



DEBRECENI EGYETEM



SZÉCHENYI TERV

TÁMOP-4.1.1.C-12/1/KONV-2012-0014
Élelmiszerbiztonság és gasztronómia vonatkozású
egyetemi együttműködés,
DE-SZTE-EKF-NYME

Lovas Kiss Antal

A helyi értékek és hungarikumok azonosításának jellemzői a 21. századi lokális kultúrákban

Módszertani tanulmány

Debrecen
2013



Ebben a tanulmányban¹ a hungarikumok és a lokális értékek kulturális beágyazottsága áll a vizsgálódás középpontjában. Nem a hungarikum-diskurzus néprajzi elemeit igyekszem megragadni, sokkal inkább az értékképződés, az értékek azonosításának lokális és egyéni szintjein megnyilvánuló formákat vetem össze a törvényi keretekkel.

Az Országgyűlés 2012. évi XXX. Törvényben rendelkezett a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról, keretet adva ezzel egy szerteágazó, már korábban is többféle formában és értelmezésben létező kulturális gyakorlatnak. A törvény, alapvetően a magyar társadalom helyi szintjeinek bevonásával igyekszik a helyi, nemzeti, magyar értékek és hungarikumok fogalmáról deklarált hivatalos nézőpontot kialakítani. A hungarikumok és helyi értékek azonosításának mind szakmai, mind közvéleményi szinten vannak előképei. A Hungarikum törvényre épp úgy hatással voltak megelőző érték és hungarikum preferenciák, mint az, hogy Magyarország már korábban kapcsolódott az UNESCO által 2003-ban létrehozott szellemi örökség védelméről szóló konvencióhoz.

Magyarország kormánya a nemzeti értékek azonosításának, összegyűjtésének, rendszerezésének és nyilvántartásának rendjét, valamint a hungarikummá minősítés folyamatát kormányrendelet létrehozásával szabályozza. A nemzeti értékeket a Magyar Értéktár, a magyarság csúcsteljesítményeit a Hungarikumok Gyűjteménye tartja nyilván. Az, hogy mi lehet hungarikum, egy alulról felfelé építkező értékelési rendszerben dől el. A nemzeti érték piramis első lépcsőfokát a települési értéktárak adják. A helyi szintű nemzeti értékeket tartalmazó települési, tájegységi és megyei értéktárak, helyi kezdeményezésre, az önkormányzatok döntése alapján jönnek létre. A helyi szinteknél nagyobb jelentőségre számot tartó értékek, tovább kerülhetnek országos vagy nemzetközi jelentőségű értékek szintjére. Ezen a szinten a minisztériumok által összeállított ágazati értéktárak is megtalálhatók. A Magyarország határain túl fellelhető, magyar vonatkozású nemzeti értékek a külhoni magyarság értéktárát gyarapítják. A helyi és ágazati értéktárakban, továbbá a külhoni magyarság értéktárában szereplő, valamint az országos jelentőségű nemzeti értékek közül – a szakmai ágazati szakbizottságok értékelése alapján – a Hungarikum Bizottság választja ki, hogy mi kerüljön a Magyar Értéktárba. Ugyancsak a Hungarikum Bizottság dönti el, hogy a Magyar Értéktárban nyilván-

¹ A kutatást és a tanulmány elkészítését a TÁMOP-4.1.1.C-12/1/KONV-2012-0014 azonosító számú projekt, az MTA-DE Néprajzi Kutatócsoport és projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

tartott nemzeti értékek közül melyiket minősíti hungarikummá. Az Európai Uniós oltalom alatt álló értékek automatikusan hungarikumnak minősülnek. A Hungarikumok Gyűjteményébe felvett értékek gondozói, kezelői, előállítói pályázhatnak a hungarikum védjegy használatának elnyerésére. A törvény azonban csak egy keretterv, a részleteket végrehajtási rendelet határozza meg.



A hungarikumok elemzése valójában az értékekről alkotott kép feltárása. A kulturális antropológiai, néprajzi megközelítés a kultúra vizsgálatából kiinduló érték meghatározásokat árnyalja. Az a tény, hogy egy kultúrában kik és mit tekintenek értéknek, alapvetően nem csak az értékekről, hanem az érték-meghatározó erőkről és ezen keresztül magáról a kultúráról is információt nyújthat. Ezért megkerülhetetlen azoknak a nemzetközi és hazai 20. századi trendeknek az áttekintése, amelyek a 21. század elején a helyi és a nemzeti értékeinket illetve a hungarikumok azonosításának eredőit jelentik.

Mivel az érték és értékrend definiálása összetettsége révén éppannyira lehetetlen vállalkozás, mint a kultúra fogalmának meghatározása, ezért ebben az írásban – kihasználva a néprajzi/antropológiai kutatás munkamódszerét – definíciók megfogalmazása helyett a témához kapcsolódó attitűdök, vélemények és nézetek különböző aspektusait járom körül. Fontos szempontom, hogy az értékteremtés és az értékfeltárás milyen szerepet tölt be a lokális társadalmak önreprodukciós folyamatában.

Mint azt látni fogjuk, a törvényi keretek megszületése ellenére sem beszélhetünk a nemzeti értékek és hungarikumok tekintetében valamiféle homogén kiindulóponttól, a rendelkezések több újabb megválaszolatlan kérdést eredményeznek. Csak néhány a fontos kérdések közül: egy heterogén társadalmi miliőben le-



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

het-e érvényes egyetlen, hivatalosan deklarált értékrend? Miben egyezik meg, és miben különbözik a hétköznapi emberé a nemzeti értékekről, hungarikumokról alkotott képe a hivatalos állásponttól? Egy individualizált társadalomban az egyéni értékrendek a meghatározók, vagy egyet kell értenünk Radcliffe-Brown-nal abban, hogy csak a közösségi struktúrák szellemi reflexiói szerveződnek kultúrává? Függetleníthetünk-e az egész kultúrától helyi, vagy nemzeti szempontból értelmezett részkultúrákat? Lehet-e, és kell-e reprezentatív képet nyújtani a mai magyar társadalom értékrendjéről az antropológia és a néprajz eszközeivel, vagy sokkal inkább az irányulások, hatások, illetve attitűdök mentén érdemes az értékalkotás lokális és hivatalos formáit körüljárni?

Értékrendváltás a nyugati fogyasztói kultúra tükrében

Ahhoz, hogy a helyi értékek és hungarikumok 21. századi magyar vonatkozásait értelmezni tudjunk, át kell tekintenünk, hogy azok milyen értékterben, milyen kulturális miliőben kapnak szerepet, milyen átfogó értékrendbe illeszkednek, illetve milyen makroszintű értékrendtől térnek el.

A 20. századot meghatározó értékképző folyamatok egyik legfontosabbja a globalizáció. A megítélésére és értelmezésére született nézetek különbözősége is jelzi a jelenség ambivalens voltát. Vannak, akik pozitív hatásaira esküsznek, míg mások aggodalmuknak adnak hangot a globális folyamatok nyomán kialakult viszonyok láttán.² Az értelmezés egyik lehetőségét a konvergencia szemléletű irányzatok jelentik, amelyek szerint a világméretű folyamatok – az új kommunikációs technológiák elterjedése – a kulturális különbségek eltűnését eredményezik. A kultúrák globális asszimilációja sokak szerint azért kedvező, mert a hasonló fogyasztói és kommunikációs érintkezésmódok következtében csökkennek a kultúrák közötti egyenlőtlenségek, a folyamatok átláthatóbbak, tervezhetőbbek és hatékonyabbak lesznek. Az irányzat kritikusai viszont azt hangsúlyozzák, hogy „a változatosság spektruma egyre halványabbá és fakóbbá válik”,³ ez a folyamat (amely például a „mcdonaldizáció” esetében jól nyomon követhető)⁴ a fogyasztói szokások uniformizálása révén nem az egyének szabadságát, hanem a függőségét idézi elő.

A konvergencia szemléletű irányzatokkal szemben, a különbségek hosszú távú fennmaradását feltételezik a divergencián alapuló megközelítések képviselői.

² Bauman 2002.

³ Geertz 1994: 332.

⁴ Ritzer 2004.



Szerintük a globalizáció a különböző kultúrák együttélését, a világ színesítését fogja eredményezni. Egyes képviselőik szerint a globalizáció nem összemosza, hanem kihangsúlyozza a különböző földrajzi körzetek sajátos vonásait, a helyi tudást, a helyi kultúrát és az egyedi gazdasági tevékenységek jellegzetességeit.⁵ A divergencia kritikusai szerint viszont a globalizáció az egyes kultúrák közötti versengést, az ellentéteket fogja felerősíteni. Már a különböző nézetek vázlatos áttekintéséből is látszik, hogy a globalizáció morális, etikai megközelítései fontos értékrendi kérdéseket vetnek fel.

