

A TÁRGYALKOTÓ NÉPMŰVÉSZET GAZDASÁGI ALAPJAI.
A MAGYARORSZÁGI NÉPMŰVÉSZET KERESKEDELME
A II. VILÁGHÁBORÚ UTÁN

Bevezetés

A népművészet¹ fogalom kialakulását a *háziipar*, illetve *művészi háziipar* definíciók kísérték, a folyamat a 19. század vége óta az 1990-es évekig szorosan összefüggött a háziipari mozgalmak alakulásával.² A háziipar fejlesztése több pillérré épült: a nemzeti értékek hangsúlyozásával az identitásépítés mellett a munkaerő itthon tartására törekedett a központi irányítás, valamint a gazdaságilag elmaradottabb vidékeken a megélhetés biztosítására, amelyet a kereskedelmi kapcsolatok fokozásával is igyekeztek elérni. Mindvégig fontos szempont volt az autentikusság megőrzésével művészi színvonalú tárgyak készítésére ösztönözni a tervezőket és tárgykészítőket, és ezzel tudatos alkotó egyéniségeket kinevelni.³ A gazdasági és kereskedelmi törekvések kézzelfogható hatással voltak a háziiparra és a népművészetre, azonban a hagyományos kézművesség és a népművészet tovább éltetéséről – „örökségésítéséről” – folyó diskurzusokban egyfajta tabuként szerepel a kereskedelem, amely az autentikusság és hitelesség

¹ Hivatkozás erre a tanulmányra: Cseh Fruzsina: A tárgyalkotó népművészet gazdasági alapjai. A magyarországi népművészet kereskedelme a II. világháború után. In: Ament-Kovács Bence – Eitler Ágnes (szerk.): *Örökségképzés, kulturális emlékezet, identitás*. 163–192. Budapest: BTK Néprajztudományi Intézet, 2023.

DOI: <https://doi.org/10.61380/978-963-567-071-0-03>

© 2023 Szerző(k), Levelező szerző: cseh.fruzsina@abtk.hu

Kulcsszavak: népművészet, népi iparművészet, kereskedelem, népművészeti és háziipari szövetkezetek, szocializmus.

² A szerző a BTK Néprajztudományi Intézet tudományos főmunkatársa. A tanulmány az ELKH SA-35/2021 *Örökségképzés, kulturális emlékezet, identitás* című kutatási projekt és az NKFI K_22 142797 (NKFI K_22 143295) *Örökségkonstrukciók kortárs közösségi színtereken – Identitás, emlékezet, reprezentáció* című pályázat támogatásával jelent meg.

³ Az autentikusság definíciója egy tárgykészítő hagyomány esetében közösségenként vizsgálható, adott korszakban. Az autentikusnak tartott hagyományokat, azaz az aktuális népművészeti kánont (a kánon fogalmához: Assmann 2018: 105–131) részben a tárgykészítő és -használó lokális közösség, részben a háziipari mozgalom és a tanfolyamok megszervezésében aktívan részt vevő tanítók, néprajzkutatók, néprajzi gyűjtők határozták meg. A kérdés részletes elemzését lásd itt: Cseh 2021.

megőrzésével gyakran nehezen összeegyeztethető piaci érdekeket is figyelembe kell, hogy vegyen.⁴ A mai népi iparművészet alapjait az 1950-es években megszületett intézményrendszer tette le, hiszen elévülhetetlen érdemei vannak az akkor megalakult szövetkezetek néprajzi gyűjtőmunkájának, majd a termelés során született új tervezési irányoknak. A népművészeti jellegű tárgyak bel- és külkereskedelme is ekkor érte el minden korábnál nagyobb forgalmát, amely nemcsak megélhetést biztosított a szövetkezetek több tízezer alkalmazottjának és bedolgozójának, de egyben megteremtette a „hagyományörzés gazdasági feltételeit” is.⁵

A szövetkezetek intézményrendszerére a szocializmus éveiből több tanulmány kitér, legfőképp azok az írások, amelyek a korszak egy-egy szövetkezetét mutatják be.⁶ Jelen írásban a népművészet kereskedelmének intézményeit veszem sorra a II. világháborútól napjainkig, s a kereskedelem szereplőinek tapasztalatait osztom meg írott források és interjúk alapján.⁷

Előzmények

A háziipar és a háziiparhoz kapcsolódó kereskedelemben kezdettől – a 19. század végétől – fogva több szereplő is érdekelt volt: egyesületek, háziipari szövetkezetek, szövetségek, egyéni vállalkozók és kereskedelmi vállalatok. A kereskedelem központi irányításának kialakításakor az a cél vezérelte a döntéshozókat, azaz a Kereskedelemügyi, Földművelésügyi, majd Iparügyi Minisztériumokat (1930–1935 között az Országos Magyar Iparművészeti Társulatot), hogy meghagyják a háziipar előmozdításával foglalkozó szervezetek autonómiáját, ám azok döntéseire – a bel- és külföldi kereskedelem serkentésének érdekében – hatást gyakorolhassanak. Ezért törekedtek a minőségellenőrzés megoldására (ami valójában a II. világháborúig nem tudott hatékonyan megvalósulni) és központi raktárak kialakítására. Az export fellendítésére létrejött állami szervezetek az 1940-es évekre az egy kézben

⁴ A 19. század végétől megindult háziipari mozgalom, majd a szövetkezeti intézményrendszer kutatásának fontosságát Latabár Károly már 1972-ben hangsúlyozta (Latabár 1972: 3). A háziipari mozgalom történetének részletes feldolgozása azóta sem valósult meg.

⁵ A téma jelentőségére Báder Miklósné, a Hevesi Népművészeti és Háziipari Szövetkezet elnöke hívta fel a figyelmet. Az idézet a vele készített interjúból származik (2022. 06. 29.).

⁶ Lásd pl.: Flórián 1990; Lengyel 1991: 60–74; Iványi 2012; Kerekes 2014; Benő-Nagy 2017. A szövetkezeti intézményrendszert bemutató írásokra való hivatkozást lásd lentebb. A háziipari mozgalom korábbi korszakához lásd: Fejős 1991; Lackner 2012.

⁷ A háziipar és népművészet kereskedelmének központilag irányított intézményeiről a II. világháborúig lásd: Cseh 2023.

tartott irányítás felé mutattak, ami a kereskedelmi vállalkozók, vállalatok és önálló egyesületek szabadversenyét fokozatosan háttérbe szorította. Az export irányítása ugyanis 1939-ben a Magyar Háziipari Egyesülés feladata lett, amely 1940-ben Országos Magyar Háziipari Szövetkezetként⁸ folytatta munkáját. Habár a Szövetkezetben több vállalkozó és vállalat képviseltette magát, az irányítás gyakorlatilag három nagyobb szervezet kezében összpontosult. Az Országos Magyar Háziipari Szövetkezet – fellelhető iratai szerint – 1948-ig működött.

A Földművelésügyi Minisztérium 1920-ban hozta létre a Háziipari Felügyelőségeket, amelyek 1935-től a Magyar Királyi Iparügyi Minisztérium kisipari és háziipari osztályához kerültek. 1939-től az Iparügyi Minisztérium háziipari osztálya a legfelsőbb ügyintézészt végezte, és feladatait, tehát a háziipari termelés irányítását, többek között az igazolt háziiparosok névsorának összeállítását átadta az akkor megalakult Országos Magyar Háziipari Központnak, amely a belföldi forgalom szervezését is koordinálta.⁹ 1947-ben feloszlatták az Országos Magyar Háziipari Központot (Egyesületek feloszlata 1947). Az Iparügyi Minisztérium a II. világháború alatt is fenntartotta a háziipari felügyelőségeket (Részletek dr. Varga József miniszternek... 1942: 1677). A háború után a háziipar nyersanyaggal való ellátása volt az elsődleges feladata, mindenekelőtt a szálanyag és a textil alapanyagok biztosítása (A kisipar és a háziipar helyzete 1946).

A II. világháború alatt a Népjóléti Minisztérium „népjóléti” cézzal foglalkozott a háziipari termelés és értékesítés felmérésével. Közjóléti szövetkezetek már a háború előtt is működtek egyes vármegyékben, ám a 3500/1941. M. E. számú rendelet értelmében 1941-től minden vármegyének kötelező volt ilyen apparátust létrehoznia.¹⁰ Ezek feladatai közé tartozott a háziiparok kiépítése és megszervezése: eszközök, szerszámok és nyersanyag beszerzésének elősegítése kölcsönökkel, valamint a tudás elterjesztése (Andrássy 1942: 148–151).¹¹ Ahol a közjóléti szövetkezetek eredményesen működtek, a háziipar újjászervezése gyorsan végbement a II. világháború után, hiszen új telepeket is létesítettek (Flórián 1990: 231). A közjóléti szövetkezetek saját hatáskörükben szervezték meg a háziipari tevékenységet, a kormányzat gazdaságpolitikai célkitűzéseinek figyelembevételével, azaz, hogy a termelés ne veszélyeztesse az értékesítést, ne

⁸ Névváltozata: Háziipari Kiviteli Szövetkezet. Az Országos Magyar Háziipari Szövetkezet Alapszabályai 1940.; HU MNL OL Z 1462 1. csomó 11. tétel. Feljegyzés.

⁹ Az előzmények forrásait lásd: Cseh 2023.

¹⁰ A közjóléti szövetkezetek szociálpolitikai jelentőségéhez lásd még: Gyáni – Kövér 2006: 376–377.

