

mindig is az volt, hogy a tárgyat újabb
vet a beleérzésben újra megalkotva
és nem könnyű kézzel választja tárgyat
zokat a lefolyásból. Előkészítést
gibbek.

tartozik a mozgás, ahogyan a gondolat
gondolkodás egy feszültségekkel
l, ott jelenik meg a dialektikus kép. E
ában. Helye természetesen nem tetsze
tt kell keresni, ahol a dialektikus el
bb. Eszerint a materialista történelm
ga a dialektikus kép. Ez a kép tehát
ihasítását a történelem folyásának

ája, amelyet minden korszakban meg
i ezt újra, ez az a forma, amely a lát
á teszi, hogy e látszat hazájául a termész

évszámoknak megadni fiziognómiájukat.

eszt körülveszi, és amelyben részt ves
egként szolgál ábrázolása alapjául. A
tír, mintegy az idézeteket képezi el
zettek vannak mindenki számára olvash
elmet írni tehát annyi, mint történelm
nában azonban benne van, hogy a min
k összefüggéséből.

történelmi materializmus elemtanához. 1. A történelem tárgya az, ami-
megismerése ugyanannak megmentése. 2. A történelem képekké esik
nem történetekké. 3. Ahol dialektikus processzus zajlik le, ott egy
van dolgunk. 4. A materialista történelemábrázolás magával
a haladás fogalmának immanens kritikáját. 5. A történelmi materia-
izmus eljárás módja a tapasztalatra, az egészséges emberi értelemre, a
lételemre és a dialektikára támaszkodik. (A monádhoz: N10a, 3)

[N 11, 4]

tizenkilencedik században, amikor a polgárság meghódította hatalmi
színt, a haladás fogalma az eredendően hozzá tartozó kritikai funkció-
minden bizonnyal egyre inkább elveszítette. (A természetes kiválasztó-
tanának döntő jelentősége volt ebben a folyamatban; e tan révén nőtt
a vélekedés, mely szerint a haladás automatikusan megy végbe.
Későbbet továbbá a haladásfogalom kiterjesztésének is az emberi aktivi-
tás összes területére.) Turgot-nál még vannak kritikai funkciói a haladás-
fogalomnak. E fogalom tette mindenekelőtt lehetővé, hogy az emberek
fogalma a történelemben zajló visszafelé tartó mozgásokra irányuljon.
Turgot a haladást jellemző módon mindenekelőtt a matematikai kutatá-
sok területén látta garantálva.

[N 11a, 1]

A mindenkori élők a történelem délidejében pillantják meg egymást.
Hallgatólagosan arra vannak kötelezve, hogy lakomát készítsenek elő a
múltnak. A történész az a hírnök, aki az egykor elbúcsúzottakat hívja asz-
talhoz.

[N 15, 2]

G [kiállítás, reklám, Grandville]

Európai aspektusok szerint a dolgok így álltak: a középkorban és egészen
a tizenkilencedik század kezdetéig a technika fejlődése minden ipari ter-
mék tekintetében sokkal lassabban haladt előre, mint a művészeté. A
művészet időt nyerhetett arra, hogy sokféleképpen körbejártssa a techni-

- 2 kai eljárás módokat. A helyzet megváltozása, ami 1800 körül kezdődött, előírta a művészetnek a tempót, és minél lélegzetelállítóbb lett a tempó, a divat uralma annál inkább átterjedt minden területre. S végül eléri a dolgok mai állása: beláthatóvá válik annak lehetősége, hogy a művészet már nem lel időt arra, hogy valamiképpen beleálljon a technikai folyamatba. A reklám az a csel, mellyel az álom ráakaszkozik az igazságra. [G 1.1]
- 3
- 4