David Riesman a személyiség társadalmi irányítottságán keresztül értelmezi az értékrend változását. Elméletében többek között *tradicionális*, *belülről vezérelt*, és *kívülről irányított* személyiséget különböztet meg. Nézete szerint a belülről vezérelt személyiség a termelés centrikus, kapitalista fejlődéssel jellemezhető társadalmak sajátja.⁶ Az ipari társadalom materialista szemlélete tradicionális értékeket preferál, normakövetést, a deviáns magatartás elutasítását és nacionalista jellegű nemzeti büszkeségtudatot.⁷ A polgáriasodó egyén, saját döntései nyomán tud érvényesülni, és iskolázottsága révén tud magának státuszt kivívni. A nemzeti identitással együtt megteremtődő polgári identitás, a posztmodern társadalomban sokféle fragmentált identitásmintává alakult.⁸

A posztmodern, információs társadalom, (de ide tartozik posztszocializmus kialakulása is) témánk szempontjából legfontosabb vonása az egyéni és társadalmi identitás és az azt övező értékrend gyökeres átalakulása. Amíg a belülről vezérelt társadalomban a fő erényeket a termelés, a takarékoskodás, a tradicionális életvitel és a közösségi normák betartása jelentették a kívülről irányított személyiség korában a társadalmi értékek a túlfogyasztó társadalmi viselkedésben, a státuszfitogtató magatartásban, az önmegvalósításban, illetve a divatkövetésben nyilvánulnak meg. A kívülről irányított személyiség számára fontos a státuszkifejezés. A fogyasztás centrikus társadalmak tagjai saját ízlésüket és vágyaikat nem tradíciók, és nem a saját interiorizált céljaik, hanem a divat és a tömegkommunikációs hatások által meghatározott értékek és normák alapján építik fel.⁹

A felvázolt folyamatok alapján arra következtethetünk, hogy a politikai hatalom által szorgalmazott hungarikum és helyi érték képzés a 21. századi posztmodern fogyasztói kultúra ellenében kíván hatni, egy korábbi kor érték és normapreferenciáit igyekszik újra teremteni. Joggal merül fel a kérdés, mi indítja el azokat a

⁵ Grabher–Tark 1996: 745–769.

⁶ Riesman 1983.

⁷ Inglehart 2005: 63.

⁸ Werfhorst 2004: 211–238.

⁹ Riesman 1983.

magyarországi folyamatokat, amelyek a globális, fogyasztói világ eltávolítását, korábbi értékrendek visszaállítását célozzák. A magyarázatok között feltehetően ott szerepelhet az a társadalmi kiábrándultság, amelyet az 1989-es rendszerváltozást követő átalakulás vont maga után. A 90-es évek végére a Nyugat-európai, valamint az angolszász kultúrkörökben kialakuló posztindusztriális, információs társadalom, sajátos formában jelent meg a rendszerváltozás utáni posztszocialista országok kultúrájában.¹⁰ Ezekben az országokban, – így hazánkban is – a szocializmus idején kialakult hiánygazdaságban felértékelődött a szűkös és korlátozott csatornákon nyugatról érkező javak jelentősége. A 70-es évektől a kommunista ideológiát követő országok lakosainak értékrendjében egyre markánsabban jelent meg a nyugati értékek iránti vágyakozás. Nem csak a jóléthez, a gazdasági biztonságához, a megélhetéshez, hanem az individuum függetlenségéhez, és szabadságához kapcsolódó értékek vágya is. Az 1989 után valóságos westernizáció ment végbe a korábbi szocialista országokban, mert a rendszerváltozás a nyugati értékek és életnívó megszerzésének lehetőségével kecsegtettek – és a magyar társadalom egy része számára meg is valósultak – azonban sokan vesztesként élték meg az átalakulást, amelyben gyakran korábbi társadalmi státuszuk is sérült. Az ideológiaváltás felgyorsította, nem csak a globalizáció folyamatát, de a modernizációt, az individualizációt és a kapitalizációt is a maga teljességében – árnyoldalaival együtt – mutatkozott meg a posztszocialista országokban. Jelentős szerepet játszott az átalakulásban az információs társadalom egyik alapfolyamata, a médiaforradalom is, amelynek során a tradícióktól való eltávolodás, a globális médiahálózatok létrejötte volt jellemző. A média elősegítette a globalizálódás folyamatát, amely azért is vált konfliktus forrásává, mert háttérbe szorította az államot, amelynek egyre kisebb befolyása maradt a nemzeti identitás formálására.¹¹ Az angol–amerikai kulturális dömping, egyeseknek csalódást jelentett, és a kulturális gyarmatosítástól való félelmet váltott ki.¹² Ugyanakkor, az élet transznacionális formáinak növekedése, multi-nacionális államok (pl. EU) kialakulását sokan olyan végleges veszteségként élték meg, amely a szuverén nemzetállamiság és nemzeti társadalom érdekeit csorbítja.¹³ Bár a kormányok működését még a nemzetállami keretek határozzák meg, eközben az individuum életútjának részévé már sokkal inkább az a világtársadalom válik, amely egyben terhet is ró az egyénre. A növekvő szorongás és depresszió arra enged következtetni, hogy rizi-

¹⁰ Hankiss 1999.

¹¹ Price 1998: 96–102, 283–312, 379–397.

¹² Kapitány–Kapitány 2000: 46.

¹³ Beck–Sznaider 2006: 1–24.

kó-társadalomban élünk.¹⁴ Az állam védekező lépése lehet a nemzeti keretek hangsúlyozása, amikor valamiféle jelenből szemlélt biztonságos múltat kínál fel alternatívaként a kockázatos mindennapokban élő egyén számára.

A nemzeti értékek iránti megnövekedett érdeklődés okai

A globalizáció egyik velejárója, hogy képes felülírni a korábbi, bevett hagyományokat. Talán ezzel is magyarázható, hogy a magyarországi közbeszédben az az általános nézet vált elterjedtté, hogy a globalizáció olyan jelenség, amely révén az addig létezett helyi értékek elvesznek. Ebben az értelmezési keretben a globális hatások rátelepülnek egy adott lokális struktúrára és a helyi jellemzőket világszinten általános szerkezettel írják felül. A 21. század elejéről visszatekintve egyre világosabbá válik, hogy a kapitalista világszemléletből és kultúrából való kiábrándultság is jelentősen befolyásolta a globális folyamatokkal szembeni ellenérzéseket. A nyugati termékekben, minőségben és értékrendben csalódva, ekkor kezdett megfogalmazódni az a felismerés, hogy a szocialista hiánygazdaság éveiben kialakult elvárások idealizáltak voltak. A rendszerváltozást követően kialakuló piacgazdaságban, a túlértékelt nyugati termékek és fogyasztási szokások tekintélyének realizálódása mellett, azzal is szembe kellett nézni, hogy az európai szabványosítás és a hazai vállalatokat felvásárló külföldi cégek, gyakran felszámolták a korábban nagy presztízzsel rendelkező magyar termékeket és márkákat.

Holisztikusan szemlélve a jelenségeket, a kép már korántsem egyértelmű és lehangoló. A későmodern társadalmak globalizációja felerősítette azokat a védekezési reakciókat is, amelyek lényege, hogy az egyén a helyi társadalmon keresztül igyekszik megőrizni a biztonságot jelentő kulturális normákat, szimbólumokat, így a globális folyamatok megjelenése a lokalitás felértékelődését eredményezte. A nemzeti jelleg meghatározó identitásképző a kultúrában, ezért a nemzeti értékek hivatalos és demonstratív felmutatása éppen a globális jelenségek nemzeti szintű ellenpontját képezik. A globalizáció elmélete egyenesen mesterséges szembeállításnak tekinti a globális és nemzeti valóságértelmezéseket és az azok harcára vonatkozó elméleteket.¹⁵ A leegyszerűsítő értelmezések figyelmen kívül hagyják, hogy a globális és nemzeti kettőssége történelmi léptékekkel tekintve korántsem régi konstrukció. Kétszáz évvel ezelőtt még a mesterségesen szerveződő nagyobb, akár nemzetállami struktúrákat (gesellschaft) tekintették idegennek a kis lokális

¹⁴ Beck 2003: 79–86, 138–288; Giddens 1997: 106–110.

¹⁵ Sassen 2000: 22.



egységekhez (gemeinschaft) képest.¹⁶ A 21. századra a nemzeti identitás vált zelfoghatóbbá a globalizáció révén egyre inkább elterjedő kozmopolitizmushoz viszonyítva. Napjainkban a globális témák egyre inkább az egyéni életvilágunk szélévé válnak, függetlenül attól, hogy ellenezzük, vagy elfogadjuk a kozmopolitizmust.¹⁷ A globalizáció hat a civil szerveződéseinkre, az egyéni szemléletmódunkra és ezzel új értelmezési keretbe helyezi a lokális identitásunkat. Nem lehet azonban egyszerűen lezárni ezt a kérdést azzal, hogy a hungarikum és a helyi érték képzés lényegében törvényszerűen kialakuló velejárója a globális folyamatoknak, mert így megválaszolatlan marad a folyamat felülről vezérelt jellege. Visszatulva a riesmani struktúrára látható, hogy a hungarikum képzés a globális, fogyasztói társadalomban háttérbe szoruló politikai hatalom kísérlete is, hogy az értékek újra definiálásával visszanyerje pozícióját. Nem csak a jelenlegi törvényt megalkotó kormányra igaz ez, mert már 2008 nyarán született olyan országgyűlési határozat, amely a hungarikumok védelmét célozza, és feladatul szabja a mindenkori kormánynak, hogy alkosson törvényt ebben a témakörben, illetve arra kötelezi a megyéket, hogy végezzenek értékfelméréseket, és két évente a kormánnyal közösen számoljanak be az Országgyűlésnek eredményeikről.

Mint az előzőekből látható, a nemzeti értékek vagy a hungarikumok sohasem a múlttól, hanem mindig az értékeket meghatározó jelenünkről szólnak, még akkor is, ha leginkább a múltban létrejött, vagy jelentős múlttal rendelkező jelenésekben vagy tárgyokban nyilvánulnak meg. Az értékelők, mindig valami a múlthoz köthetőt értékelnek úgy, ahogyan érdemes átadni a jövőnek. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy a múltban létrejött értékek jelenben történő piedesztálra emelésével igyekeznek a fontosságukat a jövő számára közölni. Hasonlatosan fogalmaz a kulturális örökség kapcsán Pierre Nora, aki szerint az örökség a reflektált múltat jelenti.¹⁸

Fogalmi keretek

Amikor a hungarikumok és nemzeti értékek kulturális beágyazottságát igyekszünk megismerni célszerű abból kiindulni, hogy mik a hungarikumok és kik döntenek róla. A nemzeti értékek és a hungarikumok törvényi meghatározása hatalmi pozícióból született, ezért feltételezhetjük, hogy politikai célok mentén, ideológiai vonatkozásokat szem előtt tartva jött létre. Nem is történhetne mindez

¹⁶ Tönnies 2004.

