

HALMOS KÁROLY  
*Költség és költészet*<sup>1</sup>

A gazdaságtörténész egy hajdan az egyetemes tudás rangjára törő tudomány, a história, és egy ma az általános társadalomtudomány rangjára törő tudomány, az ökonómia határvidékén bókászik, és most egy újabb magát univerzálisnak elgondoló tudomány, a szinte mindennek a poétikáját elgondolni tudó irodalomelmélet tanyája felé lépdel. Oka van tehát, hogy szorongjon, és helyzetéből egy meglehetősen lapos és elcsépelet szójátékon alapuló címmel véli magát kivágni.

Megközelítheti választott témáját magabiztosságot sugalló filozofikus-tudománykritikus alapon. Kézenfekvő volna például rámutatni arra, hogy az üzleti-gazdasági életet egy szimbólum, a pénz integrálja, az irodalom pedig szimbólumok, szavak integrálása. El lehet gondolkodni a szavak, illetve a pénz mint kifejezési forma hasonlóságán. Az egyéni szabadságok egyik legfontosabbika a szólásé. Ennek az egyik gátjáról, a megszólalás akadályozásáról gyakran esik szó, de nyilvánvalóan a szólás szabad gyakorlásának korlátja lehet az is, ha valakinek nincsenek szavai, és az is, ha azok elveszítették jelentésüket. A pénzt a mai közgazdaságtan likviditásként mint szűkös jószágot határozza meg. Akinek pénze van, likviditása van (miközben másoknak nincsen, vagy nem annyi van), szabadsága van, akarata szerint dönthet, s aki ezt teheti, annak hatalma van. A pénz esetében a leggyakoribb eset annak hiánya. De éppen a szavak szabadságharca idején szovjet típusúnak nevezett szocializmus, a pártállam és a tervutasítások rendszere volt a példa arra, hogy az embereknek van pénzük, de nem költhetik el, illetve az embereknek van pénzük, de az infláció elértekteleníti.

E megközelítés egy azok közül, amelyeket vagy fél mondatban, vagy félszáz ívben lehet elintézni. Legyünk földhözragadtabbak! Miről is szólhatunk irodalom (vagy általában: művészetek) és gazdálkodás viszonya kapcsán? A közbeszéden – legalábbis hazánkban – sokáig a kultúra (értvén ez alatt általában az elitkultúrát) áru- vagy nem árujellegének vitája, ha tetszik, a díszkurzus diskurzusa uralkodott, s talán – szemérmesebb formában – uralkodik ma is. A vitában az elitkultúra prókátorainak fő érve az volt, hogy a kultúra termékei (a Művészet) és termelői (a Művészek) nem tehetők ki a piaci hangulatok játékának. Az ördög mindenkori ügyvédeknek, a közgazdászoknak (a Szakemberek) – szakmájuk doktrínáinak megfelelően –

<sup>1</sup> A cikk megírásához az egyik támasztékot az ELTE BTK Történeti Intézetében Klement Judittal együtt, több féléven keresztül tartott szeminárium szolgáltatta. Oktatótársamnak köszönöm, hogy rendelkezésre bocsátotta jegyzeteit. A cikk hibái az enyémeek. – H. K.

ezzel szemben arra kellett hivatkozniuk, hogy a kultúra termékei is materiálisak, de ha nem, legalábbis dologiak, s ennek megfelelően rájuk is vonatkozik a szűkösség törvénye, annak minden következményével együtt. Valójában mindkét fél szemben állt egy harmadikkal, a Kultúrpolitikussal, aki tette dolgát, tiltott, túrt, és támogatott (milyen jellemző sorrend!).

Természetesen a Művész és a Szakember érvelhetett volna színvonalasabban is. A Művész, amikor piacot mondott, valójában vásárra gondolt, a kereskedelem alkalmi, rendszertelen, nem (helyhez) kötött módjára. Ha piacra gondolt volna, akkor beláthatta volna, hogy annak szabályszerűsége, kötöttsége, rendszeressége, a tranzakciók ismétlődése szükségképpen kialakítja a bizalmat mint integráló lelki tényezőt, s ezáltal a piac a vevők és eladók személyének és hangulatának változása ellenére is stabil finanszírozási lehetőséget biztosíthat az ő tevékenysége számára is. A piac intézmény, újra és újra megismétlődő ténykedések eredője, apologetái szerint a javak értékelésének, a cserék méltányos lebonyolításának, a közösség jólétének biztosítója. A Szakember is hallgatott arról, hogy a szűkösség törvénye egyaránt érvényes bár a kenyérre, a mosógépre, a lakástakarításra, a festményekre és jelzaloghitelre, mégis másként vásárolunk mosógépet, lakástakarítást, festményeket és jelzaloghitelt. Nagyon sok piaci forma, mechanizmus és organizmus létezik: ahány féle jószág, annyi piac, mondhatnók. A Kultúrpolitikusként nem kellett érvelnie, illetve, ha érvelt volna is, ki hitte volna el neki, hogy nem csak egy adott helyzetet kívánt igazolni, egy adott feszültséget feloldani. Az ő politikusi helyzete volt igazán vásári, ha az (etimológiailag a bazárral egy tőről eredő) vásár lényegének – a már említett módon – alkalmiságát tekintjük. A politikában, miként a vásárban a pillanatnyi diszpozíció, az eszeség, a célirányos cselekedés számít – a cél mindig egyszeri, mindig egy adott föladatot, a következőt kell megoldani.

