

Tárgyaink tükrében

Az vagy, amid van?

Lezárás dátuma: 2024.05.15.

Jelige: SGJ999

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1.1. Relevancia	2
1.2. Kutatási kérdések, hipotézisek	2
1.3. A dolgozat felépítése	3
2. Elméleti áttekintés	4
2.1. A tárgyak az identitás szolgálatában	4
2.2. A tárgyak mint igazodási pontok	5
2.3. A tárgyak az időbeliség szempontjából	6
2.4. A tárgyak és a kötődés	6
2.5. A tárgyak a szemiotika szemszögéből	7
2.6. A tárgyak és a fenntarthatóság	9
2.7. A tárgyak mint státuszsimbólumok	11
3. Kutatás	13
3.1. A kutatás célkitűzései	13
3.2. A kutatás módszertana és célcsoportjai	13
3.2.1. Mélyinterjúk	13
3.2.2. Kérdőív	16
3.2.3. Szakmai interjúk	17
3.3. A kutatás felépítése	18
3.4. A kutatás eredményei	18
3.5. A kutatás eredményeinek összegzése	36
4. Hipotézisvizsgálat	37
5. Összefoglalás	38
5.1. Következtetések	38
5.2. Limitációk	38
5.3. Jelentőség	39
5.4. További irányok	40
Hivatkozások	41
Mellékletek	44
I. melléklet: Kiegészítés – A tárgyak digitalizációja	44
II. melléklet: Mélyinterjúk kérdései	45
III. melléklet: Kérdőív	48
IV. melléklet: Szakmai interjú I. – kérdések Antal Évihez	53
V. melléklet: Szakmai interjú II. – kérdések Frazon Zsófiához	53
VI. melléklet: Szakmai interjú III. – kérdések Papp Eszterhez	54
VII. melléklet: Az interjúalanyok tárgyai	55

1. Bevezetés

Egy fotóalbum, tele családi pillanatokkal. Egy dedikált könyv az asztalon. Egy féltve őrzött plüssállat az ágy szélén. Az egyén tárgyak között él, amelyek számtalan szerepet töltenek be a mindennapjai során: használati eszközökként funkcionálnak, emlékeket őriznek magukban, esztétikai szerepet töltenek be. A tulajdonok halmazából azonban kitűnnek olyan darabok, amelyek valamiért kiemelten fontosak a birtoklójuk számára.

Sokszor költöztem már életem során: először hétévesen, amikor a lakótelepi lakásunkból egy nagyobb, falusi családi házba költöztünk. Aztán kétszer kollégiumba, amikor az egyetem hallgatója lettem, és elkezdődött életem új fejezete Budapesten. A pandémia szabályozásai miatt azonban mindkétszer haza kellett költöznöm. Miközben ezt a dolgozatot fejezem be, éppen csomagolok ki a bőröndjeimből a harmadik albérletemben. A költözések során egy dolog biztos, hogy mindig velem volt: a plüsscápám, amit az első ösztöndíjamból vettem. Cápi Úron kívül azonban jócskán át kellett gondolnom, hogy mik azok a tárgyak, amiket magam mögött hagyok, és miket viszek tovább magammal. A pakolások során vettem észre, hogy egyre több tulajdonomtól válok meg, olyanoktól is, amiknek egykor nagy jelentőséget tulajdonítottam. Felmerült bennem a kérdés, hogy vajon amikor tárgyakat szortírozunk, akkor emlékeket is szelektálunk? Miért ragaszkodunk ennyire az anyagi környezetünkhöz; miért érzünk csorbulást az identitásunkon, ha valamit elveszítünk, miért halmozunk fel a javakból minél többet, amikor a túltermelés az egyik legégetőbb probléma a környezet szempontjából?

„Szinte semmi anyagira nincs szüksége a boldog élethez annak, aki megértette a létezést” – sokan kötik Marcus Aurelius ókori császárhoz és filozófushoz a gondolatot, a társadalmat figyelve azonban aligha akadna olyan személy, aki egyetértene a kijelentéssel. A tárgyak ugyanis nem csupán használati eszközök, hanem a birtoklójuk igazodási pontjai a társadalom útvesztőjében, és olyan kérdésekre válaszolnak, amelyek az egyént folyamatosan foglalkoztatják (Belk, 1988): ki vagyok én, hol a helyem a világban? Éppen emiatt a funkciójuk sem csak kényelmi megoldásokra korlátozódik, a javak ugyanis képesek reprezentálni tulajdonosukat, kapaszkodókat nyújtani neki a mindennapok során és meghatározni helyét a társadalomban.

Tárgyakat vizsgálni izgalmas, mert más-más dimenzióból megközelítve más-más magyarázatot adnak az egyén életében betöltött szerepükre. Az ezerarcú tulajdonaink interdiszciplináris diskurzust képesek generálni olyan területek között, mint a szemiotika, a marketing, a

pszichológia, a történelem, a materializmus, a fenntarthatóság és a minimalizmus. Éppen emiatt érdemes tüzetesebben foglalkozni velük.

1.1. Relevancia

„A múlt emlékei, a jelen tapasztalatai, a jövő álmai az embernél kibogozhatatlanul összefonódnak a környezetét alkotó tárgyakkal” – állítja Csíkszentmihályi és Halton (2011, p. 12.), és ezzel a mondattal rendkívüli pontossággal ragadták meg a szempontot, amiért érdemes tárgyakat helyezni vizsgálódások középpontjába, a tulajdonok ugyanis különböző területek lencséjén keresztül nézve eltérő szerepeket töltenek be az egyén életében. A tárgyak egyrészt lehetnek az identitás részei, képviselhetnek karakterisztikákat, de akár segíthetnek abban is, hogy az egyén általuk torzítsa személyiségét (Csíkszentmihályi & Halton, 2011; Goffman, 1959; Woodward, 2007). Nonverbális kifejezőeszközként a kommunikációs folyamat során számtalan jellemzőjét árulhatják el hordozójuknak, birtoklójuknak, emellett befolyásolóerővel is bírhatnak a státuszjellegük miatt, tehát a benyomáskeltés eszközei lehetnek (Goffman, 1951). A tulajdonok értelmezésében kiemelt szerepet kap a szemiotika, mivel az ember és a környezete ugyanazt a tárgyat eltérő jelentésekkel ruházhatja fel, másképp gondolkodhat róla (Richins, 1994). A javak a materializmus és a minimalizmus ellentétének közepén helyezkednek el, a minél több és a minél kevesebb birtoklása között, így a jelenség érinti a korunkban erőteljesen tematizált fenntarthatóság kérdéskörét, a low és zero waste életmódokat.

A tárgyakkal érdemes és szükséges foglalkozni, nemcsak holisztikusan, globális szempontból, hanem konkrétan, az egyén perspektívájából is. Kutatásom relevanciája továbbá abban rejlik, hogy a tulajdonok a társadalomról és az emberről is egyaránt képesek információt nyújtani, így a tanulmány hiteles kor- és körképet tud biztosítani a tárgyak jelenlegi helyzetéről, és az egyik legemberibb tulajdonságunkkal való viszonyunkról: a birtoklásról. Az anyagi környezet vizsgálata több, különböző megközelítésből olyan összefüggéseket képes feltárni, amelyek egyetlen területre koncentrálódva nem biztos, hogy kirajzolódnának, így jelenlegi kutatásom az egyes területek hagyományai mellett a közöttük létrejövő interdiszciplináris diskurzus megismeréséhez is hozzájárul.

1.2. Kutatási kérdések, hipotézisek

Tanulmányom során tágabb értelemben arra a kérdésre kerestem a választ, hogy hogyan gondolkodik magáról az egyén a tárgyai által, és mások a tárgyait látva hogyan gondolkodnak róla. Vizsgálódásaim során a következő kutatási kérdések vezéreltek: Mennyire tükrözik a tulajdonolt tárgyak birtokosuk személyiségét? Hogyan befolyásolja az egyén és tárgyai viszonyát a fenntarthatóság és a birtoklási vágy? A kutatás érintette a tárgyak és az egyén

viszonyának több aspektusát is, amelyek a vizsgálódáshoz köthető hipotézisekben is megjelennek:

H1: Az interjúalanyok önjellemzése és a tárgyaik alapján, a kérdőívkitöltők által alkotott személyiségprofilok között hasonlóság fedezhető fel.

H2: A válaszadók szerint a tárgyak árulkodnak a tulajdonosuk személyiségéről.

H3: A megkérdezettek többsége megfigyeli az egyén tárgyait, és következtetéseket von le azok alapján a személyiségüket, életstílusukat illetően.

H4: A kérdőív kitöltői többnyire fenntarthatóan gondolkodnak a tárgyakkal kapcsolatban.

H5: A megkérdezettek kedvenc tulajdonainak többsége fontos személyekre emlékezteti őket.

1.3. A dolgozat felépítése

Jelen dolgozatom első része a materiális környezet valóját ragadja meg különféle hagyományok és területek alapján. Az elméleti rész érinti a tárgyak helyzetét a személyiség kialakulásában és kommunikációjában, szerepüket igazodási pontokként és viszonyukat az időbeliséggel. Az egyén és környezete kapcsán szükséges megvizsgálni azt, hogy miért ragaszkodik a személy a tulajdonaihoz, illetve, hogy ez a kapcsolat hogyan változik a digitalizáció folyamatának szempontjából. A tárgyak lehetnek jelek, így a szakirodalmi áttekintés megjeleníti a szemiotika és a státuszszimbólumok perspektíváját is, illetve a materializmus és a minimalizmus ellentétét. Az anyagi javak túlhalmozása szemben áll napjaink fenntarthatósági törekvéseivel, vagyis megjelenik a minél több és minél kevesebb fogyasztásának dichotómiája. Az eltérő megközelítésekben azonban egy közös: mindegyik rész a tárgyak profiljának felépítéséhez járul hozzá.

Tanulmányom második felében önálló kutatásomat és annak eredményeit mutatom be. A vizsgálat során három fiatal felnőttel készítettem mélyinterjút a tárgyi világhoz való kötődésükről és meglátásaikról. A beszélgetéseket egy, a nyilvánosság számára is hozzáférhető és kitölthető kérdőív egészítette ki, amely a válaszadók attitűdjét mérte fel a tárgyak világával kapcsolatban. Az interjúk egy pontján az alanyok hat, általuk kiválasztott tárgyuk alapján jellemezték magukat, amit aztán a kérdőívkitöltők is megtettek anélkül, hogy leírást kaptak volna az elemek birtokosairól. Az így kialakult, tárgyi személyiségprofil elemzése és összehasonlítása képezte a három személy második interjújának témáját. A különböző tendenciákat és trendeket a tárgyi világhoz köthető szakmai személyek meglátásai árnyalták. A dolgozat zárásaként értékelésre kerülnek a kutatáshoz kapcsolódó hipotézisek, illetve az ezekből levonható következtetések. A vizsgálódás kapcsán szükséges még foglalkozni annak limitációival és további irányjaival.

2. Elméleti áttekintés

A tárgyak sok, egymástól eltérő szerepet töltenek be az egyén életében. Különböző kutatók különböző motivációkat találtak arra vonatkozóan, hogy az ember miért látja az anyagi környezetét olyannak, mintha az az énjének a kiterjesztése lenne, miért ragaszkodik egyes tárgyaihoz és milyen célt szolgálnak az életében. Az egyes területek más-más perspektívából tekintenek a tulajdonokra, az elméleti rész ezen kereteket tekinti át átfogóan.

2.1. A tárgyak az identitás szolgálatában

Az emberek személyiségét nemcsak a gondolataik és a szavaik határozzák meg, hanem az anyagi termékek is, amelyeket birtokolnak, amelyekkel körülveszik magukat és amelyekkel napi szintű interakcióba elegendnek (Woodward, 2007). Az egyén a saját tulajdonaira tudatosan vagy tudattalanul, akarva vagy akaratlanul is a saját részeként tekint, ezért szükséges a tárgyakat az identitás részeként is vizsgálni (Belk, 1988).

Az identitás számtalan komponensből épül fel, ilyen részek például a személyiségjegyek (extrovertált, bátor), a külső tulajdonságok (magas, sportos), a kapcsolati karakterisztikák (fia, apja), és a formális és informális csoporttagságok (rocker, demokrata), amiket a tárgyak mind képesek megjeleníteni explicit és implicit utakon (Wheeler & Bechler, 2021). Mittal (2006) a tulajdonokra már nemcsak kifejezőeszközként tekint, hanem be is emeli őket az „én” koncepciójába, amely szinte minden olyan élményt és tapasztalást tartalmaz, amelyekkel az egyén élete során folyamatosan, időszakosan vagy egyszeri alkalommal találkozik, illetve találkozott. A fogalmon belül szisztematikusan így hat fő részt lehet megkülönböztetni: a fizikai testet, az értékeket, a sikereket és a kompetenciát, a társadalmi szerepeket, a jellemvonásokat és a tulajdonokat.

A tárgyak az identitás kifejezésének tekintetében lehetnek az egyént építők, amik az ő személyiségét, érzését, emlékeit jelenítik meg, ilyen például egy kagyló a legutóbbi nyaralásáról vagy a mementókként kiállított fesztiválbelépők (Gosling et al., 2002). A relikviák segítenek az élettér személyre szabásában, jelenlétük így belső irányultságú, mivel az én megerősítésére vonatkoznak. Léteznek azonban olyan tulajdonok is, amelyek az egyénnel interakcióba lépőket célozzák meg, implikálva személyiségének vonásait vagy éppen állításokat fogalmazva meg arról, hogy hogyan viszonyuljanak hozzá (Gosling et al., 2002). Ha egy adott személy kiállítja életterében a véradásáról szóló oklevelét, akkor azzal a társadalmi felelősségtudatát közvetíti, ahogy márkás ruhadarabjával pedig azt, hogy milyen valós vagy vélt anyagi helyzettel rendelkezik. Az egyén anyagi kontextusa viselkedésformákat is képes

megjeleníteni. Rendezett környezete például jelentheti azt, hogy rendszerető és a letisztultságra törekszik magánéletében is; a konyhaszekrényben tornyosuló, mintázott repoharai pedig azt, hogy egy társasági ember, aki szeret új élményeket megtapasztalni (Gosling et al., 2002).

A tárgyak többek között azért is határozzák meg az ént, mivel az ember élete nagy részét velük tölti, fizikailag körbeveszi velük magát, mentálisan gondol rájuk, így önmagát látja bennük, a sajátjaiként és nem a többi személy részeiként tekint anyagi környezetére (Dolfsma, 2004). A tulajdonok így egyrészt tartalmaznak egy rendkívül elemi állítást (az vagy, amid van), amely a személyre helyezi a hangsúlyt, aki azáltal tudja meg, ki is ő valójában, hogy milyen dolgok vannak a tulajdonában, és ezeket milyen módokon használja (Belk, 1988). Másrészt megjelenik egy társadalmi nézőpont is, amelynél az adott személy a tulajdonai által láthatóvá teszi az énjét mások számára és megkülönbözteti magát a társadalom többi tagjától (Csíkszentmihályi & Halton, 2011). A materiális javak tehát egyaránt segítik az egyént a személyes és a társas identitásának kialakításában és közvetítésében.

2.2. A tárgyak mint igazodási pontok

Ahogy a tárgyak képesek segíteni a jellem kialakítását és fenntartását mind egyéni, mind globális szinten, úgy tudnak a birtoklójuk számára igazodási pontokként is funkcionálni. A folyamatot szintén két különböző perspektívából lehet megközelíteni: az egyén szempontjából, amikor a tárgyak azt a célt szolgálják, hogy emlékeztessék a birtoklójukat arra, ki is ő valójában, illetve a társadalmi kontextust és környezetet figyelve, amelynek összességéből a tulajdonaik által emelkedik ki a hordozójuk (Wallendorf & Arnould, 1988). A tárgyak tehát ambivalens módon működnek, egyszerre képesek a differenciálódást és az integrációt promotálni, mivel amellet, hogy megkülönböztetik az egyént a többi embertől és hozzájárulnak különbségei kiemeléséhez, közösséget és szolidaritást is tudnak teremteni, amely például egy adott márka rajongói körében jelenhet meg markánsan (Csíkszentmihályi & Halton, 2011).

Ha az egyén igazodási pontjaiként vizsgáljuk a tárgyakat, akkor azok tulajdonképpen elválaszthatatlanok az egzisztenciájától, mivel nemcsak szimpla tulajdonokként jelennek meg, hanem tapasztalati keretként, amelyek rendet teremtenek a formátlan szelfben (Csíkszentmihályi & Halton, 2011). A modern világban az ember az anyagi javai által találja meg és határozza meg önmagát, és a velük kapcsolatos interakciói során emlékezteti magát arra, ki is ő valójában (Belk, 1988). A tárgyak így olyan biztos kapaszkodókat tudnak nyújtani az én számára, amelyek segítik őt a mindennapokban való navigációban, önmaga értelmezésében és a másokkal való interakcióban, mivel a tulajdonok megjelenítik birtoklójuk erejét és helyét a társadalmi hierarchiában (Csíkszentmihályi, 1993).

Továbbra is a személyt figyelve Weiss és Johar (2016) azt állapították meg, hogy amikor az egyén valamilyen úton hozzájut egy tárgyhoz, akkor nemcsak birtokolja azt, hanem implicit módon rajta keresztül látja önmagát, illetve a tárgyhoz hűen viselkedik. Egy aktivitásmérő óra fényében például az egyén is sportosabbnak ítéli meg magát, a könyvei által műveltebbnek, így az anyagi termékek az ideális, elérni vágyott éhez való igazodásban is utat képesek mutatni. Az ember materiális környezete nemcsak a személyiségének dimenzióit képes így prezentálni, hanem annak időbeli fejlődését, útjait is.

2.3. A tárgyak az időbeliség szempontjából

A tárgyak vizsgálhatók időbeliség szempontjából is. A történelem perspektíváját tekintve például az ember fejlődését és haladásának mértékét az általa kialakított, különböző tárgyak számának növekedése implikálja (Csíkszentmihályi & Halton, 2011). Amennyiben a globális, lineáris szemszög helyett az egyént és tulajdonainak kapcsolatát vizsgáljuk, akkor megállapítható, hogy a tárgyak nemcsak a múltat hordozzák magukban, hanem más idősíkokat is megjeleníthetnek. Belk (1988) szerint a folyamatosan felhalmozott tulajdonok a múlt lenyomatait rejtik magukban, ezáltal fejezve ki, hogy honnan jött a tulajdonosuk, de azt is implikálják, hogy ki ő a jelenben, és hogy merre tart az életében. Csíkszentmihályi (1993) is hasonlóan állít, mivel szerinte egy adott személy eszközei lehorgonyozzák őt a jelenben, emlékeket és mementókat biztosítanak számára a múltból és irányt mutatnak a jövőbeli céljai felé vezető úton, így jelenítve meg énjének folytonosságát.

Az időbeliség hangsúlyos a tárgyakhoz való kötődést, annak kialakulását és a tulajdonok elvesztését egyaránt tekintve. Kondo (2014) szerint az emberek többsége azért nem képes megválni egyes tulajdonaitól, mert általuk kapaszkodnak a múltba vagy biztos pontokat nyújtanak neki a labilis jövőben. A másik időbeli ok az anyagi környezethez való ragaszkodás esetén a tulajdonlás időtartama, amely egy, az adott tárgy megszerzésétől kezdődően eltéréseket mutató változó, mivel befolyásolhatja azt a tárgy eredeti funkciója, másrészt a környezete adta visszajelzés az artefaktummal kapcsolatban (David et al., 2021). Az egyén kötődése például egy bizonyos könyvhöz nőhet az idő előrehaladtával, ahogy egyre jobban elmerül a történetben, illetve egyre nagyobb lehet a ragaszkodás egy ékszer esetében is, annak többszöri viselése és a másoktól kapott dicséretnek miatt. Az ember azonban ezentúl még számos motivációval rendelkezik a materiális javak birtoklása és a hozzájuk való kötődés kapcsán.

2.4. A tárgyak és a kötődés

Az anyagi környezethez való ragaszkodás egy olyan érzelmi kapcsolódást jelent, amit az egyén érez a tárgyai iránt, és legfőbb mérője a hiány, amit az adott személy érez, amennyiben

megválnak a tulajdonától (David et al., 2021). Az emberek tárgyakhoz ugyanúgy képesek kötődni, mint egymáshoz, és a viszony általában apránként alakul ki több, visszatérő interakció, birtoklási rituálé során, ilyen például az adott tulajdon használata, tisztítása, elhelyezése az élettérben vagy a személyen, illetve a róla szóló, mindennapi diskurzus. Az összeköttetés azonban csak akkor fejlődhet ki egyén és tárgya között, ha az pozitív érzelmeket kelt benne (McCracken 1986; Mugge et al., 2008). Ezen a megállapításon alapszik Kondo (2014) rendrakási stratégiája, mivel szerinte a leghatékonyabban úgy tudja az egyén az élettérét rendezni, ha kézbe veszi minden egyes tárgyát, és megkérdezi magától, hogy az adott tulajdon örömet szerez-e számára. A szisztematikus rendrakási rendszerében éppen a kötődési okok miatt javasolja a tanácsadó azt, hogy az érzelmekkel telített tárgyakkal utolsóként foglalkozzon az illető.