¹⁷ Beck–Sznajder 2006: 1–24.

¹⁸ Nora 1999: 142–157.



másként, hiszen törvényeket csak hatalmi pozícióból lehet hozni. A kérdés itt legfeljebb az lehet, hogy szükség van-e a nemzeti értékek törvényi meghatározására? A megszülető hungarikum cím egyben egy állami védjegy is, amely a minőségbiztosítás eszköze is. Ugyanakkor az értékek kultúrán belül betöltött szerepe és jellege nem törvényi keretek mentén alakul, ezért itt nem a definiálás politikai szegmenseit, hanem a meghatározások alapján – a társadalomtudomány nézőpontjából – az értékképzés kulturális beágyazottságának néhány elemét veszem górcső alá.

A törvényalkotás során a hungarikum fogalmát részletesebben, a nemzeti érték fogalmát pedig általánosabban határozták meg. Ez alapján a

„nemzeti érték: magyar alkotótevékenységhez, termelési kultúrához, tudáshoz, hagyományokhoz, tájhoz és élővilághoz kapcsolódó, nemzetünk történelme, valamint a közelmúlt során felhalmozott és megőrzött minden szellemi és anyagi, természeti, közösségi érték, vagy termék, amely

a) hazai szempontból meghatározó jelentőségű, így nemzetünk – de legalább egy meghatározott tájegység lakossága – a magyarságra jellemzőnek és közismertnek fogad el,

b) jelentősen öregbíti hírnevünket, növelheti megbecsülésünket az Európai Unióban és szerte a világon,

c) hozzájárul új nemzedékek nemzeti hovatartozásának, magyarságtudatának kialakításához, megerősítéséhez”¹⁹

A hungarikum:

„gyűjtőfogalom, amely egységes osztályozási, besorolási és nyilvántartási rendszerben olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye

a) amelyet belföldön és külföldön egyaránt a magyarság eredményeként, kiemelt értékeként tartanak számon, vagy

b) amely védett természeti értékek, vagy

c) amely kiváló nemzeti termék, vagy

d) amelyet az e törvény végrehajtására kiadott jogszabályban meghatározottak szerint végzett egyedi értékelés eredményeként a Hungarikum Bizottság hungarikummá minősít, vagy amely e törvény erejénél fogva hungarikumnak minősül”²⁰

A hungarikum kifejezés nem új, a törvényalkotás előtt is jelen volt a közgondolkodásunkban és a kultúránk részeit képező, szimbolikus tartalommal bíró

¹⁹ 2012. évi XXX. Törvény I. rész Általános rendelkezések 1. Értelmező rendelkezések 1.§ (1) j)

²⁰ 2012. évi XXX. Törvény I. rész Általános rendelkezések 1. Értelmező rendelkezések 1.§ (1) g)



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

termékeket, fogyasztási cikkeket, alkotásokat, természeti, történelmi, és épített értékeket értettünk alatta. Feltételezhető, hogy a törvény megjelenése ellenére is valamiféle lényegesen szabadabb hungarikum értelmezés marad fent továbbra is a közbeszédben. A hungarikum törvény deklarált célja, hogy a közös értékek kezelésére, gondozására és számba vételére egységes szempontrendszert alakítson ki. Mivel az eddigi meghatározásokból hiányoznak az egységes szempontok, a hungarikum törvény megalkotói egyszerűen figyelmen kívül hagyták a korábbi értelmezéseket. A definiálás kisajátításának momentuma viszont azt jelzi, hogy valójában nincs szükség az értelmezési keretek pontosítására, mert amit a döntéshozó Hungarikum Bizottság hungarikumnak tart, az, az. Mindez természetesen komoly felelősséget is jelent, mert ha az így meghatározott értékek nem átfogó társadalmi konszenzuson vagy tudományos értelmezésen, hanem hatalmi érdeken nyugodnának, akkor az így összerendezett struktúra csak rövidtávon tudna szerepet játszani, nem élné túl a politikai hatalomváltásokat és a többségi társadalom sem tudna azonosulni vele.

A hungarikum és a nemzeti érték definiálása során olyan befogadó jellegű fogalmakat igyekeztek létrehozni, amelyek szerteágazó jelenségek, tárgyak és események befogadására egyaránt alkalmasak. Sajnos a létrejött meghatározások megsínylették ezt a nyitottságot, elvesztették azokat a fogalmi kereteiket, amelyek keresztül konkretizálhatók lennének.

Az újra definiálást indokolja, hogy korábban a hivatalos megfogalmazások használói sem mindig azonos fogalmi kereteket használtak, de az ebből adódó problémák leginkább csak nézeteltérések során artikulálódnak. Ilyen volt néhány éve a magyar – román pálinkavita, vagy legutóbb a karcagi birkapörkölt hagyományának kapcsán kialakult véleménykülönbség a Hungarikum Szövetség és a Hungarikum Bizottság közötti. Ugyanakkor a hungarikum teremtés gyakorlata maga is felvet kérdéseket. Létezik-e olyan egységes magyar kultúra, amelyről valamilyen reprezentációs céllal – nem mellékesen ideológiai megfontolások alapján – leválasztható néhány elem? Sokan gondolják úgy, hogy ez a valóságértelmezés meghaladott, a 19. század végére jellemző szelektív kultúraértelmezést sejtet. Úgy tűnik, a törvényalkotók azt feltételezik, hogy az összetartozás és a nemzeti értékek mindenki számára egyformán megragadhatóak, vagy legalábbis létezik az értékeknek egy olyan szűk köre, amelyet minden magát magyarnak valló ember egyformán elfogad. Egyben azt is reálisnak tartják, hogy ezek az értékek egyértelműen meghatározhatóak és értelmezhetőek, begyűjthetőek. Ez az álláspont meglehetősen távol áll a nagy elbeszélések elvetésével jelentősen felerősödött kulturális relativizmus látásmódjától, illetve a kultúrát összefüggésrendszerében tekintő holisztikus szemlélettől is. A posztmodern kor embere fokozottan éli meg



az elbizonytalanodást. Mennyiben lehet kapaszkodó tájékozódási pont a nemzeti érték fogalma? Figyelmen kívül lehet-e hagyni, hogy a 21. század heterogén társadalmi miliójében az érték, vagy a magyar fogalma teljesen eltérő egyéni nézőpontok és valóságértelmezések mentén lehet jelen a társadalmi kommunikációban? A hungarikum törvénnyel kapcsolatban felmerülő egyik legfontosabb hiányosság, hogy nem áll a háttérben az alapvető fogalmak konceptualizációja. Természetesen a fogalmak pontos meghatározásával sem lehetne megfelelni az összes értelmezésnek, de a konceptualizálás egyfajta vonatkoztatási keretet biztosítana a törvény értelmezéséhez és használatához.

Nem csak az maradt homályban, hogy kiknek a szellemi és tárgyi teljesítményére vonatkozik az értékelés, de definiálatlanok az idődimenziók is. Mivel nem derül ki, hogy az értékelés során meddig megyünk vissza az időben, azt kell feltételeznünk, hogy a múlt úgy és annyira létezik, amennyire a törvényalkotók illetve a döntéshozók azt igénylik.

Miközben a tudomány számára egyértelmű a kultúra folyamat jellege, addig az a valóságértelmezés, amelyből a nemzeti értékeink kiválasztásra kerülnek a közgondolkodásban napjainkig jelenlévő statikus kultúraértelmezésekre emlékeztetnek, vagyis azt feltételezik, hogy a kulturális jelenségek változatlanul vészeli át a múltó időt. A problémát tovább nehezíti, hogy a különböző döntéshozatali szinteken a döntések gyakran nem szakemberek, hanem politikusok kezében vannak, ám az esetleg tájékozódni kívánó döntéshozók számára a szakirodalom sem nyújt egyértelmű képet.²¹

Helyi értékek meghatározásának nehézségei

A lokális szintek irányából a nemzeti értékek felé építkező döntéshozatali struktúrának előnye, hogy stabil és folyamatos értékközvetítést tehet lehetővé. A törvényi szabályozás biztosíthatja a helyi szintekről történő információáramlást:

„Amennyiben a települési önkormányzat Települési Értéktár Bizottságot és települési vagy tájegységi értéktárat hozott létre, a Települési Értéktár Bizottság települési vagy tájegységi értéktárba felvett nemzeti érték adatait az értéktárba történő felvételt követő 8 napon belül megküldi a Megyei Értéktár Bizottságnak.”²²

²¹ Szegedy-Maszák–Kósa 1981: 549–556.

²² 2012. évi XXX. Törvény II. rész A nemzeti értékek azonosítása és rendszerezése 7.§ Magyar Értéktár (1)

A Hungarikum Törvény a döntéshozók személyét is meghatározza, még arról is rendelkezik, hogy:

„Helyi kezdeményezésre, az önkormányzatok döntése alapján jönnek létre a települési, a tájegységi és a megyei értéktárak, amelyek a helyi szintű nemzeti értékeket tartalmazzák.”

