

Розита Димова, (Хале, Германија)

### Консумирајќи го „другиот“: пример(и) од Југоисточна Европа

*Анстракт:* Оваа статија ги опишува локалните и транснационалните процеси кои доведоа до етнички конфликт во Македонија, потенцирајќи ја реартикулацијата на класните, етничките и на родовите разлики кои се јавија како резултат на распаѓањето на Југославија во 1991 и создавњето на независна Македонија. Главна цел на оваа анализа е доменот на потрошувачката и материјалната култура, особено на внатрешните декорации. Предмет на анализата се мебелот, декоративните објекти и поделбата на просторот во домовите на моите информатори, а централната теза е дека потрошувачката ја рedefинира етничноста во Македонија по 1991 година. Материјалот добиен од теренското истражување покажува дека материјалната култура и потрошувачката рефлектираат, но исто така и креираат етничка тензија меѓу Македонците и Албанците. Теоретски, оваа статија ги поврзува аналитичките концепти кои преовладуваат во социјалната антропологија, како, на пр., етничност, материјална култура и потрошувачка, со психоаналитичките концепти на фантазија, порив и на загуба. Оваа врска дава солидна основа за антрополошка анализа која ги зема предвид индивидуалните и колективните искуства на луѓето со различно етничко потекло и ги лоцира во поширок национален и транснационален контекст.

*Клучни зборови:* етничност, конфликт, материјална култура, потрошувачка, Македонци, Албанци, фантазија, загуба

#### *Вовед*

Како „периферија на перифериите“ (Freidman 1997), Македонија веќе подолго време го привлекува вниманието на социјалните научници, особено на антрополозите. Од првичниот интерес фокусиран околу големите семејства на Балканот, или т.н. задруги (овој интерес го поттикна американскиот антрополог Филип Мосли во 20-тите години од минатиот век), во периодот по 1991 година, Балканот и поранешна Југославија станаа повторно места што се земаат како модел за социјалните науки, но сега во доменот на етничноста, национализмот и на етничкиот конфликт.<sup>1</sup> Овој пат антрополозите се насочија кон сеопфатна анализа на постсоцијалистичкиот период во Источна Европа, особено во доменот на трансформацијата на сопственоста.<sup>2</sup> Но, останува фактот дека поранешна Југославија е анализирана претежно низ призмата на етничкиот конфликт, национализмот и на насилството.

Пошироката поента на оваа статија е дека доменот на секојдневната култура е домен кој ќе овозможи антрополошка анализа надвор од тесниот параметар на етнички конфликт и етничност кој досега преовладуваше во анализите на социјалните науки. Но, за да се оствари успешно ова, потребно е да се воведат нови методи на анализа, кои ќе ни овозможат поинаква интерпретација на етничкиот конфликт и на етничкото насилство. Централен теоретски аргумент на оваа статија

<sup>1</sup> Види, на пример, Danforth 1995, Karakasidou 1997, Brown 2003, Brown 1994.

<sup>2</sup> See for instance, Hann 1993, Hann 2002a, Kaneff 1998, Kaneff 2004.

е дека аналитичките орудии применети во психоанализата, како што се фантазијата, поривот или загубата, се важни за антрополошката анализа. Овој текст ја потенцира релевантноста на овие концепти и можноста да ја поврзат антрополошката теорија на материјалната култура и потрошувачкото општество со широката интердисциплинарна литература за национализмот и етничноста.

Материјалната култура и потрошувачката заземаат важно место во антропологијата, особено во однос на класниот и на родовиот аспект. Сепак, домените на национализмот и на материјалната култура со потрошувачката остануваат неповрзани и покрај тоа што промените во Македонија по 1991 година, особено во начинот на кој комуницираат двете доминантни етнички групи - Македонците и Албанците, треба да се објасни со употреба на фантазија, порив и загуба.

Врската меѓу материјалната култура и национализмот изградена врз база на овие концепти отвора и политичка димензија: овој пристап ја пренасочува анализата на националните групи во Македонија и на Балканот. Наместо да се третираат како олицетворение на некакви примордијално-националистички сили кои се борат за политичка доминација, корелацијата меѓу национализмот и материјалната култура ја збогатува антрополошката теорија, која ја трга егзотичноста од Балканот (Bakic-Hayden and Hayden 1992; Todorova 1994, 1997; Zivkovic 1990) и на тој начин ја разоткрива блиската врска меѓу Западот и Балканот (каде што Балканот е конструкција и олицетворение на негативниот Друг на Западот). Негативната претстава на Балканот, која најнапред произлезе од опозицијата меѓу западното христијанство и отоманскиот ислам (Todorova 1994), се продлабочи во текот на студената војна, кога идеолошката и политичката географија на демократскиот капиталистички запад се спротивставуваше на тоталитаристичкиот комунистички исток (Bakic-Hayden and Hayden 1992: 3-4). Ваквата опозиција продолжува да преовладува во претставување на Балканот во западните медиуми, академски и политички дискурси. Оваа анализа инсистира на глобалниот капиталистички систем кој иницира огромен потрошувачкиот ефект, но исто така текстот зема предвид како овој систем предизвикува локални (специфични) националистички процеси. Поточно, на овој начин се овозможува да се сфатат комплексностите на македонскиот и на албанскиот национализам на различни нивоа: во јавните и домашните простори, во потрошувачките навики и официјалните национални идеологии.

