértelműségeket és lehetséges ideológiai felhangokat, a hétköznapiak iránti kutatási érdeklődés mindent egybevéve fontos volt, amennyi-

ben újjáélesztette és ráirányította a tudományos érdeklődést a látszólag triviális tevékenységekre és a közhelyekbe ágyazott gondolatokra. Emellett újból felkeltette az érdeklődést a hétköznapi élet tárgyiasulásai, a tárgyak dologiassága iránt. A mindennapok tanulmányozása ráadásul megfelelő stratégiaként is szolgált a kikövezett utak elkerüléséhez és a nagyobb témákhoz kerülő úton való közelítéshez.

Az elmélet és a módszertan tekintetében a mai napig nem jutottunk túl a barkácsoláson, néhányan ezt úgy fogalmazzák meg, hogy túlságosan eklektikusan vegyítjük az elméleteket, a módszereket, a megfigyeléseket és a perspektívákat. Valójában mi hozzuk létre a saját elméleteinket, vagy csupán elorozzuk, kölcsön vesszük azokat másoktól, vagy igazából arról van szó, hogy nem látjuk tisztán a saját egyéni elméletalkotásunk mikéntjét?

Talán ez a fajta rugalmasság az, melynek az európai etnológia alkalmazkodóképessége köszönhető, ugyanakkor vigyáznunk kellene, hogy túl önteltekké váljunk. Az erények villámgyorsan fogyatékosságokká alakulhatnak át, a rugalmasság könnyen öncéllá válhat. Az általam felsorolt erények ezenkívül hamis biztonságérzetet kelthetnek, éppen ezért állandóan szükség van a megkérdőjelezésükre. Ennek egyik módja, ha egy új kutatási területen próbáljuk meg alkalmazni őket.

Nagy elbeszélés?

Az új gazdaság megköveteli, hogy folyamatosan ki- és belépjünk különböző hálózatokba, és hogy felhagyjunk a meglévő szervezeti logikánkkal, és hálózati társadalmat kezdjünk építeni...

Ez az idézet a *Közösségépítők* nevű svéd projektből származik, mely fiatal vállalkozókat és fiatal politikusokat hoz össze. Ebben megjelenik valami, ami az „új gazdaság” néven szerepel, és ami követel, cselekszik és mozog. Olyan korszakban élünk, melyben ez a fogalom egyfajta nagy elbeszéléssé vált, melyhez olyan divatszavak tapadhatnak, mint a hálózati társadalom, a globalizáció, a posztindusztriális társadalom, a tapasztalati gazdaság, az álomtársadalom, a virtuális kapitalizmus vagy a tudástársadalom.

Ami itt igazán fontos kérdés, az nem az, hogy az új gazdaság valóság-e vagy fikció, hogy egyenlő-e a menedzsment filozófiájával, nemzedékek közötti háborúval, valamilyen piaci trükkel, egy kis mágiával, szervezeti stratégiával vagy folyamatos forradalommal, hanem azon módok tisztázása, amelyek keretében a termelésnek és a fogyasztásnak ezt a világát létrehozzák és fejlesztik, megtapasztalják és átélik.

Az új évezred kezdetének nagy elbeszéléssé válva az új gazdaság körüli fogalmak egy új társadalom olyan típusát is felvázolják új lakóival egyetemben, amely felé a feltételezések szerint haladunk. Ebben a világban a piac nyelvezete a társadalom és a politikai élet számos területét uralja. Az elbeszélő pillanatnyi helyzete szerint ez a történet újító társadalmi és gazdasági formáknak utópisztikus látomásaként ölthet alakot, vagy pedig a befogadás és a kizárás antiutópisztikus nézeteként, újfajta osztálytagolódással és hatalmi megoszlással.

Egyes gazdaságkutatók amellet érvelnek, hogy jelenleg új típusú gazdasági logika kialakulásának vagyunk szemtanúi, azaz a szervezeti technológia új logikájának (főképp

a kommunikációtechnológia területén), a piac és a tőke új logikájának a létrejöttét követhetjük nyomon. Sok mindent hallani azonban egy jóval ingoványosabb területről, melyet *kulturális logikának* is nevezhetünk. A kulturalizációnak új vagy újra felfalált formáival találkozhatunk tehát a termelés és a fogyasztás e világaiban.