Ugyanakkor ez a felépítmény bizonyos csapdahelyzetek kialakulásának veszélyeit is magában hordozza. Kétség kívül a helyi értékek felterjesztésének lehetőségét mindenki számára biztosítja, de magát a döntési mechanizmust a lokális politikai és kulturális elit hatáskörébe sorolja. A törvény megalkotói abból indultak ki, hogy a magyarországi települések 84%-ban van kultúrház, ezért a helyi, megyei stb. „értékházak” működtetésébe lokális szinteken a művelődési házak hálózatát tervezték bevonni.

Az alulról fölfelé szerveződő értékátadás gyenge pontja, hogy a helyi döntéshozók érdekei, vagy felkészültsége nem mindig esik egybe a fentebb elhelyezkedő szintek elvárásaival.²³ Napjainkban pedig nem látszanak azok a lehetőségek, amelyek a problémák kivédését biztosíthatják. Megfogalmazódott ugyan, hogy létre kell hozni egy alulról építkező hálózatot, amely minősítő, ellenőrző, hatósági, támogatói, szervezői, és jogi tanácsadói feladatokat lát el, azonban az még nem látszik hogyan lesz képes függetleníteni magát a helyi erőterttől és mi biztosítja a szakai színvonalát.

Mivel az értékek minősítésében jelentős szerepet játszik a szubjektivitás, fontos a minőség biztosítás és kérdésként merül fel a visszaélések megakadályozásának módja. Hogyan lehet kivédeni azt, hogy hatalmi, kapcsolati tőkévé, a jutalmazás eszközévé váljon, vagy a saját rokonság körében kerüljön kiosztásra a helyi szintű nemzeti érték cím? Mivel a helyi értékek egy lokális társadalmon kívüli, külső hierarchiaszinten jelennek meg, előfordulhat, hogy függetlenednek, leválnak az adott helyi társadalom értékrendjéről, de akár rejtve is maradhatnak a helyiek előtt. Kapunk információt az értéktárba kerülésről, de nem világos, hogy hogyan lehet kikerülni onnan? A folyamatot modellező példákban szerepel „*Mari néni rétese*” amely értékelése esetében jelen van a közösségi megítélés momentu-

²³ A hasonló hierarchikus rendszerek működési hibáira már a 19. századból is hozhatók példák, amikor a politikai döntéshozók érdekei és értékrendje felülírta a szakmai érveket. (Balassa, 1972: 560) Például az 1896-i millenniumi kiállítás fő látványosságai közé tartozó „néprajzi falut” tudományos hitelét jelentősen csorbította, hogy a kiállított épületek kiválasztásánál a résztvevő megyék helyi elitjének önreprezentációja került előtérbe, ezért gyakran a nemesi, vagy polgári elemeket tartalmazó épületek kerültek a kiállításba, nem az adott térség autentikus jellemzőkkel bíró, ám sokszor szegényes és régi házai. (Kósa, 2001: 108.)



ma: ha „*meghívják az összes környező falu közösségi rendezvényeire, akkor az egy kiemelkedő helyi érték...*”²⁴ Mi történik a rétes készítés egyedi módjával, ha Mari néni meghal? Hogyan mérhető, a jövőben hogyan lesz értelmezhető, hogy valaha élt a településen valaki, aki a helyiek megítélése szerint nagyon finom rétest készített? Átvehető-e ez a tudás? Lehet ez a rétes továbbra is helyi érték? Vajon elég a recept ismerete ahhoz, hogy valaki Mari néni rétesét elkészítse? Az objektív mérhetőség hiánya egy másik fontos problémakörre irányítja a figyelmet. Bár a Gundel-palacsinta, a dobostorta vagy a Szamos marcipán is egy család műhelyéből indulva, néhány generációfejlesztő munkája révén váltak nemzetközileg ismertté, de ezek a magas szakmai színvonalon álló cukrászatok pontos technológiai leírás és kidolgozott receptúra alapján állandó minőség előállítására képesek. Míg a háziasszonyok által készített ételek esetében a szocializáció, az intuitív képesség és kreativitás épp úgy közrejátszanak az előállított élelmiszer minőségében és ízvilágában, mint az alapanyagok változó minősége vagy az érzelmi ráhangolódás. Ezért a termékek reprodukálása során – ha nem is lehetetlen –, de kétséges az állandóan azonos ízvilág.

Az apró bizonytalanságoknál azonban lényegesen nagyobb problémát jelent az, hogy a helyi értékek létrehozására irányuló folyamat tudományosan meghaladott alapokon nyugszik. Arról, hogy a Hungarikum Törvény megalkotói múlt századi szemléletmóddal közelednek a vidéki kultúrákban élő népeességhez, az alábbi interjúrészlet tanúskodik:

„Nagyon sokszor magának a helyi közösségnek sincs fogalma róla, hogy valójában melyek a kisközségekben a legértékesebb értékek. Készítettünk erre vonatkozó felmérést kisebb csoportokon. Általános iskolák felső tagozatos tanulói kapták azt a kérdést, hogy: külföldi testvértelepülésről hozzátok látogató korosztályodbelinek mit mutatnál meg a saját településedből? Hibetelen eredményt kaptunk. A gyerekek saját településük triviális, kiemelkedő értékeinek húsz százalékát sem sorolták fel. Ami ránk, tehát a felnőttekre, a tanárookra, az oktatásra, a médiára, mindenre nézve szegény, mert ha azt kérdeztük volna, hogy Győzike hányat böfentett egy New York-i utcasarkon, azt többen tudták volna. Az embereknek értékrendre van szükségük ahhoz, hogy közösségbe rendeződjenek, megtalálják és megerősítsék önazonosságukat. És ezeket az értékeket a médián, a véleményformáló kapuőrökön keresztül el kell juttatni szélesebb közönséghez is.”²⁵

²⁴ http://hetek.hu/interju/201009/hogyan_lesz_hungarikum_mari_neni_retesebol
????????????

(Letöltés:

²⁵ http://hetek.hu/interju/201009/hogyan_lesz_hungarikum_mari_neni_retesebol
????????????

(Letöltés:



– nyilatkozta egy interjúban Birinyi József néprajzkutató. Szavait azért is komolyan kell vennünk, mert Lezsák Sándor az Országgyűlés alelnökeként Birinyi Józsefet kérte fel a szakmai alapon szerveződő Hungarikum Munkacsoport létrehozására, és vezetésére. A területi alapon építkező érték piramis tervét ennek a szervezetnek az elgondolásai alapján terjesztették a honatyák elé. Az idézett rész is több olyan elemet tartalmaz, amely napjaink néprajzi/antropológiai módszertana alapján megkérdőjelezhető. Azt feltételezi, hogy egy jól körülhatárolható, életkori csoport nézetei és tudása szükségszerűen reprezentálja annak a lokális társadalomnak a teljes kulturális készletét, amelyből származik.²⁶ Ez az értékítélet önellentmondásos, mert étikus megközelítés mentén, a kívülálló nézőpontból igyekszik meghatározni a helyi értékeket, miközben a Hungarikum Törvényben általa deklarált értékpiramis lényegét az émikus, a helyi perspektívából képzett érték-konstrukció jelenti. A kívülálló perspektívája sohasem azonos a társadalom tagjainak perspektívájával, éppen ezért semmi sem garantálja, hogy a kívülről meghatározott értékperspektíva beilleszthető a helyi kultúrába.

Az ilyen típusú értékközvetítések többnyire azért maradnak hosszú távon sikertelenek, mert a külső aktorok kívülről igyekeznek meghatározni, hogy a helyieknek mit kell értékesnek, vagy értéktelennek tartaniuk, ahelyett, hogy azt igyekeznének megérteni, hogy az emberek valamilyen miért tartanak értékesnek, vagy miért nem. Ez a megközelítés figyelmen kívül hagyja azt a tényt is, hogy a 21. század elején már nem léteznek a tönniesi értelemben vett, zárt testületi jellegű közösségek. Ma az egész magyar társadalomra a fogyasztás centrikus életforma túlsúlya a jellemző. Kutatási tapasztalataink alapján, azokban a vidéki lokális társadalmakban, ahol még jelentős számú fiatal él, sokkal inkább jellemző az élet sok területét átfogó városi kevert kultúra, mint valamiféle helyi, vagy autentikus népi hagyomány, amely leginkább csak töredék kultúráként van jelen és nem fedi le a társadalmi lét egészét.²⁷

Értékelhetjük úgy a változtatás szándékát, hogy a Hungarikum Munkacsoport ugyanazt a hibát követi el, amit a múlt század néprajzkutatói. Már a 20. század elején a technológiai, gazdasági változások gyökeres fordulatot hoztak az individuuum életszéméletében, identitásában, értékvilágában, amelyet a hagyományok iránt érdeklődő gyűjtők egész egyszerűen ignoráltak. A társadalmi-kulturális határok megsértését jelzi, hogy a helyi tradíciók változatainak begyűjtése és köz-

²⁶ Bausinger 1989: 24–37.

²⁷ Ebben döntő szerepe van annak, hogy a médiaforradalom hatására a különböző információbázisok egy időben szinte az egész világon elérhetőek és terjeszthetőek. Hozzákapcsolódhatnak és alakíthatják a felhasználói attól függetlenül, hogy hol élnek. Ezzel együtt a városi és falusi társadalmak különbözősége nem tűnik el, csak más jelleget ölt.



