
ÚJKOR ÉS JELENKOR

Egy fehér elefánt Londonban – a brit imperializmus szimbólumai a mindennapi életben

1883 telén, feszült várakozások közepette London kikötőjébe befutott az a hajó, amely Toung Taloung-ot, a fehér burmai elefántot szállította Angliába. Az elefánt egzotikus jellegén túlmenő jelentőséggel is bírt a brit emberek számára, akik az állat fehérségében saját felsőbbrendűségüket látták megtestesülni. Az elefánt három hónapos londoni tartózkodása így a látványosságon túl, heves fajelméleti vitákhoz is vezetett, az állat pedig a birodalmi ambíciók és maga a birodalom szimbólumává vált. *Sarah Amato* tanulmánya a brit imperialista érdekek elemzésének újfajta, társadalomtörténeti megközelítése. A szerző újságcikkekre, utazók elbeszéléseire, reklámszövegekre hivatkozva mutatja be a brit birodalmi politika egyes társadalmi vonatkozásait.

Sarah Amato, a torontói egyetem munkatársa eddigi kutatásai során a viktoriánus Angliára koncentrált. Nem ez az első különleges történeti problémát vizsgáló cikke, hiszen korábban írt már a viktoriánus múzeumokban megjelenő kitömött állatok nemzeti történelemben betöltött szerepéről, illetve arról, milyen történeti és értelmezési problémákat vet fel egy új párizsi múzeum létrehozása, ahol korábbi francia gyarmatok művészeti tárgyait állítják ki. Jelenlegi, 2009-ben megjelent, figyelemfelkeltő című tanulmánya pedig azt elemzi, hogyan került a Londonban kiállított fehér elefánt a XIX. századi fajelméleti viták középpontjába. A cikk első része megismerteti az olvasót a fehér elefánthoz kapcsolódó legendákkal és elhelyezi az elefánt érkezését külpolitikai kontextusban. A második részben a szerző az elefánt megérkezésének és bemutatásának körülményeire koncentrált, majd pedig ennek összefüggéseire a fellángoló fajelméleti vitákkal. A tanulmány végén *Amato* fogyasztástörténeti elemzése bemutatja, hogyan használta fel a brit fogyasztói társadalom az elefánt képét mint reklámeszközt. Mindezek mellett a szerző több kérdésre is keresi a választ a fehér elefánttal és jelentőségével kapcsolatban. Többek között azt vizsgálja, hogyan hatottak az utazók által leírt legendás keleti történetek és egy fehérbőrű elefánt tényle-

ges londoni megjelenése a britek öntudatára, illetve miért vált történelmileg fontossá egy elefánt rövid állatkerti tartózkodásának vizsgálata.

A tanulmány elején a szerző röviden felvázolja a délkelet-ázsiai politikai helyzetet és ismerteti ennek fontosságát a brit és francia birodalmi politikai érdekek szempontjából. A XIX. században Burma stratégiaileg fontos volt a briteknek Calcuttához való közelsége révén. Amato kiemeli, hogy mivel Burma nem nézte jó szemmel az indiai brit kereskedelmi politikát, Nagy-Britannia több háborút is folytatott az ország ellen. A szomszédos Vietnam, Laosz és Kambodzsa ekkor már szilárd francia hatalom alatt állt, ami még inkább kívánatosá tette a burmai brit jelenlétet. A fehér elefánt londoni megjelenése élő utalás volt az angol-burmai konfliktusra és Nagy-Britannia gyarmati ambícióira, mely végül Burma 1886-os anektálása után újabb győzelemmel gazdagodott. A britek utazók leírásaiból már ismerték a fehér elefánt legendáját, és ezért az állatnak jelentése volt számukra. Amato nézete szerint 1884-ben, a brit gyarmatpolitika fénykorában egzotikus állatokat fogságban tartani Nagy-Britanniában többet jelentett különleges állatok látványánál. Képzeltbeli síkon, az átlagember az állatkertben gyarmati uralmat gyakorolhatott. A Londonban kiállított fehér elefánt által még jobban kézzelfoghatóvá vált ez a birodalmi ideológia.

A szerző felhívja a figyelmet, hogy két, önmagában ártatlannak és jelentéktelennek tűnő esemény hogyan nyeri el mélyebb jelentését az adott társadalmi és politikai kontextusban. A cirkuszi előadások és a képes reklámhirdetések sokat elárulnak az akkori emberek életfelfogásáról. Mindezt a szerző többféle elsődleges forrást felhasználva támasztja alá. Az elemzés során a szerző újságcikkekre, riportokra, hirdetésekre, színlapokra, levelekre, versekre, szótárakra, memoárokra, levéltári dokumentumokra támaszkodott, hangsúlyozva, hogy igyekezett forrásainak megbízhatóságát is szem előtt tartani. Elemzésének komplexitását az is segíti, hogy információit több embertől szerzi, hiszen idéz egyetemi tanároktól, buddhistáktól, orvosoktól, tudósoktól, gyarmati tisztviselőktől, illetve Nagy-Britanniában élő indiaiaktól.