A kulturalizáció kifejezés használatakor azokra a módokra gondolok, melyek a társadalmi és gazdasági formáknak és tevékenységeknek kulturális külsőt kölcsönöznek. Rengeteg energiával nem csupán árucikkeket és szolgáltatásokat, hanem atmoszférát, szimbólumokat, képeket, „egy érzést”, hangulatokat, élményeket és eseményeket hozunk létre. Számos értelemben nagyon is „kulturális gazdaságról” van szó, melynek részesei vagyunk, amelyben a képzeletformálás, az előadás, a stilizálás és a kivitelezés technológiai fontos szerepet játszanak.

A kulturalizációs folyamatoknak részei azok a kísérletek, melyek a megfoghatatlan minőségeknek igyekeznek kézzelfogható és konkrét formát vagy megjelenést adni, de ugyanúgy idetartoznak azok a próbálkozások is, melyek az elképzelhetetlen megragadásához, az elérhetetlen megszerzéséhez és az eladhatatlan kiárusításához keresnek új lehetőségeket.

Éppen ezek azok a kulturális szokások, melyek az új gazdaság világának etnológiai elemzésére sarkallnak bennünket.

A gyors és a halott

Isten hozta a gyors kisvárosban!

A dolgok Dániában sebesebben haladnak!

(Két idézet Stockholm, illetve Koppenhága reklámkampányából)

Az új gazdaság nagymértékben támaszkodik a fejlett logisztikára. A kibernetikai kommunikáció látszólag tünékeny világa mögött ott találjuk a GIS navigációs rendszeren alapuló szállítás kiterjedt világát, mely konténeres hajókat, kamionkonvojokat, kézbesítőcsapatokat és kerékpáros futárokat irányít, és amely egyaránt átszeli a világot és Manhattan, hogy a kívánt helyre juttassa a kért pizzát, autóalkatrészt, számítógépet és egyéb elektronikus cikkeket. Azért, hogy kisebb készleteket kelljen fenntartani és kevesebb áruházi területet betölteni, ez a rendszer a „megfelelő időben” és a „kihelyezés” elve szerint szolgáltat. Ez az a kevésbé hősi és gyakran elfelejtett oldala az elektronikus kereskedelemnek és a rugalmas termelésnek, mely a világunk része marad egészen addig, míg lehetővé nem válik pizzák vagy autógumik letöltése az otthonunkban az interneten keresztül.

A logisztika másik oldala a gazdaság szereplőinek fokozódó mobilitásával kapcsolatos. Az új technológia legtöbb eszköze – a mobiltelefontól a hordozható számítógépig – először úgy tekintettek, mint ami segít majd mérsékelni az utazási kényszer mértékét, de közben kiderült, hogy egyre több újfajta mobilitást is produkálnak. Az állandóan mozgásban lévő munkaerőt a kiszolgáló személyzet növekvő hada veszi körül. Ők azért nem moccanhatnak el a helyükről, hogy más emberek, gondolatok és javak szabadabban mozoghassanak. Ennek a fejlődésnek az egyik következménye, hogy az új gazdaság látszólagos légiessége és kötetlensége mögött az infrastruktúra állandó tö-

mörülését és újrendeződését tapasztalhatjuk – egy csomó tevékenységet a szilárd talajon.

Az új gazdaság kulturális logisztikájában a távolságról és a közelségről, a jelenről és a jövőről, az időről és a térről alkotott felfogásunk módosul. Ebben nem csekély szerepet kapnak esztétizáló és fetiszizáló folyamatok. Az olyan jellegű erények kultuszát, mint a gyorsaság, újdonság, kreativitás, elérhetőség, kapcsolatrendszer és szinkronizáció, nemcsak szimbolikus formában kell elterjeszteni, hanem tárgyiasultan, kézzelfoghatóan is létre kell hozni.