DEBRECENI EGYETEM



SZÉCHENYI TERV

readása során a gyűjtők számára nem volt fontos, hogy a vizsgált személyek értékvilágában milyen szerepet tölt be a gyűjtött anyag, amelyet aztán saját értékrendjük mentén emeltek ki eredeti közegéből és absztraháltak nemzeti kultúrává.²⁸ Lényegében a hungarikumok és helyi értékek hatalmi gyártásával központi-
lag megfogalmazott nemzeti kultúrát igyekeznek a közkeletbe applikálni. Az értékteremtésnek ez a társadalmi-kulturális határokon áthatoló, magát nemzetiként definiáló formája valójában ugyan azt a technikát használja, mint a globális érték-közvetítő struktúrák. Az állam ugyanúgy kívülről akar hatni az egyénre, mint a fogyasztói társadalom, ugyanakkor ez az értékátadás hosszútávon azért lesz sikertelen, mert a mindennapi élet diktálta kihívások széles spektrumára nem kínál válaszlehetőségeket. Miután az általa negatívnak tulajdonított jelenségeket kívül rekeszti az értelmezés körén.²⁹ Ugyanakkor feltehető, hogy ezek az értékek minden külső nyomás nélkül is jelen vannak a lokális társadalmi szinten csak nem egyedül érvényesek vagy általánosak. Mivel alternatívaként vannak jelen, nem tekinthetők „élő tradíciónak”, mert „a hagyományos rend csak addig képes fenn maradni, amíg nem a lehetséges legjobbként, hanem egyetlen lehetségesként fogják fel.”³⁰

Módszertani vetületek

A kulturális antropológia számára több izgalmas kérdést vet fel a hungarikumok 21. századi újratemlése. Az érdeklődés tárgya, hogy kik és hogyan, milyen tapasztalatokra, elképzelésekre, motivációkra hagyatkozva definiálják ezt a fogalmat. Az antropológiai megközelítés abból indul ki, hogy a kultúrán belül több féle értelmezéssel találkozunk annak ellenére, hogy létezik hivatalos definíció. Az Országgyűlés – a korábban már említett – 2012. évi XXX. Törvényben rendelkezett a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról. Életkori és generációs különbségek, társadalmi rétegekhez tartozás, lakóhely és iskolai végzettség, mind befolyásolják, hogy az emberek mit tartanak a nemzetre jellemző tárgynak, vagy jelenségnek.

Ezért a hivatalos hungarikum képzés és definíálás folyamata sokkal inkább napjaink magyarországi hatalmi sajátosságait jellemzik, mint a közvélekedést. A terepen vizsgálódó kutató számára mindez nyilvánvalóvá válik az interjúszituá-

²⁸ Fejős 2005: 41–48.

²⁹ „...a magyar pesszimizmus hungarikum-e? A válaszom az, hogy nem lehet speciális értékünk, mert a tartalma negatív. Részlet a Birinyi Józseffel készült interjúból. <http://hetek.hu/interju/201009/-hogyan-lesz-hungarikum-mari-neni-retesebol> (Letöltés: ??????????????????)

³⁰ Bourdieu 1978: 333.



ciók során. A megkérdezettek eltérően válaszoltak, ha arról érdeklődtünk, hogy mit tartanak magyar sajátosságnak, illetőleg Magyarországra jellemzőnek, vagy ha azt kértük, hogy soroljanak fel hungarikumokat. Az első kérdésekre adott válaszokat ritkán jellemezte pátosz és negatívumok is belekerültek a felsorolásba, míg a második kérdés válaszsituációjára gyakran a bizonytalanság, a feszengő válaszadás volt jellemző. Az interjúalanyok láthatóan úgy érezték, hogy a kérdésre tudniuk kellene a választ. De nem tudták. Az általam megkérdezett interjúalanyok egyike sem volt képes felsorolni az adatgyűjtés idején hivatalosan a hungarikumok listáján szereplő negyvenegy tételnek még a töredékét sem. Inkább csak ismereteik alapján puhatolózva tudtak néhány hungarikumot megnevezni. Ugyanakkor a – gyakran csak két-három elemből álló – felsorolásba bekerültek a közgondolkodásban hungarikumnak tartott elemek is. Kutatásaink alapján mi ezt úgy értelmezzük, hogy a politikai hatalom hungarikumokon keresztül kinyilvánított konstrukciója nem fedi le a társadalomban megjelenő spontán nemzetképet, amely szociálpszichológiai értelemben mélyebb annál, hogy hatalmi eszközökkel közvetlenül befolyásolni lehessen. A hétköznapi életben a magyarság fogalom reflektálatlan természetes összetevő. Joggal merül fel a kérdés, hogy a rendszer miért akarja gyarmatosítani ezt az életvilágot?³¹ Feltehető, hogy a 21. század első évtizedének végén felerősödő központosító tendenciák alátámasztására és igazolására, olyan emblematikusan felmutatható szimbólumok megteremtése vált szükségessé, amelyek egybeesnek a hatalmon lévő erők ideológiai elképzeléseivel és szimbolizálják azt. Ehhez lényegében azokat a jelenségeket és tárgyakat kell hatalmi érdekei mentén újraírni, amelyek „nemzeti” asszociációkat mozgósítanak. Ezért a regnáló hatalom igyekszik „kigyomlálni” a közgondolkodásból a spontán, vagy korábbi hatalmi retorika mentén nemzeti önreprezántációvá vált tárgyakat és jelenségeket.

A hungarikumok hatalmi kitermelése mögött az a sajátos elképzelés áll, hogy a kultúra egyes elemeinek felmutatása az egész társadalmat szimbolizáló jelképként működhet. Azonban a 21. század elei Magyarország egy olyan összetett kulturális miliő, amelyben nem beszélhetünk univerzális értékrendről, nincsenek egy nemzetre érvényesíthető értékek. Ahogyan Pierre Bourdieu a társadalmat alkotó osztályok elemzése kapcsán megfogalmazza: az egyetemes igényű állítások nem egyebek, mint üres általánosítások, *absztrakt klasszifikációk*.³² A kulturális antropológia nézőpontjából fontos, hogy nincsenek az egész társadalomra érvényes morális rendszerek, értékrendek, így a kultúrán belül nem lehetnek mindenki számára egyformán érvényes nemzeti értékek sem. A „poszt-állapotok koraként”

³¹ Habernas 1981.

³² Bourdieu, 1978: 416.



jellemzett, megbízható metanarratívákat vagy paradigmákat nélkülöző korunkban, világunk emblematikus felmutatására ezek a jelképek alkalmatlanok.³³ Ugyanakkor holisztikus vizsgálat tárgyát képezheti, hogy a felülről értelmezett és leosztott érték kategóriák, hogyan jelennek meg egy-egy lokális társadalmi kontextusban.

A hungarikum képződés gazdasági beágyazottsága

A nemzeti értékek és hungarikumok között jelentős szerepet töltenek be a fogyasztási cikkek és termékek. Ezek kiemelt pozíciójából adódó, sajátos gazdasági szerepét is célravezető áttekinteni.

Elsőként érdemes szélesebb perspektívából vizsgálni a nemzetközi termelés és a fogyasztás azon sajátosságait, amelyek hatással vannak a kiemelt jelentőségű nemzeti termékek előtérbe kerülésére. A posztindusztriális fejlődési folyamat hatására a fejlett országok jóléti társadalmaiban nyomon követhető, hogy az élelmiszerfogyasztás mennyiségi szükségleteinek kielégítését követően a minőségi termékek, a minőségi fogyasztás irányába orientálódik a piac. Előtérbe kerülnek, a magasabb hozzáadott érték-tartalmú és az egyedi termékek. Az individualizmus-sal összekapcsolódó tömegtermelés hatására létrejött posztfordizmus lényegében megőrzi a fordista tömegtermelés elveit, de megjelenik a rugalmas termelés, amelynek lényege, hogy nagy választékban állít elő különféle termékeket, akár kis mennyiségben, sőt egyedi formában is, specializált piacok számára.³⁴ Ugyanakkor a posztfordizmus hatására a társadalomban előtérbe kerülnek a szabályozatlan („disorganised”) struktúrák és a kulturális fragmentációk, lehetőséget biztosítva ezzel arra, hogy a fogyasztás bizonyos termékek esetében akár a tömegtermelés helyett a munkai igényesebb, egyedi termékeket előállító kis és közepes méretű vállalkozásoknak is lehetőséget teremtsen a piaci struktúrában. Az egyediség és a minőség gyakran a kézműves hagyományok és a nemzeti tradíciók mentén fogalmazódnak újra. A közvetlen kapcsolattartás hiányának áthidalására a minőségbiztosítás kínál lehetőséget. A nemzetközi kereskedelemben egyre inkább elterjedté vált nagy távolságokat áthidaló áruforgalom, elidegenítette a termelőt és a fogyasztót. A piaci csere során kialakuló személyes kapcsolatokat, a bizalmi viszonyt, a nagykereskedelem értékesítési struktúrájában a minőségbiztosítási rendszerek megjelenése váltotta fel. A fogyasztás minőségi elvárásaiban fontos szere-

³³ Marcus–Fischer 2002.

³⁴ Giddens 2005: 587–591.



pet tölt be az a háttérismeret, amely a termék értékét is adja. A minőség biztosítás részévé vált a termelési tradíció, a gyártási folyamat pontos ismerete, vagy a konkrét személyhez (márkához) fűződő bizalom.

