

Utazó emberek, utazó tárgyak

Wessely Anna

A Kultúra határokkal: bevásárlóturisták és utazó tárgyak a II. világháború utáni Közép-Európában című interdiszciplináris kutatás¹ 1996-ban indult meg a bécsi Nemzetközi Kultúratudományi Kutatóközpont (Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften) támogatásával. Az elkészült tanulmányok szerzői öt országot (Románia, Jugoszlávia, Horvátország, Szlovénia és Magyarország) és három diszciplínát (szociológia, antropológia és történelem) képviseltek.

A bevásárlóturizmus közös érdeklődésünknek megfelelő terepnek ígérkezett a kulturális tanulmányok kelet-európai programjának kialakításához és módszertani reflexiójához. A kulturális tanulmányok tudományos és politikai kontextusa régióinkban sok vonatkozásban különbözik azoktól a feltételektől, amelyek között akár a brit, akár az amerikai *cultural studies* kibontakozott. A marxista-leninista társadalomtudomány-koncepció ugyanis mindig hangsúlyozta a kutatási eredmények (kétségkívül ideologikus) társadalmi, társadalomtörténeti beágyazását, és ennek megfelelően bátorította az interdiszciplináris feldolgozásokat. Mi több, az ideológiák mozgósító erejébe és a kulturális termékek közvetlen szemléletformáló hatásába vetett hit arra buzdította az állampárti bürokratákat, hogy támogassák a művészet és a kultúra társadalomtörténeti vagy szociológiai vizsgálatát, amitől azt is remélték, hogy szélesebb, „tudományosan” megalapozott tudással egészíti ki a titkosrendőrség által szállított információkat „a lakosság hangulatáról”.

A nemzeti kulturális hagyományok folytán a vizsgált országokban – ahol a nemzetépítés folyamata a 19. században a tudománytól az öltözködésig átpolitizálta a kultúrát – elismerték és természetesnek tekintették a társadalmi szerepek, irodalmi műfajok és tudományszakok keveredését. A tudományos kutatást illetően a többség egyetértett Mannheim Károly *bon mot*-jával, miszerint „a valóság a különböző részdiszciplínák területén működő tudósok számára nem tette meg azt a szívességet, hogy jól körülhatárolt diszciplínákban fejlődjék” (Mannheim 1932: 15). Számos kelet-európai országban még mindig eleven például a „szociográfia” hagyománya. Ez az 1930-as évek elején született, a néprajzot és a helyi közösségek szociológiai vizsgálatát, a riporterit és a szépirodalmi módszereket ötvöző, olvasmányos műfaj pozitív fogadtatásra lelt a társadalmi reformok szükségességéről meggyőződött városi középosztályi olvasók köré-

¹ Kutatásvezetők: Wessely Anna és Dessewffy Tibor.

ben. (Nemzetközileg talán legjobban ismert példája Illyés Gyula *Puszták népe* című műve).² A szociográfia feltámasztására tett kísérletek a háború után vegyes fogadtatásra találtak. Ha politikailag ártalmatlannak ítélték őket, a tiszteletre méltó hagyomány igaz követőit üdvözlötték bennük, máskülönben kegyetlenül cenzúrázták vagy betiltották.

Ehhez a helyzethez igazodott a kelet-európai országokban – a periodikusan meghirdetett „reformok” mindenkori állásától függően – az 1960-as évek óta folyó társadalomkutatás. Vagy a megadott ideológiai irányvonalhoz simul, vagy megpróbálta kikerülni a politikai korlátozást a feddhetetlen, „tisztá” tudományba való visszahúzódnak jel-szavával, amit a diszciplínahatárokat szigorúan betartó pozitivisták felfogás képviselt mintegy az „antipolitika” tudományos megfelelőjeként. Így azután az 1989–91-es döntő változásokat nem is kísérte olyan politikai felforgató erejű vagy szakmai szempontból újításokat hozó művek kiadása, amelyek mindaddig az asztalfiókban vártak volna a cenzúra eltörlésére.

Az ideológiai és politikai korlátok megszűnésén örvendező tudósok ugyanakkor gyanakvással szemlélték a nyugati humán tudományokban bekövetkezett, társadalomtörténeti és politikai értelmezéseket eredményező „kulturális fordulatot”, amiben a korábban rájuk kényszerített irányelvek új köntösben való felbukkanását látták.³