Ebben a köznapi szóhasználatot görcső alá helyező példában is fölvetődnek a gazdasági életről való gondolkodás alapkérdései. Intézményekről és rutinszerűségről szól-e a gazdaságtan, vagy (bal)események kezeléséről, szűkösségről van-e szó, vagy hiányról, hibáról, illetve balesetekről, kockázatokról vagy bizonytalanságról; a gondviselés jóindulatáról, láthatatlan kezének kiismerhetőségéről, vagy a bármikori beavatkozásra való állandó készenlétről. Végső soron hitek kérdésében kell dönteni: vajon abban hiszünk, hogy a gép az alkotó pihenése közben is mozog, vagy abban, hogy állandó éberségre van szükség, hiszen a hajóágyú bármelyik pillanatban elszabadulhat.

Az ökonómia ma, az atlanti civilizációban hivatása szerint a láthatatlan kéz működését kívánja megfejteni, illetve, ha irracionálissal szembesül, akkor azt is a racionalitás működésére kívánja visszavezetni (a racionális döntések elmélete jelentős részben a célirányos döntések nem kívánatos következményeivel foglalkozik), és azon gondolkodik, miként lehetne az irracionálisat a racionálisba visszakanalizálni (az új intézményi közgazdaságtan egyik vizsgálati terepe például a monopóliumok viselkedése és annak törvényi szabályozása). Azt minden közgazda megtanulja, hogy az ökonómia eredetileg *oikónómia*, Arisztotelésznél a háztartás tudománya

volt, azt viszont kevesen tudják közülük, hogy a bizánci birodalomban az oikónómia az isteni rendet (üdvrendet), illetve annak helyreállítását, az uralkodói beavatkozást jelentette.<sup>2</sup> De mielőtt valami kibékíthetetlen antinómiára gondolnánk, megjegyzendő, ez a felfogás – civilizált formában bár, és felismeretlenül – ma is él. A nagy hatású osztrák-amerikai közgazda, J. A. Schumpeter például a vállalkozó tevékenységét uralom nélküli kormányzásként értelmezte.<sup>3</sup>

A gazdasági élet valósága és a gazdaság természetéről alkotott képzetek – mi más is lehetne a gazdaság és irodalom kapcsolatát vizsgáló írás tárgya. Jelen tanulmány ezt tűzi maga elé, még akkor is, ha nem új vizsgálatok eredményét mutatja be, hanem korábbi eredményeket foglal össze. A körbejárandó példa legyen egy olyan alkotás, mely üzletileg is figyelemre méltó, és amelyik az üzletről szól: Thomas Mann *A Buddenbrook ház* című regénye.<sup>4</sup> Természetesen egy ilyen esetben nem lehet követelmény, hogy a mű esztétikailag is értékes legyen, de az adott esetben még ez is főnnáll. Elismerést szerzett saját korában (irodalmi Nobel-díj); részévé vált az irodalmi kánonnak (német nyelvterületen kötelező olvasmány); gondolkodási alap lett (például Baumgarten Ferenc/Franz Ferdinand Baumgarten illetve Hatvany Lajos/Ludwig von Hatvany polgárság-értelmezésében);<sup>5</sup> mintaként szolgált más nyelveken íródott regényeknek (Hatvany Lajos: *Urak és emberek*);<sup>6</sup> témát adott más művészeti ágaknak (többször is megfilmesítették);<sup>7</sup> és mitológia alakult ki körülötte (a populáris kultúra utalásainak alapja, például a *Guldenburgok öröksége* című tévésorozatban, és a sorozathoz kapcsolódó ponyvaregényekben);<sup>8</sup> és talán legfőként: nem ment feledésbe.

Ami az üzleti sikert illeti, nem pusztán anyagi sikerről van szó. Ezt már a Nobel-díj önmagában is biztosította. Az üzleti siker azonban ennél több. Nem az egyszeri nagy bevételt jelenti, hanem a sok apró egyedi döntésből (megveszik-e a könyv példányait, vagy sem) összeálló bevételfolyamot. Bár a műnek a kitüntetés nagy rek-

<sup>2</sup> Vö. EVA-MARIA FABER: Ökonomie. In: *Lexikon für Theologie und Kirche*. 3. kiadás. Herder, Freiburg – Basel – Roma – Wien 1998.; FARKAS ZOLTÁN: Az 1054-es egyházszakadás bizánci háttere. = *Vigília* 65:11, 2000.; Permaneder: Oeconom. In: HEINRICH JOSEPH WETZER – BENEDIKT WELTE: *Kirchenlexikon oder Encyklopädie der katholischen Theologie und ihrer Hilfswissenschaften*. 2. kiadás. Herder, Freiburg i.Br. 1895.

<sup>3</sup> JOSEPH ALOIS SCHUMPETER: *A gazdasági fejlődés elmélete. Vizsgálódás a vállalkozói profitról, a tőkéről, a hitelről, a kamatról és a konjunktúraciklusról*. [1926]. KJK, Budapest 1980, 181–212.

<sup>4</sup> A művet a következő kiadásában hivatkozom: THOMAS MANN: *A Buddenbrook ház*. Ford. Lányi Viktor. Budapest, Európa, 1972.

<sup>5</sup> FRANZ FERDINAND BAUMGARTEN: Pesth. = *Pester Lloyd* 1917. 12. 25., 8–9. (A cikk elérhető a <http://anno.onb.ac.at/> oldalon keresztül is); Hatvany Lajos esetében az egyik példa: HATVANY LAJOS: *Urak és emberek* [1927]. Budapest, Szépirodalmi, 1980.