A materiális környezethez való ragaszkodással kapcsolatban Furby (1978) három fő okot talált, amelyek közül az egyik az, hogy a tulajdonok segítik birtoklójukat bizonyos célok elérésében. Ebben a megközelítésben a tárgyak eszközjellege és instrumentális értéke dominál, mivel feladatok végrehajtását teszik lehetővé az egyén testi lehetőségeinek kiterjesztésével. Emellett a kötődés kialakulását motiválja még, hogy a tulajdonok állandóságukkal képesek biztonságot és megnyugvást nyújtani, illetve segítenek az én értelmezésében. Mugge és kutatótársai (2008) továbbá azt is kiemelik, hogy a kötelék létrejöttében döntő szerep jut a tulajdonokon keresztül megvalósítható önkifejezésnek és az élvezeti értéknek, amit nyújtani képesek.

A tárgyak, amikhez az egyén kötődik, túlmutatnak pusztán hasznukon és különleges jelentéseket hordoznak magukban tulajdonosaik számára. Egy karóra például azon túl, hogy képes az aktuális időt mutatni, emlékeztetheti arra a családtagjára a hordozóját, akitől kapta (Mugge et al., 2008). A tulajdonokhoz való ragaszkodást így befolyásolja az is, hogy az egyén mennyi jelentőségteljes pillanattal, személlyel képes őket asszociálni. Az élményeken túl a fizikai megjelenítési forma is a kötődést facilitálja, ami azonban a virtuális világ és lehetőségek jelenlétével átalakul (lásd: I. melléklet).

2.5. A tárgyak a szemiotika szemszögéből

A különböző üzenetek létrehozása, közlése és értelmezése közben használt jelekkel és az ezek használatát szabályozó kódokkal foglalkozó tudomány a szemiotika (Moriarty, 2005). A tárgyakat érdemes szemiotikai perspektívából is vizsgálni, ugyanis tekinthetünk rájuk jelekként, ahogy azt Csíkszentmihályi és Halton (2011) is megfogalmazták, mivel az emberek a tulajdonaikhoz rendkívül rugalmas módon társítanak jelentéseket, és ugyanennyire flexibilisen nyernek belőlük interpretációkat.

Az alapvető kiindulási pont a tulajdonok szemiotikai nézőpontból történő megközelítésénél az, hogy a tárgyak jelek, amelyek önmagukon túl valami másra is utalnak (Woodward, 2007). Hasonlót állít Richins (1994), aki szerint a tárgyak szemiotikai szempontból olyan jelek, amelyeket a megfigyelők értelmeznek egy bizonyos kontextusban és egy bizonyos értelmező kódkészlet által, a folyamat végeredménye pedig a jelentés. A tulajdonoknál ezen jelentések különböző szintjei rétegződnek, amelyek közül a látható, manifeszt síkot a denotáció, vagyis az elsődleges jelentés alkotja, a több gondolatot felölelő, sokkal tágabb és szélesebb szintet pedig a konnotáció (van Leeuwen, 2001). Az ujjon hordott ékszer a gyűrű, amelynek meg lehet állapítani a színét, formáját, hogy az illető melyik ujján hordja, tehát denotatív jellemzést lehet róla adni, azonban a külsőségeken túl számtalan jelentésréteget lehet hozzá csatolni, például a házasság mítoszát vagy az egyes ujjakon hordott ékszerek jelentését, amik már a konnotációi a jelnek (Barthes, 1972).

A tulajdonokat érdemes ezen rétegek kibontásával értelmezni, mivel tulajdonképpen egyik tárgy sem hatékonyabb szemiotikai szempontból, főleg akkor, ha külsőségek alapján ítéljük meg őket, például ugyanazon típusú, márkájú és kinézetű óra két mását (Grayson & Shulman, 2000). Az érték és az igazi lényeg az asszociációkban rejlik, a konnotációs rétegekben, amit az egyén rendel a saját tárgyaihoz, azonban rajta kívül a környezete is megteszi ezt. Az ember anyagi javainak értelmezése éppen ezért megvalósulhat egy nyilvános és egy magánszinten is: a publikus értelmezések a kívülálló egyénekhez köthetők, akik nem birtokolják az adott tárgyat, a privát interpretáció pedig az összessége azoknak a szubjektív jelentéseknek, amit a tárgy a tulajdonosuknak biztosít (Richins, 1994). Egy plüssállat például a nyilvánosság számára implikálhatja azt, hogy birtoklója gyermek, vagy azt, hogy valamiért fontos számára az a bizonyos tulajdon, ezért tartotta meg és állítja ki esetlegesen életterében, azt azonban már csak az egyén tudhatja, hogy a puha játék jelentősége abban rejlik, hogy a családjára emlékezteti őt.

Woodward (2007) gondolatai alapján a tárgyak segítenek jelentősebb interakció nélküli, gyors következtetéseket levonni a hordozójukról, azonban kommunikációs zavart is okozhatnak, mivel hamis asszociációkat és feltételezéseket idézhetnek elő. Megállapításai szerint egyrészt az értelmező nem minden esetben fér hozzá ahhoz a szándékréteghez, ami alapján a személy kiválasztotta a magán viselt vagy magánál lévő darabokat, nem látja teljesen a szubjektív konnotáció szintjeit, másrészt nem mindig rendelkezik az értelmezéshez szükséges releváns kulturális képességekkel, ugyanis egy-egy szimbólum jelentése helytől és időtől is függ, az akkor uralkodó társadalmi kontextustól. Ezeken felül alapvető hiba lenne azt gondolni, hogy a

személyes tárgyak szükségszerűen jelentést hordoznak magukban és nemcsak esztétikai vagy más, egyszerűbb célokat töltenek be.

Ha egy villamoson utazó észleli a vele szemben ülőt, aki egy kereszttel ellátott ezüstnyakláncot hord a nyakában, kulturális kontextustól függően hajlamos lehet azt a kereszténységgel azonosítani, tehát feltételezheti, hogy viselője a vallás követője. A kereszt szimbóluma azonban megjelenik például a gót szubkultúránál is, teljesen más, hittől mentes konnotációval, illetve lehetőség még az is, hogy a nyakláncot viselő egyén egész egyszerűen szereti a vallási ikonikát, és pusztán esztétikai okokból hordja az ékszert, hívó áthallás nélkül. A kereszt alapvetően két, ezüstből készült részből áll, amelyek derékszöget zárnak be egymással, tehát a mítoszok mögöttes hálójá az, ami igazából megtölti a szimbólumot látens értelmezési rétegekkel (Woodward, 2007). A tárgyak interpretációja sok esetben félrevezető lehet, amit teljesen nem lehet kiküszöbölni, viszont segíthet az, ha az egyén tulajdonait nem egyesével, önálló darabokként, hanem egyfajta kollázsként, több tárgy együtteseként értelmezzük. Adott személy materiális környezete így képes személyiségét és életstílusát reprezentálni mások számára.

2.6. A tárgyak és a fenntarthatóság

Látható, hogy a tárgyak a különböző funkcióik által az egyén identitásának részei, folyamatosan megerősítik személyiségét és jelzést adnak a társadalomban elfoglalt helyéről. Napjaink fogyasztói kultúrája abszolút anyagi orientáltságúnak mondható, az egyes tulajdonok körvonalazzák, meghatározzák a birtoklójuk státuszát, imidzsét, boldogságát, ezért a látens cél a minél több birtoklása. A materialisztikus értéktelítettség azonban szemben áll olyan társadalmi eszmékkel, mint a fenntarthatóság (Dittmar, 2004).

Csíkszentmihályi és Halton (2011) szerint a társadalom egyre inkább tudatára ébred annak, hogy az anyagi terjeszkedést szolgáló energiaforrások végesek, és hogy a földi élet fenntarthatóságát veszélyezteti azok kizsákmányolása. A túltermelés ellenpólusaiként jelennek meg a low és zero waste mozgalmak, amelyek a túlzó és felesleges fogyasztás és hulladéktermelés eszményét vetik el, és az erőforrások megőrzését emelik ki a felelősségteljes előállítás, fogyasztás és újbóli használat során (Zero Waste International Alliance, 2018). A zero waste életstílus elsajátítása megvalósulhat például az 5R szabályrendszeren keresztül (Johnson, 2018). Véleménye szerint az első lépés, hogy a fogyasztó visszautasítja azt, amire nincs szüksége, mivel minden vásárlással és promóciós termék elfogadásával annak gyártási folyamatait támogatja, ezzel üzenve, hogy még többet állítsanak elő az adott termékből, tehát a mindennapi döntések súlyát emeli ki, amiken keresztül valamilyen mértékben hatni lehet nagyobb mechanizmusokra (Johnson, 2018). A további lépéseket a fogyasztott mennyiségek

csökkentése, majd a lehető legtöbb dolog újbóli használata, újrahasznosítása, végül komposztálása képezik (Johnson, 2018). Szükséges hangsúlyozni, hogy a zero waste felfogás teljes mértékben nem egyenlő az újrahasznosítással, mivel a zero waste szemlélet már a tárgyak tervezési és a gyártási folyamatainál is jelen van, és önmagában nem promotálja a felesleg újrahasznosítását, mert a zero waste eljárások folyamán alapvetően nem keletkezik ilyen (Tran, 2019).

A fenntarthatóság szempontjából az egyént körülvevő tárgyak igen nagy szerepet töltenek be, mivel ők képviselik a materializmus álláspontját és az anyagiasság manifeszt megjelenését. Az emberek idejük nagy részét azzal töltik, hogy munkával megkeressék azt a pénzt, amivel aztán különböző javakat szereznek meg, illetve a mindennapok diskurzusa is gyakran termékekre, személyes tárgyakra és az általuk generált kinézetre koncentrál (Richins, 1994). A materializmussal, ha értéként tekintünk rá, személyeket is lehet jellemezni: akinek ezen értéke magas, ő abban hisz, hogy az anyagi javak a siker indikátorai, a boldog élet és az önrealizálás kulcsai, továbbá megszerzésük az élet fő célja (Richins, 2004).

A túlhalmozással és -vásárlással szemben jelenik meg a minimalizmus mint életstílus, amely megoldást nyújt a materializmus által előhívott anyagias felfogás ellen (Par, 2021). A minimalizmus meghatározása megközelítéstől függően eltérő, Par (2021) például azt állítja, hogy az eszménynek nincsenek szabályai vagy elvárásai, és követői azokra a dolgokra koncentrálnak, amik számukra a legértékesebbek. Eckmann és Landwehr (2020) ezzel szemben mennyiségi oldalról ragadják meg a fogalmat, szerintük a minimalizmus ugyanis egy preferencia a kevés anyagi tulajdon felé. Amennyiben több dimenzióból szeretnénk megközelíteni a jelenséget, akkor Wilson és Bellezza (2022) definícióját érdemes szem előtt tartani, akik három fő pont azonosítása, a tulajdonok száma, azok esztétikája és a tudatos fogyasztás által ragadják meg a stílust.

Összességében a minimalizmus követése Lloyd és Pennington (2020) szerint olyan érzésekkel jár, amelyek egy sor pozitív megerősítést indítanak be az egyénben, ami aztán tovább facilitálja a stílus felvételét. A minimalizmus számtalan módon kifejezhető napjainkban, például az otthon berendezésén, az egyén ruhatárán és a rendrakáson keresztül. Sokan nagyobb összegeket is költenek arra, hogy az egyszerűség favorizálóiént tűnjenek fel, ők a minimalista luxus követői, olyan tehetős személyek, akik szándékosan kevesebb számú, de minőségi luxuscikkre limitálják fogyasztásukat, hogy eltérjenek a mainstream vásárlóktól (Currid-Halkett, 2017; Liu et al., 2020).

A minimalizmus egyik kulcsa a rendrakásban és az akkor rendelkezésre álló javak szelektálásában rejlik, így kapcsolódik a tárgyi világhoz és a felhalmozáshoz. A felesleges tulajdonok kiválogatásának nagykövete Marie Kondo, akinek nevéhez köthető a tézis, ami szerint kizárólag azt szabad megtartani az anyagi környezet elemei közül, amelyek örömet szereznek az egyénnek (Kondo, 2016). A szortírozás kapcsán a személyes tulajdonok esetében a pszichológiai oldalt emeli ki, szerinte az élettérben történő, fizikai rendteremtés lelkileg is segít a gondolatok rendezésében (Kondo, 2014).

A minimalizmus és a vele járó low, illetve zero waste szemléletnek azonban van egy másik oldala is. Az életstílust a követői önként és tudatosan választják, mivel megtehetik, hogy minőségibb darabokat vásároljanak, hogy a tulajdonaik nagy számát csökkentsék, lehetőségként választják azt, hogy inkább megjavíttatják holmijaikat és second hand boltokban vásárolnak, és általában ezek a hangok azok, amik utat találnak a médiában, és képviselik a fenntartható álláspontot (Lloyd & Pennington, 2020; Müller & Schönbauer, 2020). Érdekes azonban figyelembe venni a másik oldalt: azokat, akik nem rendelkeznek ilyen opciókkal, akik szükségből vásárolnak adományboltokban, akiknek muszáj reparálniuk a tulajdonaikat, mert nincs pénzük újra, és egész egyszerűen anyagilag nem engedhetik meg maguknak, hogy sok tárggyal vagy kevés, de minőségi produktummal vegyék magukat körül (Lloyd & Pennington, 2020; Müller & Schönbauer, 2020). A jelenség kapcsán felmerül, hogy ők például mennyire mondhatók minimalistának ebből a szempontból.

2.7. A tárgyak mint státuszszimbólumok

Az eddig tárgyaltak alapján az egyén tárgyainak mennyisége, minősége, illetve tudatos döntések útján való megjelenítése és kiemelése mind nonverbális jelzői annak, hogy milyen helyet foglal el a társadalomban. Az így közvetített státusz azt a tiszteletet és elismerést jelenti, amit a külső szemlélők az egyénnek tulajdonítanak, a birtoklója szemszögéből pedig olyan pszichikus energia feletti kontrollt, ami által számíthat mások figyelmére és bizonyos mértékű engedelmességére (Csíkszentmihályi & Halton, 2011; Magee & Galinsky, 2008). A státuszt jelző szimbólumok azért lényegesek, mert alapvetően a társadalmi rend fenntartását segítik az emberek közötti hierarchikus különbségtétel megkönnyítésével (Csíkszentmihályi & Halton, 2011).

Státuszt megjeleníteni a legegyszerűbben tárgyakkal lehet, mivel a tulajdonok számtalan módon lehetnek annak szimbólumai: ritkaságuk, anyagi értékük, korosságok és különlegességük mind képesek a figyelmet irányítani (Csíkszentmihályi & Halton, 2011). Az ilyen típusú anyagi javakat a „hivalkodó fogyasztás” kifejezéssel lehet a legkörültekintőbben

jellemezni, ami egy olyan jelzésértékű viselkedést takar, amelynek célja mások lenyűgözése, tehát az impressziókeltés a tulajdonok és a segítségükkel előhívott magatartások által (Lee & Shrum, 2012). A fogyasztási stílus fontos ismérve a láthatóság, mivel kontextustól függően léteznek olyan tárgyak, amik értelmezés szempontjából kevésbé hozzáférhetők a befogadó számára, ilyenek például a privát élettér elemei (fogkefe, bögre, papucs), illetve vannak olyanok, amik társadalmilag alaposabban megtekinthetők és analizálhatók (ruha, ékszer, autó) (Goenka & Thomas, 2020). Így a nyilvánosság számára is látható tulajdonok, azokon belül is a luxustermékek azok, amik leginkább státuszt tudnak termelni és a hivalkodó fogyasztáshoz hozzájárulni.

A szimbólumok értelmezése jelentősen függ az egyén tapasztalataitól és beállítottságától. Ha a személy az egyenlőség és a jólét gondolatát preferálja, akkor a közösségből való kitűnés által motivált magatartásokat a hatalom és az egyenlőtlenség megjelenéseiként tartja számon, viszont amennyiben olyan csoportértékeket tart előnyösnek, mint például a hierarchia és a tradíció, akkor a hivalkodó fogyasztást a csoportok működésének és sikerességének érdekében folytatott, a társadalom többi tagjától történő elkülönülés kommunikációjaként fogja fel (Goenka & Thomas, 2020). Egy márkás táska az egyik nézőpontból a károsnak tartott differenciálódást hordozza magában, míg a másik értelmezés szerint a státusz ezen kommunikációja szükséges ahhoz, hogy a társadalom adekváтан tudjon működni.

Lényeges kiemelni, hogy a státuszszimbólumokból felépülő imázs nem minden esetben korrelál az egyén valós helyzetével, mivel jelképei segítségével manipulálni tudja azt (Csíkszentmihályi & Halton, 2011). Az állításban rejlik a tulajdonok szociális helyzetet reprezentáló formákként való felfogása, azonban a szerepkör értelmezése nem konstans, mivel a státuszszimbólumok kategorizációja függ a kulturális kontextustól, illetve attól, hogy a társadalom egésze milyen anyagi elemeket utasít el vagy tart értéktelítettnek ilyen szempontból (Csíkszentmihályi & Halton, 2011).

Mindennapi tárgyaink tehát egy olyan diskurzus középpontjában helyezkednek el, amely számos tudományterületet és hagyományt érint. A tulajdonok amellet, hogy kapaszkodókat nyújtanak az egyén önértékelésében, képesek a külvilág felé feltevéseket megfogalmazni róla akár személyiségével, akár státuszával kapcsolatban, az értelmezés azonban már a befogadóra van bízva. A fenntarthatóság és a digitalizáció napjaink két olyan komplex folyamata, amelyek átalakítják a tárgyak szerepkörét is. A tulajdonok értékei felfogások és megközelítések szerint változnak, azonban az általuk alkotott összkép megjelenítése és elemzése szükséges ahhoz,

hogy komplex jelenlétük koncentráltabban is vizsgálhatóvá váljon. A jelenlegi kutatás elméleti áttekintésének pluralitása motiválta a módszertanának változatosságát is.

3. Kutatás

3.1. A kutatás célkitűzései

A kutatás céljaihoz tartozik a tárgyak reprezentációs képességének feltárása egyéni perspektívából, illetve a tárgyi kultusz jelenlétének és hatásának felderítése a társadalom egészének szemszögéből nézve. A tárgyak szerepének több irányból való megközelítése elengedhetetlen ahhoz, hogy a kutatás hiteles kor- és körképet biztosítson akár a szakmai, akár a laikus közönség, illetve további tudományos vizsgálódások számára is. A kutatás éppen ezért kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaz, amelyek segítenek az egyes vizsgált részeket a tulajdonok viszonyában értelmezni. Az egyén tárgyaival foglalkozó jelen dolgozat arra keresi a választ, hogy milyen mértékben képes az anyagi környezet tükrözni az egyének személyiségét. Hogyan gondolkodik magáról az ember a tárgyai által, hogyan vélekednek róla azokat látva mások? A tanulmány továbbá figyelembe veszi és elemzi azokat a tényezőket, amelyek befolyásolhatják az egyén tárgyaihoz fűződő viszonyát, ilyen például a fenntarthatóság, a státuszsztimolika és a birtoklási vágy.

3.2. A kutatás módszertana és célcsoportjai

Hipotéziseim empirikus vizsgálatában kvalitatív és kvantitatív módszerek egyaránt segítettek: három fiatal felnőtt tapasztalatait egy két részből álló mélyinterjú mérte fel, ami szoros kapcsolatban állt azzal az online kérdőívvel, ami a kitöltők meglátásai mellett a tárgyak személyiségmegjelenítő-képességével foglalkozott, továbbá célzott interjúk készültek a kutatás témájával kapcsolatban álló, az anyagi környezettel összefüggésbe hozható, a saját területeik képviselőiként jellemezhető személyekkel. A módszerek lehetővé tették egy részletesebb kép kialakítását a tárgyi világgal kapcsolatban, mivel teret adtak az egyéni benyomásoknak, de a globálisabb attitűdök megismerésének is. A kvalitatív és kvantitatív metódusok párhuzamos alkalmazása lehetőséget nyújt arra, hogy a kutatás témája több perspektívából is megközelíthetővé váljon. A minta nézeteit tükröző, összefoglaló és számszerűsíthető adatok az egyéni meglátásokkal és tapasztalásokkal kiegészülve egyszerre képesek mind az individuum, mind a társadalom szintjét képviselni.

3.2.1. Mélyinterjúk

A három fiatal felnőttel készült, két-két alkalomból álló mélyinterjú az alanyok attitűdjét és véleményét mérte fel a tárgyi világgal kapcsolatban. A beszélgetések ugyanazokat a kérdéseket tartalmazták minden esetben, azonban azok csak vezérfonalakként voltak jelen, mivel a cél az

egyéni hozzáállás feltárása volt, így sok esetben rugaszkodtunk el az adott kérdéstől, folytattuk más irányba is a diskurzust. A félig strukturált interjúk lehetőséget adtak arra, hogy a beszélgetőpartnerek megnyilvánulásai terejék a gondolatmenetet, és az addig implicit összefüggések tudatosan értelmezhetővé váljanak.

A mélyinterjúk során két módszert alkalmaztam még: a Big Five személyiségteszt egyes skáláit, illetve a Royer-féle metamorfózis teszt mechanikáját. A Goldberg (1992) által összehasonlított és próbált Big Five skálák az alanyok személyes tárgyaival történő jellemzéséhez nyújtottak keretet. A személyiségteszt öt fő dimenzió mentén jellemzi az egyént, amelyek az érzelmi stabilitás, a barátságosság, a nyitottság, a lelkiismeretesség és az extraverzió. Mivel célom nem egy komplett személyiségprofil felépítése és elemzése volt, hanem a karakterisztikák minél pontosabb lefedése, ezért nem a teljes skálakészletet bocsátottam az alanyok és így később a kitöltők rendelkezésére, hanem dimenzióként a legmegbízhatóbbak közé tartozó, kategóriánként három bipoláris skálát. A mennyiség kiválasztása során figyelembe vettem a minta kitöltési motivációját és figyelmi kapacitását, amelyek idővel folyamatosan csökkennek, így a három interjúalany esetén a kialakult 15 ellentétpár (pl. félénk-bátor; érzelmi-értelmi) adekvátnak bizonyult.