A bevásárlóturizmus azért tűnt izgalmas témának, mert a vizsgált időszakban olyan politikailag, gazdaságilag és kulturálisan meghatározott tevékenység volt, amelynek eredményeképp emberek, tárgyak, eszmék és viselkedésmódok áramlottak – kezdetben megszakításokkal, később folyamatosan és egyre nagyobb tömegben – azokon a határokon keresztül, amelyek nemcsak a Keletet választották el a Nyugattól, hanem a régió „baráti” országait is egymástól. A kelet- és közép-európai nemzetállamok közötti határok a második világháború után szigorúan ellenőrzött és csak a kiválasztottaknak átléphető akadályok voltak: a nemzetköziség és a testvériség az állami irányítású politikai és üzleti kapcsolatokra korlátozódott. A hidegháború a kultúrát éppúgy befagyasztotta, mint a politikai életet. A külföldiekkel való kommunikáció tilalma kiszámíthatatlan kockázattal járt még ott is, ahol a hatóságok elnézően kezelték megszegőit. A határok mégis lehetőséget adtak az átkelésre, a tilalmak közötti lavírozásra, a megszakadt érintkezés újjáépítésére. A korlátozások olyan melegházi kultúrákat eredményeztek, ahol minden tiltott gyümölcs magja kicsírázhatott. Amint engedélyezetté vált a közép-európai országok lakossága és a Nyugat közötti levelezés, telefonkapcsolat stb., illetve később az utazás, megindult az emberek és a tárgyak áramlása a határok között. Ezzel együtt kialakultak a „kulturális specialisták” változatos csoportjai, akik a kíváncsi tárgyak – fogyasztási cikkek, eszmék, könyvek és zenei stílusok – és beszerzési források pontos ismeretében e tárgyak „magán”-exportjára és -importjára szakosodtak. A láthatatlan kéz, amelynek segítségével a kereslet találkozott a kínálattal, a turista, a csempész és a feketekezeskedő keze volt. A jelenkortörténet egy árulkodó szeletét képviselő áramlások vizsgálatával azt akartuk megismerni és megérteni, hogy amikor a háború utáni időszakban a külföldi kulturális termékek híre és példányai el-

2 Első kiadás 1934, angol fordításban: Budapest: Corvina, 1967. Hosszan tartó hatásáról és a kulturális tanulmányok számára fontos modellkaraktereiről Peter Burke is írt (Burke 1993: 87).

3 Ugyanezt az érvelést használta a modernista építészek idősebb generációja a posztmodernista építészet historicista, narratív stílusával vitázva az 1980-as évek elején. Az új stílust nem másnak, mint a „szocialista realizmus” modernizált változatának tekintették, amelyet néhány évtizeddel korábban oly örömmel felejtettek el.

jutottak Közép-Európába, akkor mire szolgáltak, s milyen szerepet játszottak a személyes identitás és a kollektív emlékezet, a nemzeti önkép és az idegenekről alkotott képek alakításában.

A hiánygazdaság

Olyan összehasonlító kultúrakutatás tervét próbáltuk kidolgozni, mely nem kényszerít az összevethetőség érdekében azonos kérdéseket és megközelítésmódokat a vizsgálódás eltérően strukturált tárgyaira – a cselekvőkre és a helyszínekre, a fogyasztás, utazás és bevásárlás jogi-intézményes feltételeire. Abban bízunk, hogy minden résztvevő megtalálja a közös téma megközelítéséhez azt a problémát és szempontot, amelyet a saját hazája vizsgálatában a legígéretesebbnek vagy személyesen a legizgalmasabbnak gondol. Mindazonáltal magától értetődő elméleti keretet nyújtott a kutatáshoz Kornai János elemzése a szocialista rendszer minden gazdasági szférájában uralkodó általános, gyakori, intenzív és krónikus *hiányról*, ami a mindennapi tapasztalatban úgy jelentkezett, mint „a megghiúsult vásárlói szándékok okozta mérhetetlen frusztráció, sorban állás, kényszerhelyettesítés, az áruk utáni járkálás és a beszerzések elhalasztása mind a fogyasztók, mind a termelők részéről” (Kornai 1992: 233).

A másik közös kiindulópontot a birminghami Centre for Contemporary Cultural Studies szubkultúra-vizsgálatainak tanulságai szolgáltatták. Ebben az összefüggésben vetődött fel az a kérdés, vajon tekinthető-e a bevásárlóturizmus a köznapi *népi ellenállás* egyik formájának, amely a mindennapi élet állami szabályozását, a megszorításokat és tilalmakat leleményesen kijátszva a politikai tiltakozás sajátos formájaként jelentős szerephez jutott az államszocializmus összeroppantásában az 1980-as évek végén.⁴