Vegyük például a „gyorsaságot”, az egyik legfontosabb kincset. Hogyan válhat a vállalatunk gyorsá, vagy hogyan lehetünk gyors szereplőkké a gazdasági életben? És nem utolsósorban hogyan tudunk meggyőzni másokat erről az adottságunkról? Amint Robert Willim egy nemrég létrejött svéd információs technológiai vállalat jelenleg is folyó vizsgálata során kiemelte, a gyorsaság ideológiája a hétköznapi irodai élet látszólag triviális részleteiben ölt testet: ahogyan a munkateret kialakítják, a munka ritmusát megkomponálják, ahogyan a munkatársak egymással kapcsolatba lépnek, vagy a honlapot és a kávészüneteket megtervezik.

Állandó esztétizálást figyelhetünk meg itt a ritmus, sebesség, folyamatosság és gördülékenység kialakításában. Amint a gyorsaság azonban árucikké válik, hamar szabványosított kulturális formákat vehet fel. Ez a folyamat még szembeszökőbb a kreativitás kultuszában.

A kreativitás művelése

Az alapvető képesség, melyre a menedzsereknek ma szükségük van, a kreativitás – a váltás és a látszólagos káosz kezelésének a képessége. Minderről a gazdaság sok mindent tanulhat a művészetektől.

Ezt Paul Olivier színházigazgató, jelenleg sikeres gazdasági tanácsadó állította az Observernek adott egyik interjújában (2001. január 18.). Ha a kreativitást a tőke nélkülözhetetlen részeként határozzuk meg, akkor ezzel egyben tárgyiasítjuk is, és így hirtelen mindenki kreatív helyzeteket, régiókat és városokat akar teremteni. Létezik tehát a „beépített kreativitásnak” egyfajta szerkezete a maga kreativitás-tanácsadóival, akik a munkateret és az irodai viselkedést igyekeznek megkomponálni. Jelen van egy vágyakozás a „menő üzlet” iránt, és jól megfigyelhető a „művészet által megihletett üzlet” térnyerése. 2000 őszén egy dán konferencián (*Culture as the competitive edge of the future*) megjelent az a jól bevezetett holland és brit tapasztalat, melynek keretében a gazdasági szervezeteket igyekeznek összeházasítani a színházzal, mint például a Royal Shakespeare Company *Kreativitás programjában*, a holland *Színészek az üzleti életben* névvel illetett intézményben vagy az amerikai *poetry@workben*.

Ha városok, gazdasági szervezetek és közintézmények kreatív eseményekként reklámozzák magukat, gyakran szembesülünk a kreativitás szabványosított és globalizált képével, mint ahogyan az 1990-es évek egyik svéd szlogenjében a modern K város a négy k, azaz a „kommunikation, kunskap (*ismeret*), kultur, kreativitet” fogalmi köré szerveződött. Nem érdektelen annak a története, ahogyan egy ilyenfajta kép létrejön a kivá-

lasztástól a megszerkesztésen és a összeillesztésen keresztül az árucikké válásig. Ugyanez érvényes azokra a próbálkozásokra is, melyek a kreativitás művészetét hivatottak megtanítani, mint ahogyan számos ilyenrel találkozhatunk az üzemművészetéről szóló kézikönyvekben, például a 2000-ben megjelent *The Disney Way Fieldbook*-ban. Nem másról ígér, mint „a kreativitás meghonosításának modelljét” a *dreamovation*® technika révén, az egész azonban valójában a kreativitástanfolyam-ipar szakállas trükkjeinek egy újabb vegyítése.

Az alapprobléma természetesen az, hogy a különböző erények, mint a gyorsaság és a kreativitás tárgyiasításának igénye, könnyen ezek rutinná és triviálissá válásához vezet. Ennek érdekében, hogy kreatív személyek vagy kreatív helyzetek alakulhassanak ki, hajlamosak vagyunk oly módon intézményesíteni a kreativitást, hogy közben épp ez a készség tűnik el. Ahhoz, hogy gyorsak legyünk, nagy valószínűséggel nagyon kiszámíthatókká és nagyon irányítottakká válunk, vagy pedig hamar elveszítjük a kapcsolatot a termelés triviális megnyilvánulásaival, s gyorshajtókká válunk.