Следствено, оваа анализа ги збогатува теориите на потрошувачката и материјалната култура формулирани од антрополози и од социјални теоретичари (Appadurai 1986/96; Baudrillard 1981; Douglas 1992; Douglas and Isherwood 1978; Friedman 1995; Jameson 1998; Miller 1998, 1995a, 1995, 1993) кои или ги занемаруваат или ги негираат психоаналитичките концепти. Следејќи го Бурдије (Ако е француско.) (Bourdieu 1984), оваа студија го третира вкусот како главна димензија за важноста на секојдневните блага. Но, фокусирајќи се на националноста и на етничноста, оваа анализа поставува прашања кои не можат да се одговорат со еднострано пристап на Бурдије, во кој стратешкиот избор е главниот фактор при репродукцијата на општествените класи. Затоа, анализата на потрошувачката практика и материјалната култура посочува дека национализмот е

национална фантазија материјализирана и поддржана од материјалните блага и од просторот.

Со акцентирање на важноста на симболичкиот (фетишистички) ефект на материјалните предмети во креирањето на националните идентитети и фантазии, статијата се стреми да го рedefинира концептот „фетишизам на благата“ (Magh 1976; Taussig 1980). Овој концепт ја третира мистериозната моќ на материјалните блага како лажна, како моќ која ги маскира пошироките општествени односи типични за капитализмот. И покрај тоа што е неспорна важноста на општествено-економските односи, суштински е да се долови фетишистичката моќ на предметите во секојдневниот домен. Еден предмет станува фетиш не само кога му се додадени вредности кои човекот не е во состојба да ги разреши на индивидуално ниво (McClintock 1995: 185). И секојдневните потрошувачки предмети, како што се, на пр., мебелот, пердињата, простирките или декоративните предмети, имаат фетишистички потенцијал кој симболизира и креира национален идентитет. Литературата што се однесува на темата на фетишизмот на благата треба да се чита паралелно со постпроцесуалната теорија во археологијата, која значајно придонесува во теоретизирањето на материјалната култура која инсистира дека предметите немаат само пасивна улога. Врз основа на своето истражување во регионот Баринго во Танзанија, Јан Ходер (Ian Hodder) потенцира дека материјалната култура не само што рефлектира и изразува групни идентитети туку таа и активно го оправдува однесувањето и намерите на човечките групи и на симболите кои се активно инволвирани во општествените стратегии (Hodder 1982: 36).

Имајќи ја предноста што ја немаат археолозите - не само да се читаат материјалните предмети туку да се спортивстават моменталните идеи што ги имаат Македонците и Албанците за важноста на тие предмети, овој труд го објаснува национализмот во секојдневието во еден град со средна големина во Македонија. Поточно, со проучување на потрошувачките навики во ентериерот на одредени семејства, ова истражување нуди анализа која го комбинира човечкиот фактор со културниот/симболичкиот ефект што го имаат материјалните објекти врз луѓето и на тој начин ја акцентира важноста на заедничкиот пресек и содавањето на материјалните навики и на националните идеологии и фантазии.

Овој етнографски приод зборува за неминовноста од анализирање на заедничката испреплетеност на материјалните практики (Bourdieu 1979), националните идеологии и фантазии. Додека теоретичарите чии анализи се обидувам да ги поврзам со антрополошкиот и со етнографскиот домен пред сè ја користат оваа теорија во филмската и во книжевната област, овој текст е обид да го операционализира овој концепт во конкретен теренски проект, кој го анализира потрошувачкото однесување на лицата со мешан етнички идентитет во еден македонски град.

*Од сличност до страв: „исти како вас“*

Го запознав Суад уште во првиот месец од мојата теренска работа. Со тек на време, тој стана еден од најважните информатори во моето истражување. Со ентузијазам, Суад го подели горчливото лично искуство во осознавањето на „сопствената албанштина“. Својата различност од другите Суад ја запознал како

студент на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје. Започнувајќи ги студиите во почетокот на 80-тите години од минатиот век, непосредно по големите демонстрации на Косово во 1981 година, тој се соочил со националистичкиот антагонизам кај неколку од своите професори. Реагирајќи на нивните видувања за Албанците, според неговите кажувања, Суад изгубил година поради неположен испит, и покрај тоа што смета дека неговите одговори биле подобри од многумина од колегите што положиле. Ова искуство го огорчило, го повредило, но најмногу го направило свесен дека е различен од своите колеги на факултетот. Овој инцидент ја рedefинира неговата перцепција за тоа што значи да се биде Албанец. Поточно, сево ова го научило да биде Албанец.