¹¹ A létrejött szövetkezeteket lásd a Központi Értesítő 1941–1944-ben megjelent számaiban. A szegedi közjóléti szövetkezetre vonatkozóan lásd: Kerekes 2014: 458–459.

alakuljon ki „káros verseny” a szövetkezetek között. A törvényhatóságok is törekedtek a háziipari termelés előmozdítására, ezért jött létre az Országos Szociális Felügyelőség 3275/1941. számú rendelete értelmében a Nép- és Családvédelmi Alap, amelynek támogatásával megszületett háziipari termékeknek is kellett az értékesítési lehetőség. Ezért az Országos Szociális Felügyelőség részéről Radnóti István szociális felügyelőt bízták meg a Nép- és Családvédelmi Alap keretében megindított háziipari tevékenység központi irányításával és ellenőrzésével, ezt a tevékenységet kellett összhangba hoznia az Iparügyi Minisztérium munkájával. Továbbá gondoskodnia kellett arról, „[...] hogy a törvényhatóságok és közjóléti szövetkezetek háziipari tevékenységének előmozdítására tanácsadás és útmutatás, valamint a kereskedelmi kapcsolatok kiépítése, ügyletek létrehozása és az értékesítés megszervezése terén megfelelő szerv álljon rendelkezésre.” (Somogyi 1941: 175). Éppen ezért a vármegyék és a városok vezetői által leadott munkaterveket és költségvetést – amelyben anyagi támogatást kérnek a háziipar fejlesztésére – előzetesen jóvá kellett hagyatni az Iparügyi Minisztérium illetékes háziipari felügyelőjével. Ily módon tehát a háziipari felügyelőségek továbbra is kézben tartották a háziipar ügyét. „A törvényhatósági háziipari munkaterveket a Szociális Felügyelőség az iparügyi minisztérium illetékes ügyosztályával és a Magyar Háziipari Központtal letárgyalja.” (Somogyi 1941: 175). Háziipari tanfolyamot is csak az Iparügyi Miniszter engedélyével lehetett tartani. Az alispánok és polgármesterek bármely, a háziipar területén tevékenykedő vállalkozó, egyesület vagy szövetkezet számára igényelhetek kölcsönt a közjóléti szövetkezeteken keresztül. Ennek ellenőrzésébe szintén bekapcsolódtak a háziipari felügyelők. Az izraelita vallású vállalkozókat kizárták a támogatásokból. „A [Szociális] Felügyelőség belföldi piacokon a háziipari érdekképviselőt, kivétel terén pedig a M. Kir. Kereskedelmi Hivatal, illetve a Magyar Háziipari Kiviteli Szövetkezet [Országos Magyar Háziipari Szövetkezet] útján készségesen hozzásegíti a törvényhatóságokat és a közjóléti szövetkezeteket új üzleti kapcsolatok létrehozásához.” (Somogyi 1941: 175–176). A Magyar Háziipari Központ (mint társadalmi egyesület) a közjóléti szövetkezetek tevékenységében többek között tanáccsal, szakértők kiküldésével, belföldi vagy külföldi kereskedelmi ügyletek létrehozásával segédkezett. A közjóléti szövetkezeteknek lehetőségük volt arra, hogy közvetlenül szervezzék meg a termékek értékesítését, de ehhez is a Szociális Felügyelőség jóváhagyására volt szükség. „A Nép- és Családvédelmi Alap támogatásával működő háziipari telepek és közjóléti szövetkezetek országos jellegű kiállításon és mintavásárokon való szereplését a felesleges verseny elkerülése érdekében a jövőben központilag szer-

vezem meg.” (Somogyi 1941: 176).¹² A Közléti szövetkezetek a 7.770/1948. (VII. 22.) Korm. rendelet értelmében 1948-ban szűntek meg (A magyar köztársaság kormányának 7.770/1948. Korm. számú rendelete 1948).¹³ A nyilvántartásokban 1946 végén 163 önálló háziiparos szerepelt (Nagy 1980: 67).

Útkeresés a II. világháború után

1947-ben az iparügyi miniszter felügyelete alatt létrejött az Országos Háziipari Tanács, feladata „A háziipart érintő kérdések állandó figyelemmel kísérése és szakszerű tárgyalása, valamint e kérdésekben az érdekelt miniszterek részére való véleménynyilvánítás és javaslatétel” (A magyar köztársaság kormányának 2.570/1947. M. E. számú rendelete 1947: 1). A Tanács tagjai a háziiparért, az idegenforgalomért és a kereskedelemért felelős szervezetekből, továbbá az Országos Iparművészeti Társulatból, az Országos Iparművészeti Akadémiáról kerültek ki. A Tanácsot azonban 1948-ban megszüntették (A magyar köztársaság kormányának 6.840/1948. Korm. számú rendelete... 1948).

Helyébe 1948-ban jött létre az Állami Háziipari Részvénytársaság (HART), melynek feladata volt a háziipari termékek belföldi és külföldi értékesítésének kezelése, illetve a „piac kívánalmai szerint a termelés megszervezése és irányítása”, valamint bonyolította a nyersanyagelosztást, és összekötő kapocsként szolgált az igazgatási és felügyeleti szervek között. A HART rendelkezésére állt a felszámolt közléti szövetkezetek vagyona is (Dr. Losonczy 1948).¹⁴ A Részvénytársaság a földművesszövetkezeteken keresztül igyekezett foglalkoztatni a háziipari termelésben a népességet, igazodva a mezőgazdasági munkák munkarendjéhez. Ennek érdekében háziipari vezetőket képeztek tanfolyamokon (Háziipar a falun 1928: 4). A szervezet a belső piac fellendítését egyszerűbb, olcsóbb áruk termelésével és a népművészet fejlesztésével kívánta megvalósítani. Ekkor a magánszektorok is csak a Részvénytársaságon keresztül bonyolíthatták exportjukat (Az Állami Háziipari Rt. 1948b).

¹² További részletek a közléti szövetkezetek működéséről itt olvashatók: Fehér 1943. Az intézményrendszeréről röviden lásd még: Flórián 1990: 232. A háziipar ügyét többek között a földművesszövetkezetek is felkarolták a korszakban.

¹³ Lásd még itt: https://jogkodex.hu/jsz/1948_7770_korm_rendelet_2081533 Letöltés: 2023. 01. 25.

¹⁴ Az igazgatóság tagjai: Berend József, Péter Pál, Szentlőrinczy Vilmos, dr. Benedek Jenő, dr. Losonczy Endre és Solymár Géza. A vállalat székhelye: Budapest, V., Teleki Pál u. 17. (Állami Háziipari Rt. 1948). 1948. októbertől a székhely: Budapest, Apponyi tér 1. (Az Állami Háziipari Rt. 1948a).

1950-re a háziipari szövetkezetek a Kisipari Szövetkezetek Szövetségéhez (KISZÖV) tartoztak, a vegyipari szövetkezetek közt szerepeltek. 1953-ban jött létre az Országos Kisipari Szövetség (OKISZ), ezen belül pedig a Háziipari és Népi Iparművészeti Szövetkezetek Országos Szövetsége (HISZÖV). A háziipari szövetkezetek kiváltak a KISZÖV-ből, és a HISZÖV népművészeti osztályának gazdasági irányítása alá kerültek. Ugyanebben az évben a HISZÖV népművészeti osztályaként jött létre a Népi Iparművészeti Tanács (NIT), ami – az 1952-ben megszületett *népi iparművészet* fogalom irányelvei alapján – a népművészeti jellegű termékeket előállító szövetkezetek tervezőinek képzéséért, művészeti irányításáért felelt (Szabó 2013b: 10; Lengyel 1991: 57–59). A népművészeti tárgyak alkotóit ekkor emelték ki a háziiparosok foglalkozási kategóriájából, ez teremtett alapot a *Népi Iparművész* cím 1954-es létesítéséhez is (Maróti 1981: 68).¹⁵ A népművészeti termékek belkereskedelmét 1950-től mintegy harminc évig a Népművészeti és Háziipari Vállalat, illetve a szövetkezetek budapesti mintaboltja, míg a külkereskedelmet exportvállalatok bonyolították.

A népi iparművészet kereskedelme

Népművészeti és Háziipari Nemzeti Vállalat

A Nép gazdasági Tanács 250/14/1950. N. T. számú határozatában döntött a Népművészeti és Háziipari Nemzeti Vállalat megalapításáról. Ennek érdekében az Állami Háziipari Részvénytársaságot szervezte át a Belkereskedelmi Minisztérium.

„A vállalat tárgya: a) népművészeti és háziipari cikkek termeltetése és begyűjtése, főleg földművesszövetkezetek és termelőszövetkezeti csoportok által, b) népművészeti és háziipari termékek forgalombahozatala a kiviteli nemzeti vállalatok, viszonteladó nemzeti vállalatok és közvetlen fogyasztók felé (saját reprezentációs boltok útján), – c) a népművészeti és háziipari cikkek termelésével kapcsolatos nyersanyagok beszerzése, tárolása és szétosztása, – d) népművészeti és háziipari tanfolyamok szervezése a földművesszövetkezetek és termelőszövetkezeti csoportok keretében, a Népművelési Minisztérium szakfelügyelete mellett. [...] A vállalat tekintetében illetékes miniszter

¹⁵ A háziipar és népi iparművészet intézményeiről lásd még: Nagy 1977, 1980, 1983; Szabó 2013a; Ament-Kovács 2019; Iványi 2012; Fülemile 2018.

a belkereskedelmi miniszter. A vállalat működését népművészetpolitikai szempontból a népművelési miniszter irányítja.”¹⁶

Ekkor tehát már intézményi szinten nevesítve van a háziipar mellett a *népművészet* ügye is.

A háziipari termékek márkázásának szükségessége már 1933-ban felmerült (Szablya 1933: 106). 1951-ben a népművészeti árucikkek márkázása tárgyában rendelet is született:

„Valamely árucikk népművészeti alkotássá nyilvánítása tárgyában kizárólag a Népművészeti és Háziipari Vállalat (továbbiakban: Vállalat) népművészeti osztálya mellett működő hattagú bizottság dönt. A bizottság elnöke, a Népművészeti Intézet kiküldöttje; tagjai: a Néprajzi Múzeum három kiküldöttje, a Vállalat és a MMOK egy-egy kiküldöttje. (2) A 2. § (3) bekezdésének a) pontja szerint védettnek nyilvánított alkotásokról a Vállalat népművészeti osztálya nyilvántartást köteles vezetni.” (1011–5–38/1951. (I. 30.) Np. M. számú rendelet 1951).

A rendelet értelmében csak márkázott árucikkeket lehetett forgalomba hozni.¹⁷ A márkát csak rövid ideig használhatták, hiszen 1953-ban a Vállalattól a Népi Iparművészeti Tanács zsűrijéhez került a minőség elbírálásának feladata, a hitelesítést zsűriszám jelölte.¹⁸ A Vállalat 1951-ben nyitotta meg Váci utcai mintaboltját (Népművészeti mintabolt nyílt Budapesten 1951).

A Népművészeti és Háziipari Szövetkezeti Vállalat történetét Schneider János, az akkori igazgató foglalta össze röviden 1985-ben: ismertette az üzletpolitikát, s a legfőbb sikereket (Schneider 1985). 1953-ban öt budapesti és 13 vidéki üzlet létesült a megyeszékhelyeken, illetve további szezonális üzemeltetésű pavilonok a Balatonnál. 1961-ben 57 állandó üzletet és 18, hat hónapig működő pavilont üzemeltettek az ország különböző részein. 1975-ben Budapesten 17 üzlet működött, vidéken 43, az üdülőhelyeken 15 (Kuczka 1975: 20; Hivatkozik rá: Ament-Kovács 2019: 21). A művészi színvonalú áruk értékesítésének érdekében

¹⁶ 13.920/1950. I/3. Közlemény 1950; Takács 1974: 4.

