

Тисен Илка (Викторија, Канада)

**ИДЕНТИТЕТ СО ЦЕНА:
ПОТРОШУВАЧКАТА И ПОЛИТИЧКАТА ЕКОНОМИЈА ВО
МАКЕДОНИЈА**

Апстракт: По распаѓањето на социјалистичка Југославија, доминантниот „југословенски идентитет“ престана да постои кај повеќето од луѓето во Република Македонија. Наскоро, идентитетот се базираше врз пристапот до потрошувачките стоки. Како резултат на ова, се случи трансформација на секојдневниот живот и на основите на значењата. „Идентитетот“ ги предефинираше внатрешните и надворешните граници. Овој текст ги расветлува локалните динамики и глобалните сили на дезинтеграцијата на Југославија врз една група млади жени инженери во поранешната југословенска република Македонија во контекст на историските, политичките и економските процеси. Истражувањето врз кое се засновува овој текст е реализирано во периодот од 1988 до 1996 година.

Клучни зборови: идентитет, политичка економија, потрошувачка, Македонија.

Во почетокот на распаѓањето на Југославија, малата Република Македонија ја прогласи својата независност во 1991 г. Нејзиното постоење беше оспорувано од соседните држави Грција, Бугарија и Србија, заедно со албанското малцинство во рамките на Републиката кое бараше обединување со соседна Албанија, што без сопствена воена одбрана за Македонија претставува вложување огромни напори. Скопје, главниот град на Република Македонија, е модерен град, денес со многу меѓународни агенции, со меѓународен воен персонал и персонал во други НВО кои дополнително ја обојуваат сцената. Во рамките на овој свет, една млада генерација ги искусува новите перцепции и интеракции, генерација којашто беше донесена на свет во социјалистичка Југославија и порасна во текот на значајните промени во новата држава. Моето истражување го опфаќа периодот од 1988 г. до 1996 г. во независна Македонија и е особено насочено кон една група млади жени, инженери кои се запишаа на универзитет во Југославија, а живеат денес во свет кој им се претставува ним низ многу нови, непредвидливи правила. Од истражувањето заклучувам дека тие се специфичната група којашто е клучниот индикатор за промените што се случуваат. Тие ја претставуваат младата, урбана, социјалистичка елита која ќе има или нема да има големо влијание во создавањето на нивната нова држава. Со создавањето на Македонија

произлегоа интересни прашања за тоа како оваа нова држава ќе изгледа. Далеку од тоа да бидам пророк, би сакала да истакнам одредени определници кои се покажаа како доминантни во моето истражување. Во овој текст се обидувам да докажам дека целиот процес на трансформација во Македонија, особено за помладата генерација, е во голема мерка дефиниран од воведувањето на потрошувачката култура. Во голема мерка нивното разбирање на себеси се случува низ нивните врски со западните производи.

Консумирајќи ги „западните“ добра

Потрошувачката култура во Скопје, во Македонија, се претставува себеси како молчелива поврзаност, онаква поврзаност којашто се дефинира како „нормална“, и тоа онолку нормална колку што се смета за нормална во секоја друга западна земја. Раусинг (Rausing), пишувајќи за Естонија, забележува: „Распаѓањето на Советскиот Сојуз значи дека националниот дискурс за идните цели се промени од една утописка држава кон западно идентификувана ’нормалност‘. Границите на тоа да се биде дефиниран како западен во рамките на советскиот контекст, меѓутоа, значат дека промените во материјалната култура се дочекани со помалку изненадување, ентузијазам или конфузија отколку што би можело да се очекува: ’нормалната‘ или оптималната реакција на новите работи е тивко прифаќање, предефинирајќи ги предметите веќе како такви“ (Rausing, 1998: 190). Моите пријатели, идентификувајќи ги западните добра како нормални и неегзотични, ги прифаќаа на истиот начин како што Естонците ги прифаќаа западните добра, како нешто што „природно“ им припаѓаше ним. Меѓутоа, оваа природна врска за нив произлегува не од историската врска со Западна Европа, како што тврдеа Словенија и Хрватска на пример, ами низ тврдењата кои произлегуваа од нивното југословенско минато, како „западна“ социјалистичка земја. На некој начин, ова предизвикува збунувачки спротивности на размислите во кои Македонија не би можела веднаш да се споредува со другите постсоцијалистички земји, секако не во очите на луѓето коишто ги запознав. За моите пријатели Југославија „природно“ би ја водела Македонија кон интеграција со западниот свет. Со распаѓањето на Југославија на ова „право“ се гледа како на прашање кое е оспорено од страна на Европската заедница која денес им бара визи на македонските граѓани и покрај тоа што еднаш ним им беше подарен слободен пристап. Пристап до „западните“ добра и нивно прифаќање во секојдневната употреба како „нормална“ работа, која подоцна доби толку голема политичка важност. Не станува збор за пристапот до западните потрошувачки добра, туку за реконтекстуализацијата на овие предмети¹,

¹ Повеќето од овие потрошувачки предмети биле претходно донесени или од печалбарите или од други луѓе – патници. Меѓутоа, во новата Македонија овие

која им овозможи на моите млади пријатели да развијат многу специфично значење, кое ги вклучува нивните одделни сеќавања и копнежи. Токму како движењето на една личност низ градот што го определува просторот на таа личност во општеството², личноста е, исто така, определена и според нејзините потрошувачки предмети коишто тој/таа ги набавува и ги употребува.