A tanulmány leghangsúlyosabb megállapítása szerint az elefánt bőrszíne az európai felsőbbrendűséget hirdette és erősítette. A szerző ezt a véleményét a *The Times* című újságban megjelent tudósok által írt cikkekre és olvasói levelekre alapozza. A szerző által összegyűjtött olvasói hozzászólásokból kiderült, hogy az emberek csalódottak és elégedetlenek voltak az elefánt bőrszínét illetően, nem találták azt elég fehérnek. A szerző nézete szerint a XIX. század végi brit embereknek fontos volt a bőrszín és a faji tisztaság kérdése, hiszen 1884-ben már elérhető volt Charles Darwin: A fajok eredete

című műve, és ennek társadalomra adaptált változata, a szociáldarwinizmus, illetve az eugenika. Az elefánt londoni jelenléte során a bőrszíne volt a legfontosabb felmerülő probléma és ehhez kapcsolódóan a faji különbségek, fajtisztaság és faji higiénia kérdése. A szerző arra is rámutat, hogy egy soknemzetiségű birodalomban a faji keveredés problémája is felmerült és különösen jelentőssé vált. Amato szerint a britek szemében az elefánt színe összefüggött az Ázsiában élő emberek bőrszínével, és így az elefánt megszemélyesítette Ázsia egész lakosságát. Az elefánt a tisztaság és faji higiénia szimbóluma volt, és az európaiság felsőbbrendűségét bizonyította. Az elefánt bőrszínének kérdése emellett az állatkert tudósainak érdeklődését is felkeltette, bár egyes olvasók kifogásolták, hogy az elefánt okozta találgatások nem egyeztethetők össze egy állatkert tudományos irányultságával, sőt egyenesen az állatkert hitelét fenyegetik.

A cikk során a szerző folyamatosan utal a fehér elefánt jelentőségére a buddhista kultúrában, mely európai utazók leírásai alapján a britek számára is ismertté vált. Az utazók mesés történetei alapján Nagy-Britanniában számos legenda keringett a fehér elefántokról. A leggyakoribb történetek szerint Sziámban és Burmában a fehérbőrű elefántokat szentként tisztelték, ezért vallási rituálék résztvevői voltak, aranyozott szobában laktak, cukrot ettek, olajban fürödtek stb. Ezek a történetek jó háttérrel biztosítottak a cirkuszi mutatványok sikeréhez. Az 1884-es londoni kiállítás során Barnum, a fehérbőrű burmai elefánt tulajdonosa, szintén az elefántot körülvevő érzelmeket és az általa kiváltott vitákat használta ki. A cirkuszi előadások kérdése kapcsán a szerző körüljárja azt a kérdést is, miért vált elterjedté és elfogadottá a hamis fehér elefántok megjelenése. A cirkuszi mutatványok során gyakran fehér festékkel, krétával vagy hypoval mesterségesen kiféhéritették az elefántokat, melyben Amato szintén a felsőbbrendűség vizuális megnyilvánulását látja.

A tanulmány harmadik részében a szerző a fehér elefánthoz kapcsolódó képes reklámhirdetéseket vizsgálja meg, illetve ezek eszmetörténeti hátterét, mely a brit birodalmi ideológiáról is sokat elárul. A szerző az újabban divatos társadalomtörténeti irányzat, a fogyasztástörténet módszereit is bevonja az elemzésbe és társítja a hagyományos politikatörténeti témához. Így kapcsolódik össze tanulmányában a brit imperializmus és a szappanreklámok történeti elemzése. Amato felvázolja, hogy az akkori fogyasztói kultúra hogyan aknáztta ki a fehér elefánt körül keltett hírverésben rejlő lehetőségeket. A XIX. századi Nagy-Britanniában a reklámok az akkori politikai helyzetet kihasználva főleg a birodalmi létről, koloniális uralomról szóltak, melybe a különleges elefánt és a róla szóló legendák jól beleillettek. A ké-

pes reklámhirdetések olvasótáborát átlagemberekből állt, akik számára az újság birodalmi és faji ideológiát közvetített. A reklámhirdetések különböző szimbólumokat használtak, így például a fehérbőrű elefántot is. Az elefánt többféle jelentést is hordozott az akkori brit emberek számára, így az elefánt a fehér szín, az ázsiai kontinens, a gyarmatok, a bőrszín és az ázsiai emberek megtestesülése is volt.