Во третиот месец од теренската работа, тој ме запозна со своето пошироко семејство, кое во текот на истражувањето ми обезбеди важни контакти и информации. По седум месеци интензивен контакт, бев поканета во нивната кука по повод венчавката на неговиот брат за да го видам чеизот на невестата.

Младиот пар се смести во спалната соба на вториот кат од семејната кука. Таткото на невестата, кој има приватен бизнис и финансиска помош од роднина кој живее и работи во странство, беше во состојба да обезбеди богат чеиз за својата ќерка. Мебелот за спалната соба, на пример, чинеше 8000 долари и беше само еден мал дел од нејзиниот богат мираз. И спалната соба на младите и спалната соба до неа, која е на Суад, беа речиси три недели преполни со изложени предмети од богатиот мираз на невестата.

Таткото на Мерсиха, невестата, поседуваше три продавници за тракторски делови. Првата ја отворил во 1992 година, со финансиска помош на братот од Белгија, кој го поврзал со неколку деловни партнери од Западна Европа. Другите контакти со роднините од Турција му овозможиле на таткото на Мерсиха да го прошири својот бизнис за кратко време. Со тек на време, тој почнал да увезува стока од Грција, Бугарија, Русија и од Украина. За седум години неговиот бизнис прераснал во еден од водечките не само во Куманово туку и во цела Македонија. „Ако го нема тракторскиот дел во нашата продавница, значи го нема никаде на Балканот“, ми посочи Мерсиха за време на еден разговор. Продавниците ги посетувале подеднакво и етнички Македонци, и Роми, и Турци и Срби, токму поради најдобриот избор на производи.

Околината на градот е земјоделска и поради тоа бизнисот им цветаше. Со две продавници во нивниот град и во Скопје, таткото на Мерсиха беше добар пример за новозбогатен бизнисмен во градот. Од краткиот разговор што го имав со таткото, веднаш ја забележав важноста што му ја даваат на богатиот мираз кој го обезбедил за својата ќерка, особено поради фактот што мебелот беше купен од една од најскапите продавници во Куманово, каде што најголемиот дел од експонатите беа увезени од Турција или од Саудиска Арабија и го рефлектираа популарниот стил *барок*. Главни карактеристики му беа богатиот и накитен изглед на дрвото, јаките бои на тапацирот и големината на мебелот.

Сличен тренд беше присутен во седумдесеттите години од минатиот век, кога богатите Македонци беа привлечени од луксузниот стил на мебелот кој не беше присутен претходно. Доминантниот стил на 60-тите и на 70-тите, кој го карактеризираа минималните декорации, беше застарен. Луѓето од високите слоеви на југословенската работничка класа, на пр. директорите на големите државни

претпријатија или оние што имаа некоја друга важна функција во некоја од државните институции, преферираа мебел кој симболизира аристократија и луксуз. Овој мебел беше вообичаено направен од полирано дрво, со заоблени рабови и делови обоени во златно.

Доминираше темното дрво, или махагони. Важна карактеристика беше големината, веројатно поради симболичкиот ефект, укажувајќи на престиж и на моќ. Обично овие делови од мебелот беа толку големи што процесот на селење беше голем настан и во тоа се вклучуваа повеќе луѓе, кои или помагаа или беа сведоци на процесот на преуредување. Многу од декоративните детали кои оеа со мебелот се купуваа или се носеа од Солун во Грција, на пример, најпопуларните имитации на романтични пејсажи врамени во златести рамки. Скулптурите и украсите, исто така честопати купени од Солун, беа главно кристални или златести лустери, порцелански вазни, чаши или други предмети. Многуге продавници за кичести декоративни предмети по должината на Виа Игнација во Солун беа привлечни за владејачките слоеви на социјалистичката класа поради нивниот луксузен изглед.

Анкетата што ја спроведов како дел од поширокото истражување за врската помеѓу материјалната култура и етничкиот идентитет покажа дека повеќето албански семејства немале можност за богат мебел и купиле каучи за своите домови во 80-тите години. Но, семејството на Суад купило каучи речиси за секоја соба уште во 70-тите години, многу порано од поголемиот број семејства што учествуваа во анкетата. Семејството се „ослободило“ од миндерлаците во средината на 70-тите од минатиот век, пред сите негови роднини. Неговите родители, особено неговата мајка, биле желни да воведат новини во домот. Со оглед на тоа што таткото бил вработен во железницата, а мајката била домаќинка, а биле вкупно седум деца, немале можност да купуваат скапи работи. Суад, најстариот син, добил мебел за својата соба кога имал 15 години, и тоа е собата која ја користи и ден-денес: шифоњерот, каучот, малата маса и двете фотелји сè уште се во употреба и покрај тоа што се малку дотраени.