A Royer-féle metamorfózis teszt szereplője egy bizonyos varázsló, aki az alanyt különböző kategóriák (pl. állat, növény, szerszám, közlekedési eszköz) elemeivé változtatja át, először megadva neki a lehetőséget arra, hogy saját maga határozza meg, mi szeretne lenni a csoporton belül, majd azt döntheti el, hogy melyik elemmé nem szeretne átváltozni (Szőnyi, 2005). A pozitív és negatív preferenciák a kíváncsi és az elkerülendő magatartásformákat implikálják, az alany belső világát és döntési motivációit projektálják. A jungi és freudi koncepciókra épülő gyakorlat abban az esetben igazán hatásos, ha az egyén több kategóriában is meghatározza magát, azonban a kutatás szempontjából ez nem bizonyult relevánsnak, így csak annak a meghatározására kértem az interjúalanyokat, hogy a tárgyaik közül válasszanak egy olyat, amivé szívesen alakulnának át, és egy olyat, amivé a legkevésbé. A cél az alanyok önismeretének növelése volt, illetve a Big Five által kialakított személyiségprofilok árnyalása.

A huszonévesekkel készült interjúk felvételének első része 2023.03.02. és 2023.03.05. között valósult meg, míg a másodiké 2023.03.30. és 2023.04.04. között. A személyesen folytatott interjúk alanyainak kiválasztása a saját ismeretségi körömből történt, mind a három alany fiatal felnőtt, jelenlegi vagy szünetelő egyetemi tanulmányaik mellett rendszeresen vagy alkalmanként dolgoznak. Az anonimitásuk megőrzése és a diszkréció biztosítása érdekében valamennyien álnéven szerepelnek a jelenlegi tanulmányban (Zsanett, Luca és Bence). A

számuk kevésnek tűnhet, viszont növelésük jelentősen megemelte volna a kérdőív kitöltési idejét, ugyanis minden interjúalanytól kértem 6-6 darab tárgyat, amelyekre a kitöltők a kérdéssorban reflektáltak. Már három megkérdezett esetén is felmerült a figyelmi kapacitás és a kitöltési hajlandóság csökkenése, így ezen szempontok figyelembevételével döntöttem a szám mellett. A kis érték miatt koncentrált a kutatás ebben a tekintetben kimondottan a huszonéves korosztályra, így még ha vertikálisan, életévek szerint nem is, de horizontálisan jobban körbejárhatóvá válik a téma.

A két részből álló interjú (lásd: II. melléklet) az általános kérdésektől haladt az egyre specifikusabbak felé, így térképezve fel hozzáállásukat a témához. A beszélgetőpartnerek először a tárgyi világgal kapcsolatos észrevételeiket fogalmazták meg, és helyezték el magukat ilyen szempontból a társadalom egészében. Ezután megkértem őket, hogy soroljanak fel olyan státuszszimbólumokat, amelyek az eszükbe jutnak, és ezek különböző tulajdonságait priorizálják aszerint, hogy melyik számukra a legfontosabb. Végül kitértünk arra is, hogy mennyire figyelik meg mások személyes tárgyait, öltözködését, és mennyire érdekli őket mások véleménye ezzel kapcsolatban. A fenntarthatóság kapcsán az alanyok beszámoltak a saját élményeikről, és megosztották véleményüket a materializmus és a minimalizmus ellentétével kapcsolatban. A tárgyak emberi életben betöltött szerepét nézve kifejezték álláspontjukat, különös tekintettel a személyiségrepresentáló képességükre és az általuk nyújtott éles vagy torz, analóg és digitális tükrökre.

Az interjú utolsó része az alanyok saját, személyes tárgyairól szólt. A szakasz első része a Royer-féle metamorfózis tesztre épült, amely során egy képzeletbeli szituációba helyezve az interjúalanyok megnevezték egy-egy olyan tárgyat, amelyekké szívesen és kevésbé szívesen alakulnának át. A megkérdezettek ezen kívül megnevezték azt a tárgyat, amit tűzeset esetén kimentenének az életterükből, illetve egy olyan tulajdonukat, ami különleges volt számukra, de már nincs a birtokukban. Az interjú előtt megkértem őket, hogy hozzanak magukkal három olyan tárgyat, amely nap min nap náluk van, illetve három olyan személyes tulajdont, ami számukra a legkedvesebb. Az ezekről történő beszélgetés után az alanyok elhelyezték magukat 15, dimenzióként három darab Big Five skálán (lásd: II. melléklet, 21. kérdés), amelynek a végpontjait ellentétpárok alkották.

A hat tárgynak a kérdőívben volt szerepe, ahol a kitöltők ugyanazon a 15 skálán helyezték el tulajdonaik alapján az alanyokat, amelyeken ők is megtették. Az így kapott személyiségprofilok nyújtották a második interjú apropóját. A beszélgetések a kérdőív eredményeinek értékelése után történtek meg és céljuk a visszacsatolás nyújtása volt a tárgyak által közvetített identitások

és a személyiségfejlődés reményében. A második beszélgetés során a három alany beszámolt arról, hogy gondolkodtak-e a tárgyaikkal való viszonyukról az előző alkalom óta, majd a saját maguk és a kitöltők által készített személyiségprofilokat összevetve megosztották gondolataikat azokkal kapcsolatban és beszámoltak arról, hogy melyik volt számukra a legmeglepőbb és a legkevésbé meglepőbb eredmény. Az interjú végén beszélgettünk a Royer-féle metamorfózis teszt implikációiról a személyiségükre vonatkoztatva.

3.2.2. Kérdőív

A módszertan további részét képező online kérdőív (lásd: III. melléklet) a tudományos vizsgálódások önkitöltésen alapuló, költség- és időhatékony módszere, emellett olyan statisztikailag elemezhető adatokkal szolgál, amik kiemelkedően fontosak a témához köthető attitűdök feltárása során. A kérdőív a személyes interjúkhoz hasonlóan az általánostól haladt a specifikus felé, ugyanezen témakörök mentén, azonban a beszélgetésekben szereplő, hosszabb válaszra is lehetőséget adó kérdések többsége mátrixok, illetve skálák képében jelent meg. A fő részben a kitöltők a három interjúalany hat-hat tárgyát láthatták egy képkollázs formájában, majd az összeállítás alapján el kellett helyezniük a személyeket egyéb jellemzőjük ismerete nélkül ugyanazon a 15 Big Five-skálán, amin ők is megtették. A kérdőív demográfiai résszel zárult.

Az adatgyűjtés 2023.03.07. és 2023.03.28. között valósult meg, ezen az intervallumon belül állt rendelkezésre a kérdéssor. A kérdőív terjesztése az online környezetben zajlott, a potenciális kitöltőkhöz különböző közösségimédia-platformokon keresztül jutott el, saját profilon vagy tematikus csoportokban történő megosztások útján. A kitöltők sok esetben maguk is továbbították a kérdéssort, így az egy még szélesebb közönséghez juthatott el.

A megkérdezés célcsoportját az átlagemberek képezték, mivel mindenki napi szinten kapcsolatba kerül a materiális környezettel, közülük összesen 281-en osztották meg véleményüket a témával kapcsolatban a kérdőívben. A válaszadók 64,4%-a nő, 34,5%-a férfi, három válaszadó (1,1%) nemi identitása pedig eltérő a bináris rendszerétől. Az életkori megoszlást tekintve többségben vannak a 21 és 30 év közöttiek (65,5%), ami feltehetőleg a kérdőív terjesztési helyeinek és módszereinek köszönhető. A 21 év alattiak és a 31-40 éves korosztály aránya szinte megegyezik (12,5% és 12,1%), majd őket követik a 41 és 50 év közöttiek (7,5%), végül az 51-60 éves korcsoport (1,8%) és a 60 év felettiek (0,8%). A kitöltők majdnem fele (44,1%) lakhelyeként a fővárost jelölte meg, 27,8% városi, a megyeszékhelyeken és a falukban, községekben élők száma pedig hasonló (14,9% és 13,2%). A minta nagy része

ideje nagy részében dolgozik (48,4%), de a tanulók száma sem elhanyagolható (48%), ezek mellett 3 fő (1,1%) munkakereső, 7 kitöltő (2,5%) pedig egyéb elfoglaltsággal tölti idejét.

3.2.3. Szakmai interjúk

Az interjúk és a kérdőív során keletkezett tendenciákat árnyalták a tárgyi világgal összefüggésbe hozható szakmai alanyok meglátásai. Az interjúk kérdései (lásd: IV., V., VI. mellékletek) visszatérő motívumokat is tartalmaztak, főként a tárgyak énreprezentációs képessége kapcsán, azonban az interjúalanyok az általuk képviselt területekre specifikus felvetésekre is reagáltak. A fenntarthatóság, a tárgyak szerepe és a materializmus amennyi ponton összeérő, annyi helyen elkülöníthető részterületét képezi a kutatás témájának, az interjúalanyok ezek közül egyet-egyét reprezentálva nyújtottak mélyebb betekintést annak összefüggéseibe.

A szakmai személyekkel készült interjúk 2023.02.06. és 2023.02.09. között történtek meg, online formában. A fenntarthatóság perspektíváját Antal Évi digitális tartalomkészítő jelenített meg, aki a vegán és a low waste életmód egyik, ha nem a legismertebb hazai alakja az online térben. Már három éve foglalkozik a témakörrel és mutatja be azt tanácsaival, ötleteivel és a mindennapjai ábrázolásával. A fenntarthatóság kapcsán bevallása szerint először a hulladékmentesség kezdte el foglalkoztatni férjével együtt, majd egy idő után holisztikusabb és komplexebb folyamatok felé fordultak, amelyek már többek között a fenntartható étkezés, közlekedés és energiatakarékosság témáját is érintik. Jelenleg humánökológia mesterképzési szakon tanul, az ott elsajátítottak alapján pedig a laikusabb közönség számára készít anyagokat Instagramra, YouTube-ra és TikTokra.

Frazon Zsófia muzeológus a Néprajzi Múzeum munkatársa, végzettsége szerint etnográfus, és számtalan projekttel foglalkozik nap mint nap. A múzeum vezető stábjának tagjaként intézményépítési tervek és célok megvalósítását segíti, amelybe beletartozik például a tudományos stratégia kialakítása, a gyűjteményfejlesztés, a terepmunka és a különböző kiállítások és publikációk, ezek mellett pedig több projektszerű munkában is részt vesz, legyen szó kutatásokról vagy a MaDok-programról, amelyet két kollégájával együtt vezetnek. A muzeológus a hétköznappal és az anyagi világgal foglalkozik, a tárgyak kommunikációjával, így hitelesen képes a materiális javak emberi életben betöltött szerepét jellemezni.

A fogyasztás és az anyagi világ perspektíváját képviseli Papp Eszter, aki egy luxusmárka bolti eladójaként dolgozik. A másik két beszélgetőpartner hozzájárult nevének megjelenítéséhez, viszont mivel Esztert a válaszai alapján könnyen be lehet azonosítani, ezért az esetleges munkahelyi retorziók elkerülése érdekében álnéven tüntetem fel, a konkrét márka

nevének megadása nélkül. A spanyol divatmárka főleg a társadalom tehetősebb rétegét szólítja meg, amely az üzleteik kinézetén, a kommunikációjukon és az alkalmazottak magatartásán érhető tetten. Eszter először egyetemi évei mellett kezdett el az üzletben dolgozni, mivel olyan munkát keresett, ami könnyen összeegyeztethető tanulmányaival. Azóta is a márka Váci úti üzletének munkatársa, a feladatai köré főleg a vevők kiszolgálása és segítése tartozik, amelyet egyrészt a szervezet protokollja is facilitál (egyenmunkaruha viselése, a potenciális vásárlók magázása, kérdés nélküli segítségnyújtás), másrészt az üzlet elrendezése, mivel a luxus és a minőség érzését úgy jelenítik meg, hogy az egyes ruhadarabokból kizárólag egy-két darab van elhelyezve a külső részen, a többit a munkatársak a vásárlók kérésére a hátsó részből hozzák ki.

3.3. A kutatás felépítése

Az empirikus kutatás egyaránt tartalmazott kvalitatív és kvantitatív módszereket, melyek hasonló, de esetenként eltérő tematika és kérdések mentén dolgozták fel a megkérdezettek véleményét és attitűdjét. Az eltérésre azért volt szükség, mert a célcsoportok más-más perspektívából közelíthették meg a témát akár a módszertan, akár a személyes benyomásaik szempontjából. Az online kérdőív egzakt volt minden kitöltő számára, a három fiatal felnőttel készült mélyinterjú kérdései szintúgy adottak voltak, azonban egy-egy érdekesebb téma és meglátás kapcsán attól el is térünk az attitűdök részletesebb feltárásnak érdekében. A szakmai alanyokkal (muzeológus, fenntartható tartalomgyártó, luxusmárka bolti eladója) folytatott beszélgetések felvetéseinek rögzítése hasonló témakörök mentén történt, azonban eltérő kérdéseket is tartalmazott a tárgyi világgal való kapcsolatuk fényében.

3.4. A kutatás eredményei

A kutatás eredményeit bemutató részben a mélyinterjúk meglátásainak, a kérdőív válaszainak és a szakmai személyek tapasztalásainak összességét prezentálom különböző, a materiális környezettel kapcsolatos tematikák mentén. A jelenlegi tanulmány egyik fő tézise, hogy a tárgyak világában élünk, amellyel a kérdőívet kitöltők közül összesen 235-en inkább vagy teljes mértékben egyetértenek, egy személy pedig egyáltalán nem így látja. Az 1. ábrán látható megoszlást az interjúalanyok más-más perspektívából ragadták meg, Luca szerint például egy olyan világot, ahol nincsenek tárgyak, el sem lehet képzelni, míg Zsanett inkább a fogyasztói társadalom felől közelítette meg a felvetést és az emberek törekvését emelte ki önmaguk kifejezésére a tulajdonaik által, ami szerinte így sokszor „üres marad”. Bence kiemeli, hogy a világ alapvetően a látható, anyagi formákra épül, a látens értékek így szemben állnak a materiális javakkal. Ő személyesen úgy gondolja, hogy a nem kézzel fogható értékek, mint a tudás és a megérezés sokkal fontosabbak, azonban ezt az emberek többsége nem így értelmezi.

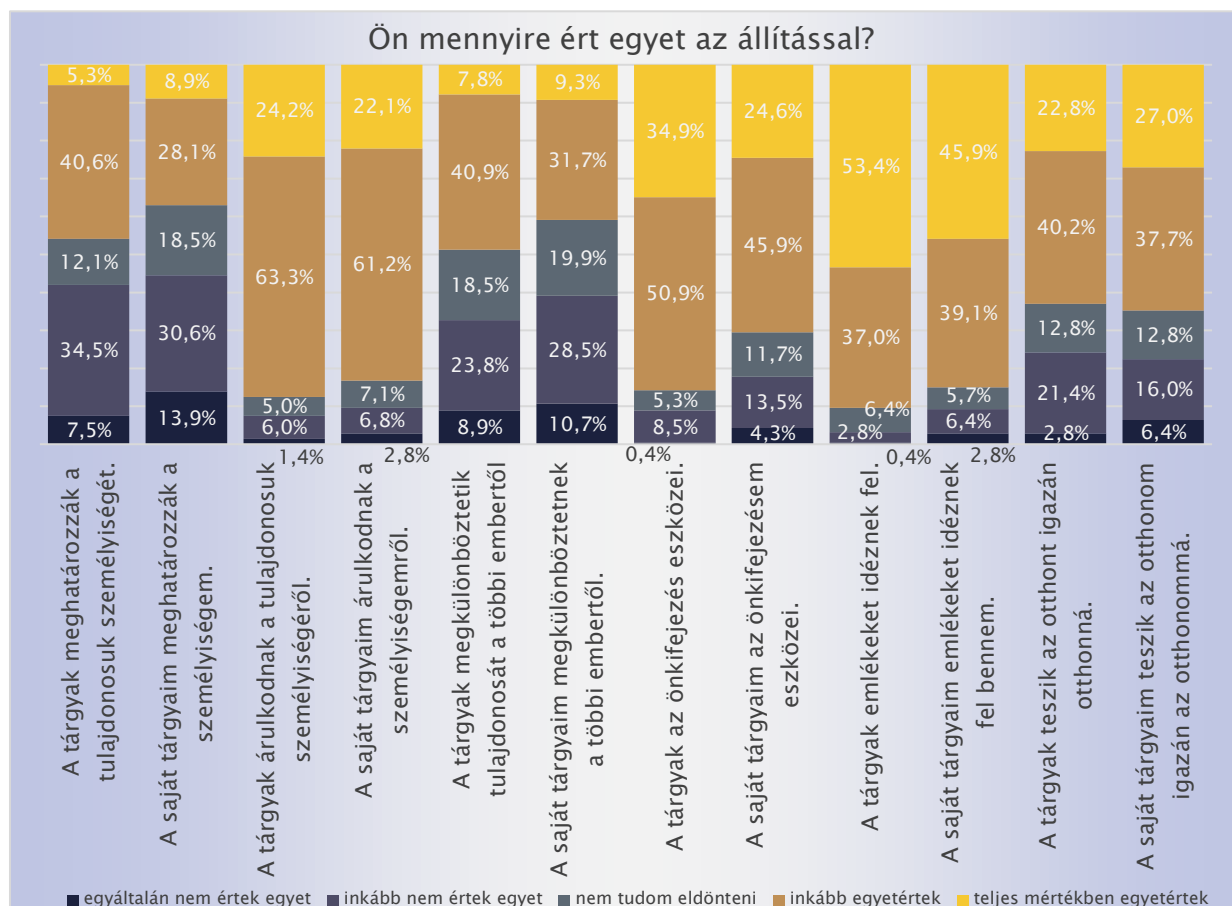


1. ábra: A kitöltők megoszlása a tárgyi világgal kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés, N=281)

A tárgyak szerepét az egyén életében sok, egymástól eltérő és egymást átfedő megközelítésből is fel lehet dolgozni, ahogy azt a szakirodalmi áttekintés is ábrázolta. A mélyinterjú alanyai a történelmi, horizontális változással kapcsolatban fejtették ki véleményüket. Visszatérő motívum volt a fogyasztói társadalom, Zsanett szerint a magatartásforma a felhalmozással együtt sokkal jobban felerősödött napjainkban. Ő és Bence is úgy gondolják, hogy amíg régebben inkább a tárgyak használati, instrumentális funkciója dominált, addig napjainkban már inkább az élvezeti értékük, a minél több birtoklásának eszméje és az ehhez kapcsolódó státusz. Frazon Zsófia muzeológus konkrét történelmi perspektívából ragadja meg a kérdést a tárgyak halmazát tekintve, szerinte a tulajdonok korpuszát régebben a birtoklójuk munkája határozta meg, amely jelenség a mai napig megmaradt az anyagi környezet egy részére vonatkoztatva, azonban a luxusfogyasztás eszméje már több presztízst implikál a tárgyak kapcsán és nagyobb a pozicionáló erejük is. Az értékükben és árukban kiemelkedő, a többivel összehasonlítható termékek olyan történelmi, gazdasági és komplex folyamatok által, mint a globalizáció, sokkal szélesebb réteg számára váltak hozzáférhetővé. Ez az átalakulás érintette a materiális környezethez való kötődést is a beszélgetőpartnerek szerint, Zsanett a több tárgy jelenlétét az ember életében azzal látja összefüggésben, hogy így kevésbé is alakul ki szoros összeköttetés közöttük. Luca az érzelmi kapcsolódást a digitális eszközök tekintetében értelmezi, mivel azok emlékek tárolására adnak lehetőséget, ezért a funkciójellegük háttérbe szorul az affektívhoz képest.

A kérdőív további részében a kitöltők a tárgyakat a személyiség reprezentálásának, kommunikációjának és az általuk előhívott emlékek fényében értékelték Likert-skálákon, amit aztán később megtettek a saját materiális környezetükkel való kapcsolatukra vonatkoztatva is. Az eredmények összesítése a 2. ábrán látható, ahol a logikailag összetartozó kérdések egymás melletti ábrázolása alapján megfigyelhető, hogy a minta nagyrészt azonosan gondolkodik a tárgyi környezetről globálisabb, neutrálisabb perspektívából, illetve a saját, szubjektív

szemszögéből is. Visszatérő, konzisztens tendencia az állítások egészét nézve, hogy a kitöltők minden esetben nagyobb százalékban tekintettek magukra a tárgytól független ágensekként az „egyáltalán nem értek egyet” opció választásával, mint a társadalom egészét nézve. A legmegosztóbbnak a saját tulajdonaikhoz köthető állításokat értékelték, a minta egészen ambivalensen gondolkodik arról, hogy mennyire határozzák meg őt saját tárgyai, és milyen mértékben különböztetik meg személyét a társadalom többi tagjától.