Az étkezőkben függő képek keretében készülődik elő a reklámszupernova, a van Houten-kakaók, az Amieux-konzervek bevonulása. Természetesen mondhatjuk, hogy az étkezők bevált polgári komfortja a legtovább a lakókávéházakban stb. élte túl és tartotta magát; de talán azt is mondhatjuk, hogy a kávéházak tere, amelyben minden négyzetméterért és minden centiméterért pontosabban fizetnek meg, mint a bércaszárnyakban, ez utóbbiakból bontakozott ki. A lakás, amelyből kávéházat csináltak, találóskép e felirattal: Hol bújik meg itt a tölke? [G 1.2]

Grandville műve: a nyilvános hírverés szibilla-könyvei. Mindaz, ami nála a tréfa, a szatíra előzetes formájában van meg, reklámként éri el igazán bontakozását. [G 1.3]

A szürrealisták költészete a szavakat úgy kezeli, mint cégneveket, és szövegeik alapjában véve olyan vállalkozások prospektusai, amelyeket még nem alapítottak meg. Ma a cégnevekben fészkelnek azok a fantáziák, melyeket egykor a „poétikus” kifejezések szókincskészletében vélték farsaurusként összegyűjtve. [G 1.4]

Egy városi vasútban láttam évekkal ezelőtt egy plakátot; s ha e világon érthető módon folynának a dolgok, e plakát éppúgy megtalálta volna családait, történéseit, értelmezőit és másolóit, mint valamely nagy költőműve vagy nagy festmény. És a plakát csakugyan mindkettő volt egyszerre. Am ahogy az a nagyon mély, váratlan benyomásokkal történhet olykor.

a sokk olyan heves volt, a benyomásoknak csak az egyik irányba, az északra, a sötétben fellelhető színről volt szó, s hogy e fűszer erejében; több éven át mellette a plakát és a plakát után érdeklődjék északi Moabitba kerültem, amely mekként, mintha kísértetiesen a fel, akkoriban, amikor egy kínos, el kellett vámolnom a Lützo szerint. Ezúttal már útközben jelentős délután lesz. És csak a részének történetével; olyan történet, hogy elmesélhetném ebben a páros nővel kíséremmel egy szegényes közeli büféje cégerek gyűjteménye. És közöttük volt a „Bullrich-só”, de e néhány írásjel körül hirtelen az első plakát sivatagi tája. Újra nemcsak a társaság haladt előre, lovakkal, hanem azt írták: „Bullrich-só”. A szavak szakaszon só pergett ki a földre. A nagy nagy táblát, e szavakkal: „Ez sivatagi úton? Betűket formált, és Leibniz prestabilizált harmóniájának pengeéles bejátszott predesztináció hasonlat állt-e ezen a plakáton, olyan senki nem tapasztalt? Az utópia h

„Rajta hát, fejedelmek és államguzdagságtokat, eszközöket és erőkalkánokat [melyeknek, bárha hódítandó hidrogéngáz folyamatai törnek föl] magas cilinderformájú tornyokna

gváltozása, ami 1800 körül kezdődik és minél lélegzetelállítóbb lett a tem-
terjedt minden területre. S végül elér-
atóvá válik annak lehetősége, hogy a
gy valamiképpen beleálljon a techní-
mellyel az álom ráakaszódik az iparra.
[G 1, 1]

ben készülődik elő a reklámsnapszok-
konzervek bevonulása. Természetesen
lt polgári komfortja a legtovább a kis-
ta magát; de talán azt is mondhatjuk,
minden négyzetméter és minden órá-
érkaszárnnyákban, ez utóbbiakból bon-
házat csináltak, találóskép e felirattal:

[G 1, 2]

és szibilla-könyvei. Mindaz, ami nála
n van meg, reklámként éri el igaz ki-

[G 1, 3]

úgy kezeli, mint cégneveket, és szö-
zások prospektusai, amelyeket még
ekben fészkelnek azok a fantáziák,
ések szókincskészletében vélték the-

