

GRÁFIK IMRE

AZ ESZTÉTIKAI HATÁS NYOMÁBAN

A hagyományosan esedékes Józsa Péterre és munkásságára emlékező szombathelyi/nagyrákosi szeminárium előkészületei során ez alkalommal – fontos és elháríthatatlan kötelezettségeim okán – nem gondoltam előadással készülni.

Nyári szállásom tavasznyitó munkálatai közben azonban egy régebbi különlenyomatot keresve, az ottani „fiókkönyvtárban” való kutakodás során – szinte véletlenül – találtam rá Józsa Péter *Eszztétikai alkotások társadalmi hatása* című kötetére. Az egykori Népművelési Propaganda Iroda által kiadott kötetben a kiadási év ugyan nem szerepel, de vélhetően 1976-ban jelent meg.¹

Ennek bizony már közel fél évszázada, de Józsa Péter gondolatai időt állóak, oly annyira, hogy sajnálattal kellett belátnom, kissé későn került kezembe a polcok egyikén lapangó kötet. A közelmúltban ugyanis több tanulmányban foglalkoztam népművészeti örökségünk; a (tárgyalkotó) népművészet, a népi iparművészet értelmezésének kérdéseivel, esztétikai vonatkozásaival.²

E fölismerés néhány gondolat megfogalmazására késztetett, melyeket e rövid referátum keretében kívánok megosztani a Józsa Péter személyére és munkásságára emlékezők előtt.

Az említett kötet záró tanulmányának címe: *Az esztétikai alkotás hatásmechanizmusának társadalmi jellege*. Az 1974-ben megfogalmazott tanulmány fontos alapvetéseket tartalmaz az esztétikai alkotások hatásmechanizmusának tényezőivel kapcsolatban.

Köztudott, hogy Józsa Péter vizsgálódásai az esztétikum jól körülhatárolható megjelenési formái, módjai tárgyában (főképpen irodalom, film, festészet, zene) folytak, ám következtetései, megállapításai az esztétikai alkotások más köreire, jelesül az úgynevezett **esztétikai többlet**-tel rendelkező néprajzi, népművészeti, népi iparművészeti tárgyakra is kiterjeszhetők, illetve érvényesek. Ilyenformán talán nem meglepő, hogy gondolatai inspirálóan hatottak rám is.

Józsa Péter alaphipotézise szerint: „... amikor az esztétikai élmény társadalmi struktúráját, s e struktúra aktualizálásának társadalmi típusait (változatait) keressük, végső soron az esztétikai alkotás hatásmechanizmusának társadalmi tényezőit kell felderítenünk.”³

A mindenkori társadalomét, illetve társadalomban, mégpedig az adott társadalom egészének és csoportjainak, rétegeinek viszonyát a kultúrához. Napjainkban ez utóbbi kü-

1 JÓZSA Péter: *Eszztétikai alkotások társadalmi hatása*. Tanulmányok és kutatási beszámoló. Népművelési Propaganda Iroda, Budapest, [1976.]

2 Lásd az irodalomjegyzékben (GRÁFIK) felsorolt tanulmányainkat.

3 JÓZSA [1976.] 171.

lönösen fontos, mert talán minden korábbinál nagyobb méretű és dinamikájú változás figyelhető meg.

Ezzel kapcsolatban rendkívül tanulságosnak tartom Almási Miklós közelmúltban megfogalmazott gondolatait: „... manapság azt látom, hogy a kulturális tér telítve van. A színházak majd mindenütt telt házzal mennek. Beleértve ebbe az alternatívokat is. Tömve vannak a koncerttermek a Műpától a zeneakadémiáig. Irodalom: fiatal írók – sokszor honorárium nélkül – írják jobbnál jobb könyveiket – na jó, idősebbek is. Alternatív műhelyek is virulnak: csak rá kell keresni; épp hol bukkannak fel. És ami döbbenetes: nem a pénz számít; hisz a legtöbb helyen nincs, vagy csak minimális: a szellem éltető ereje dolgozik.