2. ábra: A kitöltők megoszlása a tárgyak szerepével kapcsolatos állítások esetén (forrás: saját szerkesztés, N=281)

A szakmai interjúk más-más szerepét ragadták meg a tárgyaknak az ember életében. Antal Évi a hasznosságukra helyezte a hangsúlyt, szerinte bizonyos tulajdonok birtoklását a szükség motiválja, hogy az egyén a saját képességeit növelje vagy megváltoztassa általuk. Frazon Zsófia a mindennapok és az élet meghatározó elemeiként tekint a tárgyakra, amikkel az adott személy folyamatos interakcióban van. Papp Eszter, a luxusmárka bolti eladója szerint sokkal fontosabb szerepet tulajdonít az egyén az anyagi környezetének, mint néhány személyes kapcsolatának, tehát inkább a tárgyközpontúság uralkodik a társadalomban. A mélyinterjú beszélgetőpartnerei különböző állítások mentén pozicionálták magukat ebben az anyagi környezetben. Érdekes meglátások születtek az ajándékozás rituáléjával kapcsolatban („Ha ajándékra gondolok, akkor tárgyra gondolok.”), amikből egyértelműen kirajzolódik a vizuális tanulás és a szimbolika

jelentősége. Zsanettnek részben azért jutnak eszébe materiális javak, amikor ajándékra gondol, mert már gyerekkorában is tárgyasítva volt a jelenség egy masnival átkötött, becsomagolt dobozként, akár a karácsonyfa alatt, amit már Bence említett.

A tárgyak árulkodhatnak tulajdonosuk társadalomban elfoglalt helyéről, ezen státuszsimbólumok tekintetében a minta úgy definiálta a fogalmat, hogy felsorolt szerintük annak tekinthető elemeket. A szinonimáik és nagyobb halmazaik alapján történő kategorizálásuk után (pl. autó – kocs, gépjármű, telefon – mobil, ruha – ruházati termék, öltöny), megvizsgáltam, hogy hányszor és milyen konkrét márkanevek fordulnak elő akár az általuk képviselt tárgyakat implikálva (pl. iPhone – telefon), akár önmagukban, és hogy a felsorolt státusztulajdonokat milyen jelzőkkel társítják a kitöltők (pl. márkás, dizájner, drága).

A státuszsimbólumok a mintának a válaszok alapján konkrét, kézzelfogható, materiális javakat jelentenek, a 990 elem között legnagyobb arányban az autó szerepel (21,7%), majd hasonló megoszlással következik az óra (12,8%), a különböző ruhadarabok (12,4%) és a telefon (12,3%). A kitöltők leggyakrabban ezen kategóriákkal kapcsolatban említettek márkákat, leginkább az Apple-t (36 alkalommal), a Rolex-et (9 alkalommal), illetve a Guccit és a BMW-t 4-4 alkalommal. A legtöbbször megnevezett jelzők a társadalomban átlagosan uralkodó értékektől történő elrugaszkodást, a többi személytől való megkülönböztetést implikálták, ilyen volt a márkás, a drága, a luxus és a dizájner melléknév, amik a 197 említés 67,5%-át tették ki.

Olyan válaszok is érkeztek, amik eltérnek a nagy átlagtól és inkább immateriális javakat jelenítenek meg, néhány kitöltő szerint a stabil munkahelyi pozíció, a kiterjedt ismerősi hálózat vagy egy egységes feed a közösségimédia-oldalakon is státusszal bírnak. Egy megkérdezett a Dr. előtagot is státuszsimbólumnak gondolja, illetve egy másik a „fiatal második feleséget egy 50-60-as férfi” esetében. Érdekes válasz volt még a fajtisza állat, inkább a státusz- mint tárgyi jellege miatt, illetve a gazdagság klasszikus szimbólumai, mint a jogar, a korona, a szőrme, a gyémánt és a különböző műtárgyak megjelenése.

Voltak olyan konkrét tárgyak, amik a látens értékeik miatt adnak státuszt tulajdonosuknak a válaszadók szerint, ilyen a diploma, ami a tudást és a felkészültséget jelképezi, illetve a régi fesztiválos karszalagok, amik mögött számtalan élmény rejtőzik. Ami kutatói szempontból kiemelendő még, hogy a válaszok 7,2%-a valamilyen ingatlant vagy azzal összefüggésbe hozható elemet említett (lakás, ház, birtok, nyaraló, bútorok, napelem). Materiális perspektívából tekintve ezen értékek nem klasszikus tárgyak, mégis státuszt tudnak képviselni értékükkel és valamilyen szintű állandóságukkal.

Az interjúalanyok egy része is hasonlóan nyilatkozott, mint a kérdőívkitöltők, megjelent az autó, a telefon és az ékszer mint státuszsimbólummal rendelkező tárgyak, Zsanett azonban szinte gondolkodás nélkül a Tupperware-dobozokat említette. Bevallása szerint „gyűlöli az olcsó dobozokat”, amiket régebben például a kollégiumba vitt magával, mert az édesanyja félt attól, hogy elhagyja őket, és ez annyira megmaradt benne, hogy jelenleg csak olyan helyekre visz magával Tupperware márkájú tárolóedényeket, ahol tudja, hogy nem veszítheti el őket. Ő erre abszolút státuszértékként tekint, ami többek között azt is igazolja, hogy a szimbólumok értelmezése, kategorizálása és felfogása egyénenként eltér, nagyban függ az adott kontextustól, amit Frazon Zsófia is kiemel, szerinte a közeg alapján ugyanis változhat az, hogy ki hogyan konceptualizálja a státusz fogalmát. A muzeológus a humán értelmiségi közeg szempontját tekintve a szemüveget, a telefont, a cipőt és a hátizsákot említette, megjegyezve, hogy nemcsak a konkrét anyagi javak rendelkezhetnek státusszal, hanem olyan vizuális jelek, amik általa vagy rajta jelennek meg, például a telefon háttérképe vagy a laptopra ragasztott matrica.

A státuszsimbólumok egyik fontos jellemzője a pozíció és a mások szemében a hordozójukról alkotott imázs, amely akár motivációként is szolgálhat a javak megvásárlása során. A kérdőívet kitöltők 44,5%-ára jellemző az az állítás, hogy vettek már tárgyat arra gondolva, hogy utána mások hogyan fognak rájuk tekinteni. Az interjúalanyok is beszámoltak tapasztalataikról, Zsanett számára például sosem ez volt az elsődleges indok, de belegondolt abba, hogy milyen „menő” lehet, főleg ruházati és elektronikai cikkek által. Bence is az öltözködést emelte ki, ami szerinte a divat követésével is összefügg, így annak a képnek a közvetítésével, hogy a viselőjük naprakész. Luca konkrét esetként a negyedikesként hordott Hannah Montana hátizsákját említette, illetve mulandó, nem feltétlen anyagi jellegű javakat, például amikor egy konkrét alkohalmárkát fogyaszt (Tubi 60), akkor ő is „menőnek” érzi magát.

A tárgyak által mediált identitás kettős: egyrészt vannak, akik megfigyelik azt, esetleg következtetéseket vonnak le a hordozójuk személyiségét és életstílusát illetően, másrészt a birtoklójuk is aszerint választhatja meg kiegészítőit, hogy mennyire érdekli őt mások véleménye a tárgyai alapján, és milyen benyomást szeretne kelteni általuk. A kitöltők közül 187 személyre (66,6%) jellemző, hogy megfigyeli beszélgetőpartnereinek személyes használati tárgyait és öltözködését, 173 fő (61,5%) pedig következtetéseket is von le segítségükkel a tulajdonosukról. Ezzel szemben a minta 45,5%-át nem feltétlen érdekli az, hogy mások mit gondolnak róluk a tulajdonaik alapján. A mélyinterjú alanyai is egy skálát fednek le a kettős mechanizmussal kapcsolatban: amíg Luca egyáltalán nem egy olyan személynek vallja magát, aki külsőségek alapján von le megállapításokat, addig Zsanett a beszélgetés közben realizálta,

hogy igazából folyamatosan monitorozza környezetének szimbólumait, csak ez annyira alapvető számára, hogy eddig nem tűnt fel neki. Bence a skála közepénél helyezkedik el bevallása szerint, mivel nem szentel különösebb figyelmet a külsőségeknek, és csak azokban az esetekben von le következtetéseket, amikor konkrétan beazonosíthatók a viselt jelek (pl. márkajelzések). A komplementer oldalt nézve Zsanett állítása szerint túl sokat foglalkozik azzal, hogy mások hogyan tekintenek rá, és ebbe a tárgyai által keltett implikációk is beletartoznak. Bencét ezzel szemben „annyira nem érdekli” mások véleménye, ahogy Lucát sem, mivel ő úgy gondolja, hogy „aki [a tárgyai, a külsőségei] alapján ítéli meg [őt], az annyit is ér”.

A külső jegyek abban is tudnak segíteni, hogy a személy magáról egy eltérő képet közvetítsen a külvilág felé. Az állítással kapcsolatban az interjúalanyok abban egyetértenek, hogy még ha eltérő mértékben is, de az egyén képes befolyásolni környezetét a személyiségének megítélése tekintetében, azonban az így kialakult kép valószínűsíthetően „felszínes” lesz és inkább nonverbális jelek alkotta „első benyomásként” funkcionál. Luca szerint ez a felépített imázs többszöri találkozás során átalakul, viszont tagadhatatlanul nagy szerepe van a megjelenés sugallta identitásnak például egy tárgyalási helyzetben. Zsanett úgy gondolja, hogy a mindennapi kifejezőeszközök összessége „abszolút” képes egy másik személyiséget reprezentálni, azonban ez sokkal sztereotipikusabb és nem mondaná önkifejezésnek. Bence is az ikonika felől ragadja meg a kérdést, szerinte az egyén autentikus énjét a magán és a magával hordott tárgyai segítségével el tudja rejteni, amennyiben ez egy expliciten megfogalmazott cél a részéről.

Papp Esztert, a luxusmárka bolti eladóját a témával összefüggésben arról kérdeztem, hogy mi az, amit először észrevesz egy üzletbe betérő személyen, milyen következtetéseket von le ezek alapján a személyiségről, illetve, hogy meg tudja-e állapítani a vásárlási szándékát. A döntés során a nonverbális jelekre támaszkodik, legyen szó az öltözékről, a testbeszédről vagy a hanghordozásról, állítása szerint főleg az alapján lehet hipotéziseket megfogalmazni, hogy hogyan sétál az illető. Az üzletbe betérőkkel folytatott interakció során próbálja tükrözni a személyiségüket, de tapasztalatai alapján azok teszik le a vásárlás mellett voksukat, akik célorientáltak és magabiztosan lépnek be az üzletbe, így nem feltétlen segítenek neki a motiváció eldöntésében külső jegyek.

Az egyén saját magáról alkotott képének kreálásához a közösségimédia-felületek és a digitálisan megjelenő javak is nagyban hozzá tudnak járulni, azonban megkérdőjeleződik, hogy az online alkotott identitások képesek-e hitelesen tükrözni a személyiséget, vagy direkt

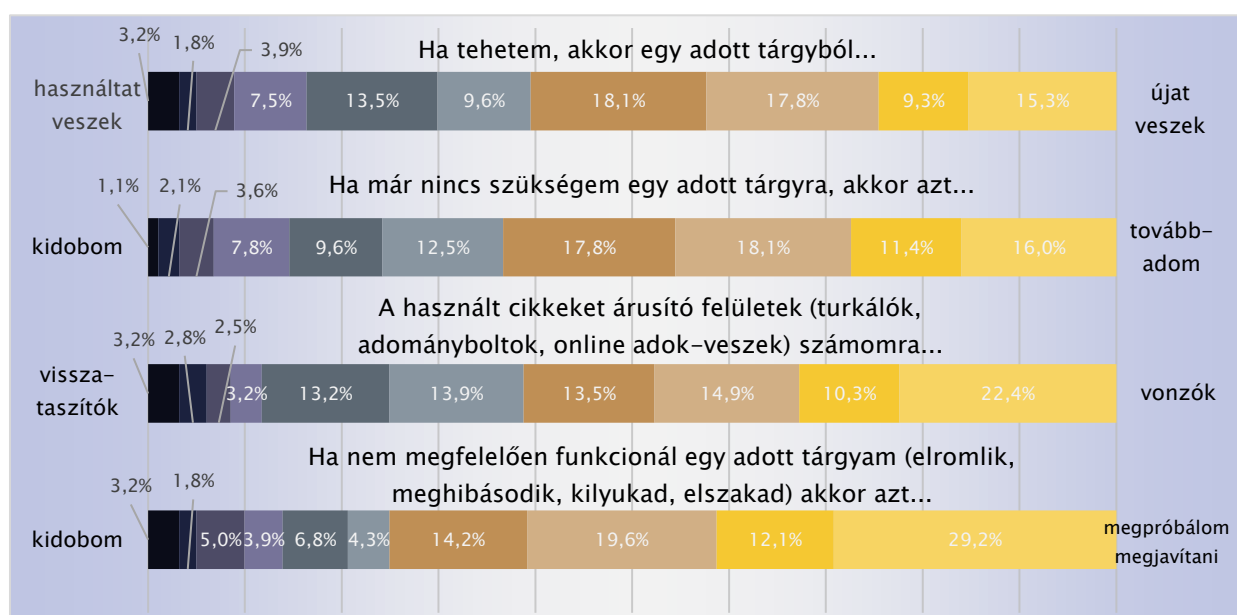
torzításra adnak lehetőséget. Antal Évi szerint, aki ezen platformokon keresztül tartja a kapcsolatot közönségével és osztja meg mindennapjait, „mindenképpen egy kialakított perszóna” jelenik meg az oldalakon, ami perspektíva kérdése is szerinte, mivel külső szemlélőként feltehetőleg ezt máshogy gondolná, mint aktív tartalomgyártóként. Ahogy ő látja, minden felhasználó megválogatja azt, hogy milyen típusú tartalmakat tesz közzé, mert a megosztással egyetemben előtérbe is helyezi személyének és gondolatainak azt az aspektusát. A szelekció folyamán felmerül szerinte az is, hogy az adott poszt mennyire képes egy potenciális vitát indítani a felhasználók között, bevallása szerint van, amit emiatt nem tesz közzé, valamit meg pont azért, hogy diskurzus alakuljon ki körülötte. Adott személyiség megítéléséhez hozzájárul a szóbeszéd is, Antal Évi az internetet a pletykakultúra folytatásaként címkézi, főleg bizonyos oldalak népszerűségének hazai növekedésével (pl. Reddit), ahol teljes transzformáción esik át az egyén magáról közvetített képe mások által, így adva több, nem feltétlen valóságalapú réteget a saját személyiségéhez.

Mindhárom interjúalany úgy látja, hogy a digitális identitás torzítása bevett gyakorlat és szinte mindenki él vele, ami egyrészt egy egyéni szándék, másrészt az online környezet nyomása, emellett pedig a platformok és azok kommunikációs stílusai (emojihasználat, filterek, szerkesztés), illetve a különböző programok (pl. Photoshop) erre lehetőséget is adnak. Továbbá megjelenik a médiatudatosság gondolatisága is akár implicit módon azáltal, hogy a felhasználó jobban törekszik a tartalom „tökéletességére” annak elérhetősége miatt („az internet nem felejt”), illetve explicit utakon is azáltal, hogy az egyén kritikusan fordul a felületek és a rajtuk megjelenő anyagok felé.

A módszertan egy része a fenntarthatósággal is foglalkozott. A mélyinterjúk alanyai eltérően vélekednek a témáról, mindhárman tisztában vannak annak lényegével és követendő elveivel, azonban ó nem minden esetben implementálják azokat, főleg amiatt, mert bevallásuk szerint a felfogásuk és cselekedeteik már alaphoz is a fenntarthatóság keretein belül történnek meg, nem képviselnek extrémítást ilyen tekintetben. Lucának például a felesleges javak vásárlásának visszaszorítása, a nem használt ruhák leadása és a tömegközlekedés használata teljesen alapvető, ahogy Zsanettnek a szelektív hulladékgyűjtés és az ételpazarlás eliminálása is. Bence főleg a különböző erőforrások felől közelíti meg a témát azóta, amióta egyszemélyes albérletben lakik, és rajta múlik, miből mennyit fogyaszt.

Az anyagi környezetet nézve dichotóm álláspontokat képviselnek mind az interjúalanyok, mind a kérdőívet beküldők a témát tekintve. A kitöltők magatartásuk mértékét konkrét skálákon jelölhették, amik végpontjai két ellentétes cselekvést fejeztek ki, az eredmények a 3. ábrán

láthatók. A végpontokhoz kis vagy teljes mértékben közel tartozó megoszlások összessége alapján érdekes ellentét fedezhető fel, mivel a minta többsége (60,5%), ha teheti, akkor egy adott tárgyból inkább újat vesz, azonban a diszfunkcionáló tulajdonait inkább megpróbálja megjavítani (75,1%). Az interjúalanyok közül valamennyien szintén újat vásárolnak, ha elromlik valami az anyagi környezetükben, Luca nem is tud olyan tárgyat mondani, amit „jobban megérte volna megcsináltatni, mint újat venni”.



3. ábra: A kitöltők megoszlása a fenntarthatósággal kapcsolatos állítások esetén (forrás: saját szerkesztés, N=281)

A használt tárgyakat árusító felületekkel kapcsolatban ellentétesen gondolkodnak a válaszadók, a kérdőívet kitöltők 61,2%-át vonzzák ezen alternatív platformok, Bencét azonban „inkább taszítják”. Illusztrációként a turkálókat hozta fel, amik szerinte nem neki valók, mert kényes ilyen tekintetben. Zsanett a felvetés kapcsán az eladást említette, sok tárgyat szelektálja személyesen és családjilag is, és ezeket az erre szakosodott felületeken próbálja értékesíteni (pl. Jófogás, Facebook Marketplace, Vinted), azonban a használt cikkek vétele nála nem jelenik meg annyira gyakran. Szerinte a platformok népszerűségének és saját vételi motivációjának oka nem kizárólag az anyagiakban keresendő (olcsóbb a termék), hanem a ritkaságban is, mivel egyedi darabokhoz elsőkézből nem minden esetben lehet hozzájutni. Luca az abszolút vásárlói attitűdöt képviseli, újonnan beszerezett ruhadarabjaihoz általában turkálókban fér hozzá, a kisebb elektronika, illetve háztartási cikkek esetén pedig elsődlegesen körbenéz a használtakat árusító helyeken, és ha nincs megfelelő, abban az esetben vesz újat.

A fenntarthatóság egyik gondolata a minimalizmus, amely szemben áll a tárgyi világ éltette materializmussal. Az interjúalanyok erről a kettősségről is beszámoltak, társadalmi és személyes perspektívából egyaránt, Zsanett például utóbbi kapcsán önmagát vizsgálva arra a

konklúzióra jutott, hogy a felhalmozó és a csökkentő én egyszerre él benne, de szerinte „ez nem is baj” és mindenkinek magának kell eldöntenie, hogy melyik irányba tendál inkább magatartásformájával. Bence, aki egy multinacionális vállalatnál dolgozik, a munkahelyi közegén is látja, amit a társadalomban is: tapasztalatai szerint mindenkit a „több, több, több” eszméje vezérel, az ember pedig „halálra dolgozza magát, hogy aztán összevásárolhasson mindent”, így kerülve egyfajta „mókuserékbe”. Úgy gondolja, ha az egyén túl sok tárgyat gyűjt maga köré, akkor nem is lesz ideje őket igazán élvezni és használni, ilyen tekintetben ő is próbál minimalistább lenni, de bevallja, hogy nincs sok energiája ezzel foglalkozni. Luca a nyilvánosság erején keresztül ragadja meg az ellentétet, szerinte kevés olyan ember van, aki valamelyik szélsőséghez tartozna, viszont ezek „hangos” vélemények és felerősödhetnek visszásságuk miatt. A társadalomban szinte mindenki a két végpont közepénél helyezkedik el, viszont a cikkek és videók, amelyek megjelennek különböző platformokon, nem ezen perspektívákról fognak szólni, mert nincs hírértékük – fogalmazza meg Luca. Holisztikusabban látja a témát Antal Évi is, aki szerint a dichotómia közgazdasági kérdések sorozatát veti fel, főleg a növekedés eszményként történő definiálását, szerinte ugyanis az erről kialakult képzet lenne szükséges megváltoztatni, elvonatkoztatni a növekedésorientált rendszerben való gondolkodástól, így valamennyire feloldhatóvá, de megszüntethetővé szinte sosem válna az ellentét.

A fenntarthatóság kérdésköre után mindhárom módszertani rész tartalmazott olyan felvetéseket is, amelyek a megkérdezett személyes viszonyát térképezték fel a tárgyaival kapcsolatban. A kérdőív kitöltői megadhatták a kedvenc tulajdonukat, amit aztán különböző állítások segítségével jellemezhettek is. A 236 értékelhető válasz elemeit nagyobb kategóriákba sorolva több tendencia is kirajzolódott. A minta legtöbb kedvenc tárgya (18,6%) az elektronika csoporthoz tartozik, amibe olyan elemek kerültek, mint a telefon, a laptop, a számítógép és egyéb elektronikus eszközök. Sok kitöltő (17,4%) adott még meg különböző ékszereket (nyaklánc, gyűrű, karkötő), illetve plüssállatokat (11,1%), ezek mellett pedig felsoroltak olyan tulajdonokat, amik ugyan eltérő csoportokhoz tartoztak, mégis összekötötte őket az, hogy mindegyik a birtokosuk életmódját és hobbiját közvetíti (a tárgyak 26,3%-a), például egy hangszer, koncertbelépők, egy imakönyv, utazáson vásárolt kulcstartók, saját maga horgolta sál vagy éppen egy villáskulcs. A kedvenc tárgyak között olyan elemek is megjelentek, amik gyűjtőeszközökként, egyfajta konténerekként több emléket és élményt foglalnak magukba, így nem a konkrét dolog, hanem az általa létrehozott montázs az, ami az értéket képviseli tulajdonosa számára, ilyen például egy emlékeket (fényképeket, belépőket, leveleket)

tartalmazó fiók vagy egy parafatábla, amire különböző relikviákat tűzött tulajdonosuk. Ezek mellett külön kiemelendők azok a tulajdonok, amik egy-egy konkrét pillanat manifest formáiként jelennek meg, tipikus példa erre a fénykép, aminek tartalma ugyanúgy megjeleníthető valamilyen elektronikus eszközön, mégis a kézzelfoghatósága, az analóg mivolta és a folyamatos ábrázolása miatt erősebben hordozza magában az élményt. A jelenséghez kapcsolódva a kitöltők 52,6%-át emlékezteti a kedvenc tárgyak fontos pillanatokra és 59,1%-ukban kelt fontos érzéseket.