Mivel saját magunk társadalomtörténete és etnográfiai leírása volt a feladat, a kutatócsoporton belüli vitákban olyan mozzanatok is szerepet kaptak, amelyek ritkán kerülnek említésre a kutatási eljárások tárgyiasító leírásaiban; például a kutatók életkora, személyes emlékei, politikai tapasztalatai. Esetünkben a kutatók többsége viszont egy vagy két évtizeddel fiatalabb volt, s nekik nem voltak közvetlen élményeik az 1950-es és '60-as évekről. Emiatt hajlottak arra, hogy elfogadják a bevett képet a szocialista országok mindennapjainak egyhangú szürkeségéről, s a kelet-európai államszocializmus bukása után a régió politikusi és újságírói retorikájának hitelt adva szembesítsék azt a nyugati jóléti társadalmak idealizált képével. Mi, idősebbek, gyermekkori emlékeinkre, az egykorú regényekre, naplókra és más forrásokra hivatkozva azt bizonygattuk, hogy az életmódok és túlélési stratégiák az 1950-es évektől a '60-as évek közepéig ennél jóval változatosabbak voltak, illetve adatokat idéztünk annak alátámasztására, hogy a háborút követő újjáépítési időszakban az európai országok többségét hasonló fogyasztási szokások jellemezték. A fiatalabb generációhoz tartozók hitetlenkedve hallgatták beszámolóinkat, majd megkérdőjelezték és újrafogalmazták a kutatás kezdeti, a bevá-

4 Szlovén történész kollégánk, Bozo Repe ezt a feltételezést igyekezett bizonyítani „*A bevásárlóturizmus hatása a kulturális átalakulásra és a háború utáni szlovén életmódra*” (The Influence of Shopping Tourism on Cultural Transformation and the Post-War Slovenian Way of Life) című, a szlovéniai bevásárlóturizmust áttekintő tanulmányában.

sárlóturizmusra korlátozódó céljait. A sokrétűbbnek bizonyuló történeti valóság értelmezése érdekében kiterjesztették a vizsgálatot a fogyasztói mintázatok, illetve a kelet-európai fogyasztás fejlődésének tanulmányozására.

Kiváló bevezetést nyújtanak például a nyugati árucikkekhez kapcsolódó fogyasztási viselkedésről, várakozásokról és mítoszokról, az 1950-es évek olcsó szolgáltató szektoráról a korszak ifjúsági regényei. Mivel ezeknek a könyveknek nagyon szigorú cenzúrán kellett átesniük, utalásaik a társadalmi tagozódásra, életmódra és életviteli törekvésekre minden bizonnyal a hivatalosan is jóváhagyott kollektív tudás részét képezték. Jól szemléltetheti ezt egy részlet egy igen népszerű regényéből, amely egy munkás-kispolgári családban felnövő, tizenéves lány életének eseményeit beszéli el az 1956-os évben. Nagyszüleiivel egy bérházban él Budapest szívében. Rácáfolya a homogenizált, a nyugati világtól tökéletesen elzárt szocialista társadalom mítoszára, hősnőnk az unalmas tanórák alatt francia sanzonszövegeket tanul, a szünetben bonyolult rock and roll-figurákat gyakorol a folyosón, ellenállhatatlannak találja, és végül megveszi a sarki ruhatisztító kirakatában lógó, Brazíliából érkezett lila kosztümöt.⁵ Kíméletlenül pontos kép él benne a házukban lakó családok, valamint az ismerősök anyagi és társadalmi helyzetének, életmódjának különbségeiről. Mi több, csakúgy, mint a regény többi szereplője, magától értetődőnek látja e különbségeket mint megkérdőjelezhetetlen társadalmi adottságot. Az általános iskola befejezése után egy fodrászüzletben dolgozik, ahol a rendszeres vendégek köre minden társadalmi rétegre kiterjed:

... reggel fél hétkor nyit. ... Azért kell ilyen korán kinyitnia, mivel a sok dolgozó nő ez idő tájt érkezik. Gépirónők, hivatalnokok, akik nyolckor vagy fél kilenckor kezdik a munkát, és előtte fényesre akarják mosatni és csinosra fésültetni a hajukat. Háziasszonyok is érkezhetnek korán, cipelik bevásárlókosarukat, és mennek bevásárolni, miután hajukat megcsináltatták. ... Később, 9–10 óra tájt másfajta nők érkeznek: elegáns hölgyek, ügyvéd-, orvosfeleségek, de még a közeli színház színésznői is. ... mindenki más, és itt, a fodrászüzletben a nők mind beszélések lesznek. Még az elegáns hölgyek is! Elmesélik, hogy hova mennek üdülni, hol lehet valódi, ausztrál gyapjúruhát vásárolni. ... A ruha alapján nem lehet mindig megmondani, hogy ki hova tartozik. Nemritkán előfordul, hogy nagyon egyszerűen öltözött asszonyok magas rangú funkcionáriusok. Csak véletlenül tudták meg, hogy az a középkorú asszony, aki copfban hordja a haját és mindig sötét kabátot visel... valójában miniszterhelyettes! ... És ők csodálkoztak, és sajnálták ezt az asszonyt, amiért olyan „ódivatú”. Pedig lehetett volna akár több tucat ausztrálgyapjú-szvettere, és annyi nyugati holmija, amennyit csak akart. Hiszen éppen eleget utazik külföldre. De nem törődött ezzel, pedig még nem is volt nagyon öreg. Hát nem különöseks az emberek? Az a kis Mihályiné, aki csak egy főpincér felesége, százszor jobban öltözködik, mint a miniszterhelyettes (Gergely 1962).