E jelenségben az *esztétikai hatás* valami egészen új reflexét vélem megtalálni. Tanárként évtizedekig okítottam a művészetek katartikus hatását, a megértés felfedező, örömet okozó élményét, a művek *títkos* rétegeiben való elmélyülést, vagyis a szellemi élmény szerkesztését. Most viszont e virágkor művészetszociológiai dimenziója ötlük szemembe; miért is özőnlenek az emberek koncertre, kiállításra, színházakba?

Hát azért, mert ezekben a nehéz meteorológiai időekben a kultúra lett az igazi középosztály végső ellenállási terepe. Nem az újjazdagoké, hanem a középosztály hagyományos ethoszában élő közép- és új generációé. Ők a kultúrában otthont keresnek-találnak, átmenetít, de kapaszkodót. A magaskultúra élményét, élvezetét, értését (és élet-biztatását) nem veheti el tőlük. (Akik elvonnék, nem értik ...)

Estztétaként, filozófusként nem hittem volna, hogy a magaskultúra ilyen utolsó védvonal szerepet fog játszani valamikor is. Az emberek – nemcsak a művészetrajongók – itt, ebben a fiktív térben találnak egymásra, kezek fognak, egyáltalán együttes térben léteznek pár órára, és máris jobban érzik magukat. Tudom, van politikai tér is – utca, tüntetés, Facebook beszélés -, de az igazi közös fórum ez, amit kicsit előkelősködve magaskultúrának nevezek. Tán utolsó közösségteremtő (befogadó, oltalmazó) szellemi tér.

Egy új „én-te-mi” viszony alakul. Érzékelem, mondják is, hogy durvul a közbeszéd, az utcán, üzletben, akárhol a legkisebb súrlódás anyázássá tornyosul. Itt viszont az történik, hogy örülök annak, ha a mellettem ülő ismeretlen ugyanakkor tapsol, amikor én, hogy együtt nevetünk, egymásra nézünk. Elképzelem, hogy ugyanezzel a fazonnal tán ordítóztunk volna egy parkolóhelyért, most meg örömmel nyugtázzuk egymástesteken átfutó áramkörét.⁴

Azért idéztem kissé hosszabban Almási Miklós szavait, mert hasonló érzés fogott/fog el azokon az eseményeken, alkalmakkor, kiállításokra, amikor és ahol a (tárgyalkotó) népművészet volt/van jelen. Gondolok itt a megszorodó népművészeti vásárookra is, ahol jó érzéssel tapasztalom, hogy a szervezők mind gyakrabban szigorú követelményeket támasztanak a tömegtermékek, a műanyagok, a bizsu, a bővli, a giccs háttérbe szorítása érdekében.

Nem áltatom magam, hogy a (tárgyalkotó) népművészet, a népi iparművészet terén, mind gondolatiságban, mind tárgykultúránkban valamiféle „aranykor” lenne, de tagadhatatlan, hogy e vonatkozásban jó irányba mozdult el a társadalom, vagy legalább is annak egy jelentős részének (s főként a fiatalabb generáció) ízlése.

Kétségtelen tény, hogy napjainkra csaknem minden megváltozott tárgyi környezetünkben (vö. BAUDRILLARD 1968; 1987). A kézműves technikával-technológiával létrehozott termékek iránt az érdeklődés azonban (annak összetett vonatkozásai, például történeti, népművészeti, egyedi, autonóm, szimbolikus, identitást kifejező, esztétikai, természetes anyagfelhasználás stb. okán), hol erősebb, hol gyengébb, de folyamatos.

4 ALMÁSI 2017. 3-4.

Egyfelől annak a jelenségnek lehetünk és vagyunk tanúi, hogy a jelenkor – mégoly korlátozott érvényű – kereslete és kínálata, a múlt századok tradicionális műveltségének, az úgynevezett népi kultúrának (bizonyos, ámde nem kevés számú és típusú, illetve funkciójú) tárgyait sajátos módon kiemeli tömegkultúra státuszából (vö. JÓZSA 1986a; MILLER 1991. 109-130; GRÁFIK 2005), és egy összetett érdeklődés révén kitüntetett helyzetbe hozza, értékét megemeli, miáltal azok egy magasabb, mondhatni elit kultúra (művelt, főként értelmiségi réteg) képviselőinek (ki)választott tárgyaivá válnak. Fogalmazhatnánk úgy is, hogy az egykor volt (abszolút és relatív értelemben is kis/ebb értékkel bíró) közkultúra tárgyai sajátos metamorfózison mennek át, és felértékelődve, és több-kevesebb szimbolikus tartalommal feltöltődve, nagy/obb értékű tárgyakká lényegülnek.