Кога телевизорите почнале масовно да се употребуваат во почетокот на 70-тите, таткото на Суад веднаш купил еден, но набргу бил принуден да го продаде поради негодувањето на сопствената мајка, која живеела со нив. За неа, телевизорот претставувал порочно и нерелигиозно средство за забава кое покажува „срамни работи“. Неколку години подоцна, по нејзината смрт, семејството повторно купило телевизор и гледањето филмови станало една од омилените семејни забави. Неколку недели пред свадбата, Аднан купи нов телевизор со голем екран, со сателитска антена и дигитален приемник, на кој можат да се гледаат 150 канали од цел свет.

За разлика од миразот на Мерсиха, поранешната жена на Суад, од која беше разделен веќе неколку години, не донела нов мебел како дел од миразот, туку го користела постојниот стар мебел. Навечер каучот го спуштале за спиење. Сепак, Суад направил голем број промени пред доаѓањето на невестата, како, на пример, го поправил дрвениот под, покривот, ги бојадисал сидовите и нанел мрсна боја на вратите и на прозорците. Единственото нешто што младата жена го донела со себе биле две репродукции на уметнички слики купени од Бит-пазар во Скопје: и покрај тоа што биле евтини, за неа тие беа симбол на урбанизираност. Суад во една

пригода напомена дека квалитетот на сликите бил ирелевантен. Главната важност била нивната симболика на еманципираност. Другите традиционални рачни работи, како што се плетени или везени декорации, претставувале заостаната мода и отсликувале вкус на домаќинка.

Суад посочи дека жали поради сопствениот избор да донесе жена од Скопје со добро социјално потекло и со факултетска диплома. Но, тогаш му било многу важно да има таква жена и особено таа да е од Скопје. Работите ќе биле многу поедноставни ако таа била селанка, послушна девојка која ќе покажела повеќе почит кон него и неговото семејство, особено кон неговата мајка и сестрите. И покрај нејзиното потекло, поранешната сопруга никогаш не донела нов мебел. Таа никако не можела да го прифати неговото семејство и постојано се надевала дека еден ден таа и Суад ќе заминат и ќе живеат сами.

Новата жена на Аднан, од друга страна, донесе многу нови работи во куќата: нова машина за перење, нова машина за миење садови, нова правосмукалка, стотици рачно изработени украси, чаршафи за маса, навлаки за перници, креветски чаршафи порцелански садови за јадење, неколку комплекти кристални чаши во различна големина, керамички сиден часовник со натписи од Коранот итн. Личната гардероба што ѝ ја купил татко ѝ се состоеше од 22 пара чевли и соодветни чанти и десетици екстравагантни фустани. И Аднан, кој успеа да најде алтернативни начини да купи мебел на отплата и на попуст, иницираше многу промени во домот. Купи нов мебел (Г-гарнитура на која можат да седат 16-18 луѓе) за салонот и за семејната соба. Потоа тој купи нова маса и трпезариски столици за во салонот, нови килими, нови комоди и нов шпорет за во кујната.

Целиот овој мебел беше купен од локалните продавници. Мајката на Суад и на Аднан ми спомена еднаш дека има толку многу промени во домот што не може да си ја препознае сопствената куќа - како да е во нечија друга куќа. „Но, тоа е во ред. Ако снаата преуредува, значи сака да се чувствува како дома. Жената на Суад не сакаше да допре ништо. Главната желба ѝ беше да замине од тука“. Фактот дека новата снаа сака да го освои просторот со предмети од нејзиниот мираз не само во нивната соба туку и во заедничкиот простор во куќата, свекрвата го гледаше како позитивен знак за желбата на снаата да биде дел од семејството. Така, промените иницирани и направени од новодојдената снаа беа прифатени со одобрување и со респект.

Имав подолго интервју со Аднан по неговото ТВ-шоу на локалната станица. Го чекав во една мала соба до студиото од каде што одеше директниот пренос на емисијата. Собата беше мала и влажна. Чекајќи го, разгледував еден куп австриски видеосписанија. Емисијата на Аднан одеше во текот на неколку години и тој беше главен продуцент на сè во неа. Тој ги селектираше видеоспотовите, одлучуваше за спонзорите на емисијата и за должината на рекламите. Со оглед на тоа што беше интерактивно шоу, младите се јавуваа да гласаат за одреден видеоспот, со можност да освојат ЦД-плеер ако одговорот точно на едно прашање.

Разбирливо е тогаш што Аднан беше популарен во градот, особено меѓу младите, но и меѓу оние што сакаа да го рекламираат својот бизнис во емисијата. Кога се подготвувавме да го напуштиме студиото, го запрашав Аднан зошто толкав број реклами во емисијата се од производители и трговци на мебел. Аднан ми

објасни дека се договорил со нив да ги рекламира во емисијата и наместо да платат за рекламите, да може да купи мебел во нивните продавници со попуст или на 12 месечни рати. Суад претходно ми имаше објаснето дека Аднан бил загрижен за сопственото социјално потекло. Нивната куќа, во која живееле од 60-тите години, беше сè уште истата, со само неколку скромни додавки направени пред да почине татко им. Вториот кат имаше две соби и купатило и таму престојуваша браќата. Долниот кат имаше голема дневна соба, или салон, семејна соба до кујната, во која семејството гледаше телевизија, две спални соби и купатило. Семејството е големо, со два сина и пет ќерки. Четири сестри беа омажени, па тогаш само мајката, едната сестра и двајцата браќа живеат во куќата. И сите со нетрпение го очекуваа новиот член на семејството - новата снаа.