5 A külföldi rokonok ruha- és élelmiszer-csomagokat küldhettek Magyarországra; a történetben szereplő kosztümöt azzal a meghatalmazással adták a ruhatisztítónak, hogy adja el. Az ezen árucikkkel való privát árukereskedelem fontos részét képezte a csomagot kapók jövedelmének, a nyugati divat ezen csodái pedig információt és mintát nyújtottak a vásárlóknak. A „csomagból származó” ruhák olyan nyilvánvalóan különböztek az állami áruházakban kapható termékektől, hogy idős hölgyek kedvenc foglalatosságává vált a kávéházi teraszról mustrálni az elhaladókat, s megállapítani, melyik öltözkészlet milyen csomagból származhat.

Alkalmazkodási stratégiák

A turisták alkalmi vásárlásaitól a bevásárlóturizmust az különbözteti meg, hogy az utóbbinál az emberek kifejezetten azért utaznak külföldre, hogy személyes fogyasztásra vagy eladásra olyan árucikkeket szerezzenek be, amelyek hazájukban nehezen vagy egyáltalán nem kaphatók. A szocialista rendszerben a bevásárlóturizmus az informális magángazdálkodás egyik formája volt, s mint ilyen, becsülte a közvélemény s átkozta a sajtó, messze eltúlozva gazdasági súlyát és társadalmi jelentőségét. Ezt a túlzást veszi át az értelmezés, amely a bevásárlóturizmust a politikai ellenállás egyik formájának tekinti. Ha megvizsgáljuk a kelet-európai fogyasztók, bevásárlók és kereskedők törekvéseit és gyakorlatát az 1960–80-as években, akkor inkább az örökké változó körülményekhez való alkalmazkodási stratégiákat látunk, amelyek felfedeztek és kihasználtak minden lyukat és rést a központosított tervgazdálkodás, az államilag ellenőrzött redisztribúció és kereskedelem nyilvánvalóan diszfunkcionális rendszerében. Előbb-utóbb felvetődik az elkerülhetetlen kérdés: vajon az „ellenállásnak ezen hőstettei” az elkövetők leleményessége, avagy inkább a hatóságok elnézése miatt terjedhettek el? Hiszen igen hamar nyilvánvalóvá lettek az árnyékgazdaságban tevékeny kiskereskedelmi ügyletek fölötti szemet hunyás gazdasági előnyei és jótékony társadalmi hatásai.⁶ Az olcsóbb fogyasztási cikkekhez való hozzájutás a szegényeknek, a legújabb divatot képviselő tárgyak megszerzése a gazdasági és politikai tőkefelhalmozásban megakadályozott középosztály számára volt fontos. Az utóbbi e téren nem sajnált semmilyen erőfeszítést – mint azt Djurdja Bartlett „*Fogyasztói kiáltvány a bevásárlóturizmus védelmében*” című, alábbiakban közölt tanulmánya is bizonyítja.⁷

A hivatalos ideológiát meghazudtolva a közép- és kelet-európai szocialista (avagy népi demokratikus) köztársaságok lakossága cseppet sem volt homogén. Következésképpen a bevásárlóturizmusnak is más-más jelentése és funkciója volt a különböző társadalmi rétegek életében. Az értelmiség mint szocialista „középosztály” számára a presztízs-növelő fogyasztást, a társadalmi különbségek megteremtését és fenntartását szolgálta; a vállalkozó alsó középosztályi vagy munkáscsempészek számára a rendkívül alacsony jövedelmük kiegészítésére, esetenként kisebb vagyon felhalmozására adott lehetőséget. A lakosság zöme ritkán vagy sohasem utazott külföldre, de szívesen vette meg az olcsó árukat, amelyeket a bevásárlóturisták, a kishatárforgalom áldásait élvező szerencsések és a feketézők kínáltak – sokáig csak informális csatornákon keresztül, majd a viszonylag kevés szabályozott piacokon. A bevásárlóturizmus funkciója és politikai súlya különbözött az egyes kelet-európai országokban, nagymértékben függött az egyes nemzetgazdaságok gazdaságpolitikai változásaitól.

6 Három szocialista ország személyes fogyasztásáról készített összehasonlító tanulmányának konklúziójában Václav Holesovsky azt írja: „az a lehetőség, hogy az ember biztosíthatott magának egy annyira áhított, tartós fogyasztási cikket, messzemenő következményekkel járt az emberek viselkedésére. [...] általános társadalmi stabilizátor szerepet töltött be azáltal, hogy behelyettesítette a társadalmi és politikai rendszer megreformálására irányuló törekvést, helyébe az itt és most elérhető szükségletkielégítést állította. A tartós fogyasztási cikkek tehát a társadalmi stabilizáció kommunista politikájának relatíve kifinomult eszközei, amelyek részben kiváltják a közvetlen szabályozást és elnyomást (Holesovsky 1965: 631).