„Западните побарувања“ како идентитет

Каква вредност имаат западните предмети за моите пријатели? Зимел (Simmel) инсистира на тоа дека вредноста никогаш не е неразделива сопственост на предметите, туку е проценка на предметите од страна на субјектите, така што овие предмети се вредни бидејќи тие пружаат отпор на нашите копнежи да ги поседуваме (Simmel, 1978: 67–73). Затоа би сакала да го следам сугерирањето на Ападураи (Appadurai) кој, истражувајќи ја потрошувачката, се фокусира не само на аспектот на испраќање на општествени пораки туку и на нивното примање, бидејќи побарувачката на овој начин крие во себе две различни заемни врски помеѓу потрошувачката и производството. Побарувачката е определена од општествените и економските сили, баш какво што е управувањето, во рамките на овие општествени и економски сили (Appadurai, 1986: 31). Како што моите пријатели ги примаат општествените пораки на новите потрошувачки добра увезени во Македонија, така побарувачката за овие предмети создава нов аспект на нивните идентитети кај корисниците, што има општествени и економски импликации. Потрошувачките предмети ги носат со себеси и претставите, приказните и начините на живеење „однадвор“. Понекогаш овие претстави стануваат многу пореални отколку реалниот живот во Македонија; овие претстави ја создаваат реалноста. Честопати моите пријатели зборуваат за светот надвор од Македонија, за тоа „што би требало да биде“ и за светот во Македонија како сферно огледало кое ги поматува претставите. Овие потрошувачки предмети и претставите поврзани со нив стануваат директно поврзани со животот на луѓето. Критериумот од што се создадени станува исклучително непостојан, и како резултат на ова луѓето остануваат со чувството на неудобна амбивалентност во управувањето со нивните сопствени активности. Хамфри (Humphrey, 1995), дискутирајќи за потрошувачката култура во Москва, ги истакнува неизвесностите кои може да се зголемат поради неа, што практично ги оневозможува нејзините информатори да знаат за што би требало или за што не би требало да се грижат. На сличен начин, Естонците во анализите на Раусинг се соочуваат со создавањето на

предмети добиваат нови значења со оглед на тоа што достапот до земјите кои ги произведуваат овие предмети станува многу тежок.

² На пример, тинејџерите, на некој начин, се дефинираат според фактот дека тие се движат во повеќе области отколку што тоа го прават нивните родители.

себеси како „природно“ западни со цел да се заштитат себеси од амбивалентноста помеѓу нивниот советски идентитет и нивните желби да бидат признати како „западњаци“. Во Скопје, врските на луѓето со нивната околина, како и спрема луѓето околу нив се променуваат полека согласно со насоката што тие ја заземаат според претставите од западните телевизии. Судирот, односно несогласувањата се поизразени доколку претставите не се совпаѓаат со животот искусен во реалниот свет. Животот на родителите на моите пријатели не соодветствува со ваквите претстави, што предизвикува судир помеѓу реалниот и замислениот свет, кој, за возврат, предизвикува турбуленции во македонското општество и флукуации кои резултираат во трансформација.

Меѓутоа, да се рече дека во општеството се случува трансформација единствено навестува огромен број промени кои овој процес ги донесува во животите на поединците во општеството. Трансформацијата ќе ги променува личните врски со семејството на личноста, со работодавците, па дури и со странците. Тоа е трансформација којашто се појавува низ отворањето на Македонија со нејзината независност, со излегувањето од Југославија и со вклучувањето на она што луѓето го поимаат како ново, модерно и западно. Тоа е видливоста, сликите на телевизија и нивното официјализирање во светот на Скопје со купувањето на потрошувачките добра и со истакнувањето на културата на телото што ги предизвикува промените. Според тоа, преформулирањето на ваквата појавност предизвикува зголемено чувство за тоа како надворешноста и сопството мора да бидат создадени и култивирани. За да создадат „сопство“, моите пријатели се присилени да создадат општествени односи кои се во согласност со нивните идеали и соништа. Тоа е во сферата на семејството каде што се појавуваат и првите конфликти. Многумина од моите пријатели открија дека нивните семејства очекуваа од нив да исполнуваат улоги кои тие ги чувствуваа како несовпадливи со нивното „ново“ јас. Меѓутоа, во исто време, тоа е семејството кое, повеќе од кога и да било, им пружа ним поддршка и чувство на сигурност. Повеќето од моите пријатели се соочија со многу поголеми тешкотии при вработувањето отколку нивните родители пред тоа. Тие што пронаоѓаат работа, тоа го прават со *врски*, низ семејни контакти. Би можело да се рече дека македонската економија во Југославија, како и оваа денес, главно беше заснована врз овој концепт на *врски*. Во времињата кога одредени добра не беа достапни, луѓето навистина мораа да се потпрат на *врските*. Во економска смисла, *врските* би можело да се опишат како компензациска зделка и поткуп. Во времето кога економијата во Југославија стагнираше, особено во 1980-тите, на луѓето им беше потребно вистински да се потпрат на членовите на семејството во странство, како и на оние што живеат на село за да го поткрепат светот на урбаното Скопје и со двете нешта: со странски и со земјоделски производи. Денес овој систем сè уште постои, но јас тврдам