¹⁷ A rendelet a címke kinézetét és szövegét is részletezi. Lásd még: Kresz 1952: 35. 80. lábjegyzet; V. Szathmári 1985: 499. A vállalat székhelye: Budapest, Régi posta u. 12.

¹⁸ A márkázás egyfajta – ipari termékekre vonatkozó – jogvédelmet jelent. A népi iparművészeti zsűri által végzett minősítés, amely később védjegy formájában is megjelent a termékeken, azonban jogvédelmet nem feltétlenül nyújt. Ennek következményeiről és kérdéseiről lásd: Cseh 2021.

együttműködtek a Népi Iparművészeti Tanáccsal. Schneider beszámolója szerint 1975-re kirívó sikereket értek el, ám a '80-as évek elején visszaesett a Vállalat nyereségessége, aminek okát abban látta, hogy a bérbe vagy szerződésbe adott üzletek, amelyek szintén a Vállalat nevét és emblémáját viselték, „[...] mind kínálatukban, mind értékesítési kultúrájukban messze elmaradnak a hagyományos formában üzemeltetett népművészeti boltok színvonalától” (Schneider 1985). Ezért 1985 közepétől nem adtak bérbe több üzletet. 1984-ben négy új bolt nyílt az országban, majd 1985-ben nyílt meg Budapesten a Vállalat üzletházában a népművészeti stúdió, ahol naiv művészeti, egyedi népi iparművészeti és amatőr alkotásokat is forgalmaztak, illetve ideiglenes bemutatóműhelyeket rendeztek be a tárgyalkotó népművészeknek. Utóbbiak jelentős vonzerővel bírtak a vásárlóközönység számára (Schneider 1985).¹⁹

A Váci utcai üzletet bővíteni kellett, 1986-ban nyílt meg a belőle átalakított, háromszor nagyobb eladótérrel a Folkart Centrum áruház ((gy.) 1986), amely rendkívül nagy forgalmat bonyolított. „Nagyon-nagyon nagy forgalma volt a régi vácinak is. Igazából mindig ez az üzlet tartotta el a vállalatot. [Az új üzletben] legalább 10-12 rekesz cserepet [...] három-négy ilyen nagy rekesz szöttes terítőt hordtunk fel reggelenként. Tehát annyit kellett naponta pótolni.”²⁰ Az önkiszolgáló vásárlóternek köszönhetően sokkal több igényt tudtak az üzletben kielégíteni.

A Vállalat 1983-tól rendelkezett külkereskedelmi joggal, a Folk-Art Külkereskedelmi Iroda 1984-ben kezdte meg működését. Üzletpolitikája három pillérré épült: „[...] nagy volumenű tőkés kiszállítások lebonyolítása; kis tételek prompt ügyintézése; külföldi kiállításokon való részvétel, helyszíni árusítással.” 1991-ben a Népművészeti Vállalat részvénytársasággá alakult Folkart Népművészeti Kereskedelmi Rt. néven. A részvényeket szétszították a kisipari szövetkezetek között, akiktől 1999-ben felvásárolta a Futureal cégcsoport. Ezzel a Vállalat tevékenysége és népművészeti bolthálózata megszűnt (Iványi 2012: 197).²¹

Népművészeti Szövetkezetek Társulásának budapesti Mintaboltja

A szövetkezetek egyes településeken saját üzleteket is üzemeltettek, emellett jelentős volt a budapesti Régiposta utcában a szövetkezeti mintabolt, ami 1961-ben a HISZÖV bemutatótermeként jött létre (Szabadi 1961). A HISZÖV megszű-

¹⁹ Gyulavári Ágnes (sz. 1956) 2023. 02. 09.

²⁰ Halasné Török Ágnes (sz. 1952). 2022. 10. 25.

²¹ Gyulavári Ágnes (sz. 1956), Füzér Klára (sz. 1956) 2023. 01. 31.

nése után több szövetkezet tulajdonában működött mint a Népművészeti Szövetkezetek Társulásának budapesti Mintaboltja (Báder 1985: 90), majd a Hevesi Népművészeti és Háziiipari Szövetkezet vásárolta meg, és adta bérbe 2002-ben.²²

Exportvállalatok

Az Artex Kézműipari Külkereskedelmi Nemzeti Vállalat 1949-ben jött létre a 322/1949. minisztertanácsi határozat alapján az Állami Háziiipari Vállalat exportrészlegéből és az OKISZ exportosztályából. Feladata volt háziipari és kézműipari termékek, valamint műtárgyak, régiségek és nemesfémekből készült használati tárgyak kivitele, illetőleg külföldi értékesítése, továbbá hasonló cikkek behozatala (Közlemény 1949; Lakos 1957: 7; Tizenöt éves az ARTEX 1964). 1951-től Artex Külkereskedelmi Vállalat néven jegyezték be.²³ A vállalat 1986-ban szűnt meg.

1946-ban született meg az akkori Külforgalmi Vállalatból a Hungarotex Textil Külkereskedelmi Vállalat (–i–r 1966). 1956-ban a Vállalat Darabáru Főosztályából alakult meg a Modex Magyar Divatáru Külkereskedelmi Vállalat, illetve vált ki a cégből az Importex Textilbehozatali Vállalat. 1965-ben ismét egyesült a három cég Hungarotex Külkereskedelmi Vállalat néven (3 kérdés – 3 felelet 1965).²⁴

1952-ben jött létre a Háziiipari Export Szövetkezet azzal a céllal, hogy összefogja a vele társuló szövetkezetek munkáját, és a Hungarotex, majd a Hungarocoop külkereskedelmi vállalatokkal együttműködve exportálja termékeiket (F. R. 1974). A szövetkezet kezdetben kizárólag export célra termelt varrott, hímzett gyermekruhákat és női blúzokat. A Háziiipari Export Szövetkezetnek 1968-ban már több mint 900 tagja és 14 vidéki telepe volt, továbbá 27 szövetkezettel kötöttek társulási szerződést (F. R. 1968: 4). Ugyanebben az évben nyílt meg a Háziiipari Export Szövetkezet budapesti üzlete az Október 6. utcában, ezután már nem csak exportra, de belföldi forgalomra is dolgoztattak (Lázár 1968).

Egy 1962-ben közölt beszámoló szerint fokozatosan bővült az exportra szánt háziipari termékek köre. 1952-ben elsősorban matyóblúz, gobelin, gyapjú kötöttáru, kosár- és fonásáru, kisebb tételű torontáli szőnyeg és kéziszövött sál készült külföldi piacra a hazai szövetkezetekben. 1953-ban kézi hímzett gyermekruhával, modern, hímzett blúzzal, kézi festett selyemsállal bővült a skála. Az 1954-ben belépő új szövetkezeteknek köszönhetően textilbaba, kerámia, kézi-

²² Napjainkban elnevezése: Folkart kézművesház.

²³ HU BFL VII 2 e 015662 1951.

²⁴ HU BFL VII 2 e 01607 1956.

munka, különféle csipkék és hímzések is felkerültek az exportálható termékek listájára. 1956-tól a torontáli szőnyeg mellett ugrásszerűen megemelkedett az igény a perzsa szőnyegre is, amelynek termelésébe több szövetkezet bekapcsolódott. A háziipari termékek exportja az Artex és a Modex külkereskedelmi vállalatokra profilozódott. 1958-ban az export újabb átszervezésére került sor – a beszámoló szerint a bővülő népművészeti export miatt. A népművészeti termékek külkereskedelmére megalakult a Modexnél a Háziipari Osztály, az Artexnél pedig a faragott és egyéb népművészeti cikkek lebonyolítására az Artisania. 1959-től a gyermek-fehérmű és a gépihímzett lánykaruha exportja is elindult. 1960-tól a FÖNIX Háziipari Szövetkezet – a Háziipari Export Szövetkezethez hasonlóan – fővállalkozóként irányította 18 társszövetkezet exporttermelését (M. K. 1962).²⁵

1968-ban az új gazdasági mechanizmus az exportban is változást hozott. A háziipari és népművészeti cikkek külföldi piacokon való értékesítésével korábban az Artex Külkereskedelmi Vállalat és a Modex, illetve a Hungarotex Külkereskedelmi Vállalat foglalkozott. A SZÖVOSZ (Szövetkezetek Országos Szövetsége) és az OKISZ új exportvállalatot, a Hungarocoop Magyar Szövetkezeti Külkereskedelmi Vállalatot hozta létre, ami a korábban kisipari szövetkezetek termékeit és bér munkáját külföldre közvetítő SZÖVOSZ Árucsereforgalmi Iroda, majd Hungarocoop örökségét vette át (Galambos 2018: 21, 31, 38–43). 1968-ban a háziipari és népművészeti cikkek exportját a Vállalat feladatkörébe helyezték át az export fokozásának reményében. A Hungarocoopnak csak a szövetkezetek termékeinek, árucikkeinek – és nem a bér munkának – külföldi értékesítése lett a feladata. Az Artex és a Hungarotex ezután is kereskedett a szövetkezetek árucikkeivel, többek között népművészeti termékekkel, de ezek továbbra sem képezték a vállalatok fő profilját. Az új vállalat megalakításával a cél az volt, hogy nagyobb vállalati önállóságot tudjanak biztosítani az üzletek lebonyolítása során, illetve, hogy közvetlenül a szövetkezetekkel egyeztethessék a gazdasági döntéseket (többek közt a megrendelő igényeihez igazíthassák az árakat, termékeket). Tervezték továbbá a hazai termékkínálat fejlesztését, az üzlethálózat korszerűsítését és bővítését (A SZÖVOSZ Igazgatóságának 4/1868. [SZÉ. II. 19.] számú határozata... 1968; Molnár 1968: 10; Erdős elvtárs újrólévi nyilatkozata 1968). Amikor a Hungarocoop átvette a feladatokat, iratai szerint – elődjének köszönhetően – Svájcba történt említésre méltó népművészeti export (háziszőttés, hímzett blúz és matyó női blúz), emellett még Hollandiával volt ilyen jellegű kapcsolat (kalocsai és matyó hímzett termékek, hevesi szőttések). 1969-ben az alábbi országokba utaztak üzletkötők: Hollandia, Belgium, Svájc, Dánia, Japán, Franciaország, Nyugat-Németország, Ausztria. A Hungarocoop

²⁵ A beszámolóból az éves exportszállítás értékét is megismerhetjük.

népművészeti cikkekből 1968-ban 41 millió Ft értékben exportált, teljes egészében Nyugat-Európába. 1975-ben 135 millió Ft-ra emelkedtek az eladások (Galambos 2018: 74), ám ebbe már feltehetően beleszámítottak azok a kereskedelmi kapcsolatok is, amelyek a világ több különböző pontján jöttek létre.