A válaszok között megjelentek olyan tulajdonok is, amik alapvetően funkcióbeli szerepet töltenek be az egyén életében, mégis számtalan konnotáció csatolható hozzájuk, tehát nem feltétlen a tárgy az, ami kedvencként szerepel, hanem az általa közvetített értékek és emlékek:

„Az ágyam a régi gyerekszobámban, amin aludtam, tanultam, sorozatoztam, olvastam, sírtam, nevettem, beszélgettem, kézműveskedtem 10 éven keresztül, amíg el nem költöztem otthonról.”

„A kedvenc tárgyam a bringám amin egyedül lehetek néhány órát. Csak tekernem kell, a bringát és az utat nem érdekli ki vagyok, önmagam lehetek.”

„Egy virágos kiskabát, mivel mindig elégedett vagyok magammal, ha azt hordom.”

Ebben a perspektívában jelenik meg a tárgyak azon szerepe, hogy megerősítsék és kifejezzék a személyiséget, amit a minta 23,5%-a jelölt meg kedvenc tárgya kapcsán. A kitöltők a tulajdonuk megadása után állítások mentén jellemezték is azt, azonban már a kérdés előtt megjelent a válaszok között a család motívuma, ami szintén azt implikálja, hogy a tárgyakhoz kötődő személyek és érzések azok, amik igazán értékessé és felbecsülhetetlenné teszik azt. Volt, aki a kedvenc tulajdonának kiválasztását is velük összefüggésben hozta meg:

„Nincs különösebben [kedvenc tárgyam]. Talán valami a gyerekektől, rajz, kavics. Se ruha, se telefon, se óra nem jelent különösebben sokat.”

„Most éppen a számítógép, de csak mert új, amúgy bútorok szoktak lenni, amiket a férjem csinál.”

„[...] a párom cuccait alapból szeretem, mert hozzá köthetők [...]”

Összességében a kitöltők kedvenc tárgyainak 49%-a emlékezteti őket fontos személyekre. A közeli rokon teszi jelentőssé a hagyományt és az ajándékozás aktusát is, a megadott tulajdonok 13%-át örökölte, 51%-át pedig ajándékba kapta a minta:

„Egy ilyen [kedvenc] tárgy például a nagymamámtól kapott karóra, ami nagyon szép emlék számomra, mert nagyon fontos volt számomra nagymamám és rá emlékeztet.”

„Bármí, testvéremtől kapott ruha (övé volt, nekem adta).”

Ha a tárgyakra úgy tekintünk, mint a személyiség részeire és annak tükrözőire, akkor elvesztésük az identitás egy darabjának elhagyását is implikálják. Mind az interjúalanyok, mind a kérdőívkitöltőknek volt lehetőségük megnevezni egy olyan tulajdonukat, ami különleges volt számukra, de már nincs a birtokukban. A 101 válasz közül 45 (44,6%) valamilyen családdal kapcsolatos, elvesztett relikviáról szólt, akár az eredete vagy a családösszetartó ereje miatt:

„Commodore C64. Ez volt az első számítógépünk, sokat játszottunk rajta a testvéremmel és a szüleimmel is.”

Ezen kollekció esetén is kiemelendők az emlékek, amiket a tárgyak képviselnek implicit rétegekben akár a tulajdonosuk jellemének, akár mediátorként működve érzéseik kommunikálásában:

„Csak olyan jut eszembe, amit igazából ajándékba vettem másnak. Egy kb 40-50cm-es MC Happy Hippo plüss volt, amit 50 db Kindertojás csomagolásért cserébe lehetett megszerezni egy promó keretében nagyjából 13 évvel ezelőtt. Ennek a megszerzésével fejeztem ki életem szerelmének, hogy bármit megtennék érte.”

„Egy okosóra, ami rengeteg eseményt és történést megélt, így sokszor ahhoz társítottam és kötöttem ezeket később, teljesen indokolatlanul. Amikor továbbadtam ezt az órát, nagyon sokáig volt bennem egyfajta üresség érzet, aminek nem tudom, hogy pontosan mi lehetett a háttérben. Valamilyeset feloldotta ezt az érzést, amikor megjött az új óráim.”

A kérdésre érkezett válaszok között megjelent még a gyerekkor (15,8%) különböző plüssök és játékok formájában, illetve a „legelsők” (16,8%) kategóriája, ami a kitöltők számára valamilyen szempontból első elemeket tartalmazott: a legelső hangszert, a legelső telefont, a legelső kosárlabdás cipőt. Az interjúalanyok válaszai is ezen kategóriákat fedték le, Antal Évi egy örökölt bécsi zongorát említett, amin elsajátította a hangszerjáték művészetét, Frazon Zsófia számára pedig, mint a kitöltők egy részének is, egy gyerekkori kenguruplüss („Kengi”) volt különleges, ami már nincs a tulajdonában. Papp Eszter a luxusmárka eladója egy bizonyos fényképezőgépet emelt ki, mivel régebben fotós szeretett volna lenni. A beszélgetőpartnerek továbbá megadhatták egy olyan tulajdonukat, amit a jelenlegi életterükből kimentenének tűz esetén. A kérdésről történő hangos gondolkodásuk során az alanyok többségénél fel sem merült a telefon, kivéve Eszternél. A jelenség arra utal, hogy az eszköz annyira alapvető részévé és kiterjesztésévé vált a személynek mentálisan és fizikailag egyaránt, hogy folyamatosan nála vagy elérhető távolságban van. Más elektronikai eszközök azonban megjelentek, főleg a rajtuk lévő információk, dokumentumok, képek és anyagi értékük miatt.

A tárgyak diverzitása a személyiségben betöltött szerepük pluralizmusát is vonzza, a minta véleménye azonban eltér abban a tekintetben, hogy a tárgyak mennyire képesek képviselni tulajdonosuk személyiségét. Antal Évi szerint nem sokat tudnak elárulni az emberről a külső kiegészítői, mert azok egy rendkívül felületes kép felépítését engedik meg, és Zsanett is hasonlókat állít, mivel egy sztereotipikus profilt közvetítenek a tárgyak és nem feltétlen a valós önkifejezésen van a hangsúly. Ezzel szemben Papp Eszter úgy látja, hogy az egyén egy belső motiváció miatt hord olyan tárgyakat magával, illetve magán, amik a személyiségét teljesen képviselik, így azok mindent megjelenítenek az illetőről, azonban értelmezésük külső szemmel már nem teljes, csak néhány pontot árulhatnak el. A következtetések létjogosultságát hangsúlyozza Bence is, szerinte abszolút jellemezni lehet a tárgyak alapján birtoklójukat, Luca ennek kapcsán pedig ugyanazt emeli ki, amit Frazon Zsófia is, hogy nem feltétlen szabad egy bizonyos tulajdon alapján hipotéziseket megfogalmazni, inkább az összkép, a tárgyak mintázata az, ami összefüggéseket árulhat el. A muzeológus emellett felhívja a figyelmet a privát és a nyilvános tér tulajdonainak ellentétére is, amik két külön személyiséget jeleníthetnek meg attól függően, hogy mik azok a tárgyak, amik az illető szobájában maradnak (relikviák és emlékek), illetve melyikeket hordja magánál (státuszszimbólumok).

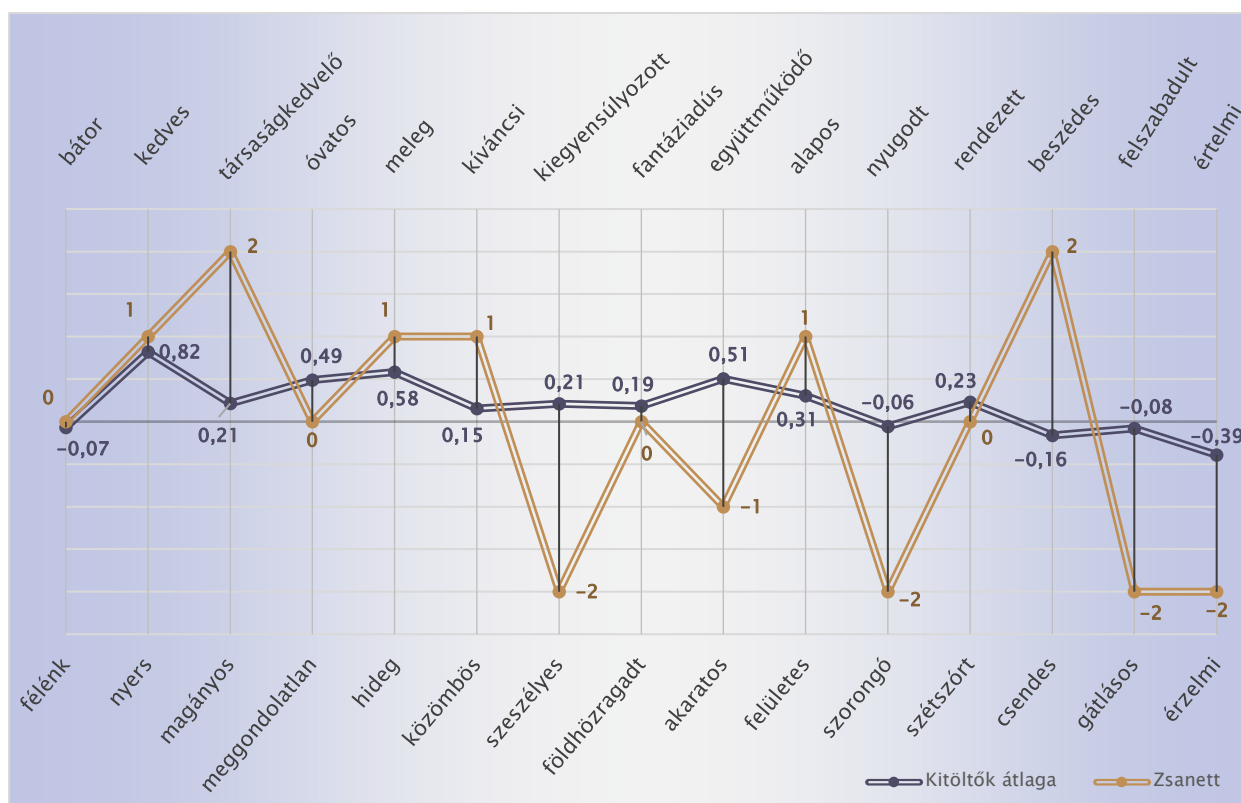
A kutatás fő része is a tárgyak személyiségreprezentáló képességével és az általuk levonható következtetésekkel foglalkozott. A mélyinterjú alanyait a beszélgetések előtt arra kértem, hogy az alkalomra hozzák magukkal három olyan tulajdonukat, amik nap mint nap náluk vannak, illetve három olyat, amik számukra a legkedvesebbek. A kiválasztásuk megindoklása után a személyek 15 Big Five-skála mentén jellemezték magukat, amit aztán a kérdőív kitöltői is megtettek, csupán a hat-hat tárgyból álló kollázst látva, a tulajdonosaik egyéb attribútumainak ismerete nélkül. Összességében elmondható, hogy a három személy még a mindennapi tárgyai kapcsán is olyanokat választott, amik nemcsak funkcionális szereppel rendelkeznek, hanem többletjelentéssel bírnak számukra: emlékeket idéznek fel, megerősítik és segítik prezentálni személyiségüket a külvilág felé.

Zsanett tárgyai a VII. mellékletben tekinthetők meg. A fülhallgató, a kulcscsomó és a DM-es zsebkendő, amik mindig nála vannak, egy bevallása szerint is „átlagos”, mégis felelősségteljes képet festenek róla. Utóbbi tulajdon esetén külön kiemelte annak márkáját, mivel bevallása szerint „világéletében” ilyen zsebkendő volt nála, a hátizsákjában folyamatosan volt egy, így valamennyire mementót is állít számára régebbi események kapcsán. A kulcscsomó is szimbolikával bír, az egyetemen és az otthonában is szerepet tölt be, a kettő közötti egyensúly

megteremtésének egyik kapaszkodója. A fülhallgató, ahogy ő említi, „a világ zajának elnyomásában segít”, a felszabadultság érzése mellett pedig magánszférát is ad neki.

A személyes tárgyai is emlékeket idéznek fel benne, amik között megtalálható egy, a családon belül ajándékba kapott bádogedény, amihez hasonlót vett a fővárosba költözése után, azonban annyira kötődött az eredetihez, hogy végül azt is elhozta magával. A trió részét képezi továbbá két szépségipari termék, egy szempillaspirál és egy parfüm is, amik közül már egyiket sem használja. A spirált már nem is gyártják véleménye szerint, a parfümnek pedig az illatanyaga rég eltűnt, viszont mindkettőt a tinédzserkora kifejezőeszközeiként tartja számon, a parfümöt főleg olfaktikus tulajdonsága miatt, mert sok dicséretet kapott miatta. Ez a három, emlékekkel teli tárgy szerint a külső szemlélőkben egy „paneles anyuka” képét sejteti fel, vagy azt, hogy keresi magát a világban, számára viszont az önkifejezés szimbólumai.

Az általa és a kitöltők alapján alkotott személyiségprofilok a 4. ábrán találhatók, ahol a nulla a semleges pont, a negatív és a pozitív értékek pedig a pólus két végpontja felé húznak. Ahogy az látható, a minta átlagolt véleménye és Zsanett önelemzése amennyi ponton összeér, annyinál különbözik is. A félénk-bátor skálánál (kitöltők aránya: 30,2%-22,8%) a legkisebb az eltérés, a kitöltők a semleges értéken túl inkább a félénk végpont felé hajlottak, amit Zsanett is választott volna a képeit nézve saját bevallása alapján. A szétszórt-rendezett páros esetén (kitöltők aránya: 28,1%-43,1%) úgy gondolja, hogy mindkét tulajdonság megvan benne, és a minta feltehetőleg a mindennapi tárgyai alapján húzott inkább a rendezett felé, mivel főként a zsebkendő és a kulcsosomó implikálják ezen értéket, ezzel indokolja a profilok legnagyobb különbségét a szeszélyes-kiegyensúlyozott skálán is. Az akaratos-együtműködő páros esetén a kitöltők 53,4%-a mondta inkább vagy teljesen együtműködőnek Zsanettet, akit meglepett ez az eredmény, mert sokkal szívesebben dolgozik egyedül, és szereti kontroll alatt tartani az eseményeket. A másik dimenzió, amire nem számított, az a beszédes-csendes volt, mivel ő teljes mértékben közlékenynek tartja magát, a választott tárgyai alapján azonban látja, hogy miért nem ez jött ki.



4. ábra: Zsanett és a kitöltők által felállított személyiségprofilok (forrás: saját szerkesztés, N=281)

Véleménye szerint a minta a szépségápolási termékek miatt gondolkodott így a személyiségéről, bevallása szerint jobban végiggondolva azok nem is a jelenlegi, hanem egykori személyiségét, a tinédzserkorát reprezentálják, így kizárólag a tárgyait nézve érti, hogy milyen jegyeket tulajdoníthattak neki a kitöltők. Utólag visszanézve a szempillaspirált és a parfümöt vagy lecserélte volna, vagy a mindennapi tulajdonaihoz sorolta volna, a legkedvesebbekbe pedig helyettük több értéktelített és személyesebb tárgyat tett volna.

A Royer-féle metamorfózis teszt esetén válaszként arra a kérdésre, hogy melyik tárgya lenne szívesen, Brumit, a születésekor kapott plüssmackót adta meg, mivel annak ellenére, hogy „nem kísérte végig életén [a maci], mégis visszaviszi [őt] a gyökereihez”. A választott elem azt sugallja, hogy Zsanett egy nosztalgikus személy, akinek fontosak az emlékei és szeret visszatérni a múltba. Az állítással nagyrészt egyetértett, a tárgyait is azért tartja lényegesnek, mert fél a felejtéstől, és segítenek neki visszagondolni, viszont nem szeretne a múltban maradni. A másik oldalt nézve a tulajdonai közül egy késsé nem alakulna át, mert „feszengő érzéssel” tölti el, ha használja, mert tudja, hogy kárt is lehet vele okozni. Az indoklásában rejlik a személyiségének jellemzése, mert képes szavaival és tetteivel megbántani a körülötte lévőket, melynek tudatában is van, azonban az aktust önvédelemként kategorizálja: úgy nem szeretne támadási teret adni, hogy ő támad, amennyiben szükséges.

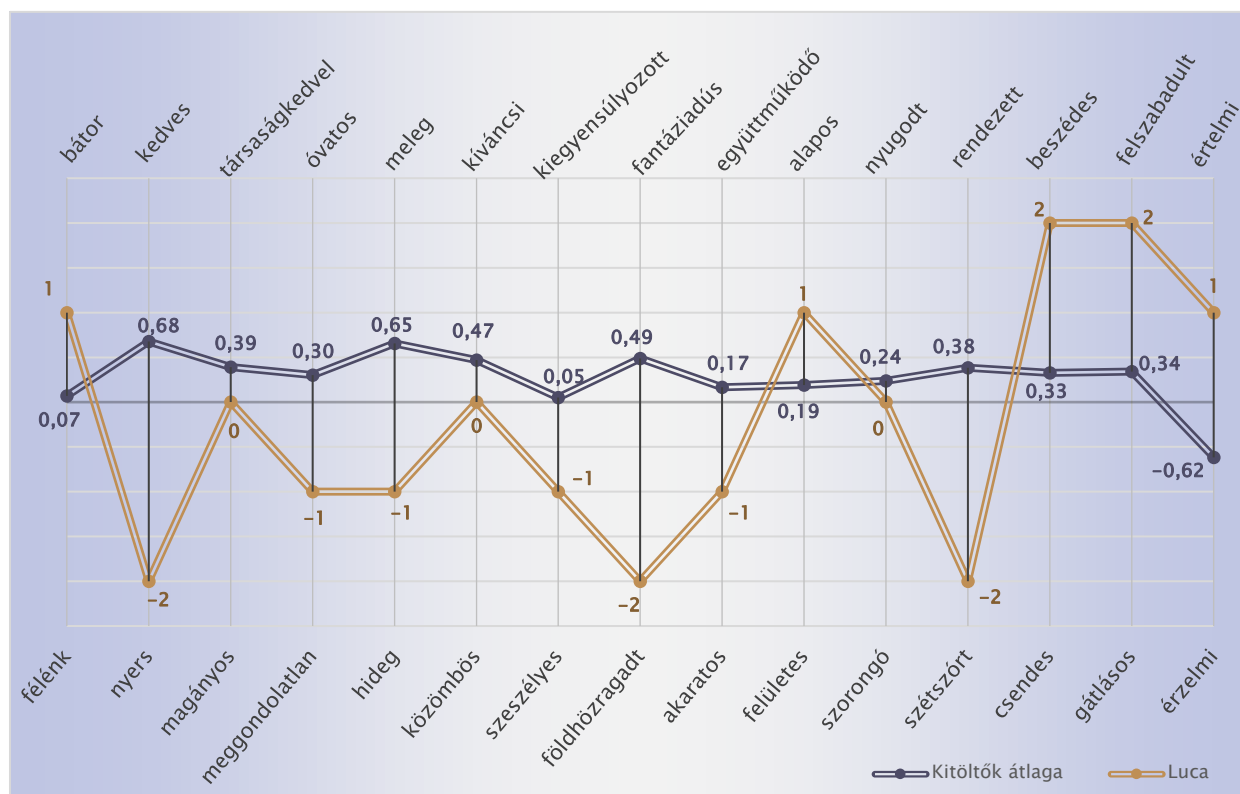
Összességében Zsanett úgy érzi, hogy a tárgyak esetén „mellényúlt” és a kitöltők által felállított profil nem teljesen olyan lett, ami jellemzi őt, viszont a tulajdonai által közvetített személyiséggel állítása szerint összhangban van. A metamorfózis tesztet csak úgy, mint az interjú egészét pozitívnak találta, felismerésjellegűnek és teljes mértékben önismeretinek. A részvételt hasznosnak tartotta és kíváncsi lett volna, hogy a három-három tárgyat csoportonként külön megjelenítve milyen jellemzések jöttek volna elő.

A második alany, Luca hétköznapi tárgyai között is található egy vezeték nélküli fülhallgató, amit édesapjától kapott, és ő is hasonló indokok miatt választotta azt, mint Zsanett. A család motívuma a következő tulajdonánál, a bátyjától kapott pénztárcájánál is megjelenik, azonban bevallása szerint ehhez „nem kötődik, csak kell” neki praktikussága miatt, ahogy a Carmex ajakápoló is, mivel ez az egyetlen, amelyik nem szárítja ki ajkait. Véleménye szerint „körülbelül mindenkinél” megtalálhatók ezen dolgok, nem is tekint rájuk státuszszimbólumokként, csupán hasznosságuk miatt választotta őket.