дека значењето на добрата е променето.

Има добра кои може да се добијат низ сродничките односи од село, има работи за домаќинството кои може да се добијат преку роднините и пријателите од Германија, Италија или Франција и има добра кои може да се набават со купување. Претпоставувам дека последната категорија создава нешто над *врските*, таа го создава независниот „западен“ идеал кој стои во целосна спротивност на *врските*. Овој „западен“ свет е свет на постигнувања. Меѓутоа, тоа е свет кој е многу тешко да се имитира во дадената политичка и економска ситуација во Македонија каде што многумина од моите пријатели мора да зависат, повеќе од кога било, од семејството и *врските*. Дополнителна тешкотија за моите пријатели е неможноста да обезбедат самостојно домување. Не е возможно да се воспостават хипотеки во банките поради тоа што тие не нудат ниту една од вообичаените услуги какви што се давање кредити или дури и банкарски сметки. Банкарските сметки беа затворени во 1991 година, сите штедни влогови беа замрзнати, и постојат само како бројки на парчиња хартија. Повеќето луѓе ги штедеа своите пари претворени во германски марки чувајќи ги скриени во темните кредити во нивните домови. Штом германската банка ги промени своите банкноти и јас однесов во Скопје, мајката на еден мој пријател плачеше седејќи на стол целата скршена, зашто веруваше дека сите пари што ги имаше заштедено, дека секој динар што го беше променила во марки ќе биде безвреден. Требаше одредено време за да ја разубедиме дека нејзините пари не се изгубени повторно. Во оваа ситуација, модерниот начин на одложување на стапувањето во брак додека некој не стане финансиски безбеден е застарен и безначаен. Желбата за независност и индивидуалните привилегии не може да бидат земени предвид. Многу е тешко за младите Македонци, и покрај интензитетот на нивните желби, да ги имитираат животните стилови што тие ги гледаат на американските телевизиски програми кои покажуваат како младите луѓе, живеејќи со нивните родители, започнуваат независен живот. Само доколку родителите се богати, имаат одреден семеен имот или, пак, припаѓаат на новата елита *деловен човек (businessman)*, е возможно нивниот син или ќерка да живеат одделно од нив. Доколку се најсреќни, може да се преселат во еден од прекрасните станови во новоизградените згради кои се појавуваат насекаде на скопската панорама.

Политичката економија на „животниот стил“

Стана речиси неопходно да се остане дома, да се прифати улогата на син или ќерка надевајќи се дека ќе си пронајдат жена или маж со сопствен стан. Доколку е тоа без успех, како жена би можеле да се пронајдете себеси преселувајќи се во домот на родителите на мажот како нивна снаа. Сите мои пријатели се најдоа во ситуација сосема спротивна од онаа за која мечтаеја: сликата што тие ја гледаа како модерна и

западноевропска³. Оваа ситуација, блиските семејни односи и послушноста кон родителите на едниот сопружник, е заедничка за многу општества, но моите пријатели го отфрлија ваквиот начин на живот. Тие мислеа дека ваквиот начин на живот, кој го поврзуваа со нивните баби и дедовци, е минато (passé), во најмала рака во урбаната средина на Скопје, освен ако не сте Албанец. Моите пријатели веруваа дека овој начин на живот не им беше предодреден и нивните желби да создадат од себеси модерни граѓани на независна Македонија им создаваа притисок дома, кој тие се обидуваа да го избегнат и доколку е возможно да преговараат низ нивната љубов кон странските потрошувачки добра.