<sup>6</sup> Bár megjegyzendő, Hatvany regénye megjelent német változatban is: LUDWIG HATVANY: *Bondy Jr. Drei Masken*. München, 1929.

<sup>7</sup> Pl. HEINRICH BRELOER: *Buddenbrooks*. Bavaria Film, 2008.

<sup>8</sup> Pl. AXEL RODE: *A Guldenburgok öröksége. Regény Michael Baier azonos című tévésorozatából*. Budapest, Tulipán, 1990.

lámot jelentett, de már ennek előtte is sikeres volt, s az értékesítési siker az egyedi lökés (a díjazás) hatásának elmúltával is megmaradt, tartóssá vált. Az irodalomtudomány régóta tisztázta, hogy ez nem spontán folyamat. Jelentős szerepe volt a kiadónak, aki – miként az ipari termelés vállalkozója is – nem csak terméket formál a kéziratból mint nyersanyagból, hanem megszervezi a termék piacát is. Hogy a piacszervezés mennyire fontos, mutatja, hogy mára a kiadás, mint termelő tevékenység vállalkozás szempontból a terjesztési tevékenység alá rendelődött.<sup>9</sup>

A vállalkozástörténész ebben nem lát különösebben meglepőt. A jelenség tökéletesen beleillik a modern nagyvállalat A. D. Chandler Jr. által kialakított elméletébe.<sup>10</sup> A könyvkiadást – és általában a sajtóipart – talán még jobban érintették az elmúlt százötven év költségcsökkentő tendenciái, mint más ágazatokat. Az első fontos tényező, a szállítási költségek csökkenése a könyvek átvételi helyszínen mért árának csökkenését hozta. A következő a nagyteljesítményű sajtó megjelenése volt. Ez a könyv mint termék egységárát csökkenthette, ha egyáltalán sikerült elérni a gépek által lehetővé tett példányszámot. Mindkét tényező mögött hatóerőként a fosszilis fűtőanyagok használatának elterjedése állt. A XX. század informatikai forradalma a könyvtermelés vertikumának bizonyos részeit iktatta ki. A kiadási tevékenység tőkeigényének emelkedése az üzemméret hozadékának növekedésével járt, azaz a növekvő vállalatméretek javították a tevékenység rentabilitását. A vállalati koncentráció lényegében a vállalat által kezelt állótőke növekedését, ennek hasznosítása pedig az értékesítés megszervezését, a piac tervszerű felépítését, adott esetben a független kereskedők lehetőség szerinti kiiktatását jelenti.

Fontos megjegyezni, hogy a közgazdaságtan hagyományosan bizonyos egyensúlyi helyzeteket kísérel meg azonosítani, mintegy azt keresi, vannak-e az emberi újratermelésnek természetes állapotai. Amíg az emberek évről évre csak az azévi napsütés erejével gazdálkodhattak (és a legutóbbi két évszázad kivételével lényegében ez volt a helyzet), addig az emberi tevékenységnek megvoltak a maga korlátai, egy-egy tevékenység bővítése, vagy akár a népesség túlzott növekedése egy idő után teljesíthetetlen ráfordításokat követelt meg, azaz a csökkenő hozadék elve (ha tehát egy vagy több termelési tényező egységnyi növelésével a kibocsátás az egységnél kisebb mértékben csökken) általánosan érvényesült. Amióta azonban egy-egy évben egy-egy évmillió szénben, olajban és gázban konzervált napsütését élhetjük föl, ez a korlát megszűnt.<sup>11</sup> A egyensúlyi állapotok nem természetesiek, és csak időlege-

<sup>9</sup> Vö.: HALMOS KÁROLY: *Családi kapitalizmus*. Budapest, Új Mandátum, 2008, 24–28. [Habsburg Történeti Monográfiák 4. ]

<sup>10</sup> Összefoglalja: HALMOS KÁROLY: „A nagyvállalkozás történeti elmélete”. A. D. Chandler Jr. három munkája. = *Korall* 14, 2003. 117–134. URL: <http://epa.oszk.hu/00400/00414/00010/pdf/06halmoskaroly.pdf?contentID=10>

<sup>11</sup> Vö. JOHN ROBERT MCNEILL: *Valami új a nap alatt. A huszadik század környezettörténete* [2000]. h. n., Ursus Libris, 2011.

sek, az általános fejlődés iránya nem megjósolható, mert a kiindulási feltételek apró eltérései nagyon különböző következményekre vezethetnek. A történelem számít – mondják némi kényszeredettséggel a közgazdák.

Visszatérve a termelést és értékesítést egyesítő nagyvállalati szervezethez, a piac tervezését sokan a kereslet manipulálásának szokták tekinteni. Még az is lehet, hogy igazuk van, de a piacépítés, a marketing szakemberei tudják, hogy a kereslet mögött az igények, az igények mögött a szükségletek állnak, miként tudják azt is, hogy a szükségleteket hosszabb távon nem lehet eltéríteni. Ha az irodalmi piacot tekintjük át a szükségletek szempontjából, akkor érdekes sajátosságokkal kell számot vetnünk. Alapszükségleteket kielégítő homogén termékek esetében (ilyenek a nyerstegek) a szállítás költségeinek csökkentése aránytalanul képes növelni az elérhető fogyasztókat. Erről ír például Adam Smith a *Vizsgálódások földrajzi meghatározottságokról* szóló fejezetében.<sup>12</sup> Modellszerűen ezt a Thünen-körök<sup>13</sup> átértelmezésével láthatjuk be.