Képzlődés a munkahelyen

Itt az ideje, hogy komolyan vegyük és ápoljuk az álmodozást. A fegyelmegőrzés híveiben természetesen jogosan merül fel a kérdés: Hogyan kerítünk majd elég időt a munkánk elvégzéséhez? Vedd könnyedén a dolgot! Az ábrándozást könnyedén határozhatjuk meg egészségesként és hasznosként: kognitív munkaként, problémamegoldásként és kreatív pillanatokként. Mi lenne Svédországgal, ha nem álmodoznánk? Szükségünk van arra, hogy megpihenhessünk, összeszedjük gondolatainkat... Az ábrándozások ráadásul átalakulhatnak látomásokká. A siker képévé, a mentális edzés egyik módjaként.

(Idézet a Göteborgsposten napilap 2000. október 14-i számából)

Mi a helyzet viszont a fantáziavilággal, az „álomtársadalommal” és a fantáziagyártás technológiáival, melyek manapság annyira fontosnak látszanak? Ha az új gazdaság világa a fantázia erejének ilyen központi szerepet szán, hogyan tanulmányozzuk a termelőerőnek e megfoghatatlan megjelenési formáját? Hogyan elemezzünk egy álomgyártást? Miért fontos, hogy az álmodozást újabban irodai erényként határozzuk meg?

A képzelet, az álmok és a fantázia társadalmi és kulturális szerveződésének a kutatása egészében véve igen fejletlen terület a társadalomtudományokon belül. Szükségünk van bizonyos mértékig annak a témának az alapkutatására, amely Arjun Appadurai (1996) megfogalmazásában „a fantázia mint társadalmi gyakorlat” szerepel, és ebbe nyilvánvalóan beletartozik a fantázia mikro- és makrofizikájának a kutatása legalább annyira, mint a különböző feltételeinek tanulmányozása az eltérő társadalmi helyzetekben és korokban, továbbá a poétikájának és politikájának vizsgálata. Létezik egy klasszikusnak nevezhető hagyomány, melyre építeni tudunk, egyfajta visszatérés a folkloristáknak a fantázia- és álomvilágok, ezek műfajai, valamint a képzeletbeli és társadalmi kontextusai iránti érdeklődéséhez. A modern világnak ugyanilyen műfajelemzésére van szükségünk: ábrándozásokat, rémálmokat, tudatfolyamatokat, félelmeket, a jövő és a múlt képeit kell elemeznünk. Hogyan formálja a nem, az osztály vagy a nemzedék a fantáziánkat és annak alkalmazását?

A történeti szemléletmód rámutathat azokra a különbségekre, melyekben az új gazdaság „álomtársadalma” a korábbi álmvilágoktól eltér. Mi történik, ha megpróbáljuk a fantáziát és a képzetet egyéb termékeit intézményesíteni, szabványosítani vagy árucikké alakítani? Talán érthető, hogy ezen a ponton miért vonzódok annyira az üzemvezetéssel kapcsolatos irodalomból oly jól ismert fantáziafejlesztő kézikönyvekhez, ugyanis ezek a következő, lépésről lépésre működő elven alapulnak: az álom kreatív energia; hogyan alakítsuk át tehát ezt az energiát, hogyan kamatoztassuk a szervezeti munkában, és miképpen álljunk neki a kreativitás átültetésének a mindennapi gyakorlatba a „dream-ovation” vagy egyéb technikák alkalmazásával? Itt rajzolódik ki világosan az a paradoxon, hogy egyszerre igyekszünk a fantázia lehetőségeit megzabolázni, és megőrizni mágikus auráját féktelen, vad energiaként.

A rivaldafény-gazdaság

Ahol az üzleti élet forró, és az élet friss...