Természetesen tisztában vagyunk azzal, hogy mindez nem érvényes a társadalom egészére, de úgy tűnik, hogy bizonyos körülhatárolható rétegek, csoportok tagjai számára igen. Esetükben – Józsa Péter fogalmát kölcsönözve és használva –, talán pontosabb és kifejezőbb, ha az azonos *kulturális blokk*-ba tartozó emberekről beszélünk (vö. JÓZSA 1986b). Mégpedig abban az értelemben, hogy azokat soroljuk ide, akiknek a történeti múlthoz, a hagyományos népi kultúrához, s annak tárgyi világához való viszonyában, s ennek következményeként jelenkori tárgy ki/választási (vásárlási) szokásaiban nagyjából azonos gondolkodást és magatartást figyelhetünk meg, illetve akik a népművészeti (kézműves) alkotásokkal szemben megközelítően azonos módon viselkednek. A jelenség jól érzékelhető, igaz pontos felmérések hiányában azt nem tudjuk, hogy a lakosság egészére vetítve milyen arányt képviselnek.

Másfelől viszont azt tapasztaljuk, hogy e tárgyak, tárgytipusok azért kerülhetnek ilyen sajátos helyzetbe, mert szinte minden egyes tárgy előállításában – estenként akár egyfajta sorozat-készítés ellenére –, részben a kézműves technikai-technológiai kötöttségek, részben pedig, az ebből (is) eredő (a közösségi ízlés normáit meg nem sértő) egyedi (alkotó személyhez, műhelyhez köthető) megformálás révén az így létrehozott tárgy az értelmezés szintjén *nem tömegcikk*. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy a kézműves kultúra azonos, illetve hasonló tárgyai, relatív nagy számosságuk ellenére az anyag, a forma, a szerkezet, a funkció harmóniáján keresztül mindenkor meg kell, hogy feleljenek egy (készítői és egy felhasználói) „minőségi minimum”-nak, egyfajta – a hagyomány által is – szabályozott és megkövetelt normának, értéknek!

Itt jegyezzük meg, hogy ennek a bizonyos „minőség minimum”-nak a háttérben fedezhetjük föl azt az *esztétikai többlet*-et, amely egyfelől bizonyos tárgyakat ennek révén a népművészet körébe helyez, másfelől a köznapi tárgyak köréből kiemeli az ünnepit.

Ebben a viszonylatban kapnak szerepet – a Józsa Péter gondolatmenetében föltárt – esztétikai alkotás hatásmechanizmusának tényezői. Anélkül, hogy minden részletre kitérnének, földidézük az általa rendszerezett módon, e tényezőket.⁵

1. *A tényezők 1. kategóriája: az esztétikai anyag természete*

A) *Az esztétikai szférák kölcsönviszonyai*

(Csak az irodalommal, a festéssel, a zenével és a filmmel foglalkozva, nem tekintve ki a táncra, a dalra, a színházra, a szobrászatra, az építészetre stb. – pl. használati tárgyakra –, de megjegyzi, hogy a kritériumok és a besorolások valószínűsíthetően kiterjeszthetők minden esztétikai szférára.)

5 Részleteiben kifejtve lásd JÓZSA [1976.] 172–181.

A különböző esztétikai szférák két tengely mentén választhatók el egymástól, úgymint: *narrativitás – nem narrativitás* és *vizualitás – akuszticitás*, függetlenül minden elméleti meg gondolástól, kizárólag a változatok alapján, empirikus úton megállapított hatásuk szerint.