[G 1a, 3]

ezelőtt egy plakátot; s ha e világon
plakát éppúgy megtalálta volna cso-
násolóit, mint valamely nagy költe-
t csakugyan mindkettő volt egyszer-
lan benyomásokkal történhet olykor:

a sokk olyan heves volt, a benyomás, ha szabad így mondanom, olyan
erőszakosan csapott fel bennem, hogy átszakította a tudat talaját és évekig
bevert valahol a sötétben fellelhetetlenül. Csak azt tudtam, hogy „Bullrich-
só”-ról volt szó, s hogy e fűszer eredeti telephelye egy kis pince a Flottwell
utcában; több éven át mellette utaztam el, kísértést érezve, hogy kiszáll-
jak, és a plakát után érdeklődjem. Ekkor, egy eltolt vasárnap délután, az
északi Moabitba kerültem, amely négy évvel azelőtt egyszer már meg-
bökkenett, mintha kísértetiesen éppen e napszak számára építették vol-
na fel, akkoriban, amikor egy kínai porcelánvárost, amit Rómából hozat-
tam, el kellett vámolnom a Lützow utcában zománcos házblokkjának sű-
lya szerint. Ezúttal már útközben is arra mutattak bizonyos előjelek, hogy
ez jelentős délután lesz. És csakugyan így is végződött, egy passzázs felfe-
dezésének történetével; olyan történet ez, amely túlságosan berlini, sem-
hogy elmesélhetném ebben a párizsi emléktérben. Előtte azonban két
szép hölgy kíséremmel egy szegény kis korcsma előtt álltam, melynek
kirakati büféje cégérek gyűjteményével volt berendezve, hogy élénkebb
legyen. És köztük volt a „Bullrich-só”. Nem tartalmazott mást, csak ezt a
szót, de e néhány írásjel körül hirtelen, erőfeszítés nélkül megképződött
az első plakát sivatagi tája. Újra megvult. Így nézett ki: a sivatag előteré-
ben társzekér haladt előre, lovak húzták. Zsákokkal volt megrakva, s ezek-
re azt írták: „Bullrich-só”. A zsákok egyikén lyuk volt, amiből már egy
szakaszon só pergett ki a földre. A sivatagi táj háttérében két cövek tartott
egy nagy táblát, e szavakkal: „Ez a legjobb”. És mit csinált a sónyom a
sivatagi úton? Betűket formált, és ezek egy szót, azt a szót: „Bullrich-só”.
Leibniz prestabilizált harmóniája, nem gyerekeség volt-e az, ehhez a
pengeeles bejátszott predesztinációhoz képest a sivatagban? És nem egy
hasonlat állt-e ezen a plakáton, olyan dolgokra, miket e földi életben még
senki nem tapasztalt? Az utópia hétköznapijának hasonlata?

[G 1a, 4]

„Rajta hát, fejedelmek és államok, tanácskozzatok, hogy egyesítsétek
gazdagságtokat, eszközöket és erőket, hogy egyesült erővel a rég kialudt
vulkánokat [melyeknek, bárha hóval teli, krátereiből még meggyújtható
hidrogéngáz folyamai törnek föl] meggyújtsátok a gázvilágítás módjára –;
magas cilinderformájú tornyoknak kellene a magas legekbe vezetnie Eu-

rópa forró forrásait, ahonnan [midőn is levegőmelegítőként szolgálhat] kaszkádszerűen zuhognának alá, és elkeveredésük lehűtő vizekkel a leggondosabban meggátoltatna. – Mesterséges, félkörívben elrendezett, a napsugarakat visszaverő, magaslatokon felállított görbetükrök az előbbieket a legkedvezőbb módon multiplikálnák a légmelegítés tekintetében.” F. v. Brandenburg: *Victoria! Új világ!* (Örömteli kiáltvány arra vonatkozóan, hogy planétánkon, különösen az általunk lakott északi féltekén tovább hőmérséklet-változás lépett fel, tekintve az atmoszferikus meleg gazdagodását. Második bővített kiadás, Berlin, 1835) <4/5.> – gáz –

Egy elmebetegnek ez a fantáziája, az új találmány befolyása alatt, egy gázfényreklámot eredményez Grandville komikus-kozmiikus stílusában. Egyszerűen, a reklámnak a kozmikussal való szoros kapcsolatát kell analízálni.