1975-ben a 72 háziipari és népművészeti szövetkezet közül népművészeti termékekkel 35 szövetkezet foglalkozott, ebből körülbelül 18-nak fő tevékenységi köre volt a népi díszítőművészet. Az előállított (zsúrizett) népművészeti termékek értéke több mint 400 millió Ft volt (Nagy 1977: 234). 1977-ben 71 népművészeti és háziipari szövetkezet működött, közülük 28 állított elő főleg népi iparművészeti termékeket, amelyek éves értéke meghaladta a hárommilliárd forintot. Ebből 600 millió forintot zsúrizett termékek tettek ki (Nagy 1980a: 86; hivatkozik rá: Ament-Kovács 2019: 21–22; lásd még: – hm 1977).

A '70-es évek közepén jelentek meg a magyar motívumokkal hímzett kínai termékek a világpiacon, ami jelentős konkurenciát jelentett a magyarországi exportnak. Egy 1977–1978 fordulóján a Közös Piac tagállamok között született megállapodás értelmében korlátozták a kézműves áruk forgalmát, de a kontingentálás alól kivételt jelentettek a népművészeti jellegű tárgyak. Arról, hogy mi minősül népművészeti terméknek, egy erre hivatott testületnek kellett döntenie, azaz zsúriznie kellett a tárgyat. Magyarországon ezt a feladatot a NIT látta el, ám bírálóbizottságának döntési szempontjait, illetve a hazai népi iparművészeti irányelveket csak 1980 januárjában sikerült elismertetni a közös piaci partnerekkel. Mindazonáltal az egyezmény valamelyest gátat szabhatott a kínai, népművészeti értelemben hiteltelen, hamisítványként értékelt tömegárúk (pl. imitált mezőkövesdi blúzok) dömpingjének (Hortay 1980; Galambos 2018: 75).

A külföldi és hazai értékesítési mutatók évről évre romlásra utaltak. A szövetkezetek jövedelmezősége szintén visszaesett az 1980-as évek elején. „1980-ban a népművészeti és háziipari termelés 5,4 milliárd forint termelési értéket hozott létre, amelyből 600 000 forint zsúrizett népi iparművészeti termékek értékesítéséből folyt be. A szövetkezetek 56 000 dolgozót foglalkoztattak. 1981-től a változó piaci viszonyok okán fokozatosan nőttek a termelési költségek.” (Ament-Kovács 2019: 23. Hivatkozik erre: Lendvai 1985: 80–81).

Tóth János a folyamatot azzal magyarázta, hogy a népi iparművészeti és hagyományos háziipari szövetkezetek termelésük során a megnövekedett terheket (energia- és egyéb költségek, illetve az élőmunka terhei) a belföldi értékesítési áraikba még be tudták építeni, ám a dollár elszámolású exportnál nem tudtak áremelkedést elérni (Tóth 1985: 94). A fennmaradás és a továbblépés lehetőségét a szövetkezetek a technológiai korszerűsítésben és a bémunkában találták meg (pl.: Báder 1985).

87; Fügedi 2006). A termékek igényes tervezésében, fejlesztésében rendkívül nagy szerepe volt a szövetkezetekben alkalmazott iparművészeknek.

Mindeközben a háziipari szövetkezetek és a népi iparművészet intézményrendszerében és annak finanszírozásában is változások álltak be. Az OKISZ 1981-ben megszüntette a HISZÖV-öt, a szövetkezetek a megyei szövetségekhez kerültek át. Az 1982. (I. 16.) MT sz. rendelet pedig a NIT felügyeletét a Művelődési Minisztériumra és az OKISZ-ra bízta (A művelődési miniszter I/1982. [I. 16.] MM számú rendelete 1982). A NIT jogköre megnőtt, feladata lett a népi iparművészeti tárgyak szerzői jogvédelmének biztosítása is, továbbá „a belföldi kereskedelmi forgalomba kerülő népi iparművészeti termékek teljes körű zsűri kötelezettsége.” (Nagy 1983: 27). A NIT működéséhez szükséges pénzüsszeget az OKISZ 1990-ig tudta biztosítani. Feladatait az 1992-ben létrejött Magyar Népművelési Intézet, majd utódja, a Hagyományok Háza látja el (Tóth 2000: 50–52).²⁶

A rendszerváltás után természetesen megváltoztak a piaci viszonyok. 1991-ben a KGST-t a tagállamok feloszlatták, így az addig a konfekcióárak révén több szövetkezetet eltartó szovjet piac eltűnt.²⁷ Egyes szövetkezetektől a Népművészeti Vállalat sem rendelt több árut.²⁸ Mindez a népművészeti és háziipari tárgyak kereskedelmét is visszavetette, illetve új kereskedelmi és kulturális kapcsolatokat hívott életre. Az 1990-es években egyes szövetkezetek feloszlottak, mások vállalkozási formában, kft.-ként próbáltak új piacot találni, ám legkésőbb a 2000-es évek elejéig szinte az összes egykori szövetkezet megszűnt. Az egyetlen ma is működő szövetkezet a Hevesi Népművészeti és Háziipari Szövetkezet, amely a három lábbon állás stratégiáját választotta. A szövetkezet végzi a termelői és értékesítési tevékenységet, a Hagyományos Értékek Megőrzéséért Alapítvány az építészeti és tárgyi vagyoniért, illetve a szakmai konferenciákért felel, míg a Csillagvirág Népművészeti Egyesület feladata a művészeti tevékenység irányítása. A szövetkezet elnöke, Báder Miklósné korán felismerte, hogy alkalmazkodni kell a piaci igényekhez, ezért a '80-as évektől bér munkát vállaltak és vállalnak ma is több európai cégnek,

²⁶ A Hagyományok Háza feladatairól lásd: Sándor 2021.

²⁷ Ez azért is jelentett hirtelen nagy problémát, mert rendkívül gyorsan lehetett nagy mennyiségben előállítani a termékeket a szovjet piacra, akár gyengébb minőségben is. A Szovjetunióba rengeteg hímzett blúzt és gyerekruhát készítettek például Karcagon is. A háziipari szövetkezet egykori munkakiadója szerint ez ideális piac volt, mert „Ők [a Szovjetunió] nem meóztak, mehetett nekik a gyengébb minőség is. A nyugatiak és az amerikaiak, azok precíz munkát kértek!” Nagy Jánosné Bele Róza (sz. 1934) 2022. 10. 25.

²⁸ Kolláth Sándorné (sz. 1943), 1978–1994 között a Matyó Népművészeti és Háziipari Szövetkezet elnöke. 2022. 07. 11. A Matyó Népművészeti és Háziipari Szövetkezet problémáit a rendszerváltás után lásd: Fügedi 2006: 238–240.

az 1990-es évektől pedig amerikai megrendelőket is kiszolgálhatnak. A megrendelők elképzeléseit igyekeznek összeegyeztetni saját esztétikai értékrendjükkel, mellette pedig továbbra is elkötelezetten életben kívánják tartani és megújítani a népművészeti tárgyaló tevékenységet. Sikereik igazolják, hogy a bér munkák, az újfajta igényekhez való alkalmazkodás feltétlenül szükségesek a fennmaradáshoz és a technológiai, illetve szemléletmódbeli fejlődéshez, hiszen „valamiből meg kell teremteni a népművészeti termékek előállításának gazdasági alapját.”²⁹

Megrendelői igények

A különböző országok igényeiről, üzleti szempontjairól több beszámoló is rendelkezésre áll. Mindenekelőtt a külkereskedelmi vállalatok viszonylati tájékoztatóit, s legfőképp útijelentéseit érdemes tanulmányozni, amennyiben elérhetőek.³⁰ A Hungarocoop útijelentései szerint 1969-ben a hollandiai Het Kantenhuis cég új alapanyag bevezetését javasolta (a forgalomnövekedés érdekében), mert „[...] a háziasszonyok már nem óhajtának az erősen gyűrődő kézimunkák vasalásával foglalkozni, tehát amennyiben hagyományos terítőinkben, alátéteinkben és futóinkban forgalmat akarunk elérni, annak előfeltétele, hogy a kézimunkák hímzéséhez gyűrhetetlen alapanyagot használjunk.” Hasonló változtatást javasolt a belga Maurice Seynaeve cég. A szintén belgiumi székhelyű Bon marche szépnek, ám erősen magyar karakterűeknek találta a magyar kézimunkákat, emiatt azok nem mindig illettek be eladási programjukba. Az áruház cikkeit minden osztályon úgy határozta meg, hogy azokon egy-egy szín domináljon. A magyar üzletkötő vállalta, hogy új színállást küldenek, amik a hagyományos piros, zöld színektől eltérnek.³¹ Ugyanekkor a Dániába utazó üzletkötők megállapították, hogy a svéd igények teljesen eltérnek az egyéb skandináv országok igényeitől, s így feltétlenül el kell választani a jövőben a Svédországba történő bemintázásokat és eladásokat a dán bemintázásoktól.³² 1969-ben a tokiói Futaba Trading Co. rendelést adott matyó blúzokra. Az üzletkötő szerint érdekelte őket a papucs is,

²⁹ Báder Miklósné (sz. 1947) 2022. 06. 29. Lásd még itt: „igazi értéket hordozó népművészet, az alkotómunka nem csupán a tiszta forrásból, de keményen formált anyagi alapból is táplálkozik.” (Báder 1985: 87).

³⁰ Levéltári iratok között a Hungarocoop útijelentései fellelhetők. HU MNL OL XXIX N 22.

³¹ HU MNL OL XXIX N 22. 2. doboz. Utijelentés Clementis Éva hollandiai és belga utazásáról. 1969. 10. 09.–10. 18.