B) *Az esztétikai alkotás belső struktúrája*

2. A tényezők II. kategóriája: a befogadó

A) *Az aktivitás – passzivitás dimenziója*

B) *Az értelmezés dimenziója*

C) *A memória dimenziója*

D) *Az automatizmusok és a hagyományok dimenziója*

A népművészet szempontjából – talán nem kell hangsúlyoznunk -, hogy e tényezőnek különösen fontos szerepe van. Ugyanis: „Itt voltaképpen a mindenkori kulturális hagyományrendszer által kialakított, megmerevített és fenntartott reflexről, automatizmusról van szó.”⁶

a) *Az osztályozás társadalmi automatizmusa*

b) *A verbalitás szupremáciája*

2. A tényezők 3. kategóriája: az esztétikai hatásmechanizmus belülről

A) *Az információátadás folyamata*

a) *maga az információ típusa...*

b) *a mű globális jellege...*

c) *a befogadó intencionalitása, az alkotással szembeni attitűdje...*

B) *A mozgósított reakciók*

a) *az azonosulás,*

b) *az erkölcsi rend integritása,*

c) *a formaélmény (például a szó szűk értelmében vett „esztétikai arányosság”...),*

d) *az az egyszerre emocionális és intellektuális fölismerés (megrendülés), hogy az ember – az esztétikai tárgy (szöveg) egyedi realizációjának/megjelenésének (konfigurációjának)közvetítésével- valamilyen egyetemes emberi problematikával kerül szembe.*

C) *A végleges esztétikai ítélet tényezői*

a) *Az „esztétikai közvélemény” koncentrált pólusa*

b) *Az esztétikai ítélet „normatív” és „autentikus” szintjének elkülönülése*

A fenti hatásmechanizmusok valójában minden emberi alkotásban érvényesülnek, így természetesen a néprajzi tárgyakra vetítve is érvényesek, de kiemelt jelentőségük az esztétikai alkotásokban van, tudományterületünk szempontjából a népművészeti, népi iparművészeti tárgyakra vonatkoztatva.

Mindeközben megfigyelhető egy másik – ugyancsak tárgyakat felértékelő – jelenség is. A világméretű társadalmi mobilizáció (a közlekedési rendszerek kiterjedt volta, az anyagi feltételek javulása) révén az emberek a legkülönbözőbb helyszínekre és minden korábbinál gyak-

6 JÓZSA [1976.] 175.

rabban, valamint nagyobb számban juthatnak el. A turizmus (lásd FEJŐS – SZÍJÁRTÓ 2003) egyes ágazatai (kulturális, vallási, természeti-öko, sport, és mások, talán legkevésbé az üdülési), mind-mind nemcsak lehetőséget kínálnak más népek, kultúrák, tájak (legálisan) „mozdítható” javainak megszerzésére, hanem szinte kötelező érvénnyel bír a résztvevők számára.

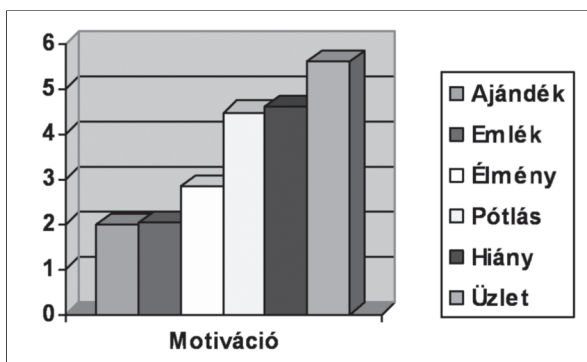
Napjaink külföldi és belföldi turizmusában egyaránt azt tapasztaljuk, hogy a kézművesség, különösen egyes ágazatai (például kerámia, textil, fafaragás, bőr- és fémmunkák), nemcsak népszerűek és kedveltek, hanem, némi túlzással azt is állíthatnánk, hogy (újra) „virágoznak”.

Ezt látszanak igazolni a fentebb említett rendezvények látogatottsági sikerei, sőt – a meglehetősen magas árfekvés ellenére – az úgynevezett vásárlási kedv növekedése. Ez utóbbival kapcsolatban konkrét vizsgálódásokat is végezve, azt állapíthatjuk meg, hogy a vásárlók tárgy kiválasztási indokaiban, döntési határozataiban egyfajta arányos motiváltság figyelhető meg.