7 Szintén e kérdéssel foglalkozik Alenka Švab „*Egyszerűen meg kellett szerezned!*» *Szlovén bevásárlóturizmus a szocializmus idején*” („You Simply Had to Have It!” Shopping Tourism under Socialism. The Case of Slovenia) című, a kutatás keretében készült tanulmánya.

A kutatócsoport szerb, horvát és szlovén tagjai amellel érveltek, hogy az egykori Jugoszláviában a hatóságok elnéző viselkedése a kisebb kaliberű csempészekkel és a magánbehozattal szemben nyilvánvalóan része volt a rendszer politikailag nagyon is hatékony önlegitimációjának. Lengyelországban a kínálat hiánya a lakosság vásárlóerejéhez viszonyítva – amit Kornai kényszermeztakarításnak nevez – sok embert késztetett arra, hogy az informális gazdaság felé forduljon, amely a '80-as évek végére az egész kontinenst átszította a félegális lengyel kereskedők hálózatával. A magyar gazdasági reform más megoldást választott: drasztikusan csökkentette a lakosság vásárlóerejét, miközben bővítette a piaci kínálatot, ezáltal bátorítva-kényszerítve mindazokat, akik tehettek, hogy hivatalos jövedelmüket saját maguk kizsákmányolása, a terjeszkedő „második gazdaságban” való napi 6–8 órányi túlmunka árán egészítsék ki, s így beszerezhesék az annyira áhított luxuscikkeket. Az 1980-as évekre ez az erőfeszítés már csak arra volt elegendő, hogy fenntartsa az egy évtizeddel korábban megszokott életszínvonalat. Végezetül, a vizsgálatunkba felvett országok közül az 1970–80-as évek Romániája képviselte a gazdasági autarchia klasszikus sztálinista képletét: korlátozta mind a kínálatot, mind a keresletet, és csaknem teljesen elérhetetlenné tette a fogyasztási cikkek beszerzésének alternatív csatornáit – az utazást, a kis léptékű magántermelést és -kereskedelmet. Az igényeknek, a leleményességnek persze nem parancsolhatott, mint az kiderül Liviu Chelcea itt közölt, „*A hiány kultúrája az államszocializmus idején. Áruk, fogyasztók és stratégiák egy román faluban a nyolcvanas években*” című tanulmányából is.

A bevásárlóturizmus változatai

A kutatás középpontjában a kelet-európai államok közötti turizmus és a Kelet- és Nyugat-Európa, különösen Ausztria közötti turistaforgalom állott, hiszen Ausztria volt a kelet-európaiak számára a legközelebbi ország a vasfüggöny túlsó oldalán, és sokáig az osztrákok (és valamivel később a németek) jelentették a külföldi turistát a világnak ezen a részén.

A turista vásárlásai nagyjából kétfélek: vagy szabadidős tevékenységi formát, vagy racionális gazdasági tranzakciót képviselnek. Az előbbivel kapcsolatban érdemes arra emlékeztetni, hogy már az első, Thomas Cook által szervezett utazásajánlat-csomagnak (1844-ben) is része volt a felkeresni ajánlott külföldi boltokról adott tájékoztató. Az utazók vásárlási igényének kielégítése a nemzetközi turizmus mint iparág egyik legjobban fejlődő területe. Minél jobban fokozódik a turista nyomasztó irrealitásélménye azáltal, hogy sem gyakorlati, sem személyes kapcsolata nincs a felkeresett helyszínekkel és emberekkel, annál nagyobb részét tölti ki a külföldi tartózkodás idejének a vásárlás és az étteremről étteremre vándorlás, ahol a környezethez való viszony bejáratott mintázataira támaszkodhat, melyek segítenek elúzni a céltalanság vagy unalom kiváltotta szorongást.

A turisták bevásárlása máskor viszont egyszerű, gazdaságilag racionális cselekvést képvisel. Mindenki szívesen él a repülőtereken vagy komphajókon a vámmentes vásárlás lehetőségével, s nem szalasztja el az alkalmat, hogy külföldön beszerezze azokat az árukat, amelyek ott köztudomásúan jóval olcsóbbak, mint hazájában. Ugyanez a gazdasági racionalitás figyelhető meg azon osztrák és német állampolgárok esetében, akik rendszeresen járnak Keletre, hogy nagy mennyiségben olcsó élelmiszert vásároljanak, és igénybe vegyék az olcsó, de minőségi szolgáltatásokat (a fogorvosnál, látszerésznél,

kozmetikusnál, fodrásznál stb.). De mindez ritkán fejlődik a szomszédos országok közötti árkülönbségek oly kiterjedt és szisztematikus kiaknázásává, mint amit a kelet-európai turisták műveltek. Tevékenységük sokrétűsége és nagy volumene számos tényezővel magyarázható. Egyrészt minden központi irányítású nemzetgazdaságban másképp alakult az állami ártámogatások rendszere, másrészt előfordult, hogy miközben az egyik országban krónikus hiány keletkezett valamilyen árufajtából, addig azt a határon túl nagy mennyiségben be lehetett szerezni.