Ha nem teljes önellátásban gondolkodunk, akkor a termékeket nem a felhasználási helyükön állítják elő. (Egészen pontosan: a termelési hely és a felhasználási hely szükségképpen egybe esnének, ha a szállítási költség végtelenül nagy volna, és nagy valószínűséggel egybe eshetnének, ha a szállításnak nem volna költsége.) Ha adott az ár, amit a fogyasztók egy termékért fizetni hajlandók (mert a termék mindenki számára ugyanazt a szükségletet elégíti ki, és az adott szükséglet mindenki számára ugyanazt a helyet foglalja el a rangsorban), akkor a szállítási költségek csökkenése a termék szállíthatóságát megnöveli. Homogén térben (ha tehát a fogyasztók száma a területtel arányos) a fogyasztók száma a termék kiszállítási rádiuszával négyzetesen arányos, tehát a marginális (azaz az utolsó egységnyi) szállítási távolság növekedéssel elért fogyasztóra jutó szállítási költség csökken – ami éppen a növekvő hozadék elvének felel meg.

Az irodalmi javak azonban jó közelítéssel nyelvfüggetlenek. Modern nemzetállamokat föltételezve, ahol az államhatárok egyben nyelvhatárok is, a termelési és szállítási hatékonyságnövekedés előbb-utóbb túllépi a nyelvi határokat, és attól kezdve a növekvő hozadék nem aknázható ki. Ettől kezdve a piac növelésének útja a belső piac intenzifikálása, sűrítése lehet. Ennek módjai, nagyon sematikusán, az asszimiláció, a civilizáció, és a populáció. Lehet növelni az adott nyelven olvasók számát – ehhez csak a tanárokat kell az adott nyelvre fogni, és rövid pórázon tartva őket, el kell érni, hogy neveltjeiket az adott nyelvre szoktassák. Még ez a legolcsóbb.

<sup>12</sup> ADAM SMITH: *Vizsgálódás a nemzetek jólétének természetéről és okairól* [1776]. Budapest, Magyar Közgazdasági Társaság, 2. kiadás. 1940, 19–23.

<sup>13</sup> JOHANN HEINRICH VON THÜNEN: *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie. Erster Teil. Untersuchungen über den Einfluß, den die Getreidepreise, der Reichtum des Bodens und die Abgaben auf den Ackerbau ausüben* [1842]. In: JOHANN HEINRICH VON THÜNEN: *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Jena, Gustav Fischer, 1921, 386–395.

Homogén nyelvi etnikumot föltételezve: lehet növelni a népesség iskolázottságát (föltéve, hogy a magasabb iskolázottság nagyobb irodalmi fogyasztást von maga után). Ez már a tanárok és az iskolák számának a bővítését is igényli, tehát költségesebb. S lehet végül növelni a népsűrűséget. Ennek is könnyebb módja a bevándorlás ösztönzése, ha van az államon kívüli nyelvi és kulturális rezervoár, és lehet növelni a természetes népszaporulatot – de ez már olyan korlát, amely már nem is az állam adóztatási és egyéb kényszerítő képességétől függ, hanem az állam polgárainak erkölcsi érzületén múlik, hajlandók-e részt vállalni politikai közösségük humán biomasszájának reprodukciójában. (Minél inkább arra vannak kényszerítve, hogy munkájukból éljenek, illetve minél kisebb a munkájukból szerezhető szabad rendelkezésű jövedelmük, és minél kevésbé vannak ráutalva közvetlen leszármazottaik későbbi támogatására, annál inkább fogják személyes munkaidőalapjukat a gyermeknevelés helyett saját jólétük karbantartására fordítani). A felsorolásból is látszik azonban, hogy ezek az eszközök rendkívül idő- és költségigényesek, egy-egy intézkedés hatása csak évek múltán mutatkozhatik meg, tehát ez a piac nagyon-nagyon rugalmatlan.

Miként kitűnhetett, egy nagyon modellszerű megközelítésben a modern kapitalizmus szokatlanul hatékony intézmény, de irodalmi piac ennek az intézménynek szokatlanul merev eleme. A kérdés, vajon miként mutatkozott mindez meg a (szép-)irodalomban, és ha megmutatkozott, tekinthető-e, s ha igen, miként tekinthető a szép-irodalom e jelenség történeti forrásának. E ponton visszatérhetünk Thomas Mann már említett regényéhez.

Nézzük meg, miként láttatja a regény elbeszélője hősei üzleti életét. Erre vonatkozóan egy hosszabb sorozatot lehet a regényből kivonatolni, nevezetesen a Buddenbrook család vagyonának változásait.

1. táblázat. A Buddenbrook család vagyonának változásai évről-évre, márkára átszámítva

Oldal száma	Év	Vagyon (ezer márka)	Növekedés (eM)	Csökkenés (eM)	Esemény
60	1768.07.07.				A céget megalapította Johann Buddenbrook (Lübeck) [id. J. B. atyja]
9	1813				id. Johann Buddenbrook hadseregszállítóként négyesfogaton utazva vásárol gabonát a poroszoknak
66	1820	900			id. J. B. vagyona – lánya házassága előtt <!-- kikövetkeztethetően a napóleoni háborúk végeztével – HK --> – 900 eM volt, nem számítva a cég törzsvagyonát és belső értékét. Ebből id. J. B. kifizetett
66	1820			80	lánya hozományaként 80 eM-t,
66	1820			100	Gotthold Buddenbrook berendezkedésére 100 eM-t,
7, 15, 38	1835		100	100	A cég 100eM fejében megveszi a Lübeck, Mérleg utcai házat.