1. Az ipar kiállításai mint a múzeumok titkos konstrukciós sémája – a művészet: a múltba projektált ipari termékek.

„Úgy látszik, mostanság sok párizsi házat a Harlekin-kabát ízlése szerint díszítnek; vagyis nagy zöld, sárga, [egy szó olvashatatlan] és rózsaszín papírdarabok gyűjteménye a falon. A ragasztók viszályba keverednek a falakért, és az utcákon verik egymást. A legbájosabb a dologban az, hogy mindezek a plakátok naponta tízszer borítják be egymást.” Eduard Kroloff: *Schilderungen aus Paris*. Hamburg, 1839, II, 57.

„Európa kimozdult helyéből, hogy lássa az árukat», mondta Renan, megvetéssel az 1855-ös Kiállításról.” Paul Morand: *1900*. Paris, 1931, 71.

Victor Hugo az 1867-es világkiállítás alkalmából manifesztumot intézett Európa népeihez.

„Az árcímkevel lép be az áru a piacra. Anyagi individualitása és minősége csak ingert ébreszt a cserére. Értékének társadalmi felbecsülését tekintve ez teljesen

ahonnan [midőn is levegőmelegítőként szolgált]
ognának alá, és elkeveredésük lehűtő vizekkel a leg
átoltatna. – Mesterséges, félkörívben elrendezett, a
verő, magaslatokon felállított görbetükrök az előtérbe
módon multiplikálnák a légmelegítés tekintetében.
Victoria! Új világ! (Örömteli kiáltvány arra vonatkozóan,
különösen az általunk lakott északi féltekén területek
lépett fel, tekintve az atmoszferikus meleg gázok
tett kiadás, Berlin, 1835) <4/5.> – gáz –
k ez a fantáziája, az új találmány befolyása alatt, egy
lményez Grandville komikus-kozmikus stílusában. Egy
a kozmikussal való szoros kapcsolatát kell analizálni.

[G 1, 1]

nt a múzeumok titkos konstrukciós sémája – a műve
ktált ipari termékek.

[G 2a, 6]

g sok párizsi házat a Harlekin-kabát ízlése szerint díszít
sárga, [egy szó olvashatatlan] és rózsaszín papírdarabok
A ragasztók viszályba keverednek a falakért, és az utcane
egbájosabb a dologban az, hogy mindezek a plakátok ma
be egymást.” Eduard Kroloff: *Schilderungen aus Paris*.

[G 3, 3]

tyéből, hogy lássa az árukat», mondta Renan, megvetéssel.
Paul Morand: 1900. Paris, 1931, 71.

[G 4, 5]

s világkiállítás alkalmából manifesztumot intézett Európa

[G 4a, 3]

az áru a piacra. Anyagi individualitása és minősége csak
e. Értékének társadalmi felbecsülését tekintve ez teljesen