³² HU MNL OL XXIX N 22. 2. doboz. Utijelentés Kertesi Istvánné és Clementis Éva dániai útjáról 1969. 04. 20–26.

de nem tetszett nekik a minta és az ár. Cresh vásznon igényeltek valamilyen kis hímzéssel zárt papucsot gumi vagy plasztik talppal, és mintának adtak egy Kínából importált papucsot, hogy egy ehhez hasonlót készítsen a Papucs csoport.³³ A matyó blúzok és a hímzett ruhák színes, gazdag hímzésükkel igen közel álltak a japánok ízléséhez.³⁴

A Népművészeti és Háziipari Vállalat export irodájának 1983–1984-es tapasztalatai szerint az osztrákok az apró ajándéktárgyakat kedvelték, a finom pasztellszíneket és a fehérhímzést, míg az NSZK-ban inkább a harsány színeket alkalmazó mezőtúri, karcagi textileket és a fényes, tarka mázas cserepeket rendeltek. Az USA-ból szintén a gazdagon díszített, „agyonhímzett” darabokat kérték. A skandináv vevők ízléséhez a nádudvari fekete kerámia, a nyersgyapjú szőttesek és a matt felületű, természetes színű rusztikus tárgyak illettek (Bedecs 1984).³⁵

Ezekből a példákból egyértelműen kiderül, hogy a külföldi kereskedők saját piacuk ízlése szerint válogattak a magyarországi kínálatból, értékelve a kézimunkát, s a magyar tárgyalkotó és díszítő hagyományok megismerése, megismertetése nem szerepelt a vevők üzleti szempontjai között. Természetesen a magyar külkereskedelmi vállalatok propagandaanyagaikban és az itthon és külföldön rendezett, bemutatókkal egybekötött kereskedelmi kiállításokon (gyakran ún. *Magyar Heteken*) a termékek népművészeti, hagyományos értékeire is felhívták a figyelmet,³⁶ kiemelve a megújulás lehetőségeinek jó példáit, hiszen az üzletkötésekkor igyekeztek eleget tenni a külföldi vásárlók akár újszerű bemintázási igényeinek is (1–2. kép).

A Folk-Art Külkereskedelmi Iroda 1988-tól bérelt a nemzetközi kapcsolatteremtésre és üzletkötésekre szolgáló Frankfurti Vásáron egy úgynevezett Dauerstandot, összesen tíz éven át vettek részt a vásáron, minden évben új katalógussal érkeztek. Az első öt évben még azt az üzletpolitikát követték, hogy csak 50-60 terméket állítottak ki mintaként, majd a második öt évben már 500-600 terméket is vittek magukkal. A vásáron az exportiroda nem csak nyugat-európai, de amerikai, japán, dél-koreai üzletfeleket is megismerhetett. „A mi népművészeti

³³ HU MNL OL XXIX N 22. 2. doboz. Utijelentés Lederer Ernő japán kiutazás 1969. 1969. 04. 22.–05. 23.

³⁴ HU MNL OL XXIX N 22. 2. doboz. Utijelentés Kertesi Istvánné Japánban tett utazásáról 1968. 10. 21.–11. 07. között.

³⁵ Az 1990-es években az új külföldi partnerekkel való kapcsolattartás és kapcsolatépítés mikéntjéről és nehézségeiről lásd: Fűzér 1997. Továbbá Gyulavári Ágnes (sz. 1956) és Fűzér Klára (sz. 1956) 2023. 01. 31.

³⁶ A kereskedelmi kiállítások és a propagandaanyagok további kutatás tárgyát képezik. A témában lásd: pl. Vándor 1967; Pilkhoffer 2009.



NÉPMŰVESZETI ÉS HÁZIIPARI SZÖVETKEZETI VALLALAT FOLK-ART EXPORT IRODA
FOLK-ART EXPORT BUREAU DES GENÖSSENSCHAFTS-UNTERNEHMENS VOLKSKUNST UND HAUSGÄWERBE
FOLK-ART EXPORT BUREAU OF THE COOPERATIVE-ENTERPRISE FOR FOLK-ART AND HANDICRAFT
H-1052 BUDAPEST V., RÉGIPOSTA UTCA 12. HUNGARY



202 BUTELLA ÉS PERECKULACS
BUTELLE UND RUNDE FELDFLASCHE
BOTTLE AND ROUND FLASK



203 BUTELLÁK ÉS VÉSETT DÍSZÍTÉSŰ TÁL
BUTELLEN UND SCHÜSSEL
BOTTLES AND PLATTER



204 TÁL ÉS TÁNYÉR
TELLER UND SCHÜSSEL
PLATTER AND PLATE



205 HALAS TÁL
SCHÜSSEL FÜR FISCHSPEISE
PLATTER FOR FISH-DISHES

LÉNIA – Révai, Eger

1. kép: Részlet a Folk-Art Export Iroda 1987 körül megjelent katalógusából



**5. TISZA-MENTI NÉPVISELETEK
DOLLS OF THE TISZA REGION
VOLKSTRACHTEN LÄNGS DER THEIB**

1. Nagykunsági szőrös legény Boy in felt cloak from Nagykunság Nagykunságer Bürsche im Bawenmantel	1 19, 27, 40 cm
2. Nagykunsági bundás asszony Woman in fur-coat from Nagykunság Nagykunságer pelzbeleidete Frau	1 19, 27, 37 cm
3. Karcagi gazdáléghy ünnepiöben Young farmer from Karcag in holiday costume Karcager Bauerbursche im Festleid	1 19, 27, 40 cm
4. Debreceni lány Girl from Debrecen Debreziner Mädchen	1 19, 27, 37 cm



5 ▲



6 ▲

2. kép: Részlet a Folk-Art Export Iroda 1990–1995 között megjelent katalógusából

termékünket nem lehetett egy az egyben eladni, nem volt versenyképes.” Emiatt nagy szerepe volt annak, hogy a megrendelők igényeinek megfelelően kellett mintázni, kollekciókat gyártani. Többek közt ebben volt jó partner a Hevesi Szövetkezet. Az első néhány év komoly megrendelése után a magyarországi mintákat, amelyek szellemi terméknek minősülnek, a megrendelők elvitték a kínai piacra, és ott legyártották sokkal olcsóbban. Ekkorra már a hazai piacon is megjelentek a Kínában gyártott termékek.³⁷

A kézműves vásárokon, illetve a budapesti szövetkezeti mintaboltban a különböző nemzetiségű vásárlók egyedi igényei is jól nyomon követhetők, tipizálhatók.

„Ha a célcsoport a fiatalság, jönnek a hátizsákos turisták. A hátizsákos turistáknak *Budapest* vagy *Hungary* felirattal apró ajándéktárgyakra van szükség. De amikor bejönnek a hajók, és azon amerikai turistacsoport ül, akkor ott már magasabbra értékelt használati funkcióval bíró tárgyakat tudjunk úgy kiejánlani, hogy azt az igényt elérje. És még nagyobb a minőség iránti igény akkor, amikor Észak-Európából jönnek ezek a turisták. Észak-Európából többségében olyan turisták jönnek, akik Magyarországnak a hagyományos kultúrához való kötődését még nagyon erősnek ismerik. [...] akik minőségi igény..., természetes alapanyagból..., és ők egyfajta kultúrát vásárolnak meg tőlünk, tárgyakban megjelenő kultúrát. [...] ezeket a Mesterségek Ünnepeén, a karácsonyi vásáron, a tavaszi vásáron mi magunk közvetlenül is [tapasztaljuk].”³⁸

Halasné Török Ágnes, a budapesti mintabolt vezetője szerint az amerikaiak szeretik a szűrrátétes termékeket (nem csak a Hevesi Szövetkezet által készített állatfigurás párnákat, de a hagyományos mintákat is). Tapasztalata szerint a japánok a beregi keresztzemes hímzést szeretik, lehetőleg a kéket, továbbá a kisebb matyó tárgyakat „Ők csak apróságot vesznek.”: ajándéktárgyakat, filc- és szöttes párnákat, esetleg futókat. „Párnából akármennyit.” „Franciák: kék. Egyértelműen, bármi, ami kék, azok nagyon ritkán vesznek színeset. Az északiak egyértelműen a natúr, a fehér, a finom, semmi szín alatt nem a rikító.”³⁹

A kézműves termékek iránti hazai és nemzetközi érdeklődés a 19. században kezdődött, sikerének okát minden egyes korszakban nemzeti, művelődési, világpiaci

³⁷ Gyulavári Ágnes (sz. 1956) és Füzér Klára (sz. 1956) 2023. 01. 31., 02. 09.

³⁸ Báder Miklósné (sz. 1947) 2022. 06. 29.

³⁹ Halasné Török Ágnes (sz. 1952) 2022. 10. 07.

viszonyokban kereshetjük. Megítélésük, eszmei és anyagi értékük meghatározása, divatjuk alakulása, keresettségük is mindezek függvénye volt. Az itt tárgyalt korszakban, a szocializmusban, a magyarországi kézműves áruk rendkívül olcsónak számítottak a fejlettebb országok vásárlóinak szemében, és kiváló minőségben, nagy mennyiségben lehetett hozzájuk jutni. „A nyugatiak [...] tulajdonképpen bagóért kapták meg itt a kézimunkát, amikor önük már csillagászati ára volt a kézimunkának. [...] itt töméntelen mennyiségben, és gyönyörű minőségben kapták meg.”⁴⁰

Az 1990-es évektől megváltoztak a piaci feltételek, már a külföldiek is egyre kevésbé tudták megfizetni a kézzel készült termékeket. Megmaradt az igény a kisebb használati tárgyakra, de az eladók szerint a tárgyak sikeres árusításához szükség volt és van az újításokra és a vásárlói igények kielégítésére is. Az értékesítés során rendkívül nagy szerepe van a személyes kapcsolatnak, amikor szakmai, néprajzi ismereteket, kis történeteket lehet az üzletben vagy vásárokon esztétikusan „tálalt” termékek mellé adni. Halasné Török Ágnes a mintaboltban kártyákat készít a termékekhez, amelyeken feltünteti a legfontosabb információkat, többek közt az alkotó nevét is! Értékelése alapján az internetes árusítás egyik legnagyobb akadálya, hogy a kézműves termékekből nem lehet olyan mennyiséget előre rakározni, amellyel az intenzívebb forgalmat is ki lehetne elégíteni.⁴¹ Debreczeni János, a Berény Textil Kft. tulajdonosa tapasztalatai szerint külföldről kétféle érdeklődő jelentkezik. Van, akit a magyar hagyományos kézművesség érdekel, amivel saját országában egyedülállót kínálhat, míg mások megfelelő színvonalú, viszonylag olcsó terméket keresnek. Folyamatosan meg kell viszont küzdeni a távol-keleti konkurenciával. Az exportra termeléshez szükséges, hogy minden egyes darab ugyanolyan minőségű legyen, ezért megfontolandó, hogy meg lehet-e tartani a minőséget a termelés növelésével. Képes-e a vállalkozó a termékein változtatni, azért, hogy azok – a Berény Textil Kft. esetében – az USA standardjainak megfeleljenek? Ehhez mindenképp rugalmasságra van szükség (Debreczeni 1998:10–11).⁴²

A külföldi igényekhez való alkalmazkodás, a termékfejlesztés, a megrendelővel való közös tervezés elkerülhetetlen, hiszen ennek köszönhetően lehet munkalehetőségeket is teremteni. „A sok esetben fájdalmas kompromisszumok árán megszülető, számunkra szokatlan termékekből viszont olyan forintokra tehetünk szert, melyből finanszírozható a hagyományos kultúra ápolása.” (Fűzér 1997: 158). Mindazonáltal fontos hangsúlyozni, hogy a kereskedelmi vállalatok a nép-

⁴⁰ Halasné Török Ágnes (sz. 1952) 2022. 10. 07.