Oldal száma	Év	Vagyon (ezer márká)	Növekedés (eM)	Csökkenés (eM)	Esemény
15, 25	1835			25	ifj. Johann Buddenbrook cégtárs. Húga a cég vagyonából végkielégítésül a ház vételárának negyedét kapta, 25eM-t.
16	1835				Félbátyja, Gotthold, kielégítésül 11+ eTh-t (33+ eM) kér
15	1835				a ház második emeletét ifj. Johann konzul és cégtárs és felesége bérlő
37, 149					a cég hajóskapitányai Kloht [Kloot], Klötermann
60	1841				A cég egyedüli tulajdonosa ifj. Johann Buddenbrook, id. Johann Buddenbrook cégjegyzése megszűnik
63	1841				Thomas Buddenbrook húsvét táján belépett a cégbe.
63					a cég hombárjai: Hárs, Tölgy, Oroszlán, Cethal <400. o.: Bálna>
64	1841				a cég személyzete: Friedrich Wilhelm Marcus prokurista, Havermann pénztárnok
64	1841				id. B. J. halálakor a cég jelentős anyagi veszteséget szenvedett el
66	1820–1841		200		Az évek során volt 200eM nyereség.
66	1841			25	lánya végkielégítésként 25eM-t.
66	1841	795			március közepén, id. J. B. halálakor a cég vagyona 795eM. Ebből kapott
66	1841			100	Gotthold B. 100eM-t,
66	1841			267	ifj. J. B. húga 267eM-t.
66	1841	420			Kiseb kiadások után maradt 420eM.
			100		Ehhez jön Elisabeth Kröger hozománya 100eM. <Összesen 520eM/170eTh>
138	1846			80	Antoine Buddenbrook hozománya 80eM
178	1850			80	80eM veszteség: a brémai Westfahl Testvérek nevére szóló, leszámított váltók, minthogy a vevők beszüntették a fizetést, visszaszámítottak a cégre.
199, 216	1850		300		Mme Kröger neé Overdieck halálával 100eTh/300eM örökséggel gyarapodott a cég tőkéje (a 400eM örökségből Justus Kröger kap 100eM-t, a többi a Buddenbrook cég). (Az örökség 1855-ben újra megemlíttetik)
210	1855				Meghal Johann Buddenbrook konzul
215	1855				Friedrich Wilhelm Marcus munkatársból rész tulajdonosává válik
216	1855	750			„A vagyon az ingatlanokat nem számítva 750eM”

Oldal száma	Év	Vagyon (ezer márka)	Növekedés (eM)	Csökkenés (eM)	Esemény
217	1855		120		Friedrich Wilhelm Marcus 120eM tőkenövelést vállalt. Ifj. J. B. végrendelete: Buddenbrookné Elisabeth Kröger elvben tagja az üzletnek.
217	1855			100	Thomas és Krisztian magánvagyonára céljára 50–50eM, Klára hozományára 80eM, Antoine hozományára 17eTh/51eM tartalékolandó.
216	1841–1855		90	90	tizenöt év alatt a cég keresete (30eTh/90eM) el- lensúlyozta a veszteségeket
225	1856				cégvezető: Krisztián Buddenbrook, munkaköre az angol levelezés
226					a ház alkalmazottai: kapitányok, raktárirodák vezetői, irodaszemélyzet, fuvarosok, rakodómunkások
227					Krisztiánnak és a két főnöknek az irodában forgatható karosszéke volt
234	1856.06.				Thomas Buddenbrook üzleti útra ment Amsterdamba
245	1856.07.				Thomas Buddenbrook hazatért Amsterdamból
247	1857.01.		300		Thomas Buddenbrook felesége, Gerda Arnoldsen hozománya 300eM/100eTh
272	1857.06.				Krisztián Buddenbrook elhagyja a céget
306	1857			51	Antoine Buddenbrook hozományára 17eTh/51eM
340	1860			10	Krisztián részére 10eM, öröksége terhére
366	1863			100	Th. Buddenbrook több, mint 100eM-t fordított háza fölépítésére
364	1863			128	Tiburtius Sievert részére Klara örökségéért 127,5eM
368	1866.07.			60	közvetlenül a fegyverszünet beállta <porosz–német háború, július 23: nickolsburgi előzetes béke> előtt, egy frankfurti nagykereskedő cég bukásával a Johann Buddenbrook cég 20eTh/60eM-t vesztett
394	1868				krajcároskodó üzletvitel „amire utóbbi időben a Johann Buddenbrook cég lealacsonyodott”
399	1868.05.			35	lábbon megveszi Ralf von Maiboom lovag pöppendei birtokának termését. A termést július 7-én elveri a jég.
462	1869.01.			25	óvadék Hugo Weinschenk számára
477	1871				Elisabeth Kröger (tulajdonos) meghal
500	1871		87		a Mérleg utcai házat eladják Hermann Hagenströmnek
512	1872	600+			anyai örökséget, Mérleg utcai házrészt és telket is beszámítva



Oldal száma	Év	Vagyon (ezer márká)	Növekedés (eM)	Csökkenés (eM)	Esemény
583	1875	650			Thomas Buddenbrook meghal. Végredelele szerint a céget egy éven belül föl kell számolni. a Buddenbrook vagyon papíron 650eM, gondnoka Stephan Kistenmaker, díjazása a tiszta jövedelem 2%-a. a felszámolás végrehajtói: S. Kistenmaker és F. W. Marcus. A nagy raktárat és a hembárokat áron alul adták el.
585	1875		75		Thomas Buddenbrook házát eladták.
Összes:		650	1372	1456	

Forrás: Saját összeállítás, először közölve: Hanyatlott-e anyagilag a Buddenbrook család? In: *Pénztörténet – Gazdaságtörténet. Tanulmányok Buza János 70. születésnapjára*. Szerk. Bessenyei J. – Draskóczy I. Budapest – Miskolc, k. n., 2009, 153–156.