Постои разлика помеѓу „саќање пријатни предмети“ и значењето што им се припишува на таквите предмети. Да се посакува и да ви се допаѓа џемпер е една работа; да се посакува толку многу, така што сте подготвени да ја потрошите месечната плата за да го купите, е друга работа. Сите мои пријатели не ги трошеа парите на овој начин цело време, но сите, сигурно, чувствуваа дека тоа беше повеќе од прифатливо однесување. Кога прашував за специфични набавки, честопати ми одговараа дека, за разлика од нивната ситуација во Македонија, за мене би било многу полесно да си ги купам работите во Германија. Даваното објаснување за оваа неправедност беше дека во Германија има поголема слобода; не се велеше дека Германија е едноставно побогата земја. Нивната идеја за „слобода“ беше спротивставена на недостатокот од слобода што тие го искусиле дома каде што не биле во состојба да прават тоа што посакувале⁴. Тоа што тие саќаа да го прават беше нешто што го саќаат „сите други“ луѓе на нивна возраст во Англија, во Германија или во Америка. Многупати многумина ми велеа: „Сè што саќаме е само пристоеен живот“. Тие ја чувствуваа разликата со другите млади луѓе, нивни врстници кои живеат заедно или со своите пријатели, си ги организираат своите домаќинства, имаат работи кои тие самите си ги избираат, имаат свои хобија и „животен стил“. Имаат свои сопствени пари со кои можат да си купат автомобил каков што саќаат. Патуваат и запознаваат многу интересни луѓе и места. Моите пријатели, меѓутоа, се постојано исплашени дека ќе го изгубат тоа што го имаат: мирот, парите низ девалвацијата, идеалите и соништата. Купувањето скапи потрошувачки добра денес им дава чувство на сигурност за утре. Освен тоа, од утре овие добра може да бидат надвор од употреба засекогаш. Така, нивното пазарување се здобива со одредено чувство на итност. Ова не влијае само врз моите пријатели туку исто така и врз нивните родители. Слично како нивните деца, родителите саќаат да ги видат своите деца како имаат „пристоеен живот“.

³ Повеќето од претставите кон кои тие имаат аспирации се од американската телевизија. Меѓутоа, „идеалниот свет“ за нив е Западна Европа. Америка често пати се обвинува за општествен дарвинизам и на неа се гледа како на луѓе заинтересирани само за себеси.

⁴ Ова се поврзува со различните генерациски сфаќања на „слободата“.

Нивните родители го гледаат постигнувањето на оваа цел низ потрошувачката. Самите родители, меѓутоа, ретко купуваат потрошувачки добра за нивните деца, ниту пак се неопходно подготвени или во можност да ги потрошат средствата во домаќинството со цел да им купат што било, а што не се смета дека е неопходно. Тие, на пример, ќе им купат зимско палто на нивните ќерки, но нема да бидат подготвени да купат палто од некој западен дизајнер. Ќерката, меѓутоа, би можела да ја додаде својата заработувачка кон парите на нејзините родители што ги ставиле настрана за да ѝ го купат палтото што таа го сака. Претставите од Западна Европа и Северна Америка, кои моите пријатели ги гледаат на телевизија, ги поткрепуваат нив во потрагата да ги контролираат сопствените животи: тие сакаат таквите претстави да станат реални и така да се побегне во различен свет. Овој свет не би требало да се разбере како едноставна илузија којашто треба да постои. Тој создава своевидна реалност, реалност која ги претставува моите пријатели преку смесата на старите југословенски вредности и новите значења инспирирани низ западните потрошувачки добра и претстави од кои, моите пријатели, ги создаваат своите персоналитети. Во годините во текот на распарчувањето на Југославија, изгледот и активностите на луѓето на улица, а според тоа и изгледот и активностите на моите пријатели се променија, додека пак општествените категории не беа променети. Оваа ситуација еден мој пријател ја опиша:

„...тешко е да се изразат тие размисли, се чини работите се променија, но зборовите не. Не знам што е исправно а што не. Моите родители ги знаат работите, јас ги знам исто така, ама тие не можат да се справат со ова што се случува денес, а потоа нема ништо поинакво и кај едните и кај другите, не е тоа дека ние имаме различни идеи за работите. Моите зборови веќе не го искажуваат она што го мислам...“

Во ова време на несигурност, каде што зборовите не се соодветни за да ги пренесат размислите, предметите и нивната потрошувачка го обезбедуваат бараното раководење. Во овој свет не станува збор за идеологија или идеи, туку за материјални предмети кои ги претставуваат соништата и стравувањата на моите пријатели. Тоа е вреден парфем, џемпер или градник со англиска, француска или американска етикета која обезбедува насоки во сопственото дефинирање над ограничените дефиниции за ќерката, над идентификацијата доделена од вашето село, над тоа да се биде инженер и над тоа да се биде Македонец. Согласно со ова, она што го имам тука на ум е дека карго култовите, видени како општествени движења, интензивно го насочуваат нивниот симболизам кон европските добра кои е многу тешко или дури и невозможно да се добијат во сегашните општествени и економски околности⁵. Карго култовите функционираат преку симболичкото повторување на европската потрошувачка ветувајќи го пристигнувањето на „европското“. Добрата кои

⁵ Види Peter Worsley, 1968.