Многу промени се случуваа во куќата во месецот пред свадбата на Аднан и Мерсика: ставија нови ролетни во спалните соби на вториот кат, ја варосаа куќата, купија нови пердиња, го прераспоредија стариот мебел. Суад ја преуреди комплетно својата спална соба: ја вароса, го претапацира каучот и го премести креденцот. Тој сакаше да се ослободи од сè што го потсетуваше на неговата поранешна жена. Собата не беше сменета од нивната свадба во 1994 година. Најтешко од сè му беше да се ослободи од нејзините невестински фустани. Кај Албанците е обичај невестата да се преоблекува во гламурозни фустани, купени од нејзиниот сопруг, во текот на првата година од свадбата, кога сè уште се смета за невеста.

Со тек на време се спријателив со Мерсика и честопати ја посетував на кафе. При еден разговор, Мерсика спомена дека ќерката на адвокатот што го застапува бизнисот на нејзиниот татко исто така одбрала ист мебел за спалната соба како Мерсика. Со оглед на тоа што таткото на Мерсика има многу пријатели меѓу Македонците, неколкупати таа ми спомена дека нејзиното семејство купува слични работи како и пријателите-Македонци. „Она што е убаво е убаво било за Македонците било за Албанците. Сега има Албанци кои имаат софистициран вкус исто како Македонците. Нема голема разлика повеќе. Албанците не се веќе она што беа: прости и без вкус“. Иако многупати Мерсика спомена дека преферира стил со арапски или со муслимански мотиви, со самото тоа што нејзиното семејство може да си дозволи слични работи како образованите Македонци со кои доаѓа во контакт, посочува на фактот дека социјалниот простор се менува по должината на етничките линии.

Венчавката на Аднан и Мерсика беше во еден од најелитните ресторани во градот, кој неодамна беше реновиран и беше особено популарен меѓу Албанците поради управникот-Албанец. Таа вечер ми пријдоа голем број пријатели и роднини на Аднан и на Мерсика кои се интересираа за тоа како ми се допаѓа венчавката и дали многу се разликува од венчавките кај Македонците. Ова беше првпат да присуствувам на венчавка на Албанци, но во секој поглед свеченоста ми изгледаше слична како „македонските“ венчавки на моите пријатели и роднини, со гласна музика и сличен начин на танцување. Неколкупати во текот на вечерта еден од келнерите, етнички Македонец, ми покажуваше знаци на солидарност и разбирање со превртување на очите. Кон крајот на свеченоста, кога се послужуваше десертот, тој ми шепна тивко на уво: „Убава венчавка, нели? Албанците не се веќе тоа што беа. Нивните венчавки сега се исти како нашите“.

Неколку месеци потоа, моја блиска пријателка од Скопје дојде да ме посети на терен. Планирав да појдеме во некое кафуле и ги поканив Луан, Аднан и Мерсиха да ни се придружат. Отидовме во еден ноќен бар, кој беше еден од најпопуларните во градот и каде што доаѓаа најразлични луѓе: Македонци, Албанци, Роми, Срби, „унпрофорци“. Мојата пријателка, Македонка и архитектка по професија, го помина најголемиот дел од вечерта во интензивен разговор со Луан и покрај неподносливо гласната музика. Подоцна во текот на вечерта, кога ние две се враќавме кон мојот изнајмен стан, таа ми рече: „Твоите албански пријатели навистина се фини. Мерсиха и Аднан се многу убав пар, многу модерен. Но, толку сум импресионирана од Луан. Има такво широко познавање за филозофијата и за литературата. Зборувавме за смртта и за животот потоа. Богами, многу е начитан и се облекува многу убаво. Не можеш да го познаеш дека е Албанец воопшто“. Вадејќи ја шминката во купатилото, таа ми се обрати додека јас го расправав креветот во дневната соба: „Но, немој да се залажуваш, Розита. Албанците како овие се најопасни – не можеш воопшто да ги препознаеш. Толку се слични и затоа се опасни и поубутливи. Треба од таквите како нив да се плашине, а не да бидеме импресионирани од нив“.