(Hirdetés Öresund térségéből 2000-ben)

Hogyan válhatunk azonban az új gazdaság érdekes szereplőivé? Ebben az elvárásgazdaságban a rangsorolás nagyon lényeges szerepet játszik: fontos, hogy *jól mutassunk*, hogy rivaldafényben mozogjunk, és nem feltétlenül azért, hogy a vásárlókat vagy a klienseket magunkhoz csábítsuk a kezdeti szakaszban, hanem inkább a befektetők figyelmének magunkra irányítása és a konkurensekre tett hatás kedvéért. A rivaldafény-gazdaságban a hely lényeges, mivel állandó rangsorolás zajlik az új gazdaság globális térképén a „forró pontok” tekintetében. A „frissesség” kulturális és társadalmi konstrukciója ily módon tehát az elemzés izgalmas témájává válik. Mit jelenthet egy régió, egy város, egy gazdasági társaság, egy vezető vagy egy újítás esetében az, hogy friss? Ez teszi a hírek és a hírnév gazdaságát döntővé. Hogyan juthatunk fel a számos rangsor legtetejére (melyeket tovább rangsorolnak egymás között is)? Stockholm jelenlegi sikere jó példa erre a megfoghatatlan folyamatra, hogyan szerezzünk hírnevet mint egy „forró hely”, mint egy élettel teli társadalmi és gazdasági színhely, egy sebesen növekvő „tökéletes központ”. A ranglistán elfoglalt helyüinktől függ majd, hogy a helyi vagy nemzetközi kapitalista vállalkozók hajlandók lesznek-e beszállni a megfelelő projektünkbe.

Az új gazdaság forró pontjai általában a városok közül kerültek ki, noha az új gazdaság egyik reményességét éppen abban látták sokan, hogy képes bárhol gyökeret verni – kint vidéken, új esélyt adva a peremterületeknek. Az a tény, hogy mégis a város került a középpontba, nem csak azzal függ össze, hogy a rivaldafény-gazdaságnak kozmopolita közönségre van szüksége, és hogy a munkajáték annyira központi szerephez jut – hiszen a szórakozást kedvelő és fiatalos üzleti kultúra igényli a szórakozásvárost –, hanem azzal is, hogy az új gazdaság nagyfokú szakosodást eredményezett, és így mindezen szakemberek szükségleteit kielégítő, megfelelő méretű helyszínekre van szükség. A paradoxon tehát az, hogy a mobil technológia további városiasodáshoz vezetett.

Mivel az egyes vagyonok nehezen becsülhetők fel, és a szereplés, valamint a siker értékeléséhez hiányoznak a pontos mértékek, e rangsoroló folyamatnak óhatatlanul része egy sor „puha” (azaz inkább kulturális) szempont, mint például a megérzések, hí-

resztelések, képzetek, az a fajta gazdasági társaság, amilyen nekünk is van, egy izgalmas jövő megidézése stb. Milyen típusú bizottsági tagokat és vállalatvezetőket kedvelünk? Mennyire helyi a hírnevünk, könnyen megérthetik vagy megfejthetik kívülállók? Itt tehát újból az esztétikum, a szexepil és egyéb előadásbeli tulajdonságok a hangsúlyosak.

Ez nem feltétlenül olyan vonás, mely az „új gazdaságot” a későbbiekben is jellemezni fogja, hiszen miközben korosabb és megállapodottabb lesz, újabb kritériumok alapján fogjuk majd vonzónak vagy kevésbé vonzónak találni, és hogy „jól néz ki”, nem lesz többé elégséges. Ám minden olyan szakaszban, mikor a változások gyorsan zajlanak le, az „imázs” kevésbé megfogható tulajdonságai fontos szerepet fognak játszani a jövőben is.

Kerülőutak az új gazdasághoz?

Igyekeztem megmutatni, hogy számos kihívást tartogat számunkra ez az új kulturális és gazdasági világ, ha megpróbáljuk elemezni. Sok szempontból igényel olyan jellegű etnológiát, amely – ha nem is divatos – mégis a jelenség alapos és kritikai áttekintésére képes. Az „új gazdaság” életét feltáró esettanulmányok egyfajta visszatérést sürgetnek számos klasszikus etnológiai és folklorisztikai témához. Szükségünk van korábbi (gyakran már félig elfeledett) tapasztalataink felidézésére, melyek a hagyományos „álmvilágokkal” és a fantázia megnyilvánulásának más műfajaival kapcsolatosak. A hétköznapi és az üzleti élet felgyorsult tempója az új gazdaságban paradox módon bizonyos premodern körülmények visszatérést jár együtt. A gyors döntések szükségessége néha a szóbeszédre és megérzésekre hagyatkozással jár együtt, a rivaldafény-gazdaság pedig megköveteli a divat, az előadás és az esztétizálás felhasználását.