го симболизираат „европското“ би можело да се гледаат како симболи на специфични аспекти на европскиот живот, какви што се напредокот, моќта и „среќата“. Како општествена практика, потрошувачката е пораспространета отколку она што се опишува во карго култовите во Јужниот Пацифик. Идејата на карго култот е претстава за себе и претстава која сама по себе ни овозможува да опишеме различни аспекти на глобалната размена (види Lindstrom, 1993). Потрошувачката во Скопје создава потрошувачки предмети кои не се дефинирани според нивната употребливост во рамките на оваа глобална размена, туку низ нивната улога што ја имаат во симболичкиот систем на формирањето на идентитетот.

Храна и припадност

Разгледувањето на прашањето за храната, нејзината потрошувачка и амбивалентноста на општествените практики на генерацијата на младите обезбедува продлабочување на сознанијата. При посетата на Берово, каде што отседнав кај баба Маре, започнав да го разбираам значењето на храната со која постојано бев нудена во текот на мојот престој во македонските домови. На појадок, кога јадев комбинација на јајца, модри патлициани, лук, пиперки и домати, баба Маре ме штипна по образите и рече, не толку за мене колку за другите членови на семејството: „Таа е Македонка. Јаде пиперки и домати со нас, значи таа е една од нас“.

„Една од нас“ беше многупати користен израз со многу силно значење за Македонците во однос на „оние од страна“. Едно од првите прашања што ми беа поставувани при запознавањето со мене беше секогаш: „Наша ли е?“, на што повеќето од моите домаќини одговараа: „Не, таа не е од нашите“. При мојата прва посета во домот на луѓето, секогаш, со доза на формалност, бев понудена со *слатко*, вообичаено млади смокви, кајсии, јаготки или друго овошје варено подолго време во шербет. Само парчиња од *слаткото* се јадеа во кое било време, проследено со големи голтки вода со оглед на тоа што слаткото е исклучително благо. Почестувањето со *слатко* е традиционален македонски обичај⁶ и знак на голема гостопримливост. Тоа е исто така извор на бескрајна гордост за секоја *домаќинка*, женската глава на семејството, која го подготвува слаткото. Без разлика на тоа што ми беше кажано дека почестувањето со *слатко* е турски обичај, и како турски обичај, кој е извор на многу „македонски“ обичаи, е постојан потсетник на 500 години на отоманското владеење⁷. Овие стари традиции имаат две значења: дефинираат кои сте, но исто така го дефинираат и угнетувањето од минатото. Тоа се чувствува и

⁶ Почестувањето со *слатко* е застапено во најголем број од медитеранските земји, како што се Грција, Бугарија или Турција.

⁷ Ниту еден во Скопје не пропушти да ја спомене турската власт и доминација над Македонија.

кај моите млади пријатели, кои сè уште се многу горди на слаткото на нивните мајки, но бидејќи на независна Македонија ѝ се потребни различни традиции, денес многу често се случува при формалните посети да бидете почестени со колачи набавени во продавници за бесцаринска стока (Duty Free Shop).

Кога започнав да се хранам во семејството целосно и откако започнав да јадам по цела порција пиперки и домати, станав повеќе како „вистинска“ Македонка. Класична порција со пиперки и домати е *ајварот*, кој се прави во есен, и на него се гледа како на вистински македонски. *Ајварот* станува претстава за проширеното домаќинство на луѓето во урбано Скопје, кое се собира еднаш годишно да го подготвува. Во вицеите кои се однесуваат на возможната српска инвазија врз Македонија, на луѓето им се допаѓа идејата секој Македонец да застане да ја брани својата татковина, но во недостаток на оружје, тоа да го прават со фрлање домати врз српската армија. Доматите и пиперките се основните продукти во Македонија денес и претставуваат, всушност, животна линија на државата. Покрај лубениците, грозјето, афионот, тутунот и друго овошје, земјоделското производство во Македонија се базира на пиперки и домати. Со разделувањето од Југославија, Македонија остана со многу еднострана економија, ситуација која за да се промени, бара револуционерни мерки.

Ракијата е уште еден силно кодифициран медиум на македонската општествена размена, чијашто потрошувачка се претвора во родова ознака. Така, како што *домаќинката* е горда на нејзиното домашно направено *слатко*, а целото семејство се гордее на сопствениот *ајвар*, така *домаќинот*, машката глава на домаќинството, ја презема гордоста за неговата домашна *ракија*, направена од грозје, сливи или компири. *Ракијата*, „прочистувачот на нашите души“, е многу силен алкохол, прифатен како машки пијалак – никогаш не им се нуди на жените кои се во посета, додека, пак, виното може да го конзумираат и двата пола, а послатките вина одговараат повеќе за жените. Денес, меѓутоа, идејата за благоста е поврзана со вишокот (неумереноста), благоста и отоманското владеење: честењето со слатки работи како турско уживање или со *слатко* се поврзуваат со турското владеење. Наместо тоа, за младите жени денес е модерно кафето да го засладуваат со засладувач⁸. Пивото ретко го пијат жените. Овие родови поделби се пооригиндни на село, каде што понекогаш се смета како неприфатливо жената да пие каков било алкохол, со исклучок на виното. Традиционалната храна и пијалаци ги создаваат и пресоздаваат традиционалните општествени односи на начин кој е целосно разбирлив за учесниците. Воведувањето на увезените потрошувачки добра, кои влегуваат непречено од традицијата, пак, претставуваат спротивност

⁸ Засладувачот се користи наместо шеќер и е знак за западниот начин на живеење со кој се напушта „изобилството“ на шеќерот.