A XIX. század végi képes hirdetések főleg birodalmi szimbólumokat használtak annak érdekében, hogy a termékeket eladják. A reklámok ilyen módon a gyarmati érzéseket és ideológiát voltak hivatottak erősíteni, melyhez a fehér elefánt tökéletes reklámalanyként bizonyult. A burmai elefánt a fehér szín szimbóluma volt és előzménye a későbbi rasszista hangvételű reklámoknak, melyek már embereket ábrázoltak. A cikk írója szerint ezek a reklámok az európai vásárlóknak szóltak, hiszen a hirdetések középpontjában a fehér szín és a faji tisztaság állt. Amato szerint a szappanreklámok oly módon is összefüggésbe hozhatók a faji gondolatokkal, hogy ezek a reklámok azt sugallták, továbbadható és elérhető az európai kultúra, a fehér bőrszín és az ezzel járó társadalmi, erkölcsi és faji előnyök. A fehér elefántot ábrázoló hirdetés után alig hét hónappal már afrikai gyermekek fehérre mosását ábrázoló szappanreklám jelent meg, mely magában hordozta azt az utalást is, hogy az afrikai gyermekek helyzete javult a szappanhasználatától. Amato megemlíti, hogy ezt a kényes kérdést már több kutató elemezte korábban is, bár eltérő magyarázatok születtek a reklám célját illetően. Abban azonban egyetértés mutatkozott, hogy a reklám ideológiailag szorosan kapcsolódik az 1884-es, Afrika európai felosztását célzó berlini kongresszushoz. Anne McClintock szerint a szappan szimbolikusan képes elmosni a faji-, és osztálykülönbségek bélyegét, és ilyen módon az európai civilizációs küldetés eszköze. Anandí Ramamurthy megközelítése azonban a gazdasági vonatkozásokat helyezi előtérbe, és a reklámot úgy magyarázza, mint az afrikai emberek önkéntes behódolását a brit gyarmatosítók előtt. A szerző álláspontja szerint fontos felismerni és hangsúlyozni ezeknek a képeknek a szerepét és formáló hatását a brit átlagemberek birodalmukról alkotott felfogása kapcsán.

A szerző a politika és a reklám kapcsolatát elemzi, ezáltal cikke arra is példa, hogyan segíti az interdiszciplináris elemzés a teljesebb kép kialakítását, és hogyan erősítik egymást a különböző megközelítésű elemzések. Az elefántról, afrikai gyerekekről szóló reklámok, illetve a fehérbőrű elefánt londoni cirkuszi műsora ugyanazt a faji megkülönböztetést fejezi ki, ahogy Amato fogalmaz, „rasszista humort”. A reklám szövege és képei szerint a *Pears* szappan az afrikai, sötétbőrű gyerekeket fehérre mossa és európaivá

változtatja. A szerző azt a nézetet vallja, hogy ezek a reklámok mélyebb értelmezés szerint azt adták a brit vásárlóknak, amit ők, mint a brit gyarmatbirodalom lakosai látni akartak, vagyis afrikai gyerekeket, akik fehérré akarnak válni, de azt teljesen soha nem érhetik el.

A szerző összefüggésbe hozza ezeket a gondolatokat az Egyesült Államokban a polgárháború utáni politikai helyzetben fellángoló faji vitákkal. Barnum fehérbőrű burmai elefántja a három hónapos londoni tartózkodása után New Yorkba hajózott, ahol szintén komoly kérdéseket vetett fel a bőrszín és faji tisztaság témakörökben. Amato idézi a *The New York Times*, 1884 ápr. 21-én megjelent, „Egy érdekes kísérlet” című cikkét, mely a fehér elefánt példájából kiindulva etióp emberek fehérré festéséről beszél, amely örökre megoldhatná az Egyesült Államok politikai problémáit az afro-amerikai emberek vonatkozásában. A polgárháború utáni Egyesült Államokban az unió jövője volt a tét, mely szorosan kötődött a faji kérdéshez, így az elefánt és mesterséges fehéritéséről szóló történetek nem meglepő módon heves fogadtatásra találtak az amerikai lakosság köreiben is.

Amato cikke tehát azt mutatta be, hogyan vált 1884-ben, a London Zoological Gardenben kiállított burmai elefánt ellentmondások, heves viták és kitalációk főszereplőjévé. A növekvő angol–burmai feszültségek közepette a Londonba érkező albinó elefánt a fehérség eszméjével kapcsolatos faji vitákat váltott ki. A szerző véleménye szerint az elefánt erősítette az európai felsőbbrendűségbe és a brit gyarmati uralkodói szerepbe vetett hitet. A szerző az események rekonstruálása és elemzése során arra a következtetésre jut, hogy először az értelmiség, tudósok és újságírók vetettek fel faji, vallási és gazdasági kérdéseket az állattal kapcsolatban, majd az elefánt állatkerti látványosságából, a nagy érdeklődésnek és tudományos vitáknak köszönhetően viszonylag hamar a fogyasztói társadalom részévé vált. Mint a *Pears'* szappanreklám főszereplője az elefánt és az őt övező faji kérdések eljutottak a brit átlagemberekhez is, és a brit gyarmatbirodalmi szerepet és tudatot erősítették bennük. Amato tanulmánya társadalomtörténeti módszereket felhasználva és egy konkrét példát kiragadva mutatja be, hogyan működött a reklám és a cirkusz mint a birodalmi ideológia közvetítésének eszköze.

Sarah Amato: 'The White Elephant in London: An Episode of Trickery, Racism and Advertising' (A fehér elefánt Londonban. Az ámitás, a rasszizmus és a reklámozás egy epizódja) *Journal of Social History*, vol. 43. (Fall 2009), 31–66.

Kovács Melinda