A döntéshozások és a jövőfűrkészség összetettsége továbbá megkönnyítette a varázsigék és a igézés újbóli felbukkanását a Malinowski által hagyományosan használt értelemben, mely szerint a mágia szerepe az, hogy „az ember által még nem teljesen uralt, ám roppant fontos tevékenységek esetében áthidalja a réseket és a hiányosságokat” (idézi Woolgar 1988:28). Veszélyes dolog lebecsülni a varázsigék és az álmok erejét a gazdaságban. Ezek közül a modern igézetek és fantáziák közül nem kevés különlegesen eredményesnek bizonyul (lásd Berg–Linde–Laursen–Löfgren, eds. 2000).

Az új gazdaság hitszónokainak bírálói gyakran hivatkoznak arra, hogy túl gyakran használják a „feltűnést” és a „rácsodálkozást”, mintha a forró levegő volna a gazdaság elsődleges mozgatórugója. Ha túl sok a virtualitás, akkor igazából egy üres gazdasággal, egy buborékkal van dolgunk, hangzanak a szokásos érvek. Egy ilyen típusú fantáziálás önmagában érdekes lehet. Bizonyos esetekben igen termelékennyé válhat az üresség előállításában. Az anyagiatlanságnak és az anyagszerűségnek ez a csatája több mindent tartalmaz az olyan klasszikus diskurzusokból, melyek a „valósat” állítják szembe az „ál-lal” vagy „irreálissal” – a valós pénzt, valódi munkát egy valódi gazdaságban –, mindez még egy elemzést.

Ám nem tekinthetünk el attól sem, hogy ne beszéljünk az új analitikai kerettel és kutatási módszerekkel kapcsolatos kísérletezés szükségességéről. Minden új téma gyor-

san kialakít megfelelő kikövezett utakat a kutatás számára, éppen ezért fontos, hogy alternatív megközelítéseken gondolkozzunk, megtaláljuk azokat a témákat, szereplőket, tevékenységeket és tárgyakat, melyeket eddig nem vettünk észre, eltakartak előlünk, vagy melyek a sarokban rejtőzködnek. Talán célszerűbb volna inkább áruszállító sofőrökkel interjúkat készítenünk, mint webmesterekkel, szanatóriumi ápolókkal topmenedzserek helyett, menekültekkel a business class utasai helyett, vizsgáljuk meg inkább a bevándorolt zöldségesek világméretű hálózatát, mint a halódófélben lévő internetes vásárlóoldalakat. Mindez a globalizáció „alulról végzett” kutatását jelenti, de egyúttal megkérdőjelezi az új gazdaság férfiújának az imázsát is (női figurák nem túl gyakran bukkannak fel ebben a kisleány világban). Ez az imázs azonban sok szempontból határozottan hagyományos.

Azt is megtehetjük, hogy a jelenleg divatos retorikát az új gazdaság régészete által közelítjük meg. Éppen azt vizsgálhatjuk történetileg, ami annyira szélsőségesen ahistorikus a világ megközelítésében. Ennek egyik módját a hírek gyártásának a feltárása képezheti. Az új gazdaság létrehozása mindenekelőtt megköveteli a régi kitalálását. Hogyan fejlődtek ki a régi gazdaság imázsai és szereplői? Másodszor fontos megvizsgálnunk az új gazdaság állandó létrehozásának ciklikus mintáit. Ezek közül mely minták tekinthetők valóban újaknak, és melyek térnek vissza? Elég szembeeső példa, hogy a „tapasztalatgazdaság” sok fogalma és megközelítése nagymértékben a turizmusipar két évszázadából merít, mely már a 18. század végén kidolgozta a „csodálatos élmény”, a „különleges hangulat” vagy a „rendkívüli esemény” csomagolásának és értékesítésének a technikáit (lásd Löfgren 1999). Harmadszor szükségünk van történeti szemléletre, hogy megérthessük, miként cipel a hátán az új gazdaság egy nehéz történeti csomagot, hogyan hatnak át látszólag új kommunikációs eszközöket meggyökeresedett kulturális minták, miként közvetítenek és fogalmazzák át újra és újra régebbi technológiákat, hogyan hozzák létre a ráérzéseknek és megtestesüléseknek egy új szerveződését. A korábbi „ipari forradalmakkal” való összevetés itt termékeny lehet; hasonló típusú diskurzussal találkozunk a megjelenő új gazdaságok, technológiák és kommunikációk előző időszakaiban is.