te) -> em

megtelen. Az áru absztraktum lett. Ha egyszer már kikerült a termelő kezéből,
megfosztódott reális különösségétől, megszűnt termék lenni, és az ember már
nem uralja. »Kisérteties tárgyiasságot« nyert, és saját élete van. »Az áru, első pil
antásra úgy tűnik, magától értetődő, triviális dolog. Elemzése arra vezet, hogy az
ez valami bonyolult, zavaros dolog, teli metafizikai agyafúrtsággal és teológiai
megzasságokkal.« Leválva az ember akaratáról, rangok titokzatos rendjébe soro
lók be, csereképességet fejleszt ki vagy tagad meg, saját törvények szerint cse
léstnek színészként valamiféle árnyjáték színpadán. A börgetudósításokban a pa
nt »emelkedik«, a réz »zuhan«, a kukorica »megélénkül«, a barnaszén »lanyhul«,
a hűz »húzó«, a petróleumban »tendencia alakul ki«. A dolgok önállósultak,
emberi viselkedést öltenek... Az áru olyan bálványává változott, amely, bárha emberi
terméke, az embernek parancsol. Marx az áru fétiszkarakteréről beszél. »Az áruk
fétisze ez a fétiszkarakter annak a munkának a sajátos társadalmi karakteréből
ered, amely árut termel... Csak maguknak az embereknek a meghatározott társa
dalmi viszonya az, ami itt számukra a dolgok viszonyának fantazmagorikus formáját
adja.« Otto Rühle: *Karl Marx*. Hellerau. 1928, 384/85. o.

[G 5, 1]

Grandville agyafúrtságai jól kifejezik, amit Marx az áru „teológiai hóbort
sának” nevez.

[G 5a, 2]

Ha az áru fétis volt, akkor Grandville volt e fétis varázsló papja.

[G 7, 2]

A Jugendstilben valósult meg először az emberi test bevonása a reklám
ba.

[G 7, 4]

Világkiállítás London 1862: „Az 1851-es kiállítás felemelő benyomásából már sem
mit nem lehetett érezni... Mindazonáltal volt néhány nagyon figyelemre méltó
eredménye... A legnagyobb meglepetés... Kína volt. Századunkban Európa a
kínai művészetből mindaddig csak azt látta, amit közönséges piaci áruként kínál
tak fel. Most azonban lejátszódott az angol–kínai háború... leégették a Nyári Pa
lotát, fenytés gyanánt, mondták. Valójában azonban az angoloknak még jobban
sikerült, mint a részt vevő franciáknak, hogy az ott felhalmozott kincsek nagy
tömegeit ellopják, és ezeket a kincseket állították ki 1862-ben Londonban. Sze

rénységből többnyire nem férfiak, inkább nők [...] szerepeltek kiállításán. *Lessing: Das halbe Jahrhundert der Weltausstellungen*. Berlin, 1900, 15.

Világkiállítás 1867-ben: 15 000 000 látogató.

Az árukat először 1855-ben volt szabad árákkal feltüntetni.

Világkiállítás 1851-ben 14 837, 1855-ben 80 000 kiállítóval.

A tér prostitúciója a hasismámorban, ahol a tér mindennek szolgál, amivel

A természetnek – a kozmosznak éppúgy, mint az állat- és növényvilágnak – a grandville-i maszkírozása az évszázad közepe táján uralkodó divat-
telmében a történelmet, a divat alakjában, a természet örök körforgásából keletkezőnek mutatja. Ha Grandville egy új legyezőt az Írisz legyezőjeként képzel el, ha a Tejút egy éjszakai, gázkandeláberék megvilágított sugárutat ábrázol, ha a „magamagát festette Hold” felhők helyett divat-plüsspárnák közt nyugszik – akkor a történelem ugyanolyan kíméletlenül szekularizálva van és begyűjtve a természet összefüggésébe, mint ugyan ezt háromszáz évvel korábban az allegória hajtotta végre.

Grandville planetáris divatjai: a természet megannyi paródiája az emberiség történelmére. Grandville harlekinádjai Blanquinál moritátumokká válnak.

A világkiállítások: az a magas iskola, ahol a fogyasztástól félreszorított ti-megek a csereértékbe való beleérzést tanulták. „Mindent megnézni, semmit nem fogdosni.”

...kínai ipar kifinomít
...játékmódjait.
...meggondolja őket. Ennek
...jól megalapozott.

I [az

...hítorzat, az ingóságok fon
...feladatunk, némileg
...szívébe, hogy kibetűz
...az erdős belsőségekből
...a „Hol a menyasszony?”
...mat az álommunka sematiz
...ezzel a bizonyosságra
...eredünk nyomába. A
...vadásban. Ennek a to
...ges.