на општествените односи создадени од потрошувачката на традиционалната храна.

Општествените норми за потрошувачката на храна свесно се менуваат од страна на моите пријатели во Скопје кои трагаат по „поевропски стил на живот“. Дури и оние мои пријатели кои ја разбираат важноста на доматиите и пиперките, *слаткото*, *ракијата* и кафето, инсистираат на употреба на минато време кога се зборува за нив, како традиционална храна и пијалаци кои биле слика за нивното детство, за генерациите на нивните родители, дедовци и баби и за Југославија. Кога Гел (Gell) забележува: „Тоа што ја разликува потрошувачката од размената не е тоа дека потрошувачката има психолошка димензија што размената ја нема, туку дека потрошувачката вклучува и обединување на потрошениот дел со личниот и општествениот идентитет на потрошувачот“ (Gell, 1986: 112), тој ја нагласува истата јачина на врската помеѓу потрошените работи и општествениот идентитет на потрошувачот, што јас, пак, сакам да го нагласам за моите информатори. *Слаткото*, *ракијата* и другите традиционални јадења и пијалаци сè уште се консумираат во Македонија, но „западните“ потрошувачки добра, храната, материјалните предмети и претстави ги надминуваат едвај употребните аспекти на потрошувачките добра, така што тие стануваат нешто повеќе како уметничка работа исполнета со личен израз (Gell, 1986: 114).

Во 1988 г. поминав многу долги ноќи со една група пријателки во скопските кафулиња пиејќи *јупи* или *кокта* наместо спрајт или кока-кола кои, увезени од Грција, беа единствено достапни на неколку места. Пиевме турско кафе или нес-кафе. Денес порачуваме капучино, еспресо или банана-милкшејк. Во 1988 г. поминавме многу часови во нашите домови јадејќи *кашкавал*, тврдо сирење и леблебии и имавме фигури од кафе во шолјите кои ги „читаа“ нашите машки пријатели гледајќи нè длабоко во очите додека ни ја раскажуваа нашата иднина. Или едноставно се предававме на искрените *му(х)абети*, турски збор за социјализирање и општествен разговор⁹. Во 1996 г. стоевме пред Ван Гог слушајќи гласна музика, пиејќи коктейли, среќавајќи луѓе.

Во Македонија, храната, без разлика каква е, како и кога ја јадете, го дефинира вашиот род, степенот на формалност во меѓусебниот однос и староста, таа комуницира со потеклото и идентитетот на луѓето. Во овој контекст, промената на исхраната преземена од многумина мои пријатели станува исклучително значајна, со оглед на тоа што моите пријатели свесно се обидуваат да ги променат своите претстави за себеси низ промените во нивните навики на исхрана. Македонија има воспоставено интересен компромис, во смисла на нејзиниот идентитет, помеѓу нејзиното минато како дел од Југославија и нејзината сегашност како независна

⁹ Види J. Cowan, 1990, стр. 68. фуснота каде се дискутира за општествениот аспект на пиењето кафе.

држава. Во центарот на овие масивни политички пресврти, моите пријатели се обидуваат да создадат смисла во ова константно менување на спротивставени претстави за она што се случува, за она што мораше да дојде и она што доаѓа.