A tárgyai közé, amik az VII. mellékletben láthatók, tartoznak még legkedvesebb tulajdonai, amik a család vonalát követik tovább. A plüsscicát (Cirmillát) akkor kapta, amikor betegsége miatt először került intenzív osztályra körülbelül 4-5 évesen és nem maradhattak bent vele szülei. A karóra ajándék volt tavalyi születésnapjára családjától, mivel mindig is szeretett volna egy elegáns, kissé nőies, de nem túl hivalkodó órát, a képen látható pedig olyan, mint amilyet „mindig is” szeretett volna. Az ásványkarkötő volt az első ékszer, amit valaha kapott, már többször át is lett fűzve. A nagybátyjától származik, akivel ritkán találkozott és nem tartották annyira a kapcsolatot, halála után viszont elkezdte hordani, mert megtetszett neki a kinézete és „bohémusa”. Lucánál megjelenik az „első” fontossága, ami a kitöltőknél is a kedvenc tárgyaik esetén, a tulajdonai alapján viszont azt anticipálta, hogy a minta nem fog tudni pontos profilt felállítani személyiségéről, mivel szerinte a hat választott eleme nem árul el sokat a személyiségéről külső szemlélőknek, csak azoknak, akik ismerik őt.

Igaza is lett, ahogy az az 5. ábrán látható, a két oldal egészen ellentétesen gondolkodott az alany jelleméről. Luca a földhözragadt-fantáziadús páros (kitöltők aránya: 17,4%-54,8%) megoszlására teljes mértékben számított, mert a tárgyai, főleg az ásványkarkötő alapján látja, hogy miért mondhatták a kitöltők ilyennek a személyiségét, azonban a való életben reálisabb felfogásúnak tartja magát. A szétszórt-rendezett (kitöltők aránya: 22,1%-50,5%) skála esetén lepődött meg bevallása szerint a legjobban, ezt is a választott tulajdonaival indokolja, mivel szerinte nem található egy közös pont sem külső szemmel a hat elem között, emiatt látta úgy, hogy szétszórtnak tűnhet a kitöltők szemében. Ahol leginkább összeér a két profil, az a

szorongó-nyugodt dimenziónál található, Luca látja magában ezt a kettősséget, ezért is választotta a semleges opciót. Összességében úgy látja, hogy másik tárgyak pontosabban tudták volna képviselni személyiségét, azon azonban nem gondolkodott az előző beszélgetés óta, hogy melyik tulajdonait váltotta volna le.



5. ábra: Luca és a kitöltők által felállított személyiségprofilok (forrás: saját szerkesztés, N=281)

A metamorfózis teszt során abban az esetben, hogy melyik tulajdona lenne szívesen, először a tornamatracát adta meg, mert bevallása szerint „annál nagyobb békessége nincs semminek” a szobájában. Komolyabbra fordítva a szót aztán az egyik esernyőjét emelte ki, ami szinte mindig a táskájában szokott lenni. Indoklásában már megjelenik a személyes perspektíva, mivel azért szeretne az a tárgya lenni, hogy meg tudjon védeni másokat az esőtől. A válasza egy emberközpontú, társaságban virágzó karaktert implikál, akinek fontos az, hogy amikor szükség van rá, akkor jelen tudjon lenni és segíteni is képes legyen, akár a negatív hatások (amiket az eső szimbolizál) elszenvedésével is. A komplementer kérdés esetén a gyógyszereit mondta olyan tulajdonának, ami nem szeretne lenni, ez a betegségéhez vezethető vissza. Luca teljes mértékben igaznak gondolja a két kiválasztott elem alapján levont következtetéseket, külön figyelmet fordít arra, hogy kapcsolatait folyamatosan ápolja és támaszt tudjon nyújtani krízishelyzetekben a közeli hozzátartozóinak.

Az interjúk során felmerülő gondolatait figyelembe véve „szükségesnek” tartja, hogy az egyén globálisabb szinten is foglalkozzon tárgyaival, és bekerüljenek azok a mindennapok

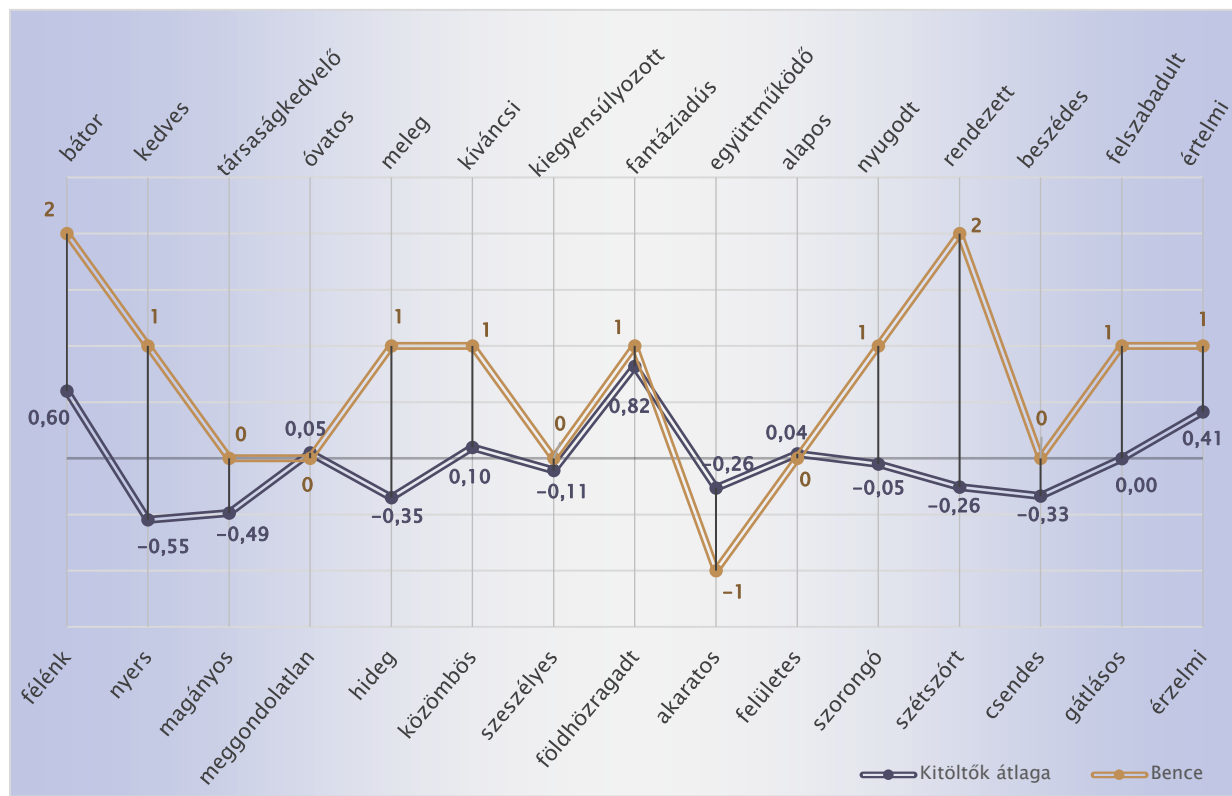
diskurzusába mélyebb szinten, mivel rávilágítanak arra, hogy milyen értékrendet preferáló társadalomban élünk, és hogy mennyi következtetést vonunk le automatikusan másokról külső szemlélőkként csupán a magukon vagy maguknál hordozott szimbólumok által. Bevallása szerint erre a jövőben tudatosabban fog figyelni és átértékeli saját anyagi javait is.

Az utolsó interjúalany, Bence tárgykollekciója a VII. mellékletben található. A mindennapi tulajdonait a státuszértékük szemléletében választotta ki, ezen jellemzőt külön kiemelte télikabátja esetén, ami számára a funkcionális mellett esztétikai szerepet is betölt a prémrésze miatt. Az ezüstnyaklánc, amit még általános iskolai ballagására kapott szüleitől, „hat-hét évig csak úgy volt a polcon”, de az utóbbi időszakban elkezdte hordani, harmadik mindennapi tárgyaként pedig nála is megjelenik a pénztárca, amit már évek óta nem szeretne lecserélni, de nem tette meg, mert „nem talál hozzá hasonlót”. A másik két interjúalannal ellentétben ő úgy érezte, hogy a három tulajdon tükrözi személyiségét, de szerinte ez nem garancia arra, hogy megfelelően is interpretálják őket a kitöltők.

A számára kedves tárgyak triója a hobbijaihoz köthető, elsőként egy konzolra fejlesztett játékhoz kapcsolódó könyvről mesélt, amit tavaly karácsonyra kapott. A videójátékot kiegészítő kötetet azért emelte ki, mert különleges, külföldi darab, illetve további lehetőséget adott neki a kedvenc játékának univerzumában való elmélyedésre. A gamer-vonal Bence életében akkor jelent meg, amikor a pandémia alatt vett egy Xbox-konzolt, így ütve el az időt és vezetve le a felgyülemlett feszültséget. Az elektronika cikk hordozhatóságának nehézsége miatt azonban második tárgyaként a hozzá tartozó kontrollert emelte ki, amely mobilitása és interaktivitása miatt bárhol, bármikor tud játszani, amennyiben alkalma van rá. A King-kötetet állítása szerint azért vette, mert nehezen tudott elaludni és szeretett volna előtte rövidebb novellákat olvasni, az említett könyv történetei pedig megtetszettek neki, így a szívéhez nőtt a példánya. Meglátásai szerint ez a három tárgya az „igényességét és a horror műfaja iránti szeretetét”, a szabadidejének eltöltési módjait tükrözik.

Bence arra számított, hogy a tulajdonai alapján a kitöltők „nagyjából fele-fele” arányban húznak közelebb az általa jelölt értékekhez, ami ahogy a 6. ábrán is látható, valamennyire meg is valósult. Ahogy ő mondja, „logikus reakciónak” gondolja az eredményeket, főként a földhözragadt-fantáziadús skála (kitöltők aránya: 15,3%-68,3%) esetén, amely dimenziónál a leginkább szembetűnő volt, hogy a minta a tárgyak alapján értékelte az egyént, ugyanis az elemek egy része nagy imaginációt igénylő és egyedül végzett tevékenységeket implikál, amit a magányos-társaságkedvelő páros (kitöltők aránya: 58,7%-18,1%) is megerősített. Véleménye szerint a kérdőívet kitöltőknek a személyiségek értékelése az absztraktabb fogalmaknál lehetett

nehéz, ilyen volt például a hideg-meleg kettőse (kitöltők aránya: 47%-17,8%), aminél Bence más eredményt anticipált tárgyai montázsát nézve, külön kiemelve a kabátját. Ő arra számított, hogy részben a ruhadarab miatt fogja a minta inkább a meleg jellemvonást megadni, azonban a kabát magában hordozza a hidegtől való védelem funkcióját is.



6. ábra: Bence és a kitöltők által felállított személyiségprofilok (forrás: saját szerkesztés, N=281)

Összességében úgy látja, hogy a kitöltők tényleg a tárgyai alapján próbálták felmérni személyiségét, és ehhez hozzátett az is, hogy olyan tulajdonait választotta, amik az interjú időpontja környékén a legjobban reprezentálták őt. Kiemelendő, hogy a második beszélgetés időpontjáig Bence úgy emlékezett, hogy az egyik könyv helyett a meditációs szőnyegét vagy egy spiritualitásról szóló kötetét válogatta be, utólag visszatekintve az egyiket „mindenképpen” elhelyezné a montázsban. A Royer-féle metamorfózis teszten is sokat gondolkodott, főleg annak másik kategóriáin, amik nem alkották az interjú részét (pl. milyen állat lenne szívesen). Amivé szívesen válna a tárgyai közül, az a kabátja, ami be is került a hat tulajdona közé, ezt azzal indokolja, hogy óvja a viselőjét a külső hatásoktól, meleget ad és egyszerre jelenik meg benne a státusz és a funkcionalitás. Éppen a destruktív oldala miatt választotta az ollóját olyan tárgyaként, ami nem lenne szívesen, mert ahogy ő fogalmazza, „jó dolgokat vágnak el vele.” A válaszai alapján Bence szeretne védelmet adni a körülötte állóknak és hasznos lenni életükben, azonban van egy kapcsolatokat elhagyó és romboló része személyiségének. A gondolatokkal ő is egyetért, bevallása szerint néha tud erőszakos lenni és van az énjének egy ilyen oldala is,

azonban próbál folyamatosan támogató lenni. Összességében olyan eredményeket kapott, amilyenekre számított a tárgyai alapján, tehát a kitöltők által felállított profil nagyjából leképezi azt, ahogyan gondolkodik a személyiségéről. Magát a kutatásban való részvételt egy „örömteli utazásként” élte meg, és bevallása szerint segített neki az önfejlesztésben és énjének elemzésében.

A három alany és a kitöltők által képzett személyiségprofilok közötti átlagos eltérés tükrözi azt, ahogy előzetesen gondolkodtak az eredményekről, így három kategóriát alkotnak. Luca azt várta, hogy a kitöltők nem fognak tudni releváns karakterleírást alkotni róla, mert a kiválasztott tulajdona konnotatív értelmezései a lényegesek, amikhez nem fér hozzá a minta csupán a kép alapján. Az ő esetében volt a legnagyobb átlagos eltérés a két profil értékei között (1,37). Ezzel szemben Bence esetében lett a különbség a legkisebb (0,8), aki pozitív visszajelzéseket anticipált a tárgyai jellege miatt. A skála két pontja között helyezkedik el Zsanett, aki úgy látta, hogy kiválasztott tulajdonai nem feltétlen a saját karakterét képviselik, viszont projektálják belső világát. A két profil között nála átlagosan 1,08 volt az eltérés. Az értékek alapján tehát, az interjúalanyok olyan eredményeket kaptak, amilyen attitűdöket kifejeztek tárgyaik önreprezentációs képességét illetően.

Megjegyzésre érdemes felfedezés volt az alanyok két interjúja között, hogy a második alkalommal sokkal objektívebben elemezték tárgyaikhoz fűződő viszonyukat, szinte elkülönítették maguktól őket és egy másik karaktert hoztak létre képzeletükben segítségükkel, ahogy azt a kitöltők is tették. A kutatás ezen része így egy önfejlesztési perspektívát is bevont és facilitálta az egyén objektív gondolkodását anyagi környezetével kapcsolatban.

3.5. A kutatás eredményeinek összegzése

A jelenlegi tanulmány módszertana a tárgyak szerepét vizsgálta mindennapi tapasztalások és a szakirodalom felvetései alapján. Az egyén viszonya a tulajdonaihoz külső szemlélőként meglehetősen láthatatlan, a kérdőív és az interjúk ezt a kapcsolatot ragadták meg és helyezték előtérbe mindamellett, hogy társadalmi jelenségeket is új megvilágításokba helyeztek. A tárgyak világát érintő területek és hagyományok megítélését az ambivalencia jellemzi, akár az egyes kijelentésekkel való egyet- és egyet nem értés, akár az állítások fókuszának tekintetében, a minta ugyanis összességében eltérően értékeli a tulajdonok hatását a személyiségre és a mindennapokra szubjektív és általános szempontból is.

Ha a materiális javakat nonverbális jelekként értelmezzük, akkor megállapítható, hogy a kutatásban résztvevők főleg olyan tárgyakat tekintenek státuszértékűnek, amik kézzel foghatók, az egyén nyilvános tulajdonai közé tartoznak, és valamely jellemzőjükben eltérnek az átlagtól,

legyen az az anyagi értékük vagy a ritkaságuk. Ezen túl azonban a személy szemszögét tekintve azon tárgyak igazán értékesek, amik valamilyen többletjelentéssel rendelkeznek, fontos családtagokra vagy barátokra, lényeges pillanatokra és érzésekre emlékeztetik őket. A fenntarthatóságot és a minimalizmust tekintve a tárgyi világban egyelőre utópia marad az interjúalanyok benyomásai alapján és a kitöltők által képzett tendenciák szerint, mivel a jelenleg uralkodó társadalmi érték a minél több termelése, fogyasztása és birtoklása.

A tárgyak személyiségrepresentáló funkciójával kapcsolatban a három interjúalany eredményei három kategóriát is alkotnak az alapján, ahogyan viszonyultak azok énmegjelenítő képességéhez. A kitöltők ugyan nem fértek hozzá a tulajdonok jelentéstelített rétegeihez, mégis képesek voltak vizuális ábrázolásuk alapján következtetéseket levonni a résztvevők személyiségével kapcsolatban.

4. Hipotézisvizsgálat

H1: Az interjúalanyok önjellemzései és a tárgyaik alapján, a kérdőívkitöltők által alkotott személyiségprofilok között hasonlóság fedezhető fel.

A hipotézis értékelése ambivalens: egyrészt megjelentek hasonlóságok, másrészt a megítélés nagyban függ a személy választott tárgyaitól, a kitöltők figyelmétől és motivációjától, a hozzáférés helyétől és a résztvevők akkori érzelmi állapotától, ezért tudományos szempontból meggondolatlanság lenne elfogadni vagy elvetni a feltevést, további kutatások szükségesek a témában, azonban az irány, amit mutat, pozitív.

H2: A minta szerint a tárgyak árulkodnak a tulajdonosuk személyiségéről.

A kitöltők közül összesen 246-an (87,5%) választották az inkább vagy teljes mértékben opciót, így a hipotézis beigazolódott.

H3: A megkérdezettek többsége megfigyeli az egyén tárgyait, és következtetéseket von le azok alapján a személyiségüket, életstílusukat illetően.

A minta egy 1-5-ig terjedő skálán választhatta ki, hogy mennyire jellemző rá az adott szituáció, ezek alapján 66,5%-uk figyeli meg mások kifejezőeszközeit, és 61,2%-uk von le azok alapján következtetéseket, így az előzetes feltevés elfogadható.

H4: A kérdőív kitöltői többnyire fenntarthatóan gondolkodnak a tárgyakkal kapcsolatban.

Összességében elmondható, hogy a feltevés helytálló, mivel a kitöltők 63,3%-a továbbadja már megunt tárgyait, 61,2%-a vonzónak találja a használt cikkek árusító felületeket és 75,1%-a diszfunkcionáló tulajdonait először megpróbálja megjavítani. Egy skálánál tapasztalható eltérés: a minta 60,5%-a ha teheti, akkor inkább újat vesz egy adott tárgyból.

H5: A megkérdezettek kedvenc tulajdonainak többsége fontos személyekre emlékezteti őket.

Az opciót kedvenc tárgyukkal kapcsolatban 121-en (49%) jelölték, ennél jellemzőbb volt például, hogy fontos érzéseket keltenek bennük (52%), így az, hogy a nagy részükre jellemző a hipotézisben megjelölt attribútum, nem valósult meg.

5. Összefoglalás

5.1. Következtetések

A tárgyak térben és időben, kultúránként és személyenként mást és mást jelentenek, azonban szerepeiket tekintve több azonosság és állandóság is megfigyelhető. Az egyén megítélésére és interakcióira kifejtett hatásuk többnyire tudattalan és olyan katalizátorok szükségesek a felismerésükhöz, mint a jelenlegi kutatás. A társadalom hajlamos az anyagi környezetétől független ágensként tekinteni magára, azonban érdemes átértékelni viszonyát a materializmus tekintetében, ugyanis ahogy a szakirodalom és a minta megállapításai is mutatták, az egyén értelmezését befolyásolja az, hogy mekkora mennyiségű és milyen jellegű tárggyal rendelkezik. A tulajdonok esetében lényeges kiemelni az általuk kialakított mintázatokat, amik igazán rejthetik az egyén identitását.

A tárgyak értelmezése kettős: egyrészt a személy rendelkezhet egy tudatos vagy implicit motivációval arra vonatkozóan, hogy önmagát megjelenítse általuk, másrészt az anyagi környezet jelentésrétegeinek lebontása már az értelmezőn múlik. A megállapítás főleg a státusszimbólumokként említett tárgyak esetében fordul elő, mivel az énkép közvetítése mellett annak elfedésére is lehetőséget adhatnak. Az egyén tulajdonaihoz fűződő viszonyát továbbá még árnyalja a fenntarthatóság kérdésköre is, amely napjaink egyik legjelentősebb eszméjeként tartható számon.

5.2. Limitációk

A kutatás fő limitációját az interjúalanyok által választott tárgyak képviselik. Egyrészt idővel a szelekció szempontjai és végeredményei változhatnak, ahogy azt a második interjú egyik kérdése is implikálta, másrészt a tárgyak mennyisége hatással lehet arra, hogy a kitöltő milyen mértékben tudja elképzelni és konceptualizálni a tulajdonosaik személyiségét. Több tárgy pontosabb tendenciák kirajzolódását tette volna lehetővé, ahogy például az is, ha az egyén életterét (szobáját, lakását) tekinti meg a minta, és az ottani benyomások alapján jelölik a személyiségskálákat. Utóbbi scenárió adná feltehetőleg az alanyokéhoz leginkább hasonló karakterprofilokat, azonban annak kapcsán felmerül a diszkréció és a hajlandóság kérdése

mindkét oldalról, illetve a megfigyelésben résztvevők motivációja a kutatásban való részvételre ellenszolgáltatások nélkül.