A turizmussal foglalkozó nemzetközi szakirodalom kevés figyelmet fordított a szocialista országok közötti mozgásokra. A szocialista tömb fogalmának elterjedése nyomán nem vett tudomást az országokat elválasztó határokról és a kelet-európai országok közötti utazás gátjairól, amelyek pedig csak az 1960-as években kezdtek ledőlni. Alig kapott figyelmet a Magyarországon tartózkodó jugoszláv turisták vagy a Csehszlovákiában nyaraló magyarok motivációja és tevékenysége – annak ellenére, hogy a régióon belül a bevásárlóturizmus nagy részét a '60-as évek közepétől a '80-as évek elejéig, és bizonyos esetekben még ma is, az ő mozgásaik és tranzakcióik alkották. Az érintett országok vámhatóságai hasztalan próbálkoztak a magánbehozatal korlátozásával. 1964-ben a magyarok vízumkényszer nélkül utazhattak Csehszlovákiába. Következésképpen az összes magyar turista több mint 70%-a Csehszlovákia felé vette útját. Ugyanabban az évben a mindennapi fogyasztási cikkek közül soknak az ára 20–40%-kal csökkent Csehszlovákiában. A csehszlovákiai magyar bevásárlók által az országból kivitt pénzmennyiség a Magyar Nemzeti Bankot is beavatkozásra készítette a nemzeti valuta védelmében. Noha akkoriban a magyar állampolgárok éves kerete cseh korona váltására igen szűkre szabott volt, a sajtóban egyszerre megsokasodtak a beszámolók és szidalmak azokról, akik gyógyszert vagy szalámit csempésznek Csehszlovákiába, amit aztán eladva nagy tételekben vásárolnak s értékesítenek magánjellegű csatornákon Magyarországon hiánycikkeknek számító, olcsó cseh termékeket, például gumicsizmát. A szomszédok nem késlekedtek a válással. A cseh vámszabályozás módosítása azokra a termékekre vonatkozóan, amelyek exportját egyáltalán nem, illetve csak 100%-os vámilleték kifizetése mellett engedélyezték, egyértelműen a magyar bevásárlók által leginkább keresett árucikkeket célozta meg.⁸

A Nyugat-Európából származó magánbehozatal sokkal kisebb mértékű volt, a lapok azonban számos olyan megvetendő alakra tudósítottak, akik megragadták az alkalmat, hogy minden harmadik évben turistaként utazhassanak Nyugatra, de múzeumlátogatás vagy a festői tájakban való gyönyörködés helyett nem átalloztak csak egy-két napra Ausztriába utazni, hogy minden pénzüket zsebrádiókra, márkás órákra, golyóstollakra, neonharisnyákra, divatos sálakra, napszemüvegekre vagy esőkabátokra költseik.⁹

8 A lista élelmiszereket (vaj, rizs, dió, szárított gyümölcs, hús, hal), államilag erősen dotált fogyasztói cikkeket (gyerekcipők és alsóruházat, sport- és kempingkiegészítők) és bizonyos műszaki cikkeket vagy minőségi termékeket (a hordozható rádiókészülékektől a rozsdamentes acélból készült evőeszközökön át a jó minőségű gumiabroncsokig) tartalmazott. A fenti adatok Sárdi Dánielnek a Csehszlovákia és Magyarország közötti bevásárlóturizmus történetéről írott tanulmányából származnak.

9 A bevásárlóturizmusról a médiában megjelenő képpel foglalkozik többek közt Darja Kerec „*A szlovén hatóságok és a sajtó viszonya az Ausztriába és Olaszországba irányuló bevásárlóturizmushoz*” (The Attitude of Slovenian Authorities and the Press toward Shopping in Austria and Italy), és Dessewffy Tibor „*Spekulánsok és utazók. A turista politikai konstrukciója a Kádár-rendszerben*” (Speculators and Travelers. The Political Construction of the Tourist in the Kádár Regime) című tanulmánya.