Европа и Америка како идеали

Западната телевизија и претставите поврзани со неа станаа доминантни во Македонија по распаѓањето на Југославија и, сега, имаат централно место во животот на семејството. Зголемувањето на отвореноста која настапи во Македонија по падот на комунизмот доведе до зголемување на достапноста до порнографијата што, како возврат, доведе јасно до промени во себеперципирањето кај луѓето¹⁰. Порнографијата е лесно достапна за секого, вклучувајќи ги и децата кои може да гледаат порнографски филмови во три часот попладне. Иако на порнографијата се гледа како на западна работа, сепак претстави со голи жени можеа да се пронајдат во списанијата со крстозбори уште во Југославија и покрај партиската идеологија. Денес, меѓутоа, со пиратеријата на порнографски филмови од американските сателитски програми кои може да се гледаат во локалните кина и на телевизија, јас мислам дека значењето на овие претстави станува многу попродуктивно отколку што претходно би можело да се замисли. Кетрин Португез (Catherine Portuges) пишува за порнографијата во Унгарија: „Во овие и други работи во кои младите тела егзибиционистички се фетишизираат, ревносно бараната пазарна економија е и симптом и причина“ (Portuges, 1992: 287). Јас, меѓутоа, верувам дека за многумина од моите машки и женски информатори тие претстави на голи тела не ги претставуваат толку многу жените само како предмети, поглед кој не е толку лесно да се разбере независно дали информаторите се мажи или жени, туку претставува значење кое е во врска со чинот на набавување на овие филмови: пиратеријата. Чинот на пиратерија на филмови од сателитските програми е обезбедување пристап до светот кој е „таму некаде“ и недофатлив освен преку пиратство: „оние кои немаат“ крадат од „оние кои имаат“. Жените во филмовите се стереотипни американски жени според македонските стандарди; тие жени ја претставуваат Америка. За да се поврзат со овој свет треба да ги консумираат нивните претстави на начин прифатен како „западен“: раздвоена потрошувачка која предметува сè освен зборувањето. Гледањето порнографија е повеќе отколку симптом и причина на пазарната економија, повеќе отколку забава; гледањето порнографски филмови е чин на постигнување пристап не до предметите на самиот филм, туку до *чинот* на неговото гледање. Додека живеев во Скопје, машки пријатели доаѓаа да

¹⁰ Нешто слично се споменува во извештајот на Шејна Крафорд (Sheena Crawford) во нејзината докторска теза *Person and Place in Kalavassos: Perspectives on Social Change in a Greek-Cypriot Village*, 1985.

ме посетат, не за да пиеме кафе или за да разговараме, како што си мислев, ами со цел да изберат различни порнографски филмови кои се прикажуваа. Тие не разбираа зошто бев вознемирена со оглед на нивното поимање дека за мене, како човек од Германија, е нормална работа да гледам порно. Второ, јас бев нивна пријателка, но не бев подготвена да ја споделувам со нив сопствената слобода на живеење и мојата телевизија, кога тие сигурно не можеа да гледаат такви филмови со нивните родители и помали сестри дома. Имаше две работи кои тие ги гледаа како „западни“: изборот и слободата.

Пресоздавајќи се себеси како модерни потрошувачи, моите пријатели се обидуваат да ги искоренат разликите помеѓу самите себе и Западот, разлики кои стануваа сè поискривени. Растејќи да бидат горди со нивниот југословенски идентитет, неврзана нација, Македонци, граѓани на земја која не е веќе „модел“, Швајцарија во Источна Европа, се најдоа себеси без право на глас.

Реакција на македонската независност и паѓањето на Југославија

За четири години, од 1992 до 1996 г., потрошувачката стана клучна карактеристика на „новото општество“ во Македонија. Оваа потрошувачка култура е концентрирана во главниот град Скопје и се развива во време кога многумина во Македонија се борат да преживеат. Низ процесот на приватизација многумина ги изгубија своите работни места, а фирмите беа затворени; ги изгубија и малите суми странски валути поради пропаѓањето на банките и затворањето на нивните банкарски сметки и многумина едвај преживуваа. Многумина едноставно не можат да постигнат да купат странски потрошувачки производи.

Доколку работат, моите пријатели се вработени во приватни компании и нивната работа секогаш е поврзана или насочена кон Западна Европа, ОН или американските организации за помош. Доколку работат пак во државните фирми, се жалаат дека немаат доволно работа, не се доволно платени и зборуваат за широко распространетата неефикасност. Меѓутоа, сите тие ја прифаќаат „нова Македонија“ и нејзините ревидирани интерпретации на минатите времиња и на капитализмот.

Животот на моите пријатели во 1996 г. е блиско поврзан со дискусијата на „новите луѓе“, оние кои завидуваат бидејќи не можат да си ја дозволат потрошувачката култура, туку се осудени како крадци од останатите луѓе. Ниеден од моите информатори не би се вброил себеси во оваа категорија, и покрај тоа што тие сигурно имаат аспирации кон истите потрошувачки обрасци. Идејата дека заработувањето пари е форма на кражба е, како што Лисета (Liseta) истакнува, стар концепт од комунистичките времиња кога на заработувањето пари за себеси низ обезбедување договор со нечија компанија се гледаше како на „крадење од луѓето“. Денес, коментира таа, тоа се нарекува добар бизнис. Всушност,