Limitációként jelenik meg még a minta nagysága: több kitöltő, több szakmai beszélgetőpartner és több, tárgyat szolgáltató interjúalany pontosabb kép megrajzolását tenné lehetővé. Továbbá a tulajdonokhoz köthető kollázs a kérdőívben a személyiségjegyek előtt jelent meg, fixált pozícióban, ami ugyan egy linkre kattintva megtekinthetővé vált teljes méretben, azonban az oldalon történő görgetés során a lap tetején maradván nem kísérte tovább a skálákat. A részt felépítő ellentétpárok angol nyelven voltak elérhetők a hivatkozott szakirodalomban, fordításuk nem teljesen fedheti le eredeti jelentésüket, illetve különbözően interpretálhatók kitöltői szempontból.

A tárgyak alapvetően sokszínű értelmezésre adnak lehetőséget, specifikus attribútumaik a kérdőívben a személyes tulajdonok leírásánál kizárólag akkor lett feltüntetve, ha azt az interjúalany is explicit vagy implicit módon kiemelte. A részletesebb jellemzésük valószínűleg másfajta interpretációkhoz vezetett volna. Mindemellett azon részeknél, ahol a minta válaszai kategóriákba lettek sorolva, kódolónként eltérő, hogy milyen klasztereket alkot és hol jelöli meg azok határait.

5.3. Jelentőség

Amikor az egyén átgondolja, hogy miért nem tud megválni akár egy szimpla bögrétől, ami eltörött, vagy egy elszakadt ingtől, éppen az egysíkúként való címkézésük az részben, ami miatt nem találja az indokokat. Számtalan módon kapcsolódunk tulajdonainkhoz, amiknek nagy része nem tudatos, a jelenlegi dolgozat éppen arra világít rá, hogy a tárgyi kötődés mögött megannyi láthatatlan motiváció és hajtóerő rejtőzik. A tanulmány így emlékezteti a befogadót és felhívja a figyelmét a materiális világ jelentőségére, legyen szó a tulajdonok nonverbális kifejezőképességéről vagy karakterépítő szerepükről.

A kutatás jelentőségét a tudományos élet perspektívájából is meg lehet közelíteni. A tanulmány többek között azzal a céllal is készült, hogy hozzájáruljon az egyes területek és hagyományok eddigi vizsgálódásaihoz, továbbvigye azok szellemiségét és kiegészítse gondolataikat más meglátásokkal. A dolgozat továbbá újból a hazai akadémiai élet fókuszába és a köztudatba emel egy fontos, izgalmas és releváns jelenséget.

Az egyedi módszertani megközelítés új összefüggésekre világított rá mind globálisabb, mind egyéni szempontból. A minta által értelmezhetővé váltak bizonyos tendenciák a tárgyi világgal kapcsolatban, a beszélgetések pedig segítettek megjeleníteni a személyes benyomásokat

mindamellet, hogy a mélyinterjú alanyainak karakterfejlődéséhez is hozzájárultak. A dolgozat jelentősége így mind a tudományok, mind a befogadók perspektíváját tekintve releváns.

5.4. További irányok

A jelenlegi tanulmány célja egy átfogóbb kor- és körkép kialakítása volt a tárgyak emberi életben betöltött szerepével kapcsolatban. Az összefoglaló jellege miatt érdemes lehet a továbbiakban kimondottan egy-egy, a témát felépítő területre koncentrálnó vizsgálódást folytatni például a státuszkommunikáció és a fenntarthatóság témakörében. A dolgozat kiindulópontjául szolgálhat ezen későbbi kutatások számára.

A materiális környezet hatását más módszertani megközelítésekkel is lehet vizsgálni, kimondottan izgalmas lehet az egyén egész életterét megfigyelni, és a tárgyai különböző mintázatainak értelmezésével feltevéseket megfogalmazni személyiségével és életstílusával kapcsolatban. Akár időbeli összehasonlítást is lehet alkalmazni, hogy az egyén mennyiben választ eltérő tárgyakat azonos instrukciók esetén hónapok vagy évek múltán. Ezek mellett a kutatás során nagyobb hangsúlyt kaphatna a pszichológiai megközelítés több teszt és megfigyelés útján, illetve érdekes lehet ugyanazon személy privát és nyilvános tárgyait két külön csoportként kezelni, és az így kialakult személyiségprofilokat összehasonlítani. Más-más kultúrák másképp értelmezik a státuszsztimbólumokat, így a tanulmány egy nemzeti nézőpontból is folytatható.

A tárgyak számtalan úton alakítják az egyén életét, legyen szó saját maga értelmezéséről, a társadalomban elfoglalt helyéről, vagy személyiségének képviseléséről. A materiális javakon túl azonban lényegesek maradnak a látens értékek, amik formába nem önthetők és külsőségek alapján nem tapasztalhatók. A kutatás során részben arra kerestem a választ, hogy mennyiben határoz meg minket és megítélésünket tárgyaink korpusza. A szerepük a szakirodalmi áttekintés és a módszertan alapján jelentős, azonban érdemes megkérdezni magunktól: tényleg azok vagyunk, amink van?

Hivatkozások

- Atasoy, O. & Morewedge, C. K. (2017). Digital Goods Are Valued Less Than Physical Goods. In: *Journal of Consumer Research*, 44(6), 1343–1357.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Farrar, Straus & Giroux.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. In: *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168.
- Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World. In: *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. MIT Press.
- Currid-Halkett, E. (2017). *The Sum of Small Things: A Theory of the Aspirational Class*. Princeton University Press.
- Csíkszentmihályi M. & Halton, E. (2011). *Tárgyaink tükrében – Az vagy, amit birtokolsz*. Libri Könyvkiadó.
- Csíkszentmihályi M. (1993). Why We Need Things. In: Lubar, S. & Kingery, W. D. (szerk.), *History from Things. Essays on Material Culture* (pp. 20–29). Smithsonian Institution.
- David, J., Blonner, M, Forbes, M. K. & Norberg, M. M. (2021). Motives for acquiring and saving and their relationship with object attachment. In: *Current Opinion in Psychology*, 39, 1–5.
- Dittmar, H. (2004). Are you what you have? Consumer society and our sense of identity. In: *The Psychologist*, 17(4), 206–210.
- Dolfsma, W. (2004). Consuming symbolic goods: identity & commitment – introduction. In: *Review of Social Economy*, 62(3), 275–277.
- Eckmann, L. & Landwehr, J. R. (2020). Minimalism in Material Possessions: Theory and Measurement. In: *Advances in Consumer Research*, 48, 308–309.
- Furby, L. (1978). Possessions: Toward a theory of their meaning and function throughout the life cycle. In: *Life-span Development and Behavior*, 1, 297–331.
- Goenka, S. & Thomas, M. (2020). The malleable morality of conspicuous consumption. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 118(3), 562–583.
- Goffman, E. (1951). Symbols of Class Status. In: *The British Journal of Sociology*, 2(4), 294–304.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Goldberg, L. R. (1992). The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure. In: *Psychological Assessment*, 4(1), 26–42.

- Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T. & Morris, M. E. (2002). A Room With a Cue: Personality Judgments Based on Offices and Bedrooms. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 379–398.
- Grayson, K. & Shulman, D. (2000). Indexicality and the Verification Function of Irreplaceable Possessions: A Semiotic Analysis. In: *Journal of Consumer Research*, 27(1), 17–30.
- Johnson, B. (2018). *Zero Waste otthon, avagy kevesebb hulladék, egyszerűbb élet*. Tericum kiadó.
- Kondo, M. (2014). *Rend a lelke mindennek*. Kiskapu Kft.
- Kondo, M. (2016). *Tiszta öröm – A rendteremtés művészete*. Libri Kiadó.
- Lee, J. & Shrum, L. J. (2012). Conspicuous Consumption versus Charitable Behavior in Response to Social Exclusion: A Differential Needs Explanation. In: *Journal of Consumer Research*, 39(3), 530–544.
- Liu, Z. J., Yildirim, P. & Zhang, J. (2020). *A Theory of Minimalist Luxury*. SSRN.
- Lloyd, K. & Pennington, W. (2020). Towards a theory of minimalism and wellbeing. In: *International Journal of Applied Positive Psychology*, 5, 121–136.
- Magee, J. C. & Galinsky, A. D. (2008). Social Hierarchy: The Self-Reinforcing Nature of Power and Status. In: *Academy of Management Annals*, 2(1), 351–398.
- McCracken, G. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. In: *Journal of Consumer Research*, 13(1), 71–84.
- Mittal, B. (2006). I, me, and mine – how products become consumers’ extended selves. In: *Journal of Consumer Behaviour*, 5(6), 550–562.
- Moriarty, S. (2005). Vizuális szemiotika. Elmélet. In: Blaskó Á. & Margitházi B. (szerk.), *Vizuális kommunikáció. Szöveggyűjtemény* (pp. 5–108). Typotex.
- Mugge, R., Schoormans, J. P. L. & Schifferstein, H. N. J. (2008). Product attachment: Design strategies to stimulate the emotional bonding to products. In: Schifferstein, H. N. J. & Hekkert, P. (szerk.), *Product Experience* (pp. 425–440). Elsevier.
- Müller, R. & Schönbauer, S. (2020). Zero Waste – Zero Justice? In: *Engaging Science, Technology and Society*, 6, 416–420.
- Par, T. (2021). Materialism to Minimalism. In: *BU Well*, 6(1), 5.
- Richins, M. L. (1994). Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions. In: *Journal of Consumer Research*, 21(3), 504–521.
- Richins, M. L. (2004). The material values scale: Measurement properties and development of a short form. In: *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209–219.

- Szőnyi M. (2005). *Jacqueline Royer: Metamorfózisok tesztje*. ELTE PPK Tanárképzési és –továbbképzési Központ.
- Tran, Y. (2019). *Zero Waste Lifestyle* (BA szakdolgozat). Tampere University of Applied Sciences.
- van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and iconography. In: Jewitt, C. & van Leeuwen, T. (szerk.), *Handbook of Visual Analysis* (pp. 92–118). Sage Publications.
- Wallendorf, M. & Arnould, E. J. (1988). "My Favorite Things": A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage. In: *Journal of Consumer Research*, 14(4), 531–547.
- Wan, E. W. & Chen, R. P. (2021). Anthropomorphism and object attachment. In: *Current Opinion in Psychology*, 39, 88–93.
- Weiss, L. & Johar, G. V. (2016). Products as Self-Evaluation Standards: When Owned and Unowned Products Have Opposite Effects on Self-Judgment. In: *Journal of Consumer Research*, 42(6), 915–930.
- Wheeler, S. C. & Bechler, C. J. (2021). Objects and self-identity. In: *Current Opinion in Psychology*, 39, 6–11.
- Wilson, A. V. & Bellezza, S. (2022). Consumer minimalism. In: *Journal of Consumer Research*, 48(5), 796–816.
- Woodward, I. (2007). *Understanding Material Culture*. SAGE Publications.
- Zero Waste International Alliance (2018). *Zero Waste Definition*. In: <https://zwia.org/zero-waste-definition/> (Letöltés dátuma: 2023.01.13.)

Mellékletek

I. melléklet: Kiegészítés – A tárgyak digitalizációja

Az eredeti TDK-dolgozat más formázással került leadásra, mint amelyet az OTDK irányelvei alapján kötelező alkalmazni. A Társadalomtudományi Szekció Szakmai Bizottságának jóváhagyásával ezért egy rész átkerült a mellékletek közé, amely eredetileg a tanulmány részét képezte, hogy a jelen dolgozat megfeleljen a formai és oldalszámbeli megkötéseknek. A tárgyak digitalizációjához kapcsolódó értekezés a *2.4. A tárgyak és a kötődés* és a *2.5. A tárgyak a szemiotika szemszögéből* alfejezetek között volt található.

A tárgyak digitalizációja

A digitális világ új technológiai és megvalósulási formái az egyén tárgyaihoz való viszonyát is befolyásolják, azt, ahogy a személyiségét megjeleníti és kiterjeszti segítségükkel. Belk (2013) öt szempontot gyűjtött össze, amelyek mentén értelmezni lehet az identitás és adott személy tulajdonainak változását az online térben.

Az egyik ilyen szempont a dematerializáció, mivel az eddig fizikai formában megjelent anyagok más felületeken jelennek meg, digitalizált változatban, például egy előadó dalait már nem CD-n gyűjtik a rajongók, hanem a profiljukon egy streamingszolgáltatónál. A jelenség jellemezhető a megújulást képviselő remediáció folyamatával is, mivel a remediáló médium átveszi más felületek tulajdonságait, és próbálja átszabni őket a realitás szempontjából, illetve versenyre kelni velük (Bolter & Grusin, 2000). A folyamat célja egyáltalán nem a korábbi formák eltörlése, hanem inkább egy párbeszéd kialakítása a hordozófelületek között, így a fizikai tárgyak online manifesztációi alternatívát jelentenek az egyén számára. A jelenség kapcsán a kérdés az, hogy vajon egy kézzel meg nem fogható, élettérbe el nem helyezhető könyv vagy fénykép képes-e ugyanannyira az én részévé válni, mint materiális megfelelője. Az azonban összességében elmondható, hogy az emberek nagyobb értéket tulajdonítanak a kézzelfogható javaknak, mint digitális társaiknak (Atasoy & Morewedge, 2017).

Az anyagi formák átalakulása mellett a digitális felületeken megjelenő identitások is változást jelentenek az egyén és a tárgyai kapcsolatában, mivel bárki bárkivé válhat, így megkérdőjeleződik a tárgyak személyiségépítésben betöltött szerepe, és dominánssá válnak az online javak (Belk, 2013). A képlékeny avatarok befolyásolják az offline szelfet, kötődés alakulhat ki egy elképzelt imázs és a személy valós helyzete között, amelyben nagy szerepet kapnak a különböző játékok, a közösségimédia-felületek és az egyes képmanipuláló programok.

A tulajdonok helyzetét az is befolyásolja, hogy az egyén személyes megnyilvánulásaihoz képest többet oszt meg magáról és a gondolataiból a digitális világban, amelyek szintén egy felépített identitást kommunikálnak, és nem feltétlenül tükrözik a valóságot (Belk, 2013). Az egy időben és helyen történő interakciók során eddig negatív színben tüntethette fel az egyént az, ha legújabb javairól mesélt másoknak. Az online térben ez azonban a többi felhasználó cselekedetei által már szinte elvárt, a felhasználó ugyanis közzéteszi birtoktárgyait, ezzel is státuszt és egy másik identitást közvetítve a külvilág felé. A megosztás másik oldalait képezik a meetingek és videóchatek, amelyek során a személy a privát életterébe invitál be olyan embereket, akiket nem biztos, hogy élőben is elhívna például a szobájába.

A szelfet az egyén a környezetével közösen építi, az online interakciók természetüknél fogva a társaság érzését erősítik, így fontos változás a digitalizációt tekintve, hogy a személy milyen visszajelzéseket, megerősítéseket, affirmációkat kap a virtuális identitásával kapcsolatban (Belk, 2013). Emellett szükséges kiemelni a megosztott memória jelenségét, a különböző emlékek felvétele és tárolása ugyanis digitális eszközökön keresztül történik, valós korlátok nélkül, nem feltétlen materiális valójukban. Az egyénnek így egyrészt nem szükséges az emlékanyagai közül szelektálnia, törölnie, másrészt több helyen rejtheti el identitásának darabkáit.

II. melléklet: Mélyinterjúk kérdései

I. rész

Bevezetés

1. Mit gondolsz, mennyire helytálló az a kijelentés, hogy a tárgyak világában élünk?
2. A következőben különböző állításokat fogok mondani, és arra kérek téged, hogy egyrészt határozd meg, hogy mennyire jellemző rád (egyáltalán nem-teljes mértékben), másrészt fejtss ki, hogy miért arra az opcióra esett a választásod!
 - a. Könnyen válok meg használati tárgyaktól.
 - b. Ha tárgyat kapok vagy vásárlak, az örömmel tölt el.
 - c. Ha ajándékra gondolok, akkor tárgyra gondolok.
 - d. Gyakran van rendetlenség az életteremben.
 - e. Ha elromlik valami, akkor újat vásárlak helyette.
 - f. Ha elveszítek egy tárgyat, sokáig bánkódom miatta.
 - g. Gyakran csak azért tartok meg valamit, mert emlékek kötnek hozzá.

3. Másokhoz hasonlítva magad hogy érzed, mennyire sok személyes tárgyat birtokolsz?

Státuszsimbólum

4. Vettél már tárgyat arra gondolva, hogy mások hogyan fognak rád utána tekinteni? Ha igen, mi volt az?
5. Fel tudnál sorolni státuszsimbólumokat?
6. Ha vásárolnál egy [általá említett státuszsimbólumot], milyen sorrendben vennéd figyelembe a következő szempontokat?
 - a. ár
 - b. márka

- c. minőség
 - d. kinézet
 - e. [a státuszszimbólum természetétől függően] specifikáció/kényelem/használhatóság/működési szempontok
7. Szerinted mennyire szoktad megfigyelni mások személyes használati tárgyait, öltözködését beszélgetés közben (telefon, ruha, ékszerek)?
8. Téged mennyire érdekel az, hogy mások miket gondolnak rólad a tárgyaidd alapján?
Fenntarthatóság
9. Mit jelent számodra a fenntarthatóság és ez hogyan nyilvánul meg a mindennapjaidban?
10. Szoktál használt tárgyakat venni, eladni (könyvek, ruhák, sportszerek stb)?
11. Mi a véleményed arról az ellentétéről, ami a tárgyi világ és a fenntarthatóság/minimalizmus között van, a minél több és a minél kevesebb birtoklása között?
A tárgyak szerepe
12. Szerinted a tárgyak szerepe az ember életében változott a történelem folyamán?
13. Mennyire képesek a tárgyaitok képviselni a személyiségüket?
14. Milyen mértékben tudjuk alakítani a saját magunkról másokban láttatni szándékozott képet a tárgyaitok segítségével?
15. Mennyire torzítjuk és alakítjuk a saját magunkról kialakítani kívánt képet a digitális felületeken, mennyire tudunk autentikusak maradni?
Személyes
16. Kérlek, gondold a tárgyaiddra. Képzeld el, hogy van egy varázsló, mint a mesékben, aki most elvarázsol téged, de szabad választást hagy abban, hogy mivé.
a. Ha ez a varázsló a tárgyaidd közül valamelyikévé varázsolna, melyik tárgyad szeretnél lenni? Miért?
A varázsló most már nem ad szabad választási lehetőséget, csak annyi szabadságot hagy meg, hogy megválaszd, mivé ne varázsoljon semmivé.
b. Melyik tárgyad nem szeretnél lenni? Miért?
17. Ha tűz ütne ki az otthonodban, és minden szeretted épségben kikerült, melyik tárgyad mentené meg?
18. Emlékszel olyan tárgyra, ami különleges volt számodra, de már nincs a tulajdonodban?
19. Melyik az a három tárgy, ami nap mint nap nálad van?
a. Mesélj róluk, miért fontosak a számodra és mikor, hogyan szerezted meg őket?
b. Szerinted mit és milyen mértékben árulnak el a személyiségedről ezek a tárgyak, mennyire tükröznek téged?
20. Melyik az a három személyes tárgy, ami számodra a legkedvesebb?
a. Mesélj róluk, miért fontosak a számodra és mikor, hogyan szerezted meg őket?
b. Szerinted mit és milyen mértékben árulnak el a személyiségedről ezek a tárgyak, mennyire tükröznek téged?
21. A kiválasztott tárgyaiddra és a személyiségedre gondolva kérlek, jellemezd magad az alábbi skálákon 1-5-ig, ahol a szélső értékeket a tulajdonságok képviselik:
- a. félénk – bátor
 - b. nyers – kedves
 - c. magányos – társaságkedvelő
 - d. meggondolatlan – óvatos
 - e. hideg – meleg
 - f. közömbös – kíváncsi
 - g. szeszélyes – kiegyensúlyozott
 - h. földhözragadt – fantáziadús
 - i. akaratos – együttműködő
 - j. felületes – alapos
 - k. szorongó – nyugodt
 - l. szétszórt – rendezett

- m. csendes – beszédes
- n. gátlásos – felszabadult
- o. érzelmi – értelmi

Befejezés

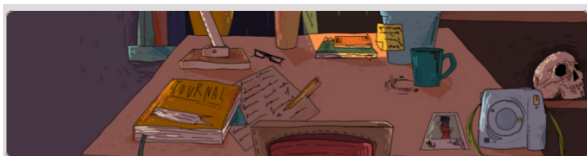
- 22. Mit gondoltál az interjúról, hogyan éreztél magad közben?
- 23. Demográfiai adatok felvétele

II. rész

Bevezetés

- 1. Az előző alkalmunk óta gondolkodtál a tárgyaiddal való viszonyodról?
- 2. Milyen eredményekre számítasz a személyiségeddel kapcsolatban?
Az eredmények összesítése és bemutatása után
- 3. Kérlek, oszd meg az első benyomásaidat!
- 4. Szerinted miért így gondolkodtak a kitöltők a személyiségedről?
- 5. Melyik eredményen lepődtél meg a legjobban, melyiken a legkevésbé?
- 6. Szerinted, ha másik tárgyakat választottál volna, az befolyásolta volna az eredményt?
- 7. Royer-féle metamorfózis teszt visszacsatolás és megvitatás
- 8. Egyéb zárógondolatok

III. melléklet: Kérdőív



Tárgyaink tükrében - az vagy, amid van?

Kedves Kitöltő!