Bármit írt is az újság, bármilyen magasra rúgtak is a kiszabott bírságok, egyre jobban terjedt a magánbehozatal és a „bőröndgazdaság”, az 1980-as évekre pedig már a félig formális piacuk is kialakult a piacterek mellett vagy a külvárosokban. Köznyelvi elnevezésük sokatmondó: Magyarországon eleinte lengyel piacnak hívták, mintegy elismerve azt a ténytet, hogy a legtöbb kereskedő Lengyelországból érkezett; később KGST-piacként emlegették, azt az ironikus felismerést tükrözve, hogy ezek a piacok a magánadás-vétel korábbi gyakorlatát kibővítve szisztematikusan kiaknázták és egyben korrigálták a bürokratikus irányítású államközi kereskedelem fogyatékosait.¹⁰ Végül az 1990-es évektől kezdve kínai piac a nevük, jelezve a kínai kereskedők és áruk térnyerését, valamint a korábbi szocialista országok közötti árkülönbségek kiegyenlítődsét.

Mindazonáltal nem tűntek el teljesen a határkereskedelem régi formái. Megmaradtak például Magyarország keleti határain, ahol új szereplők bukkantak fel: a Törökországból, Ukrajnából, a balti államokból és a volt szovjet tagköztársaságokból érkező kereskedők. A hatóságok megtűrik jelenlétüket, hiszen az elszegényedett állampolgárok egyre növekvő tömege nem tud máshol vásárolni, csak ezeken a piacokon, amelyek továbbra is rossz minőségű, de olcsó árukat kínálnak. A szociológusok és etnográfusok által készített felmérések és interjúk értékes információt nyújtanak az eladásra kínált áruk összetételéről, a kereskedelem mértékéről és az érintett szereplőkről. Általában az ukrán és a román árusok rossz minőségű, de nagyon olcsó ruhákkal, szerszámokkal, üvegárukkal és háztartási kiegészítőkkel kereskednek, míg lengyel és török riválisaik a drágább, de jobb minőségű divatárukra szakosodnak (Kókai 1995: 238–251).

Az 1990-es évek gazdasági válságai miatt sok ukrán, állami tulajdonú gyárban dolgozó munkás hónapokig egyáltalán nem, vagy nagyon későn, az időközben devalvált pénzben kapott fizetést. Számukra az egyetlen túlélési mód volt, ha ellopták a gyár termékeit, és eladták a határ túlsó oldalán. Sokan azok közül, akik részt vettek ebben a kereskedelemben, mára elegendő tőkét gyűjtöttek ahhoz, hogy kiterjessék az üzletet, és szinte rendszeresen működő, nagy társadalmi és kereskedelmi kapcsolatrendszerrel rendelkező kereskedőkké váljanak. Legtöbbjük 30–35 éves férfi. A kiskaliberű kereskedelem alacsony társadalmi presztízsű, kis hasznot hozó túlélési stratégia maradt, amelyet főleg vidéki asszonyok gyakorolnak (Csita, Ivaskin, Orbán és Varga 1995: 253–261).

Ha a szegény emberek piacán a szereplők többsége rendszeresen megsérti az összes létező vám- és adószabályt, úgy a Magyarország déli határainál folyó kereskedelmi tevékenység megszegte mind a helyi törvényeket, mind pedig a háború alatt a Jugoszláviával való kereskedelmet tiltó nemzetközi embargót. Míg a háború előtt a déli határ menti magyar városok sietve építették egyre-másra a bevásárlóközpontokat a jugoszláv bevásárlóturistáknak, a legális kereskedelem hirtelen véget ért, és aki addig ebből élt, egyik napról a másikra munkanélküli lett. Sokan áálltak arra, hogy illegálisan benzint és fegyvert csempésszenek Jugoszláviába.

A szakirodalom hemzseg a turisták bizonytalan helyzetére vonatkozó általános megfigyelésektől, de alig szól a szocialista országokból Nyugatra, illetve a Nyugatról Kelet-Európába utazó turisták viselkedéséről, eltekintve az újságok anekdotikus tudósítása- itól a „keleti” turisták abszurd vagy legjobb esetben sajnálatra méltó viselkedéséről (a hamburgi szupermarketben az ingyenes műanyag bevásárlótáskák tucatjaival távo-

¹⁰ Ebből a szempontból sokat tanultunk Sik Endre kutatásaiból az informális piacokról.

zó szovjet matrózokról, a római műemléképület tövében álldogáló lengyel turistáról, aki képtelen megértetni reménybeli vásárlóival, hogy egy doboz Nivea krémet kíván nekik eladni, a bécsi Mariahilferstrassén nyakon csípett magyar bolti tolvajról stb.)