Мојата реакција на нејзиниот коментар во прв момент беше импулсивна: се почувствував разлутена и испровоцирана што моја блиска пријателка, која ја знам од детство, има таков расистички став кон луѓе кои исто така ми станаа многу блиски во текот на теренската работа. Со тек на време согледав дека е тоа став и искрена реакција на многу Македонци чиј морален интегритет никогаш не би го ставила под знак прашалник. Фактот дека голем број Албанци се „модернизирани“, „се облекуваат дури и поубаво од нас, па не можеш да ги препознаеш дека се Албанци“, ја разоткрива фанзмичната димензија со која Македонците го објаснуваат постоењето на Албанците кои се слични и визуелно не можат да се разликуваат, но, од друга страна, не го негираат својот албански идентитет, ниту ја кријат религиозната припадност. Успешните Албанци во социјализмот по правило беа членови на Партијата, што значи неминовно и атеисти, и го имаа како модел успешниот македонски граѓанин и член на општеството. Но сега, Мерсиха и нејзиното семејство се финансиски помоќни од многу Македонци кои во текот на социјализмот ги имаа финансиските привилегии. Од една страна, Мерсиха е горда што може да ги има истите работи како и богатите Македонци, но, од друга страна, во секоја пригода таа потенцира дека е Албанка, дека е горда на својот етнички идентитет и дека е горда на тоа што нејзиниот дедо е оца и целото нејзино семејство е религиозно.

### *Заклучок*

На претходниве страници се обидов да посочам дека етничноста и етничкиот конфликт треба да се анализираат во поширокиот контекст на слободниот пазар, приватизацијата и на новите демократски промени кои ги моделираат локалните идентитети на обичните луѓе. Доменот на потрошувачката, како што се обидов да покажам, нуди простор од кој може да се согледа комплексноста на процесите во Македонија и многубројните актери кои се неминовен дел од ова сценарио. Но, потрошувачката исто така нуди простор од кој

можат да се анализираат и теоретските и епистемиолошките граници на антропологијата како дисциплина.

Даниел Милер (Miller 1995) укажа на доменот на потрошувачката/консумацијата како домен кој ја трансформира „природата“ на антропологијата како дисциплина. Прифаќањето на полето на консумацијата како поле значајно за атрополошка анализа навистина е значаен чекор на созревање на антропологијата и „конечно отфрлање на латентниот примитивизам“ (Miller 1995: 250). Може со сигурност да се заклучи дека консумацијата е главната карактеристика на доцниот капитализам, кој креира „услови на невозможност“ истата да се надмине или да се попречи. Жижек инсистира на тоа дека тука лежи либидната економија на капиталистичката потрошувачка: во производството на предмети кои не само што ги задоволуваат постојните потреби туку и ги креираат потребите кои се обидуваат да ги задоволат (Zizek 2003). Овој пристап ја проблематизира ефикасноста на конвенционалната Марксистичка критика на капитализмот, која претпоставува дека производството ја креира потребата за потрошувачка и за благата што се произведуваат.

Сепак, на претходните страници покажав дека доменот на материјалната култура и потрошувачките навики и социјалниот простор овозможиле трансгресија на една претходно маргинализирана етничка група да стане социјално помобилна и да ги рedefинира контурите на сопствениот простор во Македонија. Воведувањето на пазарната економија во 1991 година повлијае на секојдневниот живот на Македонците и на Албанците и на сите етнички групи во Македонија во неколку аспекти: во однос на потрошувачката, моќта на купување, изборот на стоката, класната дистинкција и, особено, во однос на етничката разлика. Промените во политичката економија во Македонија и во Источна Европа повлијаеја на симболичкиот простор кој ги втемелува и им дава значење на етничките идентитети кои по 1991 година се поделени според класната припадност и поседувањето западна стока и предмети. Брзината со која се случуваат овие промени сè уште не отвора простор за постоење на маркер (знак) со кој многу Македонци, некогашни припадници на релативно привилегираната работничка класа, да ги восприемат промените во општествено-политичкиот систем. Присуството на Албанци што се „како нас“, како, на пр., семејството на Мерсиха, создаде страв од загрозување на привилегираната позиција што ја имаа Македонците во однос на Албанците.

Централниот начин на кој етничките Македонци рационализираат за овие промени е да ја објаснат оваа загуба на сопствените економски привилегии и претходниот комотен начин на живот со обвинување на Албанците како одговорни за таа загуба – со критизирање на албанското видливо присуство во општеството. Затоа, загубата што ја чувствуваат Македонците е во прв план материјална – видлива преку материјалните предмети и блага што сега ги поседуваат Албанците. Многу етнички Албанци се впуштаат во т.н. „претерано трошење“ овозможено со воведувањето на приватната сопственост во 1991 година (Veblen 1998 [1899]). Албанците гордо го манифестираат своето богатство и промените како „општествено имитирање“, како што покажуваат Мерсиха и нејзиното семејство. Тие ја „покажуваат“ сопствената општествена супериорност во споредба со

посиромашните албански семејства со купување нешта исти како оние што ги поседуваат нивните македонски пријатели.