⁴¹ Halasné Török Ágnes (sz. 1952) 2022. 10. 07. Törökné Halas [Halasné Török] 2006.

⁴² Termékfejlesztési stratégiáját lásd még: Debreczeni 2016.

művészeti tárgyakat nem egyszerűen eladták, hanem közvetítették!⁴³ A Népművészeti Vállalat Külkereskedelmi Irodája az 1980-as évek végén került kapcsolatba az Európai Kézműves Szövetséggel (European Folk Art and Craft Federation). Együttműködésüknek köszönhetően Európa több országával megismertethették a magyar népi iparművészetet, alkotóink kiállításokon vettek részt. A Kézműves Szövetség 2000-ben valósította meg európai uniós támogatásból a *Rings in Water* projektet, amely a népművészet hagyományos megőrzését helyezte előtérbe, és hívta fel a figyelmet kiállításokkal magyarországi, többek között hevesi kézművesek munkájára. A Szövetségbe való csatlakozásnak nagy szerepe volt a kereskedelem és az áruösszetétel szempontjából is. „Ez egy jó »belépőkártya« volt bárhova, hogy a salzburgi Heimatwerkkel egy szervezetbe tartozunk.”⁴⁴ A Népművészeti Vállalat a Heimatwerk üzletpolitikáját is megkapta, amely támpontként szolgálhatott a rendszerváltás után megváltozott piaci feltételekhez való alkalmazkodásban a bel- és külkereskedelemben egyaránt.⁴⁵

Az amerikai székhelyű Aid to Artisans szervezet célja a nehéz gazdasági helyzetben lévő országok alkotóinak támogatása. A Folk-Art Külkereskedelmi Irodának az 1990-es évek első felében végzett közvetítő munkájának köszönhetően magyarországi alkotók a szervezeten keresztül vezethették be termékeiket a piacra, s részt vehettek New York-i termékbemutatón. A szervezet Magyarországon is tartott marketing témájú előadásokat, közvetlenül az alkotóknak adta át a termékfeljesztést és értékesítést elősegítő üzleti filozófiáját.⁴⁶ Ennek érdekében egy kézikönyvet is megjelentettek *A Guide to Exporting Crafts from Hungary* címmel.⁴⁷

A fentebb taglalt üzletpolitikák tanúsítják, hogy mind a turisták igényeit magas színvonalú, hiteles tárgyakkal kiszolgáló Folkart kézművesház, mind egyes egyéni kézművesek és a Hevesi Szövetkezet a fennmaradás mellett a magyar kultúra közvetítésének lehetőségét is látják a kereskedelemben.

⁴³ A Népművészeti Vállalat nem csak exporttevékenységet végzett, de az országpromócióban is szerepet vállalt, és részt vett külföldi népművészeti kiállítások megrendezésében. A kiállítások adatai még kutatásra várnak.

⁴⁴ Gyulavári Ágnes (sz. 1956) 2022. 02. 01.

⁴⁵ A svájci Heimatwerk üzletpolitikája a Népművészeti Vállalat akkori elnökénél, Lendvai Juditnál teljesedett ki, köszönhetően annak is, hogy a svájci háziipari foglalkoztatás szerkezete nagyon hasonlított a magyarországihoz. (Gyulavári Ágnes [sz. 1956] 2022. 02. 01.) Az Európai Kézműves Szövetséggel való együttműködés ma a Hagyományok Háza feladata.

⁴⁶ Gyulavári Ágnes 2022. 02. 01. A szervezet ma is működik: <http://ata.creativelearning.org/hungary-bridging-an-economic-gap/> Letöltés: 2022. 02. 16.

⁴⁷ A magyarországi programról részletesen lásd: <http://ata.creativelearning.org/hungary-bridging-an-economic-gap/> Letöltés: 2022. 02. 16.

Összegzés

A népművészeti jellegű termékek kereskedelme egyszerre eltávolodás a hagyományos tárgyalkotó tevékenységtől, miközben eszközként is szolgál annak megújítására. A külföldi termékbemutatók többségén a kiállítók a magyarországi árucikkeket magyar népművészetként, illetve magyar kézművességgként tolmácsolják az érdeklődőknek. Ennek ellenére az ezeken az eseményeken kötött üzleti kapcsolatok is a vevő saját ízlésének kielégítését, az eredeti termékek gyakran jelentős módosítását, új termékek születését eredményezték. A kereskedelmi tranzakció során tehát a tárgyak már sokkal inkább kézművestermékként és nem népművészetként értelmeződtek. Több háziipari szövetkezet és üzem ezért nemcsak népművészeti termékek készítésére, de a kommerszebb ízlés kiszolgálására is alkalmazta a hagyományos, majd a technikai fejlődéssel és új igényekkel megjelenő tudást és technológiát. Ez abban az esetben is így történt, ha a megrendelő személyesen tekintette meg a szövetkezetek munkáját és ismerhette meg a népművészeti tárgyakat, hiszen utóbbiak csak a technikai felkészültség bizonyítékaként szolgáltak, és a vevő saját elképzeléseit valósította meg. A Folk-Art Külkereskedelmi Vállalat például egy ausztrál érdeklődőt vezetett körbe több magyarországi szövetkezetben, aki miután meggyőződött az alkotók megfelelő tudásáról és a tárgykészítés körülményeiről, a népművészetből távol eső ízlésvilágú tárgyakat rendelt.

Kezdetől fogva elkísérte a háziipari, népművészeti termékek külkereskedelmét a jelenség, hogy a tárgyakat és a hozzájuk kapcsolódó tudást „népművészetként” bocsátották áruba, de kézműves produktumként vásárolták meg őket.⁴⁸ Fejős Zoltán hívja fel a figyelmet a 19. század végétől Amerikába exportált magyar népművészeti termékek kapcsán a Kristin Hoganson által hangsúlyozott *kisajátításra*, miszerint a vásárló az eredeti hellyel való azonosulás helyett csak a motívumokat veszi át, és a stílust utánozza, kielégítve ezzel újdonság iránti vágyát (Fejős 2019: 373; hivatkozik erre: Hoganson 2007: 93–94). Természetesen a 20–21. századi kereskedők és egyéni vásárlók is az újdonságot keresték és keresik a kézműves/népművészeti termékekben. Az idézett gondolat szerint azonban ez a kisajátítás távolságot is teremt a terméket készítők eredeti szándékától, népművészetétől. Épp ennek a távolságnak a leküzdését célozza az Európai Kézműves Szövetség, és a kereskedelem mellett a népművészet egyéb területeinek és mesterségbemutatóknak is színteret adó *Mesterségek Ünnepe*, továbbá azok az ismeretek, amelyeket a Folkart kézművesház és bármelyik egyéni alkotó nyújt át árucédulákon és szóban a vásárlóknak. A hazánkba érkező turista motivációi

⁴⁸ A fogyasztói igények változásának vizsgálatáról bővebben lásd: Hofer 1994.

ugyanis merőben eltérnek a termékeket tömegesen felvásárló és közvetítő külföldi kereskedőcégekétől. A Magyarországot meglátogató turista a termék lokalitáshoz köthető „népművészeti” értékeit, eredetiségét keresi, és nem pusztán kézműves tárgyként értelmezi azt.⁴⁹ A népművészeti, népi iparművészeti termékek és a mögöttük lévő tudásanyag, a hozzájuk kapcsolódó „hagyomány”, mely eredetiségük záloga, a körülményeknek és a vásárló igényeinek megfelelően formálható. Helaine Silverman megfogalmazásában az eredetiség nem egy állandósult érték vagy termék, hanem egy dinamikus, performatív, kulturálisan és történelmileg meghatározott, viszonylagos minőség vagy eszköz, amely átalakítható és alkalmazható az aktuális feladatnak megfelelően, legyen az társadalmi, kulturális, gazdasági, politikai, vallási vagy bármilyen egyéb feladat. A célok szerint alakítható eredetiségnek óriási jelentősége van az örökség szempontjából, többek közt a közösségi identitás és a társadalmi státusz tekintetében (Silverman 2015: 69).

A népművészeti szövetkezetekben dolgozók természetesen nagy jelentőséget tulajdonítanak a népművészeti hagyományok fenntartásának és az alkotótevékenységnek. A szövetkezeti munka emellett biztos megélhetést és jelentős közösségi és sikerélményt is nyújtott, amik a beszámolókból egyaránt nagy hangsúlyt kapnak. Egy-egy nagyobb külföldi megrendelés határidőre való elkészítése erőn és munkaidőn felüli teljesítményt kívánt, ami a paraszti munkaszervezés kalákájához hasonló összefogással valósulhatott meg. Hevesen nemcsak az összes szövetkezeti dolgozót, de akár a szövetkezeten kívüli ismerősöket is megkérték, hogy segítsenek elkészülni a megrendeléssel a közeli határidőre.

„Mikor exportszállítás volt, vagy kellett kiszállítani bárhová, kítettük a nagy asztalokat az udvarra, körül ültünk, és úgy rojtoztuk gyorsan, hogy csak hagy menjen. A vasaló mán vasalta is, vágta a rojtot. Iparkodtunk, hogy tényleg meglegyen és el lehessen vinni. [...] Meg nagyon sokat volt úgy régen, az nagyon érdekes volt, amikor jött a kocsis az exportáruért, és még nem volt kész, de már itt volt. [...] Az az igazság, hogy itt, hogy menjen a munka, a könyvelésen a Katika néni is hímezett, tehát ha arról volt szó, hogy meg kell csinálni, mert nagy a tétel, akkor leállt, leállt az egész műszak, leállt az egész könyvelés, akkor ki mit tudott csinálni. Aki csak száröltést tudott, azt csinálta.”⁵⁰

⁴⁹ Az már a kereskedő felelőssége, hogy mennyiben tekinthető autentikusnak a kínált termék, hiszen számos üzlet kínál „magyar népművészet” címen távol-keleti importárukat, de legalábbis a népművészettől távol álló tárgyakat. Jelen tanulmány azonban a népi iparművészeti hitelességet képviselő kereskedők motivációit vizsgálja. A turizmus és az eredetiség kérdéséről bővebben lásd: Pusztai 2011.

⁵⁰ Pataki Miklósné (sz. 1951) Hevesi Népművészeti és Háziiipari Szövetkezet. 2022. 07. 12.