Mindezt nemcsak a természetes anyagok iránti egyre erősebb és tudatosabb érdeklődés, s nemcsak a hagyományos technikai-technológiai meghatározottságból eredő egyediség magyarázza, hanem a népművészeti tradíciókra (tudatosan) alapozó/építő szemlélet és gyakorlat, mely lényegében a *folklorizmus* folyamatába illeszkedik (vö. MOSER 1962; VOIGT 1970; JEGGLE 1979; összefoglalóan lásd VOIGT 1990).

A világszerte „hódító” *folklorizmus* eredményeként részben a hagyományok fel-, illetve megújítása, részben újjálesztése, részben pedig globalizálódó tárgyi környezetünk ellenpontozásaként, választékbővítő, funkcionális – és nem ritkán egyfajta identitáskifejező szimbolikus tartalommal is rendelkező – tárgyak alkotása, kínálata-vásárlása, és – egyes vélemények, felmérések szerint növekvő – használata figyelhető meg (lásd GRÁFIK 2005; 2006; 2007; továbbá vö. KORKIAKANGAS 2004; TUOMI-NIKULA 2004).

A fentiekkel összefüggésben felidéznünk egy vizsgálatot a turisták által lebonyolított vásárlások mögött fellelhető motivációs tényezők körére, amelyekre, illetve azok preferencia sorrendjére érdemes figyelni. Ebből az derül ki, hogy a hazánkba látogató – kiskereskedelmi üzleteket szabadidős vásárlás keretén belül felkereső – vendégek költségét leginkább az ajándék- és emléktárgyak beszerzése, legkevésbé az üzleti célú haszonszerzés motiválja.



1. Diagram

Az adatok értelmezésénél figyelembe veendő, hogy a Magyarországra érkező külföldi turisták környezetében dolgozó és a felmérésben résztvevő idegenvezetők 34,6 százalékban német, 11,3 százalékban osztrák, 10 százalékban olasz, 8,7 százalékban amerikai, 5,6 százalékban francia, azaz a legfejlettebb országokból származó vendégekkel kapcsolatban fogalmazták meg tapasztalataikat, véleményüket.⁷

7 MICHALKÓ 2002. 67.

Tovább árnyalja a képet, ha azt is megnézzük, hogy az egyes motivációs tényezők egy érték-skálán (1 – leginkább jellemző, 6 – legkevésbé jellemző) miként oszlanak meg (lásd 1. Diagram).⁸

Megítélésünk szerint a néprajztudomány, a néprajzi muzeológia a gyűjteményi anyag lehető legteljesebb és legsokoldalúbb közzétételével hozzájárulhat mind a kézműves alkotók, mind a felhasználók/fogyasztók számára egy új típusú kreatív viszony kialakításához, végső soron a tárgyformálás lehetőségeinek kibővítéséhez, a választék növeléséhez.

Ez utóbbit azért is fontosnak tarjuk, mert úgy véljük, hogy tárgyi kultúránk alakulásában/alakításában éppen a fenti, kibővített ismeretek birtokában lehet feloldani a jelen (és a jövő) – olykor egyidejűleg, ám ellentmondásosan ható tényezők által okozott, illetve ezen tényezők nehezen összeegyeztethető volta következtében oppozíciót eredményező – tárgykultúrát befolyásoló dichotómiáit.

Ezek köréből – a teljesség igénye nélkül – csak utalásként idézünk fel néhány fontosabbat, melyek tapasztalatunk és véleményünk szerint számításba vehetők, illetve veendők:

Egyfelől + **(pozitív)** értelemben:

- elemi igény az egyedihez, egyénihez
- a régi, eredeti tárgy értéke, felértékelődése
- természet és környezetvédő szemlélet
- ökológiai felelősség (természetes alapanyagok)
- szimbolikus tartalom, identitás
- a kreativitás fenntartása, fejlesztése (saját kezű javíthatóság)
- évszázados használat által igazolt funkcionalitás (pl. sütőedények)
- kedvező/bb árfekvés
- könnyebb beszerezhetőség

Másfelől – **(negatív)** értelemben:

- uniformizálódás, tömegcikk jelleg
- egészségre káros anyagok
- hulladékkezelési nehézségek
- javítási, illetve szerviz problémák (gyakran javíthatatlanság)
- beszerzési nehézségek (egyres típusok, márkák esetében)
- kedvezőtlen árfekvés (általában relatív, de márkák esetében abszolút értelemben)
- állandó divatváltás (gyors cserélési, illetve váltási kényszer)
- funkció-ellátási zavarok
- érték nélküliség (könnyedén történő megszabadulás)

Számtalan példát hozhatnánk arra nézve, hogy a kézműves hagyomány hol, milyen területeken és miként jelenik meg (pl. sütő- és főzőedények, bútorok, ruházat, viselet, ékszer, lakástextília, gyermekjátékok) minőségi és esztétikai érték-többlettel, valós szükségleteket kielégítő, valamint *választékbővítő* kínálat. (Értelemszerűen a kézművesek, népművészek,

8 Vö. MICHALKÓ 2002. 1. táblázat

JÓZSA PÉTER EMLÉKEZETE

GRÁFIK IMRE: AZ ESZTÉTIKAI HATÁS NYOMÁBAN

népi iparművészek műhelyeiben, többnyire azonban a termékeiket árusító speciális boltokban, üzletekben, galériákban, de leginkább az úgynevezett kézműves vásárokon.)

Szerény lehetőségeink birtokában a szombathelyi Vasi Múzeumfalu (újabb intézménynevéen Vasi Skanzen) hagyományos őszi és tavaszi rendezvényein, a Szent Márton és Szent György napi vásárok alkalmával, egyfajta „minimál-interjúk” keretében felmérést (valójában inkább tájékozódást) végeztünk a vásárlási döntés meghozatala tárgyában. A 62 (32 és 30) fős mintavétel során a beszélgetésekből arra lehetett következtetni, hogy bizonyos – részben előzetes, részben a helyszínen kialakult/kialakított – szándékok, indítékok jól meghatározhatók voltak:

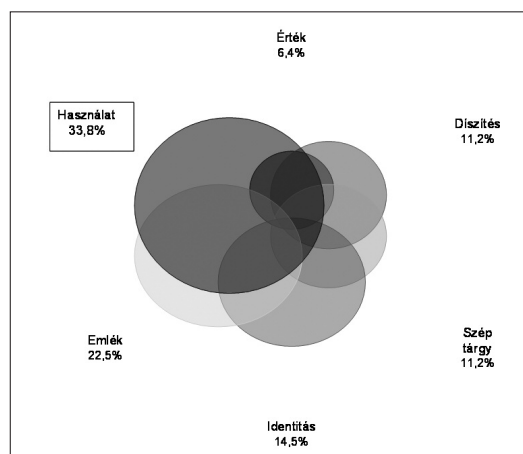
- 1/ A tárgy használhatósága, funkcióba helyezési szándéka (Használat)
- 2/ A tárgy által felidézhető érzelmi kötődés tájhoz, közösséghez (Identitás)
- 3/ A tárgy alaki-formai megjelenése, *esztétikai többlete* (Szép tárgy)
- 4/ A tárgy anyagiakban is kifejeződő értéke (Érték)
- 5/ A tárgy úgynevezett másodlagos szerepe (Díszítés)
- 6/ A tárgy ajándék, illetve „mementó” jellege (Emlék)

A vásárlás indokai természetesen társulhattak, illetve kombinálódhatnak is. Például:

- szép tárgy + identitás;
- szép tárgy + díszítés-dekoráció;
- szép tárgy + érték;
- használat + emlék;
- szép tárgy + érték + emlék;

stb., de a fentebb vázolt tényezők között az arányok jól elkülöníthetők voltak.

Százalékos megoszlásban és diagramra kivetítve a tárgyválasztás, illetve a tárgyvásárlás indoklását (a lehetséges kombinációkra is utalással) a használat dominanciájával, az alábbi megoszlást kaptuk (lásd 2. Diagram).