Во книгата *Метастази на уживањето*, словенечкиот филозоф Славој Жижек пишува за важноста на сличноста, осврнувајќи се на еден инцидент што се случил во текот на неговите предавања за Холивуд во средината на 90-тите години, одржани во Америка. Жижек бил искритикуван дека е недозволно тој да предава за тривијална тема како што е Холивуд додека неговата земја е заглавена во крвава граѓанска војна. Жижек одговорил дека сè додека западниот свет очекува секој од поранешна Југославија да зборува и да пишува само за граѓанската војна, границата меѓу Западот и Балканот ќе продолжи и ќе се одржува социјалната оддалеченост и дистинкцијата меѓу „нас“ и „нив“. Впрочем, најголемиот дел од извештаите од завојуваната Босна беа сензационалистички, прикажувајќи хорор. Западот не можеше да сочувствува со луѓето од Босна ако новинарските извештаи се однесуваа на секојдневниот живот и нормалноста која многу луѓе ја задржаа во текот на војната. Потребата да се создаде остра демаркација меѓу Западот и Балканот го зацврстува ставот дека сме „различни“, а не „исти“.

Врз основа на идејата за „социјалната близина“, воведена од Чакрабарти (Chakrabarty 2002), и на концептот за „блискост“, воведен од Жижек (Zizek 1991), инсистирам дека овие концепти се главниот фактор што ја нарушува претходната рамнотежа меѓу Македонците и Албанците во Македонија, заедно со новата распределба на богатството по 1991 година. Загубата на социјалните привилегии кај Македонците стануваат видливи низ забележливата близина и сличност меѓу двете етничности. Како резултат на тоа, заедничкото искуство на загуба, втемелено во политичката економија, потрошувачките навиките и визуелната близина е она што ја создава етничката тензија меѓу двете групи.

Во предизвикувачката компарација на методите на анализа на психоаналитичарот и на детективот, Жижек инсистира на тоа дека постои блиска врска меѓу двајцата. Имено, психоаналитичарот што личи на детектив (Шерлок Холмс или Филип Марлоу, на пример) следи слична истражувачка линија: и двајцата се обидуваат да дешифрираат скриени знаци и значења поврзани со одредена ситуација. Зарем не би можеле овој заклучок да го прошириме и на антропологот, кој при анализирањето на одредена „култура“ изведува потфат сличен на оној на психоаналитичарот?

Додека теоретичарите како Жижек и Салецл докажаа дека фантазијата е важна во филмската или во литературната теорија, овој пристап ја втемелува фантазијата во конкретната рамка на потрошувачките навиките на луѓето во Македонија. Кога Жижек укажа дека суштината на национализмот и на расизмот е најчесто артикулирана со обвинување на другиот - „другиот кој ужива во работите што ни припаѓаа нам“ или како „другиот краде нешто од нас“, тој го отвори патот за теоретизирање за етничкиот конфликт во доменот на поривот и на фантазијата. Со историско контекстуализирање на појавата на овие феномени и со нивно втемелување во солидна политичко-општествена рамка, теоретскиот пристап што ги зема предвид класните разлики, потрошувачката и етничноста, заедно со семиотиката, поривот и фантазијата, ни нуди аналитички помагала кои ја објаснуваат сржта на етничкиот конфликт во Македонија.

## Референции:

- Adorno, T. (1977). Aesthetics and Politics. London, New Left Books.
- Appadurai, A., Ed. (1986). The Social Life of Things: Commodities in Social Perspective. Cambridge, Cambridge University Press.
- Bachelard, G. (1994). The Poetics of Space. Boston, Beacon Press.
- Bakhtin, M. M. (1981). The Dialogical Imagination: Four Chapters by Bakhtin. Austin, University of Texas Press.
- Bakic-Hayden, M. (2002). What's so Byzantine about the Balkans? Balkan as metaphor: between globalization and fragmentation. D. I. Bjelic and O. Savic. Boston, Thre MIT Press.
- Bakic-Hayden, M. a. R. H. (1992 Spring). "Orientalist Variations on the Theme 'Balkans'" Symbolic Geography in Recent Yugoslav Politics." Slavic Review **51**(1): 1-15.
- Benjamin, W. (1999). The Arcades Project. Cambridge, Mass., Belknap Press.
- Bhabha, H. (1990). Nation and Narration. London, New York, Routledge.
- Bourdieu, P. (1984). Distinction: The Social Construction of Taste. London, Routledge/Kegen Press.
- Bourdieu, P. (1985). "The Social Space and the Genesis of Groups." Theory and Society **14**: 723-744.
- Boym, S. (1994). Common Places: Mythologies of Everyday Life in Russia. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Brown, K. (1994). "Seeing stars: Caracter and identity in the landscapes of modern Macedonia." Antiquity **68**(261): 784-796.
- Brown, K. (2003). The Past in Question: Modern Macedonia and the Uncertainites of Nation. Princeton, Princeton University Press.
- Brubaker, R. (1995). "National -Minorities, Nationalizing States and External National Homelands in the New Europe." Daedalus **124** (Spring): 107-132.
- Buchli, V. (1999). An Archeology of Socialism. Oxford, Berg.