Európa más országában is jelen vannak a nemzeti termékek köré szerveződő önmeghatározások. Magyarországon a nemzeti tradíciók gondolatköre gyakran az élelmiszer előállítás körül fogalmazódik meg. („Magyarország Európa éléskamrája.”) Az előkutatásban megkérdezettek válaszaiban is leginkább a „magyar termékek”, illetve a „magyar dolgok” említése közös. Mindez azt jelzi, hogy az adatközlőkben elsősorban a tárgyi világon keresztül tudatosodik a hungarikum fogalma. A megkérdezettek gondolati fókuszában leginkább az árucikként, valamilyen élelmiszer formájában megjelenő hungarikumok voltak a meghatározók. A társadalmi identitás különféle lokális stratégiái, – minden történelmi korra jellemző módon – tartalmazzák a fogyasztás és termelés gyakorlatát, így a globalizáció övezte értékrendváltás és identitásátalakulás közepette is biztos kapaszkodót jelentenek.³⁵

A megtermelt termékek minőségi paraméterei mellett meghatározó az a kulturális vagy történelmi háttér is, amely részévé válhat a termék üzleti know-how-jának. A fogyasztói társadalomban, ahol a kínálat színesítése fontos cél, a megszokott áru kínálatától eltérő hagyományos és tájjellegű termékek, (például a hungarikumok) a piaci térnyerés eszközei. Ugyanakkor a hungarikumként számon tartott áruk többnyire magas haszonkulcsú presztizs termékeként jelennek meg, amelyekből csak kis mennyiséget értékesítenek a kereskedelemben. Betöltött szerepük elsősorban a választékbővítés. (Például: bor és pálinkafélék, kolbász és szállami féleségek, hízott libából készült termékek, szürke marha és a mangalica termékek) A hungarikumok vizsgálata kapcsán a néprajzi/antropológiai megközelítés egyik fontos eleme a kultúrába ágyazottság kérdése, amelyben megkülönböztethető magának a terméknek a kultúrában betöltött szerepe – gyakran szerepváltozása – és az ehhez kapcsolódó termelői-fogyasztói viszony. Azért fontos az énikus perspektívából feltáró kutatás, mert érzékelhetővé válnak a kívülálló kutatók és a helyiek értelmezésbeli különbségei, mint ahogyan a minőség fogalma kapcsán is gyakran eltérő értelmezési keretek működhetnek. Jó minőségűnek az alapanyagok összetétele, származási helye, a nyomon követhető technológiai háttér, vagy az egészségre gyakorolt hatások okán tartanak egy adott terméket. Ugyanakkor a kutatás során megkérdezettek gyakran érzelmi irányból közelítették meg a minőség kérdését. A saját előállítású – de semmiféle minőségbiztosítással sem rendelkező alapanyagok – a leginkább preferáltak. A minőség meghatározá-

³⁵ Friedman 2002: 233–246.



sában jelentős elem az előállított élelmiszerek hagyományos ízvilágának megőrzése. Például a pálinkák megítélése során nyomon követhető, hogy amíg a pálinka manufaktúrákban a gyümölcsösség, az ízvilág meghatározó minőségi paraméter, addig a vidéki lakosság – különösen a férfiak – körében az előállítás során a mennyiség és a pálinka „ereje” azaz az alkoholfoka a meghatározó minőségi paraméter.

A hungarikumokról, fogyasztóként nyilatkozó megkérdezettek elbeszéléseiben az érzelmi szempontok mellett, a tudatos vásárlói magatartásukra utaló elemek is fellelhetők voltak, amennyiben az előállítás, az alapanyag minősége és a termék előállításának környezettudatos formáját is megemlítik. Alapvetően különböző értékválasztási mechanizmusok érvényesülnek azon termékek esetében, amelyek helyi értékek sorában közvetlenül ismertek az adatközlők számára és azoknál, amelyek ugyan benne vannak az ismereti mezőjükben, de nem kapcsolódik hozzájuk közvetlen tapasztalat, vagy a közvetlen tapasztalat eseti jellegű. Amíg a személyesen ismert termékeknél leginkább a múltbeli személyes, vagy ismeretségi körből származó tapasztalatok és ajánlások a meghatározottak, addig a tapasztalati mezőn kívüli hungarikumok értékelésénél a minőség kontroll fogyasztói társadalomban általános formáihoz fordulnak. A bizalmi tényezők helyett a konkrétan mérhető és ellenőrizhető paraméterek kerülnek előtérbe, (az elkészítés technológiai háttere, a termék összetétele, eredete, gyártója). Ezekről a termékekről a rendelkezésre álló tudás egy részét a médián keresztül szerzik be és gyakorlatilag ezeket az interpretációs sémákat egészítik ki saját élményekkel.³⁶ A médiaforradalom következtében felgyorsult információ áramlás hatására olyan adatközlők is árnyalt és konkrét véleményt fogalmaztak meg az élelmiszer jellegű hungarikumokról, akik nem rendelkeztek konkrét fogyasztói tapasztalattal. Gyakran egészen egyszerűen megfogalmazott állításokban sűrűsödik az egyes termékekhez kapcsolódó jellemzők „*a mangalicahús koleszterin mentes, ezért egészséges a fogyasztása*” állítják olyanok is, akik egyáltalában nem fogyasztanak mangalica húsból készült termékeket.

A hungarikumok emblematisztikus értékvoltából adódik, hogy esetükben gyakran külön válnak a fogyasztói és a reprezentációs funkciók. Gyakori, hogy ezek a termékek nem a fogyasztás, hanem a társadalmi kapcsolatépítés, az ajándékozás eszközeként jelennek meg. A hungarikum image-hez társuló érték, értékesség, minőség és nemzeti karakter, ami felülemeli a hétköznapi fogyasztáson és tartalommal tölti fel a személyesség vonatkozások hiányából adódó űrt. A hungarikumok visszahathatnak az őket kibocsájtó tájegység, vagy lokális közeg identitá-

³⁶ Bruhn 2008.



sára, de általánosan is megfogalmazható az a tendencia, hogy a falusi környezetben élők sajátos kettős csatornán keresztül állnak kapcsolatban az egyes termékekkel. Amikor a falusi lét keretei között mindennapi tapasztalataikat egyeztetik a tömegkommunikáción keresztül eljutó ismeretekkel, lényegében újra dimenzió-nálják és újrafogalmazzák a falusi életformáról, a helyi értékekről és a lokális hagyományokról kialakult nézeteiket. A médiában megjelenő helyi értékek többekben a saját létkereteik felértékelődését eredményezik. Ugyanakkor rendkívül fontos hangsúlyozni, hogy az egyes társadalmi csoportok lehetőségeit külső folyamatok is befolyásolhatják.

A 2008-as gazdasági válság a magyar termékeket és fogyasztást is érintő jelentős hatása, hogy fokozta a társadalom anyagi vonatkozású megosztottságát. A növekvő elszegényedés azzal is jár, hogy egyre többen a fogyasztás mennyiségi kielégítésére szorítkoznak. Az elszegényedő társadalmi csoportok körében egyre inkább az olcsó beszerzés vált a fogyasztás egyik legfontosabb kritériumává. Egyre kevesebb vásárló teheti meg, hogy jó minőségű, de drágább magyar terméket preferálja. Az a fajta tudatos vásárlói mentalitás, amelyet az agrárszakemberek egy része már a válság előtt is hiányolt a fogyasztóktól, mára csak szűk társadalmi kör számára releváns.³⁷ Bár kétség kívül igaz lehet, hogy a magyar agrárium versenyképessége alapvetően belföldön dől el, ám – megítélésem szerint – mára nem a magyar fogyasztó hazai termékekbe vetett bizalmát kell visszaadni, hanem a jövedelmi kereteket tágítani a fogyasztási szokások megváltozásához. Önmagában az is kérdéses, hogy az agrárszakemberek részéről a fogyasztás bírálatának van-e létjogosultsága, hiszen a fogyasztói társadalmak működésének egyik fundamentuma a fogyasztás iránti igény megteremtése, amelyet többnyire rendkívül összetett folyamatok generálnak. Természetesen az a fajta elitista megközelítés, amellyel gyakran a magyar termékek vásárlását valamiféle vásárlói tudatosság és nemzeti érzés keverékeként határozzák meg, többnyire nem az egész magyar társadalmat szólítják meg, hanem annak csak egy magas jövedelemmel rendelkező, iskolázott, vezető beosztású, vékonyka rétegét. A célcsoport vásárlói attitűdjében egyaránt szerepel a társadalmi presztízs kinyilvánítása, (amelynek részei a gasztronómiai élvezetek, az ún. ingyenc fogyasztás, vagy hivalkodó fogyasztás),³⁸ és az egészségtudatos táplálkozás, esetleg az individuális, vagy nemzeti nosztalgia. A 21. század elején magyar társadalom fokozottan átpolitizált miliójében a fogyasztói szokásokban is kifejezésre juthat a politikai hovatartozás kinyilvánítása.

³⁷ A magyar vásárló: „...elvárható, hogy ne csak az ár, hanem a származási hely alapján is válasszon, és akár néhány forinttal többet adjon a magyar élelmiszerért” (Szakály et al., 2004: 465–498.) „nem eléggé elkölteztett a hazai élelmiszerek iránt” (Lakner et al. 2007.)

³⁸ Veblen 1975 [1899].



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

A politikai meggyőződés megnyilvánulása lehetett az is, hogy ki, hol vásárol, vagy hol nem vásárol, milyen termékeket vesz és melyeket utasít el.