Bognár Bálint György vagyok, a Budapesti Corvinus Egyetem elsőéves kommunikáció- és médiatudomány mesterszakos hallgatója. Az Új Nemzeti Kiválóság Program (ÚNKP) által támogatott kutatásom célja feltárni az egyén attitűdjét a tárgyak világával kapcsolatban, illetve felmérni a tárgyak önreprezentációs képességét: mennyiben határoznak meg minket személyes relikviáink, mennyit árulnak el rólunk környezetünknek?

A kérdőív teljesen anonim, kitöltése maximum 7 percet vesz igénybe.

Amennyiben érdeklik a kérdőív és a kutatás eredményei, kérem, jelezze az alábbi e-mail-címen: balint.bognar@stud.uni-corvinus.hu

Köszönöm, hogy kitöltésével hozzájárul a tanulmányom és a kutatásom sikerességéhez!

balint.gyorgy.bognar@gmail.com [Fiókváltás](#)

Nincs megosztva

* Kötelező kérdés

A tárgyak világa

Ön mennyire ért egyet azzal az állítással, hogy a tárgyak világában élünk? *

- ☐ egyáltalán nem értek egyet
- ☐ inkább nem értek egyet
- ☐ nem tudom eldönteni
- ☐ inkább egyetértek
- ☐ teljes mértékben egyetértek

Ön mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? A tárgyak... *

	egyáltalán nem értek egyet	inkább nem értek egyet	nem tudom eldönteni	inkább egyetértek	teljes mértékben egyetértek
meghatározzák a tulajdonosuk személyiségét	☐	☐	☐	☐	☐
árulkodnak a tulajdonosuk személyiségéről	☐	☐	☐	☐	☐
megkülönböztetik tulajdonosát a többi embertől	☐	☐	☐	☐	☐
az önkifejezés eszközei	☐	☐	☐	☐	☐
emlékeket idéznek fel	☐	☐	☐	☐	☐
teszik az otthonát igazán otthonná	☐	☐	☐	☐	☐

A tárgy mint státuszszimbólum

A státuszszimbólum olyan vagyontárgy vagy külsőség, amely jelzi a birtoklója kiemelkedő helyzetét a társadalomban vagy egy kisebb csoportban. A tulajdonos a helyzetét a tárgy által igyekszik nyilvánvalóvá tenni.

Önre mennyire jellemzők az alábbi szituációk? *

Vettem már tárgyat arra gondolva, hogy mások hogyan fognak rám utána tekinteni.

1 2 3 4 5

egyáltalán nem jellemző ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ teljes mértékben jellemző

*

Megfigyelem mások személyes használati tárgyait, öltözködését beszélgetés közben.

1 2 3 4 5

egyáltalán nem jellemző ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ teljes mértékben jellemző

*

Érdekel az, hogy mások mit gondolnak rólam a tárgyaim alapján.

1 2 3 4 5

egyáltalán nem jellemző ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ teljes mértékben jellemző

Mások tárgyai alapján következtetéseket vonok le a személyiségükről és életstílusukról illetően.

1 2 3 4 5

egyáltalán nem jellemző ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ teljes mértékben jellemző

Kérem, soroljon fel státuszszimbólumokat, amelyek eszébe jutnak! *

Saját válasz

Fenntarthatóság és a tárgyi kultúra

Kérem, helyezze el magát az alábbi skálákon az állítások alapján!

*

Ha tehetem, akkor egy adott tárgyból...

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

használtat veszek ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ újat veszek

*

Ha már nincs szükségem egy adott tárgyra, akkor azt...

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

kidobom ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ továbbadom

A használt cikkeket árusító felületek (turkálók, adományboltok, online adok-veszek) számomra...

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

visszataszítók ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ vonzók

Ha nem megfelelően funkcionál egy adott tárgyam (elromlik, meghibásodik, kilyukad, elszakad) akkor azt...

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

kidobom ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ megpróbálom megjavítani

Következő Úrlap tartalmának törlése

Személyes élmények

Önök mennyire fontosak a tárgyak, amelyekkel körülveszi magát? *

☐ egyáltalán nem fontosak

☐ inkább nem fontosak

☐ nem tudom eldönteni

☐ inkább fontosak

☐ teljes mértékben fontosak

Ön mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? A saját tárgyaim... *

	egyáltalán nem értek egyet	inkább nem értek egyet	nem tudom eldönteni	inkább egyetértek	teljes mértékben egyetértek
meghatározzák a személyiséget	☐	☐	☐	☐	☐
árulkodnak a személyiségről	☐	☐	☐	☐	☐
megkülönböztetnek a többi embertől	☐	☐	☐	☐	☐
az önkifejezésem eszközei	☐	☐	☐	☐	☐
emlékeket idéznek fel bennem	☐	☐	☐	☐	☐
teszik az otthonom igazán az otthonommá	☐	☐	☐	☐	☐

Kedvenc tárgyak

Kérem, gondoljon a kedvenc tárgyára, és írja le, mi az!

Saját válasz

Kérem, válassza ki azokat az állításokat, amelyek jellemzők az előbb megadott kedvenc tárgyára!

Több jellemzőt is kiválaszthat!

☐ ajándékba kaptam

☐ magamnak vásároltam

☐ örökölttem

☐ fontos személyekre emlékeztet

☐ fontos pillanatokra emlékeztet

☐ fontos érzéseket kelt bennem

☐ régóta a tulajdonomban van

☐ a hobbihoz kötődik

☐ megerősít önmagamban

☐ kifejez engem

☐ Egyéb: _____

Ha emlékszik olyan tárgyra, amely különleges volt az Ön számára, de már nincs a tulajdonában, kérem, írja le, mi volt az, és miért volt különleges számára!

Saját válasz

Vissza Következő Úrlap tartalmának törlése

A tárgyak és a személyiség

A következő szakaszban három különböző személy hat darab tárgyát fogja látni. A tárgyak között szerepelnek olyanok, amelyek nap mint nap nála vannak, illetve olyanok, amelyekhez fontos emlékek kötik és tükrözik a személyiségét. A képeken szereplő tárgyak alapján arra kérem, képzelje el azok tulajdonosát, hogy milyen személyiség lehet, milyen életmódot folytathat, mivel foglalkozhat az ideje nagy részében, majd jellemezze őt a megadott skálák mentén!

Vissza Következő Úrlap tartalmának törlése

A tárgyak és a személyiség I.

Kérem, a képen szereplő tárgyak alapján jellemezze azok tulajdonosát a skálák mentén!

A képen szereplő tárgyak: egy mintás bádógedény, egy AVON parfüm, egy Oriflame szempilláspirál, egy DM-es zsebkendő, egy kulcszsomó és egy vezetékes fülhallgató. A kép [ide kattintva](#) megnézhető nagyobb méretben.



1 2 3 4 5

félénk ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ bátor

	1	2	3	4	5	
nyers	☐	☐	☐	☐	☐	kedves

*

	1	2	3	4	5	
magányos	☐	☐	☐	☐	☐	társaságkedvelő

*

	1	2	3	4	5	
meggondolatlan	☐	☐	☐	☐	☐	óvatos

*

	1	2	3	4	5	
hideg	☐	☐	☐	☐	☐	meleg

*

	1	2	3	4	5	
közömbös	☐	☐	☐	☐	☐	kíváncsi

	1	2	3	4	5	
szeszélyes	☐	☐	☐	☐	☐	kiegyensúlyozott

*

	1	2	3	4	5	
földhözragadt	☐	☐	☐	☐	☐	fantáziadús

*

	1	2	3	4	5	
akaratos	☐	☐	☐	☐	☐	együttműködő

*

	1	2	3	4	5	
felületes	☐	☐	☐	☐	☐	alapos

*

	1	2	3	4	5	
szorongó	☐	☐	☐	☐	☐	nyugodt

	1	2	3	4	5	
szétszórt	☐	☐	☐	☐	☐	rendezett

*

	1	2	3	4	5	
csendes	☐	☐	☐	☐	☐	beszédész

*

	1	2	3	4	5	
gátlász	☐	☐	☐	☐	☐	felszabadult

*

	1	2	3	4	5	
érzelmi	☐	☐	☐	☐	☐	értelmi

Vissza

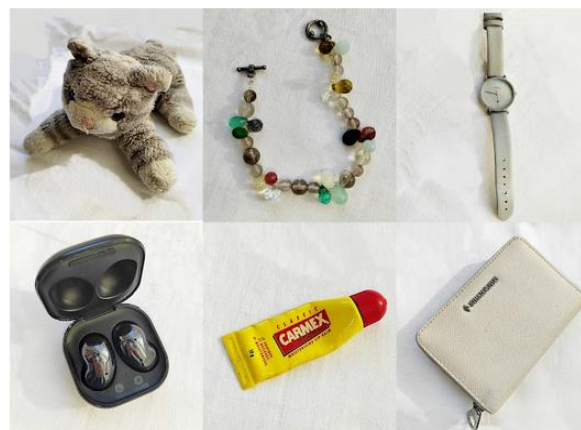
Következő

Úrlap tartalmának törlése

A tárgyak és a személyiség II.

Kérem, a képen szereplő tárgyak alapján jellemezze azok tulajdonosát a skálák mentén!

A képen szereplő tárgyak: egy plüssmacska, egy ásványkarkötő, egy Cluse karóra, egy vezeték nélküli fülhallgató, egy Carmex ajakápoló és egy pénztárca. A kép [ide kattintva](#) megtekinthető nagyobb méretben.



*

	1	2	3	4	5	
félénk	☐	☐	☐	☐	☐	bátor

	1	2	3	4	5	
nyers	☐	☐	☐	☐	☐	kedves

*

	1	2	3	4	5	
magányos	☐	☐	☐	☐	☐	társaságkedvelő

	1	2	3	4	5	
meggondolatlan	☐	☐	☐	☐	☐	óvatos

*

	1	2	3	4	5	
hideg	☐	☐	☐	☐	☐	meleg

*

	1	2	3	4	5	
közömbös	☐	☐	☐	☐	☐	kíváncsi

*

	1	2	3	4	5	
szeszélyes	☐	☐	☐	☐	☐	kiegyensúlyozott

*

	1	2	3	4	5	
földhözragadt	☐	☐	☐	☐	☐	fantáziadús

	1	2	3	4	5	
akaratos	☐	☐	☐	☐	☐	együttműködő

*

	1	2	3	4	5	
felületes	☐	☐	☐	☐	☐	alapos

*

	1	2	3	4	5	
szorongó	☐	☐	☐	☐	☐	nyugodt

*

	1	2	3	4	5	
szétszórt	☐	☐	☐	☐	☐	rendezett

	1	2	3	4	5	
csendes	☐	☐	☐	☐	☐	beszédés

	1	2	3	4	5	
gátlásos	☐	☐	☐	☐	☐	felszabadult

*

	1	2	3	4	5	
érzelmi	☐	☐	☐	☐	☐	értelmi

Vissza Következő Üriap tartalmának törlése

A tárgyak és a személyiség III.

Kérem, a képen szereplő tárgyak alapján jellemezze azok tulajdonosát a skálák mentén!

A képen szereplő tárgyak: egy *King* kötet, egy *Doom Eternal* könyv, egy Xbox controller, egy ezüstyaklánc, egy pénztárca, egy prêmes télikabát. A kép [ide kattintva](#) megtekinthető nagyobb méretben.



*

	1	2	3	4	5	
félénk	☐	☐	☐	☐	☐	bátor

	1	2	3	4	5	
nyers	☐	☐	☐	☐	☐	kedves

*

	1	2	3	4	5	
magányos	☐	☐	☐	☐	☐	társaságkedvelő

*

	1	2	3	4	5	
meggondolatlan	☐	☐	☐	☐	☐	óvatos

*

	1	2	3	4	5	
hideg	☐	☐	☐	☐	☐	meleg

	1	2	3	4	5	
közömbös	☐	☐	☐	☐	☐	kíváncsi

*

	1	2	3	4	5	
szeszélyes	☐	☐	☐	☐	☐	kiegyensúlyozott

*

	1	2	3	4	5	
földhözragadt	☐	☐	☐	☐	☐	fantáziadús

*

	1	2	3	4	5	
akaratos	☐	☐	☐	☐	☐	együttműködő

	1	2	3	4	5	
felületes	☐	☐	☐	☐	☐	alapos

*

	1	2	3	4	5	
szorongó	☐	☐	☐	☐	☐	nyugodt

*

	1	2	3	4	5	
szétszórt	☐	☐	☐	☐	☐	rendezett

*

	1	2	3	4	5	
csendes	☐	☐	☐	☐	☐	beszédés

	1	2	3	4	5	
gátlásos	☐	☐	☐	☐	☐	felszabadult

*

	1	2	3	4	5	
érzelmi	☐	☐	☐	☐	☐	értelmi

Vissza
Következő
Ürlap tartalmának törlése

Demográfia

Nemi identitása *

☐ nő
☐ férfi
☐ egyéb

Életkora *

Kiválasztás ▼

Lakhelyének típusa *

falu/község ▼

Mivel foglalkozik jelenleg ideje nagy részében? *

Kiválasztás ▼

Vissza
Küldés
Ürlap tartalmának törlése

IV. melléklet: Szakmai interjú I. – kérdések Antal Évihez

Bevezetés, tárgyi világ

Főleg tartalomkészítő tevékenykedsz, a low waste/fenntartható életmódot népszerűsítéd különböző felületeken és kvázi tömegeket inspirálsz arra, hogy ők is elkezdjenek ezzel tudatosan foglalkozni, implementálni a saját életükbe a javaslataidat.

1. Kérlek, mesélj kicsit részletesebben arról, miből áll az ehhez kapcsolódó munkád?
2. A saját meglátásod szerint a munkád hogyan kapcsolódik a tárgyak világához, milyen szerepet töltenek be benne a tárgyak?
3. Milyen szerepet töltenek be az egyén életében a tárgyai?

Fenntarthatóság

A fenntarthatóság ahogy a társadalomban látom egy olyan fogalom, ami önbevallásos alapon mindenkinek fontos, mindenki tesz érte, azonban a valóságban ez nem így van. Az ehhez kapcsolódó zero waste – low waste életformákkal kapcsolatban is egészen sok az előítélet és a helytelen értelmezés

4. Látsz-e a jelenség kapcsán időbeli változást, akár éveket akár évtizedeket tekintve?
5. Hogy látod, régebben mennyire volt jelen a low waste felfogás a társadalomban?
6. Mi a véleményed arról az ellentétről, ami a tárgyi világ és a fenntarthatóság között van, a minél több és a minél kevesebb birtoklása között?

Státuszsztimbólum

7. Milyen mértékben tudják képviselni a személyes tárgyai a tulajdonosa személyiségét, mennyit árulnak el róla?
8. Szerinted mennyire befolyásolják a mások szemében kialakult képet a velünk kapcsolatos, viselt/magunknál tartott tárgyaink?

A munkádból kiindulva nap mint nap foglalkozol közösségi médiával, online jelenléttel.

9. Mennyire torzítjuk és alakítjuk a saját magunkról látni vélt képet, mennyire tudunk autentikusak maradni? Személyes
10. Emlékszel olyan tárgyra, ami különleges volt számodra, de már nincs a tulajdonodban?
11. Ha tűz ütne ki az otthonodban, és minden szeretted épségben kikerült, melyik tárgyat mentenéd meg?
12. Melyik a kedvenc, tulajdonodban lévő tárgyat és miért?

V. melléklet: Szakmai interjú II. – kérdések Frazon Zsófiához

Bevezetés, tárgyi világ

Amikor a kutatást terveztem, tudtam, hogy a szakmai perspektívát muszáj lesz egy olyan személynek is képviselnie, aki tudatosan foglalkozik a tárgyakkal és a tárgyi kultúrával a munkája során.

1. Kérlek, mesélj a munkáidról, amikkel nap mint nap foglalkozol!
2. A saját meglátásod szerint a munkád hogyan kapcsolódik a tárgyak világához, milyen szerepet töltenek be benne a tárgyak?
3. Szerinted miért fontos tárgyakkal foglalkozni?
4. Milyen szerepet töltenek be az egyén életében a tárgyai?

Történelem

5. Látsz-e időbeli változást a tárgyak szerepét, fontosságát tekintve az ember életében?
6. Szerinted ezt mennyire befolyásolja a digitalizáció, a technológiai változás?
7. Szerinted ezt mennyire befolyásolja a fenntarthatóság, a minél kevesebb birtoklása?

Státuszsztimbólum

8. Kérlek, sorolj fel státuszsztimbólumokat, amik eszedbe jutnak!
9. Milyen mértékben tudják képviselni a személyes tárgyai a tulajdonosa személyiségét, mennyit árulnak el róla?

10. Szerinted mennyire befolyásolják a mások szemében kialakult képet a velünk kapcsolatos, viselt/magunknál tartott tárgyaink?

Személyes

11. Emlékszel olyan tárgyra, ami különleges volt számodra, de már nincs a tulajdonodban?
12. Ha tűz ütne ki az otthonodban, és minden szeretted épségben kikerült, melyik tárgyat mentenéd meg?
13. Melyik a kedvenc, tulajdonodban lévő tárgyad és miért?

VI. melléklet: Szakmai interjú III. – kérdések Papp Eszterhez

Bevezetés, tárgyi világ

1. Kérlek, mesélj kicsit részletesebben a munkádról! Hogyan indultál el ezen az úton, miből áll a munkaköröd?
2. A saját meglátásod szerint a munkád hogyan kapcsolódik a tárgyak világához, milyen szerepet töltenek be benne a tárgyak?
3. Milyen szerepet töltenek be az egyén életében a tárgyai?

Státuszszimbólum

4. Milyen mértékben tudják képviselni a személyes tárgyai a tulajdonosa személyiségét, mennyit árulnak el róla?
5. Szerinted mennyire befolyásolják a mások szemében kialakult képet a velünk kapcsolatos, viselt/magunknál tartott tárgyaink?

Materializmus és munka

6. Milyen típusú vásárlók járnak az üzletbe, kik a célközönség?
7. Mi az, amit először észreveszel egy, az üzletbe betérő, potenciális vásárlón? Szoktál ezek alapján következtetéseket levonni a személyiségéről, életstílusáról?
8. Miből következteted ki, hogy aki az üzletbe betér, vásárolni is fog-e, van erre valamilyen taktikád vagy bevált módszered?

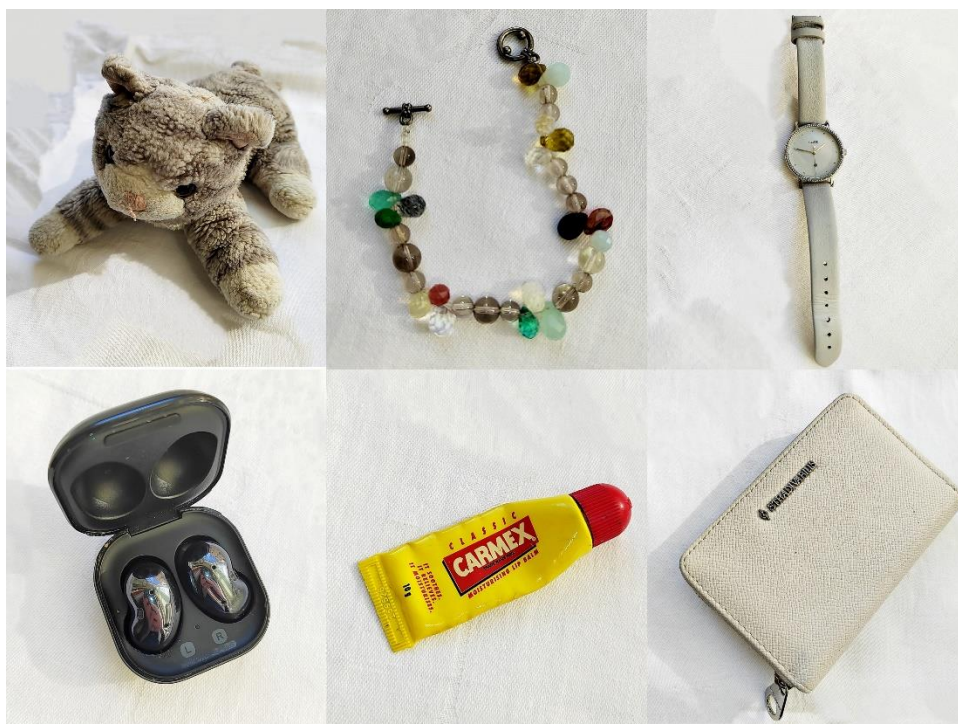
Személyes

9. Emlékszel olyan tárgyra, ami különleges volt számodra, de már nincs a tulajdonodban?
10. Ha tűz ütne ki az otthonodban, és minden szeretted épségben kikerült, melyik tárgyat mentenéd meg?
11. Melyik a kedvenc, tulajdonodban lévő tárgyad és miért?

VII. melléklet: Az interjúalanyok tárgyai



7. ábra: Zsanett tárgyai: egy mintás bádogedény, egy AVON parfüm, egy Oriflame szempillaspirál, egy DM-es zsebkendő, egy kulcsosomó és egy vezetékes fülhallgató
(forrás: saját szerkesztés)



8. ábra: Luca tárgyai: egy plüssmacska, egy ásványkarkötő, egy Cluse karóra, egy vezeték nélküli fülhallgató, egy Carmex ajakápoló és egy pénztárca (forrás: saját szerkesztés)



9. ábra: Bence tárgyai: egy King kötet, egy *Doom Eternal* könyv, egy Xbox kontrollert, egy ezüstnyaklánc, egy pénztárca, egy prêmes télikabát (forrás: saját szerkesztés)