2. Diagram

A motivációk, illetve az eredmények értelmezéséhez egy megjegyzés mindenképpen szükséges. Amennyiben a vásárlás indoka a *használat*, az, hogy a későbbiekben otthon a tárgy valóban (tartós vagy ideiglenes) használatba kerül, esetleg idővel átsorolódik, illetve átminősül egy más kategóriába (például emlék, identitás), az már egy újabb kérdés, illetve vizsgálat tárgya lehet.

A kapott eredmények – a kis-számú mintavétel ellenére is – megítélésem szerint szólnak, bizonyos megfontolandó tanulsággal, és jeleznek egyfajta – bár lehet, hogy csak a sajátos látogatói körre (az ilyen, úgynevezett kézműves vásárookra többnyire tudatosan eljáró emberekre) vonatkozó – viszonyulást a kézműves hagyományokhoz, illetve a kézműves technikával előállított tárgyi világhoz, végső soron tárgykultúrához (lásd HOFER 1994. 80; vö. BAUSINGER 1995; SZILÁGYI 2002; 2005).

IRODALOM

ALMÁSI Miklós

2017 A kultúra színeváltozása. *KORUNK* III. folyam 10 (október) 3-6.

BAUSINGER, Hermann

1995 *Népi kultúra a technika korában*. Osiris-Századvég, Budapest.

BAUDRILLARD, Jean

1968 *Le système des objets*. Gallimard, Paris.

1987 *A tárgyak rendszere*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest.

FEJŐS, Zoltán – SZÍJÁRTÓ, Zsolt (szerk.)

2003 *Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k. A turizmus társadalomtudományi magyarázata*. Néprajzi Múzeum, Budapest.

GRÁFIK Imre

2005 A népi kultúra és a tömegkultúra értelmezéséhez, illetve összefüggéseihez. Továbbgondolások Józsa Péter nyomán. *Vasi Szemle* 59. (5.): 562-574.

2006 Kézműves hagyomány és tárgykultúra. *Ethnographia* 117. (4.): 229-250.

2007 Kézjegy. Kézműves hagyomány, mint védjegy, avagy az eredetiség garanciája. In Wilhelm Gábor (szerk.): *Hagyomány és eredetiség*. Tabula könyvek 8. Néprajzi Múzeum, Budapest. 240-251.

2009 A kézműipar és a népművészet hatásterülete (Műfajok, mesterségek rendszere) *Zalai Múzeum* 18. *Petánovics Katalin 70 éves*. Zala Megyei Múzeumok Igazgatósága, Zalaegerszeg. 111-122.

2010 Gondolatok a „fenntartható kézművesség” körében. (Előadás – kézirat) <http://www.vasimuzeumfalu.hu/hu/projektbeszamolok> és www.zalanepmuveszet.hu/nemzetkoziprojekt/gondolatok.pdf

<https://docplayer.hu/2004760-Gondolatok-a-fenntarthato-kezmuvesseg-koreben-grafik-imre-neprajzkutato-ny-muzeumi-fotanacsos-szombathely-2010.html>

2017a Gondolatok a népművészet motívumairól. *Vasi Szemle* 71. (3.): 291-307.

2017b A népművészet szűkebb és tágabb értelmezéséről. *Ethnographia* 128. (4.): 710-730.

2018a Továbbgondolások a népművészet értelmezéséről (A répcelaki betonkerítések kapcsán) *Vasi Szemle* 72. (6.): 733-749.

2018b Népi építészetünk „fenntartható elemei”-ről. *Napút* 2018. 20. (7.): 174-185.

2019 BEKERÍTVE?! (Tűnődések településképf-formáló betonkerítések kapcsán a népművészet értelmezéséről) In Gráfik Imre: *Építészeti hagyományunk nyomában. Tanulmányok a népi építészet és a településképzés köréből 1974-2018*. Romanika Kiadó, Budapest. 371-386.