старите идеи живеат паралелно со новите. Резултатот од овие конфликтни идеологии, на југословенската идеологија наспроти капитализмот кој е всушност суштински за независна Македонија, е очигледен во постојаното зборување за корупцијата. Да се краде значи „да се биде корумпиран“, но во Македонија, денес, крадењето може да значи добар бизнис. Раусинг известува за сличен концепт во Естонија каде што, и покрај владините обврски кон слободниот пазар, на луѓето кои се успешни во тоа се гледа како на помалку „естонски во имагинацијата на луѓето“, многу умни и со опасни врски. Таа вели: „Тие веќе изгледаат како да припаѓаат на некој друг замислен ентитет кој само парцијално се состои од ентитетот на Естонија“ (Rausing, 1998: 195). Слично, оригиналната Естонија симболизира за Естонците на Раусинг она што Западна Европа значи за Македонците: специфичен тип личност, кој има успех во постигнувањето не преку интелегентни манипулации. Подоцна на него се гледа како на оригинална балканска карактеристика. Новиот богаташ (*nouveau riche*) претставува типичен балкански карактер и, во дополние, тој не се приспособува на постоечката социјалистичка идеологија во која на оваа класа се гледа како на крадци од обичните луѓе. Овие два аспекта доаѓаат заедно и создаваат неповолни услови за *новите богаташи*, објаснувајќи го, на тој начин, недостатокот од драстично појавување на *новите богаташи* како класа сама по себе за каква што известува Хамфри (Humphrey, 1995) за Москва.

Овие конфликтни идеи за успехот и бизнисот создаваат разбирање на средствата за успех. Додека порано луѓето ги здружуваа своите вештини и искуства, денес природата на разбирањето потребно за да се започне бизнис е споделено само помеѓу малкумина. За многумина од моите пријатели, нивните родители и роднини, знаењето и искуството што тие го стекнале стануваат бесмислени. Во овој свет, поларизацијата зазема сè повеќе место и застанува наспроти социјалистичката и „европската“ ценета идеологија, со оглед на тоа што и на двете се гледа како на идеологии кои на некој начин ја вреднуваат рамноправноста. Средната класа како „западен“ идеал исчезнува во Скопје пред да биде воопшто и формирана. Мојностите и стандардот на живеење се подобруваат само за мал број луѓе, додека за повеќето опаѓаат. Така, во овој свет, за моите пријатели настапува борбата за тоа кој од нив сака да биде и кој од нив *може*. Пазарењето е центарот во кој оваа исклучителна борба станува видлива. Западната телевизија пренесува претстава за светот каде преодоминираат супермаркетите, каде секој само оди и набавува сè што е потребно за пет минути.

Заклучок

Иако животот во Скопје изгледа различен од она што се смета како претставник на „западниот свет“, моите пријатели не обрнуваат внимание на ваквата поделба и дејствуваат кон надворешниот свет *како* тој всушност

да им е достапен ним. Од тоа следи дека таквата економска активност има суштинска политичка и идеолошка вредност. Доколку моите пријатели разгледуваат низ продавниците во кои никогаш нема да бидат во можност да успеат да купат нешто, тие сепак прават политичка одлука. Оваа суштинска политичка одлука е одредена од историјата, во овој случај од историјата на социјалистичка Југославија, како и од западната телевизија и глобалната потрошувачка. Во социјалистичка Југославија производството беше глорифицирано, додека, пак, на западната телевизија, гламурот е создаден од шпекулативни добивки. Секоја вредност го осудува другиот, но ветува иста работа. Во Скопје, светот на потрошувачката пристигна поради ризичните шпекулации и контактот создаден со надворешниот свет овоплотен во одреден политички/морален став. Купувањето во Скопје е политички исказ.

Референци:

Appadurai, A. 1986. Introduction: Commodities And The Politics Of Value. In *The Social Life Of Things: Commodities In Cultural Perspective* (Ed.) A. Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press.

Gell, A. 1986. Newcomers To The World Of Goods: Consumption Among The Muria Gonds. In *The Social Life Of Things: Commodities In Cultural Perspective* (Ed.) A. Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press.

Humphrey, C. 1995. Creating A Culture Of Disillusionment: Consumption In Moscow, A Chronicle Of Changing Times. In *Worlds Apart: Modernity Through The Prism Of The Local* (Ed.) D. Miller. London: Routledge.

Lindstrom, L. 1993. *Cargo Cult : Strange Stories Of Desire From Melanesia And Beyond* (South Sea Books . Honolulu: Center For Pacific Islands Studies School Of Hawaii In Asian And Pacific Studies University Of Hawaii: University Of Hawaii Press Center For Pacific Islands Studies School Of Hawaiian Asian And Pacific Studies University Of Hawaii: University Of Hawaii Press.

Portuges, C. 1992. Lovers And Workers: Screening The Body In Post-Communist Hungarian Cinema. In *Nationalisms And Sexualities* (Eds.) A. Parker, M. Russo, D. Sommer & P. Yaeger. London: Routledge.

Rausing, S. 1998. Signs Of The New Nation: Gift Exchange, Consumption And Aid On A Former Collective Farm In North-West Estonia. In *Material Cultures: Why Some Things Matter* (Ed.) D. Miller. Chicago: University Of Chicago Press.

Simmel, G. 1978. *The Philosophy Of Money*. London: Routledge & Kegan Paul.