Antropológiai értelemben egy termék értékét az a kulturális közeg határozza meg, amelyben az adott termékre vonatkozó elvárások megfogalmazódnak. A szocializáció során a társadalom tagjai a saját kultúrájukban elfogadott normákat és értékeket interiorizálják. Az, hogy mit tekintünk fogyasztásra alkalmasnak, jóízűnek, egészségre ártalmasnak, vagy hasznosnak a kultúránk szabja meg (zsiradék használatától, az alapanyagok felaprításának méretén át, a fűszerezésig). Mint ahogyan a kultúránkban kódolt értékrend alapján választjuk ki, hogy mit tekintünk kiemelésre méltó, a táplálkozási kultúránkat reprezentáló élelmiszernek. Valójában, ez a sematizált kép igaz lehet egy zárt, testületi közösségben, azonban heterogén összetételű, globalizálódó társadalmunkban a viszonyok ennél sokkal árnyaltabbak. Feltehetően igaza van Marc Augé-nek amikor úgy fogalmaz, hogy:

„a szürmodernitásra jellemző helyzetekben (ahogyan az antropológia által vizsgált akkulturáció során is) az összetevők anélkül állnak össze egyé, hogy eközben megsemmisítenék egymást.”³⁹

Tehát amikor a magyar konyháról beszélünk különböző társadalmi csoportok, szubkultúrák, a magyar konyhajellemző jegyeire alkalmazott, vagy azt éppen elutasító sajátos egyvelegére gondolhatunk, amelyek nem feltétlenül vannak kapcsolatban egymással, de közös pontjuk, hogy valamilyen formában a magyar táplálkozási szokásokként megnevezett kulturális sajátosságokhoz mérik magukat. Ebben az értelmezési keretben felmerül a kérdés, hogy a nemzeti értékek vagy a hungarikumok a legkisebb közös többszörös szerepét betöltve, a magyarság táplálkozási kultúrájának legalapvetőbb értékeit jelenítik meg, vagy egy viszonylag szűk elit értékrendjének a vetületei? A kérdésre nehezen adható válasz a 21. századi összetett városi társadalmakat szemlélve, amelyekben nagyon gyakran társadalmi helyzetüktől, nemüktől, életkoruktól függetlenül is máshogyan vélekednek az egyes értékekről az ott élők. (Példa erre a pörköltről alkotott vélemények különbözősége. Már a 20. század második felében voltak olyan életvezetési alternatívák, amelyekben az egészségtelen táplálkozás szinonimájává vált ez az ételféleség, miközben a 21. század elején a karcagi birkapörkölt elkészítésének hagyománya hungarikum lett.)

³⁹ Augé 2012 [1992]: 28.

Átértékelődő fogyasztói szokások

Amennyiben holisztikusan vizsgáljuk a helyi értékek és hungarikumok napjainkban betöltött szerepét, ki kell térnünk az értékesítés, a fogyasztás sajátosságaira is, amelyben épp úgy megjelenik a hagyományokra fókuszáló értékorientáció, mint magának az adásvételnek a tárgyában. Felértékelődni látszanak azok a polgári értékrendet tükröző fogyasztási szokások, amelyben az alapvetően városi létkeretek között élő polgári kultúrájú családok élelmiszer beszerzéseik egy részét évente néhány alkalommal vidéki termelők révén biztosítják. A szimbiotikus kapcsolat előnyt jelent a termelőknek is, akik így előre kalkulálni tudják a termelés és értékesítés volumenét, de kedvező a fogyasztók számára is, akik így kiiktatják a minőségi áru beszerzésének bizonytalanságát. A vásárlók törekednek a kapcsolatépítésre és ugyanahhoz a termelőhöz igyekeznek visszatérni, akinek az árujában megbíznak. Az áruk között a különböző télen eltartható zöldségek, a házi bor és a házi pálinka mellett gyakori a feldolgozott félsertés megvásárlása (amelyet már eleve a családnak hizlalt a termelő). Ez a sertés újabban gyakran mangalica. Ez az értékesítési forma gyakori volt a második világháború előtt, később az adásvétel törvényi szabályozása, a gazdálkodás nagyüzemivé válása és a fiatalok városba áramlása révén ez a folyamat családi szintekre szorult vissza a szocializmusban. Ugyanakkor kolozsvári hóstatiak körében jellemző gazdasági gyakorlat termelői lényegében kontinuisan napjainkig megvalósítják ezt a városiakat közvetlenül ellátó termelési és értékesítési formát.⁴⁰ Bár kétség kívül ennek a beszerzési formának jobb az ár-érték aránya, azonban a termelőtől történő vásárlás azt is jelzi, hogy egyes társadalmi csoportok körében, a hiper- és szupermarketekben kapható termékekkel szemben, közvetlenül a termelőtől történő beszerzésnek nagyobb a fogyasztói presztízse. A közvetlen beszerzés indítékai között elsősorban minőségre vonatkozó elképzelések szerepeltek, a természetes anyagokra épülő növénytermesztés és állattartás nyomán vegyi anyagoktól mentes, jobb ízű, magasabb tápanyagtartalmú termékekhez jutás vezérli. A vidéki termeléshez gyakran a hagyományos kisüzemi, „paraszti” állattartást és növénytermesztést képzetét társítják a vásárlók. Ez a „szimbiotikus” értékesítési forma többnyire a nagyvárosok agglomerációs övezetében kisüzemi termelést folytató gazdálkodók számára kínál értékesítési lehetőséget. A vásárlók többnyire hasonló társadalmi státusú körből kerülnek ki. A hasonló társadalmi státus, a hasonló fogyasztói elvárások segítik a közvetlen információáramlást, a vásárlók nem hivatalos hirdetések, hanem magánszemélyek ajánlása révén jutnak el a fogyasztási cikkekig, ami fokozza a rátalá-

⁴⁰ Lovas Kiss 2004: 119–138.



DEBRECENI EGYETEM



SZÉCHENYI TERV

lás és felfedezés élményét. A hungarikum toposzba beleillő kommunikációs üzenet része, hogy a modern, és nemzetközivé vált világban az elfeledett, a színvonalatlan városi fogyasztástól távoli, magyar eredetű, tradicionális és egészséges, mindezért pedig értékes áru megtalálása és megszerzése a jól értesültség és igényesség jele.

A szimbiotikus kapcsolati forma reneszánsza a fogyasztói és vásárlói szokások folyamatos átértékelődésének és változásának következménye. Alapvetően a falusi és városi létmódok közötti kapcsolatteremtés, amelynek fontos tanulsága egyrészt, hogy nem beszélhetünk csakis a globalizációs hatásra egységesülő értékesítési és fogyasztási struktúrákról, hiszen ebben a formában éppen a lokális keretek felértékelődése, az egyéni illetve közösségi kapcsolatépítés jelei mutatkoznak meg, ugyanakkor látható, hogy a technikai fejlődés és a tömegkommunikációs hatások nem minden vonatkozásban számolják fel a város és vidék közötti különbségeket, és ezek a különbségek fogyasztói perspektívából felértékelődhetnek.

Összefoglalás helyett

Annak a kérdésnek, hogy egyezik-e a hétköznapi emberének nemzeti értékekről, hungarikumokról alkotott képe a hivatalos állásponttal, nincs relevanciája, mert még a szocializmus diktatórikus viszonyai sem tudták elérni, hogy minden ember a társadalomban ugyan azt gondolja a világról, amit a hatalom akar, ezért feltehető, hogy egy demokráciában még sokrétűbb értéképzetek jelenjenek meg. Minden hatalom törekszik arra, hogy a saját értékrendjét érvényesítse, ezért egy demokratikusan megválasztott hatalom sokak akaratát tükrözi és így értékrendjében a társadalom, jelentős részének értékfelfogása jelenik meg. Ugyanakkor, kérdésként merül fel, hogy a hatalmi pozícióból, adekvátnan megfogalmazott értékek megjelennek-e a hétköznapi emberének gondolkodásmódjában. Mérhető, hogy mennyire különbözik, vagy esik egybe ez a kétféle pozícióból létrejövő értékkép. A hivatalosan deklarált, törvényben rögzített nézőpont biztos kutatási terepnek ígérkezik, nehezebb feladat a magyar társadalom véleményét feltárni. A társadalmat nézeteinek megismeréséhez a bennük élő egyének megkérdezésén keresztül vezet az út. A 21. századi rendkívül összetett társadalmi miliójában, a különböző társadalmi csoportok, az eltérő életvezetési modellek egymástól jelentősen eltérő értékfelfogást feltételeznek vagy eredményeznek. Ebből következően, a hungarikumok szimbolikája is eltérő olvasatok mentén fejthető fel. A hungarikumokra vonatkozó kutatások során az egyes tudományterületek képviselői más-más ér-



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

deklódési terület mentén közelítik meg a kiemelt magyar értékek jellemzőit. Egy a jövőben elvégzendő néprajzi/antropológiai kutatás nem kvantitatív eredmények feltárását, vagy általános tendenciák reprezentatív mérését célozza. Hipotézisünk, hogy a helyi és nemzeti értékek megismerése részint a mindennapi tevékenység, fogyasztás, termelés struktúrájában, másrészt a közösségi szintereken, családi, háztartási települési keretek mentén (az ünneplés során) realizálódhat. Hatással van rájuk a helyi közbeszéd épp úgy, mint a médián keresztül országos kommunikációs térben forgalmazott különböző értelmezések. Az értékekhez való viszonyt gyakran jellemzi a romantikus attitűd, és a sztereotípiák és általánosítások segítségével megfogalmazott kép. Ezért az interjúalanyaikkal folytatott beszélgetés célja, hogy feltárja az értékek és hungarikumok értelmezését megteremtő kontextust. Ennek során érdemes kitérni az egyéni és családi fogyasztási szokásaikra, a családi és települési szintű ünnepi alkalmak témához kapcsolódó momentumaira is. A válaszadók attitűdjeinek, motivációinak, tapasztalatainak, preferenciáinak megismerése segíti a helyi és a nemzeti értékekről, valamint a hungarikumokról megfogalmazott elképzelések megértését. Mivel abból indulunk ki, hogy minden vélemény sokszorosán összetett tapasztalati mező eredménye, a szerteágazó kérdésstruktúrával valamelyest közelebb kerülhetünk a belső működések megértéséhez és az egyedi vélemények eredőjéhez. Nem csak a konkrét értékek, hanem azok kultúrába ágyazottságának egyéni lenyomatait is lehetőségünk nyílik megismerni.