JÓZSA PÉTER EMLÉKEZETE

GRÁFIK IMRE: AZ ESZTÉTIKAI HATÁS NYOMÁBAN

- HOFER, Tamás
1994 A „fogyasztói magatartás” mint kutatási téma. *Néprajzi Értesítő* 76. 74-84.
- JEGGLE, Utz
1979 Folklorizmus és történelem. *Ethnographia* 90. 248-255.
- JÓZSA Péter
[1976.] *Esztétikai alkotások társadalmi hatása*. Tanulmányok és kutatási beszámolók. Népművelési Propaganda Iroda, Budapest
- 1986a A tömegkultúra problémái. In Józsa Péter: *Az esztétikai élmény nyomában. Művészetszociológiai és szemiotikai tanulmányok*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 71-82.
- 1986b Vizsgálatok a kulturális értékek befogadásáról. In Józsa Péter: *Az esztétikai élmény nyomában. Művészetszociológiai és szemiotikai tanulmányok*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 83-95.
- KORKIAKANGAS, Pirjo
2004 Everyday Life, Objects, and Nostalgia. In Ene Kõresaar – Art Leete (ed.): *Everyday life and cultural patterns international festschrift for Elle Vunder*. Tartu University Press, Tartu.
- MICHALKÓ Gábor
2002 Országkép és kiskereskedelem: a külföldi turisták szabadidős vásárlásai a magyarországi idegenvezetők szemével. *Turizmus Bulletin* 6, 3, 60-75. https://mtu.gov.hu/documents/prod/T_bulletin_2002_03.pdf
https://mtu.gov.hu/documents/prod/T_bulletin_2002_03.pdf
- MOSER, Hans
1962 Vom Folklorismus in unserer Zeit. *Zeitschrift für Volkskunde* Jg. 58. Nr. 2. 177-209.
- SZILÁGYI, Miklós
2002 A népi iparművészet és a néprajzi muzeológia. In Cseri Miklós, Füzes Endre (szerk.): *Ház és ember, A Szabadtéri Néprajzi Múzeum évkönyve 15*. (Tanulmányok Füzes Endre 70. születésnapja alkalmából. Szentendre, 2002. 291- 300.
- 2005 Tendenciák, átalakulási folyamatok a népi iparművészetben. *Ethnographia* 116. (3): 321–328.
- TUOMI-NIKULA, Outi
2004 Vom „traditionellen Handwerk” zum „Traditionsprodukt”. Überlegungen zu Begriffen der Handwerkskunst. In Ene Kõresaar – Art Leete (ed.): *Everyday life and cultural patterns international festschrift for Elle Vunder*. Tartu University Press, Tartu. 87-112.
- VOIGT, Vilmos
1970 Vom Neofolklorismus in der Kunst. *Acta Ethnographica* vol. 19. 401-423.
1990 *A folklorizmusról* (Néprajz egyetemi hallgatóknak 9). Kossuth János Tudományegyetem, Néprajzi Tanszék, Debrecen.

ÖSSZEFOGLALÁS

A közelmúltban – szinte véletlenül – találtam rá Józsa Péter *Esztétikai alkotások társadalmi hatása* című kötetére. Az egykori Népművelési Propaganda Iroda által kiadott kötetben a kiadási év ugyan nem szerepel, de vélhetően 1976-ban jelent meg.

Ennek bizony már közel fél évszázada, de Józsa Péter gondolatai időt állóak, oly annyira, hogy sajnálattal kellett belátnom, kissé későn került kezembe a polcom egyikén lappangó kötet. A közelmúltban ugyanis több tanulmányban foglalkoztam népművészeti örökségünk; a (tárgyalkotó) népművészet, a népi iparművészet értelmezésének kérdéseivel, esztétikai vonatkozásaival.

A könyv, záró tanulmányának címe: *Az esztétikai alkotás hatásmechanizmusának társadalmi jellege*. Az 1974-ben megfogalmazott tanulmány fontos alapvetéseket tartalmaz az esztétikai alkotások hatásmechanizmusának tényezőivel kapcsolatban.

Köztudott, hogy Józsa Péter vizsgálódásai az esztétikum jól körülhatárolható megjelenési formái, módjai tárgyában (főképpen irodalom, film, festészet, zene) folytak, ám következtetései, megállapításai az esztétikai alkotások más köreiből, jelesül az úgynevezett **esztétikai többlet**-tel rendelkező néprajzi, népművészeti, népi iparművészeti tárgyakra is kiterjeszthetők, illetve érvényesek.