A mai ipari környezetre tekintve jogosan vagyunk kíváncsiak azokra a módokra, ahogyan a régi és az új technológiák ötvöződnek egymással, és megjelennek a mindennapi életben úgy, hogy gyakran már észre sem vesszük őket. A számítógépes világ a *folymatosságnak* szintén több meglepő elemét rejtegeti magában. Még mindig nem más, mint billentyűzettechnológia, tehát ugyanaz a technológia, mint egy évszázaddal ezelőtt. Még mindig a billentyűket ütögetjük ahhoz, hogy kijussunk a világba, nem szabad tehát lebecsülnünk azon minták jelentőségét, amelyek révén az évszázados telefonhasználat az információs technológiai világ jelenlegi kezelésére hatott (vö. Lundin–Akesson, eds. 2000).

Mindez újra csak arra hívja fel a figyelmünket, mennyire fontos a mindennapok szemzőgéből közelíteni az új gazdasághoz, azokra a látszólag triviális és hétköznapi rutinokra és szokásokra, melyeket létrehoz: a jelentéktelen dolgok néprajzának szükségességére. A hétköznapi szemléletnek továbbá hangsúlyoznia kell az új gazdaságbeli élet anyagszerűségét. A kibernetikai világ életkörülményeit gyakran úgy jellemzik, hogy szabadon áramló, könnyed, azaz a tárgyi világ nem láncolja a földhöz. A valóság ezzel

szemben éppen az, hogy az emberek élete még sohasem volt ennyire teletűzdelve olyan dolgokkal, tárgyakkal, árucikkkel, gépekkel, melyek sorozatosan leállnak és rosszul működnek.

Összefoglalás

Fontosnak tartom tehát annak hangsúlyozását, hogy az új gazdaságbeli élet körüli lázas mámort csak kritikusan, történeti és reflektív szemlélettel lehet igazán vizsgálni. Mi történik valójában itt, miként hat az emberek hétköznapi életére? Lehetséges, hogy a lényeges társadalmi és kulturális változások más szinteken vagy más területeken zajlanak, mint a hírközlés, a nyilvános viták vagy a jelenlegi kutatások által vizsgált egyéb jelenségek? Mindezeknek a kérdéseknek a tisztázásában ott van az etnológiai kihívás.

Fordította *Wilhelm Gábor*

JEGYZET

* Elhangzott a SIEF 7. kongresszusának nyitó plenáris előadásaként Budapesten, 2001. április 23-án.

IRODALOM

APPADURAI, ARJUN

1996 *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

BERG, PER OLOF – LINDE-LAURSEN, ANDERS – LÖFGREN, ORVAR, EDS.

2000 *Invoking a Transnational Metropolis. The Making of the Öresund Region.* Lund: Studentlitteratur.

LÖFGREN, ORVAR

1999 *On Holiday: A History of Vacationing.* Berkeley: University of California Press.

LUNDIN, SUSANNE – AKESSON, LYNN, EDS.

2000 *Amalgations: the Fusing of Technology and Culture.* Lund: Nordic Academic Press.

WOOLGAR, STEVE

1988 *Science: the Very Idea.* London: Tavistock Publications.

ORVAR LÖFGREN

European ethnology in the jungles of “the new economy”

To outsiders European ethnology sometimes seems like a discipline continuously reinventing itself, always in search of new topics, perspectives and theories. It is a discipline which is kept together by a specific habitus, the elusive “ethnological perspective” – a certain mode of doing research. I will argue that behind this image of flux and flexibility there also remains some stable features. Therefore I will start by briefly looking at some classic ethnological virtues and then move on to ways in which ethnologists could explore the brave new world which sometimes is called “Life in the New Economy”.