Mezőkövesden hasonló élményekről számoltak be.

„Amikor kellett, akkor még egész éjszaka is... mikor a Szovjetunióban Hruscsovnak kellett nyolc méteres hímzés ilyen szélesen a hajójára, karácsonyra. Ennek meg kellett lenni. Akkor bizony Marival együtt beültünk mindnyájan, körülbelül fél órára egy-egy lefeküdt közülünk. De kellett akkorra. Mert azt mondták, ha nem csináljuk meg, akkor szabotázsak vagyunk, mert meg lehet [csinálni]. Mondtuk, hogy de ember, nézze meg ezt. Nyolc méteren. Nem érdekli, ezt meg kell csinálni. [...] Nagyon-nagyon sok olyan dolog van, ami nagyon gyorsan megszületett, mert kellett.”⁵¹

A hagyományosnak tekintett népművészet, tárgyalkotás társadalmi keretei nem voltak fenntarthatók, legkésőbb a 20. század közepére elvesztek. Helyükbe a szövetkezetekbe tömörült tárgykészítők közösségi identitása lépett, amelynek a fent idézett élmények is szerves részét képezik.

Az empirikus adatok megvilágítják, hogyan egyeztethetők össze a különböző érdekek, és miért volt, illetve van szükség ezek összehangolására. Az továbbra is vita tárgya marad, hogy beépíthető-e, és ha igen, milyen módon a népművészet-ről folytatott „örökségdiskurzusba” a kereskedelmi érdek.

Levéltári források

HU BFL = Budapest Főváros Levéltára

HU BFL VII 2 e 015662 1951. Artex Külkereskedelmi Vállalat 1951–1962 (Ügyirat)

HU BFL VII 2 e 01607 1956. Modex Magyar Divatáru Külkereskedelmi Vállalat 1956–1965 (Ügyirat)

HU MNL OL = Magyar Nemzeti Levéltár Országos Levéltára

HU MNL OL Z 1462 1. csomó. Háziipari Kiviteli és Értékesítő Szövetkezet 1939–1949. 1. csomó, 11. tétel. Feljegyzések, jelentések export-import és szállítási ügyekben. 1940–1949.

HU MNL OL XXIX N 22. HUNGAROCOOP Magyar Szövetkezeti Külkereskedelmi Vállalat 1966–1975.

⁵¹ Bollók Józsefné (sz. 1931) A Matyó Népművészeti és Háziipari Szövetkezet alapító tagja, egykori elnökhelyettese. 2022. 09. 23.

IRODALOM

A kisipar és a háziipar helyzete

1946 A kisipar és a háziipar helyzete. *Közgazdaság*, 1. évf. 7. sz. 12.

Állami Háziipari Rt.

1948 Állami Háziipari Rt. *Magyar Nemzet*, 4. évf. 196. sz. 2. 1948. augusztus 27.

Az Állami Háziipari Rt.

1948a Az Állami Háziipari Rt. *Népszava*, 76. évf. 249. sz. 4. 1948. október 28.

1948b Az Állami Háziipari Rt. *Szabad Nép*, 6. évf. 204. sz. 15. 1948. szeptember 05.

Az Országos Magyar Háziipari Szövetkezet Alapszabályai

1940 *Az Országos Magyar Háziipari Szövetkezet Alapszabályai*. Budapest: K. n.

AMENT-KOVÁCS Bence

2019 Háziipari és népi iparművészeti szövetkezetek a második világháború utáni Magyarországon. *Honismeret*, 47. évf. 3. sz. 17–23.

ANDRÁSSY János

1942 Közjóléti szövetkezet. *Magyar Lélek*, 4. évf. 4. sz. 146–151.

ASSMANN, Jan

2018 *A kulturális emlékezet. Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban*. Budapest: Atlantisz.

BÁDER Miklósné

1985 Gazdasági és társadalmi problémák a háziipari és népművészeti szövetkezeteknél. In: Balassa M. Iván (szerk.): *Népi iparművészetünk időszerei kérdései*, II. 87–90. Budapest – Pécs: Népi Iparművészeti Tanács.

BEDECS Éva

1984 Festett és faragott. *Magyarország*, 21. évf. 52–52. sz. 59.

BENŐ-NAGY Réka

2017 *Bedolgozott idők: a Debreceni Háziipari Szövetkezet Nádudvari Szűrrátétes Részlegének története*. [Nádudvar]: Szülőföldünk, Nádudvar Öröksége és Jövője Alapítvány.

CSEH Fruzsina

2021 Reviving Authenticity through Traditional Crafts and Folk Art in Hungary. *Acta Ethnographica Hungarica*, Vol. 66. No. 2. 581–618. <https://doi.org/10.1556/022.2021.00039>

2023 A népművészet kereskedelmének központi irányítása Magyarországon a II. világháborúig. In: Kincses Katalin Mária (szerk.): *Anyagi és szel-*

lemi javak migrációja a Kárpát-medencében, 11. Kézművesipar-történeti Szimpózium. Budapest: Gondolat Kiadó. [Közlésre elfogadott tanulmány]

DEBRECZENI János

1998 *Hogyan exportáljunk népművészeti és kézműves termékeket az USA-ba?* Szakdolgozat. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola. Külgazdasági Tanszék. Szolnok.

2016 A Berényi Textil Kft. termékfejlesztési törekvései. In: Kálóczy Katalin (szerk.): *Örökség – identitás – jövő. A Hevesen 2011. augusztus 5–8-án, illetve 2014. július 25–27-én megtartott VII. és VIII. Nemzetközi Szótteskonferencia előadásai.* 103–106. Heves: Hagyományos Értékek Megőrzéséért Alapítvány.

Egyesületek feloszlata

1947 Egyesületek feloszlata. *Rendőrségi Közlöny*, 3. évf. 23. sz. 605.

Erdős elvtárs újévi nyilatkozata

1968 Erdős elvtárs újévi nyilatkozata *Népművészet – Háziipar*, 9. évf. 1. sz. 4–5.

F. R.

1968 Méltó akarok lenni a bizalomra – mondja Bánhegyi Géza, az Export HTSZ új elnöke. *Népművészet – Háziipar*, 9. évf. 3. sz. 4–5.

1974 Forgalmuk 600 ezer dollár, 1,5 millió rubel. Beszélgetés Szabó Dezsővel és Korányi Edittel. *Népművészet – Háziipar*, 15. évf. 9. sz. 2.

FEHÉR Imre

1943 A közjóléti szövetkezetek és a háziipar. *Nép és Családvédelem*, 3. évf. 1. sz. 6–10.

FEJŐS Zoltán

1991 Népművészeti Divat a múlt század végén és a századelőn. In: Hofer, Tamás (szerk.): *Népi kultúra és nemzettudat.* 143–158. Budapest: Magyarországi Kutató Intézet.

2019 Tárgyak nemzeti mundérban. „Magyar specialitások” és háziipar Amerikában az első világháború előtt. *Ethnographia*, 130. évf. 3. sz. 361–417.

FLÓRIÁN Mária

1990 A „sárközi szóttés” története. *Ethnographia*, 101. évf. 2. sz. 194–256.

FÜGEDI Istvánné

2006 A Matyó Népművészeti és Háziipari Szövetkezet működése és szerepe a matyó hímzés megőrzésében. In: Viszóczyk Ilona (szerk.): *Eredmények és feladatok a matyóság néprajzi kutatásában. A Matyó Múzeum*

fennállásának 50. évfordulója alkalmából rendezett néprajzi konferencia anyaga. 233–240. Miskolc – Mezőkövesd: Herman Ottó Múzeum.

FÜLEMILE Ágnes

2018 Népművészeti örökség és hagyományörzés Magyarországon. In: Götz Eszter (szerk.): *Kéz/Mű/Remek. Nemzeti Szalon 2018. Népművészet.* 45–61. Budapest: Műcsarnok Nonprofit Kft.

FÜZÉR Klára

1997 Külkereskedelem és a magyar népi szöttesek. In: Flórián Mária (szerk.): *Kézi szövés ipari társadalmakban. A Hevesen 1996. augusztus 17–19-én tartott konferencia előadásai.* 155–158. Heves: Hevesi Népművészeti és Háziipari Szövetkezet.

GALAMBOS Péter

2018 *A Hungarocoop alakulása és első éveinek története.* Budapest: Szerzői kiadás.

(gy.)

1986 Népművészeti kisáruház nyílt. *Magyar Nemzet*, 49. évf. 144. sz. 2. 1986. június 20.

– hm

1977 Útrakelő tárgyak. *Népművészet – Háziipar*, 18. évf. 3. sz. 6.

GYÁNI Gábor – KÖVÉR György

2006 *Magyarország társadalomtörténete a reformkortól a második világháborúig.* Budapest: Osiris.

Háziipar a falun

1928 Háziipar a falun. *Földművesszövetkezetek Lapja*, 3. évf. 39. sz. 4.

HOFER Tamás

1994 A „fogyasztói magatartás” mint kutatási téma a néprajzban. *Néprajzi Értesítő*, 76. évf. 75–84.

HOGANSON, Kristin

2007 *Consumers' Imperium: The Global Production of American Domesticity, 1865–1920.* Chapel Hill: University of North Carolina Press.

HORTAY György

1980 Kitért kapuk előtt. *Népművészet – Háziipar*, 21. évf. 3. sz. 3.

–i–r

1966 Export 85 országba. Jubileumi tájékoztató a Hungarotexben. *Esti Hírlap*, 11. évf. 277. sz. osz. n. 1966. november 24.

IVÁNYI Krisztina

2012 A háziipar szerepe a vidéki foglalkoztatásban. *Szövetkezés*, 33. évf. 1–2. sz. 191–207.

KERÉKES Ibolya

2014 A tápéi gyékényszövő háziipar átalakulásai a 20. században. *Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*, 2014. Új folyam 1. 455–470.

KÖZLEMÉNY

1949 Közlemény. *Magyar Közlöny*, 142–143. sz. 1.

KRESZ Mária

1952 Népi díszítőművészetünk fejlődésének útjai. *Ethnographia*, 63. évf. 1–2. sz. 10–43.

KUCZKA Péter

1975 *Háziipari és népi iparművészeti szövetkezetek*. Budapest: Háziipari és Népi Iparművészeti Szövetkezetek Országos Szövetsége – Népi Iparművészeti Tanács.

LACKNER Mónika

2012 A háziipar szervezeti keretei és irányai, 1867–1910. In: Fülöp Hajnalka – Landgráf Katalin – Szulovszky János (szerk.): *Nők, szőnyegek, háziipar. / Women, Hand-Woven Rugs, Home Industry*. 72–93. Budapest: Néprajzi Múzeum.