A táblázat értelmezéséhez tudni kell, hogy a „normális” üzleti élet feltétele az állandóság. Egy üzlet tankönyvszerűen akkor működik megbízhatóan, ha bevételei tartósan biztosítva vannak. Ezt részben hosszú távú szerződések kötésével, részben pedig a lejáró szerződések megújításával szokták biztosítani. Általában véve kimondható, hogy a rendszeres szállítások tudják biztosítani a rendszeres bevételeket, mivel azonban (például romló piaci körülmények között) a hosszabb távú szerződéseknek is lehetnek hátrányos következményei, jó, ha a lejárt, és megújítandó, vagy éppen újonnan megállapodott szerződések megfelelő arányt képviselnek a szerződésállományon belül. Tudni érdemes még azt is, hogy egy cég életében a prosperitás és a hanyatlás között kicsiny a különbség. Ha az üzemeltetés költségei adottak, akkor kevésen múlik, hogy a bevételek még fedezik-e a kiadásokat, vagy már nem.

A regényben a család és a cég nem válnak el, de megváltoztatva a megváltoztandókat, az üzleti élet alapelvei ebben az esetben is érvényesek. A táblázatból látható azonban, hogy a családi cég vagyoni helyzetét nem az üzletvitel befolyásolta. Gazdagodás és szegényedés okaként inkább családi eseményeket találunk. És nem csak a Buddenbrookokra igaz ez, hanem a Hagenströmökre, és a regényben szereplő többi patricius családra is. Annak ellenére így van ez, hogy a regényből kiderül, a családi cégnek van üzletmenete és van üzletvitel. Vannak irodistái, van könyvelője, de a mű szövegében a hanyatlás egyik jele, amikor a könyvelő cégtárssá lesz.

Szigorúan a gazdaságtan felől nézve inkább a kapitalizmus karikatúráját olvashatjuk, semmint a rendszer bemutatását, vagy leleplezését. Ezzel azonban a szóban forgó regény nem áll egyedül. Sőt, Stanislaw Reymont művében, *Az ígéret földjében*,<sup>14</sup> mely nem sokkal *A Buddenbrook ház* előtt jelent meg, s mely egészen naturális

<sup>14</sup> WL. ST. REYMONT: *Az ígéret földje*. Regény 1–2. Lengyelből ford. Mészáros István, Havas József. Budapest, Dante, 1934.

módon kívánta a kapitalizmust ábrázolni, a tőke mozgásának jellegzetes útja a (bár az elbeszélő nem nevezi így) biztosítási csalás – a textilgyárosok úgy változtatják ismét pénzzé a gyárba befektetett pénzüket, hogy a tűzkár ellen biztosított üzemszarnokot felgyújtják. (Kicsit tovább gondolva, ezáltal az elbeszélő azt sejteti, hogy a biztosítók a viszontbiztosítókon keresztül, mintegy kívülről finanszíroztatták termelésüket.)

Az üzleti életből mindkét regényben az események jelennek meg, maga a – *business as usual* értelmében vett – üzlet pedig legföljebb mint a hanyatlás jele. Nevezhetjük ezt akár a kapitalizmus meseszerű, regényes, vagy akár romantikus felfogásának is. Reymont regénye esetében ez még érthető is, a mű tulajdonképpen nagyszabású riport. Az irodalmi alkotáson kívüli információkból azonban tudható, hogy Thomas Mann filozofikus igénnyel alkotta meg művét. Nem tartotta kizártnak azt sem, hogy regénye viszonylag közvetlen módon hathatott a társadalomtudományokra. „Tulajdonítok némi fontosságot annak a megállapításnak, hogy a gondolatot, miszerint a modern-kapitalista pénzkereső ember, a burzsoá mint a hivatásbeli kötelesség 'aszkrétikus eszméjének' híve a protestáns etika, a puritanizmus és a kálvinizmus teremtménye, teljesen a magam erejéből, olvasmányok nélkül, közvetlen megérzés útján ismertem fel, és csak utólag, nemrégiben vettem észre, hogy ezt ugyanakkor tudós gondolkodók is kigondolták és kimondták. Heidelbergben Max Weber, majd a nyomában Ernst Troeltsch értekeztek 'a protestáns etikáról és a kapitalizmus szelleméről', és a végletekig kiélezve található meg ez a gondolat Werner Sombart 1913-ban megjelent, *Der Bourgeois* című művében, amely a kapitalista vállalkozót a hős, a kereskedő és a polgár szintéziseként értelmezi. Hogy mennyire igaza van, kiderül abból a tényből, hogy én mint regényíró tizenkét évvel előbb már megformáltam az elméletet, amelyet ő fölállított: feltéve persze, hogy Thomas Buddenbrook alakja, a hipotézis előlegező megszemélyesítője nem volt hatással Sombart gondolkodására.”<sup>15</sup>