...fiessel „a rossz ízlés álmodo
...men az álomra rendezkedett
...váltakozása, a gótikus
...polgári étkező enteriőrére C
...asszony budoárjából gótikus
...obája egy perzsa sejk kénye
...tíz, ami ilyen képeket rögz
...szemléleti formáinak felel me
...oidozták el magukat, és hirde
...mint a reklám figurái.

A küszöb varázsa. A korcsoly
...helyek bejárata előtt: Penates

[G 16.6

abb nők [...] szerepeltek kiállítókként. Julius
Weltausstellungen. Berlin, 1900, 16.

[G 8.1]

átogató.

[G 8.4]

ad árakkal feltüntetni.

[G 8.5]

5-ben 80 000 kiállítóval.

[G 8.5]

an, ahol a tér mindennek szolgál, ami volt.

[G 11.2]

éppúgy, mint az állat- és növényvilág
évszázad közepe táján uralkodó dicső
alakjában, a természet örök körforgás
Grandville egy új legyezőt az Írisz legeszi-
éjszakai, gázkandeláberek megvilágítható
agát festette Hold" felhők helyett dicső
kor a történelem ugyanolyan kíméletlenül
e a természet összefüggésébe, mint a
oban az allegória hajtotta végre.

[G 11.3]

természet megannyi paródiája az ember-
narlekinádjai Blanquinál moritátumok

[G 11.4]

skola, ahol a fogyasztástól félreszorított
érezést tanulták. „Mindent megnézni, sen-

[G 11.6]

2016

szórakoztatóipar kifinomítja és megsokszorozza a tömegek reaktív vi-
velkedésének játékmódjait. Ezzel felkészíti a tömegeket arra, hogy a rek-
lan megoldozza őket. Ennek az iparnak a kapcsolata a világhiállításokkal
tízát jól megalapozott.

[G 16, 7]

I [az enteriőr, a nyom]

A bútorzat, az ingóságok fontossága az ingatlan mellett. Itt, amivel meg-
bírázni feladatunk, némileg könnyebb. Könnyebb, előretörni a likvidált
dolgok szívébe, hogy kibetűzzük a banalitás kontúrjait mint találosképet,
hogy az erdős belsőségekből felzavarjuk a bujdosó „Tell Vilmost”, vagy
hogy a „Hol a menyasszony?” kérdésre válaszolhassunk. A találosképeket
mint az álommunka sematizmusait rég felfedezte a pszichoanalízis. Mi
amiban ezzel a bizonyossággal nem annyira a léleknek, mint inkább a dol-
goknak eredünk nyomába. A dolgok totemfáját keressük fel az őstörténet
sűrű vadonában. Ennek a totemfának legnagyobb, legvégső grimasza a
göcs.

[I 1, 3]

Hessel „a rossz ízlés álmodozó idejéről” beszél. Igen, ez a korszak egé-
sen az álomra rendezkedett, az álom irányában bútorozta be magát. A
stílusok váltakozása, a gótikus, a perzsa, a reneszánsz stb. azt jelentette: a
polgári étkező enteriőrijére Cesare Borgia ünnepi csarnoka tolódik, a há-
masszony budoárjából gótikus kápolna emelkedik elő, a háziúr dolgozó-
szobája egy perzsa sejk kényelmes termébe úszik át irizálva. A fotómon-
tázs, ami ilyen képeket rögzít számunkra, e generációk legprimitívebb
szemléleti formáinak felel meg. A képek, melyek között éltek, csak lassan
oldozták el magukat, és hirdetések, címkék, plakátokon csapódtak le
mint a reklám figurái.

[I 1, 6]

A küszöb varázsa. A korcsolyapálya, a söröző, a teniszpálya, a kiránduló-
helyek bejárata előtt: Penates. A tyúk, amely arany pralinétojásokat tojik,