Irodalom

- AUGÉ, Narc
1992[2012] *Non-Lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Le Seuil.
(magyarul megjelent: *Nem-belyek Bevezetés a szürmodernitás antropológiájába*.
Múcsarnok Nonprofit Kft.)
- BALASSA M. Iván
1972 A Néprajzi Falu az Ezredéves Kiállításon. *Ethnographia* LXXXIII. 551–572.
- BAUMAN, Zygmunt,
1998 *Globalization: The Human Consequences* (Magyarul: Globalizáció – A társadalmi következmények. Szeged: Szukits 2002.)
- BAUSINGER, Hermann
1983 A folklorizmus fogalmához. *Ethnographia*. XCIV. (94.) 434–440.
1989 Párhuzamos különidejűségek. (A néprajztól az empirikus kultúratudományig). In: *Ethnographia*. C (100.) 1–4. 24–37.



DEBRECENI EGYETEM



SZÉCHENYI TERV

- BECK, Ulrich
2003 *A kockázat-társadalom – Út egy másik modernitásba.* Budapest: Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság – Századvég Kiadó
- BECK, Ulrich – SZNAIDER, Natan
2006 Unpacking cosmopolitanism for the social sciences: a research agenda. *The British Journal of Sociology*, Vol 57/1, 1–24.
- BENDIX, Regina
1989 Tourism and Cultural Displays. Inventing Traditions for Whom? *Journal of American Folklore* 102. 131–146.
- BOURDIEU, Pierre
1978 A társadalmi egyenlőtlenségek újatermelődése. Budapest: Gondolat
- BRUHN, Christine M.
2008 *Integrierte Kommunikation in den deutschsprachigen Ländern.* 7th International Science Marketing Trends Congress. Venice
1995 *The Symbolic Construction of Community.* Chichester: Norwood (Reprinted 2000. Routledge)
- FEJŐS Zoltán
1996 Kollektív emlékezet és az etnikai identitás megszerkesztése. In: Diószegi László (szerk.): *Magyarságkutatás 1995–1996.* 125–142. Budapest: Teleki László Alapítvány
2005 Néprajz, antropológia – kulturális örökség és az emlékezet kategóriái. *Iskolakultúra* 2005/3. 41–48
- FRIEDMAN, Jonathan
2002 Globalization and localization. In: Rosalto, Renato – Inchausti, Jonathan Xavier – Blackwell Publishers (eds.): *The Anthropology of globalization.* 233–246. Oxford: UK.
- GEERTZ, Clifford
1994 *Az értelmezés hatalma. Antropológiai írások.* Budapest: Századvég Kiadó
- GIDDENS, Anthony
2008 *Szociológia.* Budapest: Osiris
- GRABHER, Gernot – STARK, David
1996 A szervezett sokféleség – evolúcióelmélet, hálózatelemzés és a poszt-szocialista átalakulás. *Közgazdasági Szemle*, XLIII. évf., 9. 745–769.
- HABERNAS, Jürgen
1985/1981A rendszer és az életvilág szétválása. In: Habernas, Jürgen: A kommunikatív cselekvés elmélete. a Filozófiai Figyelő és a Szociológiai Figyelő különkiadványa. ELTE (Kézirat) 179–215. https://www.google.hu/?gws_rd=cr&ei=svq_UpSgHaT0yAO67YHABg#q=a+rendszer+gyarmat+os%C3%ADtja+az+%C3%A9letvil%C3%A1got (letöltés: 2014. 07. 09.)
- HANKISS Elemér
1999 *Proletár reneszánsz.* Budapest: Helikon
- INGLEHART, R. et al
2005 Modernization, Cultural change and Democracy. New York–Cambridge: University Press. 54–71



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor

2000 *Látható és láthatatlan világok az ezredfordulón.* Budapest: Új Mandátum Kiadó

2004 Globalizáció, individualizáció, modernizáció, urbanizáció és lakásmód Magyarországon In: A. Gergely András – Kemény Márton (szerk.): *Motogoria* (Tanulmányok Sárkány Mihály 60. születésnapjára) 110–122. Budapest: MTA PTI ELTE Kulturális Antropológia Szakcsoport

KÓSA László

2000 Magyar néprajz tudománytörténete. Budapest: Osiris

LAKNER Zoltán – HAJDU Istvánné – KAJARI Karolina. – KASZA Gyula – MARKUSZ Péter – VIZVARI Béla

2007 Versenyképes élelmiszergazdaság – élhető vidék. *Gazdálkodás*, No. 4. 1–13.

LOVAS KISS, Antal

2004 Au croisement de la paysannerie et de la bourgeoisie. *Artes Populares 19.* Annuaire du Département de Folklore Collection dirigée par Vilmos Voigt. 119–138. Budapest

MARCUS, George E. – FISCHER, Michael M. J.

1999 [2002] *Anthropology as Cultural Critique: An Experimental Moment in the Human Sciences* University of Chicago Press /Az antropológia mint kultúrkritika. In A. Gergely András (összeáll.): *Kulturális antropológia tantárgyi forrásanyag az Ember-, erkölcs- és vallásismeret tantárgyhoz.* <http://www.c3.hu/scripta/lettre/lettre18/14.htm> (letöltés: 2014. 07. 08.)

NORA, Pierre

1999 Emlékezet és történelem között. A helyek problematikája. *Aetas*, 3. 142–157.

NÓTÁRI Márta – FERENCZ Árpád – BERDE Csaba

2009 Hungarikumok fogyasztói elemzése. *Gazdálkodás* 53. évf. 5. 433–439.

PRICE, Monroe E.

1998 *A televízió, a nyilvános szféra és a nemzeti identitás.* Budapest: Magvető Kiadó

RIESMAN, David

1983 *A magányos tömeg.* Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó

RITZER, George

2004 [1993] *The McDonaldization of Society.* International Edition: Pine Forge Press

SASSEN, SASKIA

2000 *Elvesztett kontroll? Szuverenitás a globalizáció korában.* Budapest: Helikon

SZAKÁLY Zoltán – SZIGETI Orsolya – SZENTE Viktória

2004 Hagyományos magyar termékek marketinglehetőségeinek elemzése a vidékfejlesztés szempontjainak figyelembevételével. *Európai Tanulmányok.* 465–498. Budapest: Tas Kiadó

SZEGEDY-MASZÁK Mihály – KÓSA László

1981 Két újabb vélemény a Magyar Néprajzi Lexikonról. *Ethnographia* XCII. 549–556.



DEBRECENI EGYETEM



ÚJ SZÉCHENYI TERV

SZOBOTA Zoltán

- 2010 Hogyan lesz hungarikum Mari néni réteséből? Beszélgetés Birinyi József néprajzkutatóval, filmes producerrel http://hetek.hu/interju/201009/hogyan_lesz_hungarikum_mari_neni_retesebol (2010. 09. 10. XIV/36)

TÖNNIES Ferdinand

- 2004 *Közösség és társadalom*. Budapest: Gondolat

VEBLEN, Thorstein

- 1899(1975) *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan (*A dologtalan osztály elmélete*). Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó

WERFHORST, Herman G. Van de – GRAAF, Nan Dirk de

- 2004 The sources of political orientations in post-industrial society: social class and education revisited. *The British Journal of Sociology*, Vol. 55/2., 211–238.

Lovas Kiss Antal

A helyi értékek és hungarikumok azonosításának jellemzői
a 21. századi lokális kultúrákban

A kulturális antropológia számára több izgalmas kérdést vet fel a hungarikumok és helyi értékek 21. századi újratermelése. A hungarikumok kultúrában betöltött helye és szerepe valójában az értékekről alkotott – folyton változó – kép feltárása. Az érdeklődés tárgya, hogy kik és hogyan, milyen tapasztalatokra, elképzelésekre, motivációkra hagyatkozva definiálják a nemzeti értékeinket. Az antropológiai megközelítés abból indul ki, hogy a hatalmi pozícióból megteremtett törvényi keretekbe foglalt értéképzés mellett, a magyar társadalomban többféle értelmezéssel találkozunk. Életkori és generációs különbségek, társadalmi rétegekhez tartozás, lakóhely és iskolai végzettség, mind befolyásolják, hogy az emberek mit tartanak a nemzetre jellemző tárgynak, vagy jelenségnek. Ezért a hivatalos hungarikum képzés és definiálás folyamata sokkal inkább napjaink magyarországi hatalmi sajátosságait jellemzik, mint a közvélekedést.

Az értelmezés másik fontos köre a hungarikum képzés gazdasági beágyazottságára irányul. A nemzeti értékek és hungarikumok között jelentős szerepet töltenek be a fogyasztási cikkek és termékek, ezek kiemelt pozíciójából adódó, sajátos gazdasági szerepét is célravezető áttekinteni. Antropológiai értelemben egy termék értékét az a kulturális közeg határozza meg, amelyben az adott termékre vonatkozó elvárások megfogalmazódnak. A szocializáció során a társadalom tagjai a saját kultúrájukban elfogadott normákat és értékeket interiorizálják. Az, hogy mit tekintünk fogyasztásra alkalmasnak, jóízűnek, egészségre ártalmasnak, vagy hasznosnak a kultúránk szabja meg, mint ahogyan a kultúránkban kódolt értékrend alapján választjuk ki, hogy mit tekintünk kiemelésre méltó, a táplál-



DEBRECENI EGYETEM



SZÉCHENYI TERV

kozási kultúránkat reprezentáló élelmiszerek. A hungarikumok emblemikus értékvol-tából adódik, hogy esetükben gyakran külön válnak a fogyasztói és a reprezentációs funk-ciók. Gyakori, hogy ezek a termékek nem a fogyasztás, hanem a társadalmi kapcsolatép-ítés, az ajándékozás eszközeként jelennek meg.