Az idézetben említett puritán, aszkétikus üzletvitel (bár a Buddenbrook család az ábrázolt környezetben inkább lutheránus mint kálvinista lehetett) a regényben csak utalásszerűen jelenik meg, például akkor, amikor arról történik említés, hogy az egyik hős szeretett – a szokásoktól eltérve – alkalmi üzleteket kötni, vagy amikor a család bohém tagja nem képes elviselni az üzleti élet unalmát. Nem csodálkozhatunk, hogy az üzleti élet lényege, tartósságának biztosítéka, a szokványos (korabeli kifejezéssel: az üzanszoknak megfelelő) tranzakciók tömege nem jelenik meg, de legalábbis nem arányainak megfelelően jelenik meg a regényben. Ez a regényt mint kereskedelmi terméket eladhatatlanná tette volna. Az üzletileg sikeres regénynek üzenete közvetítése céljából az üzletet kiszámíthatatlannak kellett ábrázolnia. A társadalom- és a mentalitástörténet feladata kideríteni, vajon mitől volt (ez most befe-

<sup>15</sup> THOMAS MANN: *Egy apolitikus ember elmékedései* [1918]. Helikon, Budapest, 2000, 128–129.

jezetlen múlt, hiszen pár éve is újabb film készült a regényből) olyan az olvasói-befogadói közeg, hogy racionálisan az irracionálist igényli. Ennek nyomon követése helyett még egy kérdést vetek föl. A regény mítoszteremtő képességének a visszahatását a szellemi életre.

A Thomas Mann irodalmi naplójából imént idézett mondatok szerint a szerző kifejezetten befolyásolni kívánta a szellemi elitet. Míg abban az esetben, amelyet szóba hoz, tehát a protestáns aszkézis kérdésében, maga sem bizonyos a válaszban, van egy olyan szála a regénynek, ahol a siker teljesnek mondható. Az úgy nevezett Buddenbrook-effektusról van szó.

A gazdaságtörténeti irodalomban több évtizedes kérdés, vajon az úgy nevezett családi vállalkozás – marxista ihletésű kifejezéssel – adekvát működési egysége-e a modern kapitalizmusnak. A már hivatkozott A. D. Chandler Jr. szerint nem. Legfőbb érvét szabadon előadva, a modern nagyvállalatok hivatali hierarchiák megtervezett információáramokkal és csereszabatos hivatalnokokkal. Ha megfontoljuk, Chandler állítása nem pusztán tudományos állítás volt. A második világháború után Európában minden korábbinál erőteljesebben voltak jelen az észak-amerikai nagyvállalatok (még Észak-Amerikában kevéssé az európaiak). Az, hogy egy vállalatnak hol van a központja, sem a pénzügyek, sem pedig az üzleti hatalom tekintetében nem jelentéktelen kérdés. A vállalkozás járadék-jellegű jövedelmei (az a bizonyos hajdani marxista „extraprofit”) a központokban összpontosulnak, és osztatnak újra. Ha egy aszimmetriának ilyen súlyos következményei vannak, akkor azt az aszimmetriát szentesíteni kell, aminek része, hogy az adott egyensúlytalanságot „meg kell ideologizálni”. A vállalkozás- (miként minden más) történet eredményei nem csak szép mesék, hanem a jelen értelmezésének nyersanyagai is.

A vállalkozástörténet a történeti tudományok egyik legnemzetközibb válfaja ugyan, de az egyes nemzeti gazdaságtörténetekből származó esetek összemérésére mégis valamilyen nemzetközileg ismert (ideáltipikus) képzet lehet a legmegfelelőbb. A vállalkozástörténet e szerepben hasznosította – leegyszerűsített formában – a művet. Eszerint a közkeletű, ámde a mű részleteihez, a szövegvilág tényeihez nem túlságosan ragaszkodó vélekedés szerint a családi vállalkozások elveszítik a hajtóerejüket, ha nem a második, akkor természetesen a harmadik nemzedékben: fapapucsból fapapucsba három nemzedék alatt. Barker és Lévy-Leboyer, akik a toposzt egy írásukban mérlegre tették, megállapítják, miszerint *A Buddenbrook ház* inkább egy család, mint egy vállalkozás hanyatlásának története, és a szüzsé vállalkozástörténetileg is értelmezhető lényegének azt tartják, miszerint a külső megjelenés fontossá válása, a megjelenés a helyi polgárgyűlésben és a koravétség gyöngítőleg hatnak a harmadik nemzedékben.<sup>16</sup> Leegyszerűsítő olvasat, de ez még mind semmi

<sup>16</sup> T. C. BARKER – M. LÉVY-LEBOYER: An Inquiry into the Buddenbrooks Effect in Europe. In: *From Family Firm to Professional Management. Structure and Performance of Business Enterprise*. Ed. L. Hannah. Eight International Economic History Congress B9. Budapest, Akadémiai, 1982, 10–25.

a Buddenbrook-effektusnak nevezett jelenség további diadalútjához képest. Egy magyar közíró szerint „a kapitalizmus egész fejlődéstörténetét – a kezdetektől a bukásig – három generáció sorsában lehetett nyomon követni. Az első a ‘teremtők’ nemzedéke volt, a második a ‘megtartóké’, akik új értékkel már nem járultak hozzá, a harmadik pedig az ‘elpocsékolóké’.”<sup>17</sup> A szabad olvasás további példái: „A Thomas Mann-i Buddenbrook-effektus szerint a vállalkozók első generációja a vagyont megszerző, az alapító atya. A második generáció képviselője a tanult és a vállalkozást csúcsra juttató polgár. A harmadik generáció tagjai között már a kifinomult dekadensek kerülnek többségbe, s ők legfeljebb csak a cég fenntartására képesek. A negyedik generáció pedig ingujjra vetkőzik, és minden kezdődik előlről.”<sup>18</sup> Vagy: „Thomas Mann *A Buddenbrook ház* című könyvében az első és a második generáció gyűjti a pénzt; az első megalapozza a családi vagyont, a második fialatja a pénzt, és a harmadik művész lesz. A harmadik generáció elfordul a családi vállalkozástól. Azt hiszem, hogy ez nagyon tipikus jelenség, vagy legalább is sok esetben tipikus, a Hatvany család esetében mindenképpen; [...]”<sup>19</sup>