- Chakrabarty, D. (2002). Habitations of Modernity: Essays in the Wake of Subaltern Studies. Chicago, University of Chicago Press.
- Danforth, L. (1995). The Macedonian Conflict: Ethnic Nationalism in a Transnational World. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- Denich, B. S. (1974). Sex and Power in the Balkans. Women, Culture, and Society. M. Z. R. a. L. Lamphere. Stanford, California, Stanford University Press.
- Denitch, B. (1994). Ethnic Nationalism: The Tragic Death Of Yugoslavia. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Derrida, J. (1998). Of Grammatology. Boston, John Hopkins University Press.
- Dyker D. A.. and Vejvoda, I., Ed. (1996). Yugoslavia and After: A Study in Fragmentation, Despair and Rebirth. London and New York, Longman.
- Freidman, V. (1997). "Observers Observed." New Balkan Politics 1(3).
- Fuery, P. (1995). The Theory of Absence: Subjectivity, Signification, and Desire. Westport, Connecticut and London, Greenwood Press.
- Glenny, M. (1999). The Balkans: 1804-1999. Nationalism., War and the Great Powers. London, Granta Books.
- Goldsworthy, V. (1998). Inventing Ruritania: The Imperialism of the Imagination. New Haven and London, Yale University Press.
- Hammel, E. (1983). Zadruga as a process. Family forms in Historic Europe. R. e. a. Wall. Cambridge (Cambridgeshire), New York, Cambridge University Press.
- Hann, C., Ed. (2002a). Postsocialism: ideals, ideologies and practices in Euroasia. London, Routledge.
- Hann, C. M. (1993). "From Production to Property:Decollectivization and the Family-Land Relationship in Contemporary Hungary." Man 28.
- Holbrooke, R. (1998). To End a War. New York, Random House.
- Jameson, F. (1992). The Signature of the Visible. New York, Routledge.
- Kaneff, D. (1998). "Private Cooperatives and Local Property Relations in Rural Bulgaria." Replica 3(Special issue: Central European Histeria (English Edition)): 161-171.

- Kaneff, D. (2004). Who Owns the Past? The Politics of Time in a 'Model' Bulgarian Village. Oxford, Berghahn.
- Kaplan, R. D. (1993). Balkan Ghosts. New York, St. Martin's Press.
- Karakasidou, A. N. (1997). Fields of Wheat, Hills of Blood: Passages to Nationhood in Greek Macedonia. Chicago & London, The University of Chicago Press.
- Lacan, J. (1989 (1958)). The Four Fundamental Principles of Psychoanalysis, Norton Press.
- Lampe, J. R. (1996). Yugoslavia as History: Twice There Was a Country. Cambridge, Cambridge University Press.
- Lefebvre, H. (1991). The Production of Space. Cambridge Mass., Blackwell.
- Marx, K. (1993). Capital. Provo, Utah, Regal Publications.
- Miller, D. (1988). Material Culture and Mass Consumption. London, Routledge.
- Miller, D. (1995). Acknowledging consumption : a review of new studies. London ; New York, Routledge.
- Mosely, P. E. (1976). The Peasant Family: The Zadruga, or Communal Joint-Family in the Balkans, and its recent Evolution.
- Muhic, F. (1991). Stitot od Zlato. Skopje, Kultura.
- Owen, D. (1995). Balkan Odyssey. London, Victor Gollancz.
- Rheubottom, D. B. (1976). Time and Form: temporary Maceodnian households and the zadruga controversy. The Zadruga: essays by Phillip E. Moseley and essays in his honor. H. F. Byrnes. Notre Dame, Ind., University of Notre Damme Press.
- Rusinow, D. (1977). The Yugoslav Experiment, 1948-1974. Berkeley, University of California Press.
- Said, E. W. (1979). Orientalism. New York, Vintage Books.
- Silverman, K. (1996). The Threshold of the Visible World. New York, Routledge.
- Stewart, B. (1994). Broken Lives: A Personal View of the Bosnian Conflict. London, Harper Collins.
- Todorova, M. (1997). Imagining the Balkans. New York, Oxford, Oxford University Press.

Veblen, T. (1998 [1899]). The Theory of the Leisure Class. Amherst, N.Y., Prometheus Books.

Winchester, S. (1999). The Fracture Zone: A Return to the Balkans. London, Viking.

Wolff, L. (1994). Inventing Eastern Europe: The Map of Civilization on the Mind of the Enlightenment. Stanford, California, Stanford University Press.

Woodward, S. (1995). Socialist Unemployment: The Political Economy of Yugoslavia 1945-1990. Princeton, Princeton University Press.

Woodward, S. L. (1995). Balkan Tragedy: Chaos and Dissolution after the Cold War. Washington, D.C., The Brookings Institution.

Zizek, S. (1989). The Sublime Object of Ideology. London, Verso.

Zizek, S. (1991). For They Know Not What They Do. London, Verso.

Zizek, S. (1998). The Metastasis of Enjoyment. London, Verso.

Zizek, S. (2003). On Belief. London, Verso.