LAKOS Gyula

1957 A helyi- és kisipari export néhány problémája. *Külkereskedelem*, 1. évf. 2. sz. 7–8.

LATABÁR Károly

1972 Útközben a háziiparról. *Népművészet – Háziipar*, 13. évf. 3. sz. 2–3.

LÁZÁR Józsefné

1968 Boltot nyitott a Háziipari Export Szövetkezet. *Népművészet – Háziipar*, 9. évf. 9. sz. 2.

LENDVAI István

1985 Gazdaságunk és a népi iparművészet. In: Balassa M. Iván (szerk.): *Népi iparművészetünk időszerű kérdései*, II. 79–86. Budapest – Pécs: Népi Iparművészeti Tanács.

LENGYEL Györgyi

1991 *Népművészek között. Emlékezések, dokumentumok*. Budapest: Országos Népművészeti és Háziipari Szövetség.

LOSONCZY Endre Dr.

1948 Megszületett az állami háziipari csúcsszervezet. *Magyar Ipar*, 2. évf. 13. sz. 25.

M. K.

1962 A számok tükrében – export fejlődésünk. *Népművészet – Háziipar*, 3. évf. 2. sz. 12.

A magyar köztársaság kormányának 2.570/1947. M. E. számú rendelete.

1947 A magyar köztársaság kormányának 2.570/1947. M. E. számú rendelete. *Magyar Közlöny*, 1947. 55. sz. 1–2.

A magyar köztársaság kormányának 6.840/1948. Korm. számú rendelete...

1948 A magyar köztársaság kormányának 6.840/1948. Korm. számú rendelete az Országos Háziipari Tanács megszüntetése tárgyában. *Magyar Közlöny*, 144. sz. 1436.

A magyar köztársaság kormányának 7.770/1948. Korm. számú rendelete

1948 A magyar köztársaság kormányának 7.770/1948. Korm. számú rendelete. *Magyar Közlöny*, 164. sz. 1637–1638.

A művelődési miniszter I/1982. (I. 16.) MM számú rendelete

1982 A művelődési miniszter I/1982. (I. 16.) MM számú rendelete a Népi Iparművészeti Tanácsról szóló 1/1982 (I. 16.) MM számú rendelet végrehajtásáról. *Magyar Közlöny*, 2. sz. 43.

MARÓTI Gyula

1981 A magyar népművészet három évtizede. *Nyelvünk és Kultúránk*, 43. évf. 64–71.

MOLNÁR Aurél

1968 Pontosság és fantázia. Beszélgetés Futó Tiborral, a Magyar Szövetkezeti Külkereskedelmi Vállalat igazgatóhelyettesével. *Népművészet – Háziipar*, 9. évf. 3. sz. 10–11.

NAGY László

1977 Népművészeti szövetkezeteink szerepe a mai magyar népi iparművészetben. In: Varga Marianna (szerk.): *Népművészeti Akadémia*, II. 233–251. Budapest: Tudományos Ismeretterjesztő Társulat – Népi Iparművészeti Tanács.

1980 A Népi Iparművészeti Tanács 25 éves működése. In: Varga Marianna – M. Szabó Mária Rózsa (szerk.): *Népi iparművészetünk időszerű kérdései*, I. 63–88. Budapest: Népi Iparművészeti Tanács.

1983 A magyar népi iparművészet harminc éve. In: Fekete Aladárné (szerk.): *A magyar népi iparművészet harminc éve*. 5–27. Budapest: Népi Iparművészeti Tanács – Néprajzi Múzeum.

Népművészeti mintabolt nyílt Budapesten

1951 Népművészeti mintabolt nyílt Budapesten. *Magyar Nemzet*, 7. évf. 43. sz. 2. 1951. február 21.

PILKHOFFER Mónika

2009 A magyarságkép a Hungexpo kiállításain az 1960–80-as években. In: Hornyák Árpád – Vitári Zsolt (szerk.): *A magyarságkép a közép-európai*

tankönyvekben a 20. században. (Kutatási füzetek, 14.) 21–38. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.

PUSZTAI Bertalan

2011 Paradigmaváltások a kultúrakutatás autentikusság értelmezésében. In: Fejős Zoltán (szerk.): *Színre vitt helyek. Tanulmányok.* 18–31. Budapest: Néprajzi Múzeum.

Részletek dr. Varga József miniszternek...

1942 Részletek dr. Varga József miniszternek az Iparügyi tárca költségvetésének tárgyalása során mondott beszédéből. *Közgazdasági Értesítő*, 37. évf. 49. sz. 1674–1679.

SÁNDOR Ildikó

2021 The Folk Art Revival and Applied Ethnography in the Hungarian Heritage House. *Acta Ethnographica Hungarica*, Vol. 66. No. 2. 343–355. <https://doi.org/10.1556/022.2021.00030>

SCHNEIDER János

1985 A Népművészeti és Háziipari Szövetkezeti Vállalat jelene és az elmúlt 35 év. *Kereskedelmi Szemle*, 26. évf. 1. sz. 54–55.

SILVERMAN, Helaine

2015 Heritage and Authenticity. In: Watson, Emma – Watson, Steve (eds.): *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research.* 69–88. London: Palgrave Macmillan.

SOMOGYI Ferenc

1941 Országos Szociális Felügyelőség. *Nép és Családvédelem*, 1. évf. 4. sz. 174–176.

SZABADI Sándor

1961 Szépség és hasznosság. *Népszabadság*, 19. évf. 296. sz. 8. 1961. december 14.

SZABLYA János

1933 Új utakon. *Magyar Iparművészet*, 36. évf. 5–6. sz. 90–106.

SZABÓ Zoltán

2013a Népművészet – háziipar – népi iparművészet. In: (szerk. n.): *Mesterségem címere – a használható hagyomány, a népi kézművesség stratégiája*, I. 19–31. Budapest: Hagyományok Háza.

2013b Tárgyak – alkotók – minőség – hitelesség. A népi iparművészet jelene és jövője. In: Illés Vanda (szerk.): *A népi iparművészeti alkotások minősítésének megújult szempontrendszere.* 9–13. Budapest: Hagyományok Háza.

A SZÖVOSZ Igazgatóságának 4/1868. (SZÉ. II. 19.) számú határozata...

1968 A SZÖVOSZ Igazgatóságának 4/1868. (SZÉ. II. 19.) számú határo-

zata a „Hungarocoop” Magyar Szövetkezeti Külkereskedelmi Vállalat alapításáról. *OKISZ Értesítő*, 17. évf. 11. sz. 346.

TAKÁCS István

1974 Kérdőjeles miskakancsók. *Magyar Ifjúság*, 18. évf. 25. sz. 3–6.

Tizenöt éves az ARTEX

1964 Tizenöt éves az ARTEX. *Mérleg – a Kereskedelmi, Pénzügyi és Vendéglátóipari Dolgozók Szabad Szakszervezetének Lapja*, 8. évf. 6. sz. 7.

TÓTH János

1985 Az egyénileg dolgozó népi iparművészek, a népi iparművészeti és a hagyományos háziipari termelést végző szövetkezetek helyzete. In: Balassa M. Iván (szerk.): *Népi iparművészetünk időszzerű kérdései*, II. 91–97. Budapest – Pécs: Népi Iparművészeti Tanács

2000 Népművészet és gazdaság. In: Viga Gyula (szerk.): *Szöttes textíliák mindennapi életünkben. A Hevesen 1999. augusztus 13–15-én tartott konferencia előadásai*. 45–57. Heves: Hevesi Népművészeti és Háziipari Szövetkezet.

TÖRÖKNÉ HALAS Ágnes [Halasné Török Ágnes]

2006 Értékek közvetítése a kereskedelemben. In: Beszprémy Katalin (szerk.): *Tradíció – divat. A Hevesen 2005. augusztus 26–28-án tartott V. Nemzetközi Szötteskonferencia előadásai*. 109–114. Heves: Hagyományos Értékek Megőrzéséért Alapítvány.

V. SZATHMÁRI Ibolya

1985 A „Nép” művészetének négy évtizede Hajdú-Bihar megyében. *A Debreceni Déri Múzeum Évkönyve*, 64. évf. 497–522. [1983–1984]

VÁNDOR Pál

1967 „Íme itt van Magyarország” Siker Bejrutban. *Népművészet – Háziipar*, 8. évf. 6. sz. 8–9.

1011–5–38/1951. (I. 30.) Np. M. számú rendelet

1951 1011–5–38/1951. (I. 30.) Np. M. számú rendelet a népművészeti árucikkek márkázása tárgyában. *Magyar Közlöny*, 17. sz. 138.

13.920/1950. I/3. Közlemény

1950 13.920/1950. I/3. Közlemény. *Magyar Közlöny*, 69. sz. 276.

3 kérdés – 3 felelet

1965 3 kérdés – 3 felelet. Interjú dr. Oblath Györggyel, a Hungarotex Textilkülkereskedelmi Vállalat igazgatójával. *Külkereskedelem*, 9. évf. 1. sz. 9–10.

FRUZZSINA CSEH

THE ECONOMIC FOUNDATIONS OF MATERIAL FOLK ART.
THE TRADE OF HUNGARIAN FOLK ART AFTER WORLD WAR II.

Keywords: folk art, applied folk art, trade, cottage industry and folk art cooperatives, socialism

In Hungary, the development of the concept of folk art was accompanied by the definitions of *cottage industry*, *artistic cottage industry*, and later *applied folk art*. From the late 19th century until the 1990s, the process was closely related to the development of cottage industry movements. The development of the cottage industry relied on several pillars: in the beginning, besides the upward convergence of economically underdeveloped regions, the construction of a national identity also played an important role, but in the post-World War II political system, economic and commercial considerations came to the fore. Encouraging designers and makers of artifacts to create objects of artistic quality while preserving authenticity, and thereby training conscious creative individuals, remained an important aspect all along. The institutional system of applied folk arts born in the 1950s has made a lasting contribution to the ethnographic collection of the cooperatives established at that time, as well as in the development of new design directions created during production. The domestic and foreign trade of folk art objects reached its highest circulation ever at that time, which not only ensured a livelihood for the tens of thousands of employees and outworkers of the cooperatives but also created the “economic conditions for the preservation of tradition.” Yet in the ongoing discourses on the revival – “heritagization” – of traditional handicrafts and folk art, trade is kind of a taboo, which must also take into consideration market interests that are often difficult to reconcile with the safeguarding of authenticity and genuineness. In this article, I look at the Hungarian institutions of folk art trade from the Second World War to the present day, and share the experiences of those involved in trade, based on written sources and interviews.