A műalkotás szüzsévé, majd közhellyé alakulásának jóindulatú olvasatát a történész Péter Katalin foglalta össze: „Eredetileg az is közvetlenül megérthető szöveg volt. Aztán fokozatosan tágult körülötte az értelmezés köre. A megjelenése után azon vitatkoztak, személy szerint kiket mutatott be benne Thomas Mann, történhet-e az események úgy, ahogyan ő leírta. Majd a szereplők sokasága, maga a család is típusá vált. Kezdetben csak a Hanza-városok patrícusait formázták, majd a német polgárságot. Végül nagyon hosszú idő és sokféle magyarázat után, az első kiadást követően egy emberöltővel, vagyis az 1980-as évekre kialakult a gazdaságtörténetben a ‘Buddenbrook jelenség’ fogalma.” Ennek jele, hogy a Budapesten tartott gazdaságtörténeti világtalálkozásra a London School of Economics egyik tanára, Theo Barker külön munkaszekciót szervezett róla. „A fogalom használói pedig nem azt állítják, hogy *A Buddenbrook ház*nál jobb családregény nem született. És nem is feltétlenül fogadják el a benne közvetlenül leírt négy generációs hanyatlás törvényszerűségét. Ehelyett a ‘Buddenbrook-jelenség’ a gazdasági folyamatokban rejlő emberi tényezőt jelenti, amit nem Thomas Mann fedezett fel, de az ő magyarázatában vált közérthetővé.”<sup>20</sup>

A „Buddenbrook-effektus” köznyelvileg megformált, és – már túlzottan is – közismert. Mint az iménti példákban láthattuk, jelentése, nem hogy nem egyértelmű,

<sup>17</sup> KÖNCZÖL CSABA: A Dallas-jelenség. = *Eszmélet* 35. [URL: <http://www.freeweb.hu/eszmelet/35/dallas35.html>]

<sup>18</sup> ZSIGMOND ANNA: Amit az EU-ról tudni kell, de tanítani nehéz. = *Új Pedagógiai Szemle* 1, 2001. [URL: <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=2001-01-eu-zsigmond-amit> ]

<sup>19</sup> GYÓRI LÁSZLÓ: Sokszínű magyar kapitalizmus. Beszélgetés. = *Gondolat-jel*, 2004. december 28., kedd 18:26. Kossuth Rádió [URL: <http://www.radio.hu/read/119432>].

<sup>20</sup> PÉTER KATALIN: Az átányiak, a néprajz és a Buddenbrook-jelenség. [FÉL EDIT – HOFER TAMÁS: *Arányok és mértékek a paraszti gazdálkodásban*. Budapest, Balassi Kiadó, 1997.] = *BUKSZ* 10:3, 1998.

hanem már szinte nincs is. Megjegyzendő, a megnevezés csak márkajelzése annak a jelenség-együttesnek, amelynek megjelölésére létrehozták. A regényben a hanyatlás metahistorikus – ha tetszik: mitikus – elem, Thomas Mann vico-i történelemfölfogásából fakad. Ha viszont közgazdasági szempontból tekintünk a „Buddenbrook-hatás” mint toposz elterjedésének jelenségére, akkor a Péter Katalin által említett közérthetőség alapján kell elindulnunk. A mai üzleti élet jelentős része üzenetek kialakításával és átadásával foglalkozik. Ennek az iparágnak a „Buddenbrook” név kiváló alapanyag. Német nyelvterületen a mű kötelező olvasmány, de a világon másutt is ismerik, a regénycímbe foglalt név meghallása, csakúgy mint a szerzőé is, azt az illúziót kelti, hogy a kifejezés dekódolója legalább hallótávolságban van a műveltségtől. A világhálós kereső sok találatot ad ki, ahol az effektus említését valamilyen (föltehetően fizető) tanfolyami előadás vázlatában leljük meg.

Rövid áttekintésünk summája ez lehet: a nagyléptékű üzleti élettel azonosítva a kapitalizmust, egy irodalmi mű vizsgálata azt fogalmaztatja meg, miszerint költészet és kapitalizmus viszonya kétirányú. Az egyik irány az üzlettől a szépirodalom felé mutat: az üzletileg sikeres alkotás nem engedi meg, hogy az üzlet valóságáról essék szó. De láthatunk egy másik, a szépirodalomtól a kapitalizmus felé mutató irányt is – a regény egyik motívuma önálló életre kel, és presztízsdús<sup>21</sup> tőkeelemként az üzleti élet alkotórészévé válik.

<sup>21</sup> A presztízs gazdaságtanáról: TÓTH MARGIT: Zsákbamaczka. (A pozicionális verseny). In: *Racionális választások – irracionális következtetések*, Szerk. Gál Róbert Iván. (Műhelytanulmányok), Budapest, Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem, Szociológiai Tanszék, kézirat, 1988, 107–130. Az irodalmi befogadásra vonatkoztatva: HALMOS KÁROLY: Szépirodalom – társadalomtörténet – közgazdaságtan. In: *Évek és színek. Tanulmányok Fábri Anna tiszteletére hatvanadik születésnapja alkalmából*. Szerk. Steinert Ágota. Budapest, Kortárs, 2006, 399–408.