Pedig nem tanulság nélküli jelenség a kelet-európai turizmus Nyugaton. Amikor néhány kelet-európai országban enyhült a nyugati kiutazás szabályozása, a tehetősebb rétegek úgy döntöttek, hogy mintegy három-négy havi fizetésüket az útlevel, a szükséges vízumok és a legálisan vásárolható kemény valuta beszerzésére áldozzák. Amikor végül átkeltek a határon, akkor kellett rádöbbenniük, hogy hazájukban az átlagos havi jövedelem jóval alatta marad azoknak a minimális szociális juttatásoknak, amelyekre a szomszédos állam lakosai jogosultak, s ők maguk a legnagyobb erőfeszítéssel sem osztozhatnak soha a tipikus „nyugati” turista tevékenységeiben és tapasztalataiban. Az utazás esetükben azt jelentette, hogy a magukkal hozott konzerveken éltek, ingyenes szolgáltatásokra vadásztak, unalmas távoli rokonokat vagy a barátok barátait látogatták egy kiadós lakoma vagy egy-két nap ingyen szállás reményében, és ha nagy ritkán be-merészkedtek egy olcsó étterembe, szembesülniük kellett a pincérek gúnyos mosolyá- val, amikor mindössze egyetlen előételt rendeltek. Miután türelmesen kiállták ezeket a megpróbáltatásokat, a legtöbben úgy érezték, hogy az elszenvedett megaláztatásokat mind maguk, mind pedig az otthoniak előtt igazolniuk kell az utazás trófeáinak büs- ke mutogatásával: a megtekintett nevezetességek fotóival és a fillérenként összekupor- gatott pénzen vett, ritka nyugati holmikkal.¹¹

A gyakori nyugati utazás kiváltságnak számított. A legnagyobb presztízszel azok a szakmák büszkélkedhettek, amelyek a hivatalos kiküldetések reményével kecsegtettek. A diplomata, a külföldi tudósító, a külkereskedő pályája vonzotta a fiatalokat, a kamion- sofőröket és a stewardesseket pedig valóságos hősöknek látta a népi képzelet.¹² Hason- ló logikával igazolta önmaga és az otthoni közösség előtt a Németországban vagy Ausztriában dolgozó jugoszláv vendégmunkás is azt, miért törődik bele a relatív bőség reményében a sok évi kemény munkába és megaláztatásba.¹³

Nem kevésbé izgalmas téma a nyugat-európai turisták ismerkedése a szocializmus- sal. A Kelet-Európába érkező nyugati munkás vagy kispolgár turista megkülönböztető tiszteletre számíthatott, s arra, hogy relatív gazdagságát általános irigység övezi. Mint Böröcz József megjegyzi, a szállodaigazgatók és programszervezők is mintegy arra biz- tatták, hogy „Keleten” csak nyugodtan viselkedjék úgy, mint az ültetvényes a hajlongó bennszülöttek körében (Böröcz 1996).

Előbb-utóbb felvethető ellenünk, hogy a bevásárlóturizmus tárgyalása olyan, telje- sen különböző jelenségeket mos össze, mint amilyen egyfelől a szuvenírok vásárlása, másfelől pedig a feketekereskedelem. Az ellenvetésre két válasz is adható. Egyrészt, noha a „turista” jogi kategóriája olyan külföldi látogatót jelöl, akinek gazdasági tevé-

¹¹ A Gayer Zoltán „Fényképtások. Amatőrképek a rendszerváltás előtt és után” című tanulmányában elemzett turistafényképek legérdekesebb példányai azzal a céllal készültek, hogy – elfelejtve a kelet-euró- pai turista fájdalmasan megtapasztalt kisebbségi érzését – úgy örökítsék meg magukat, mintha e kivé- teles napokban a bőség társadalmának tagjai közé tartoztak volna (lásd Gayer 1998).

¹² Erről bővebben Hammer Ferenc ír „Benzinszagú Szindbád. A kamionos mint népi hős a szocialista Ma- gyarországon” (A Gasoline Scented Sindbad. The Truck Driver As a Popular Hero in Socialist Hungary) cí- mű tanulmányában.

¹³ Mindezt, valamint a „nyugati” életmódhoz való igazodás válfajait elemzi Horváth György „Szenvedés és legitimáció” című esszéje.

kenysége a fogyasztásra korlátozódik, a szocialista országokból érkező turisták többsége kénytelen volt a kereskedelem valamilyen formájában részt venni, hogy külföldi tartózkodásának költségeit fedezhesse. Továbbá, mivel a külkereskedelem a szocialista országokban állami monopólium volt, mindazok, akik bármiféle kereskedelmi tevékenységet kívántak folytatni külföldön, arra kényszerültek, hogy turistának álcázzák magukat. A csekély haszonnal járó kiskereskedelem mellett, amely azonban még így is hozzájárult a háztartás fenntartásához, és sokszor emelte a benne részt vevők életszínvonalát, a nagy haszonnal járó üzletet az olyan árukkal való kereskedelem biztosította, amelyeknek kivitele tilos volt. Ide tartozott a képző- vagy népművészeti alkotások, régiségek, védett növények és állatok exportja Nyugatra, illetve a COCOM-listás, stratégiáinak minősülő termékek eladása Keletre. (Ez utóbbi termékek különös státusát jellemzi, hogy a magánúton behozott műszereket, komputeralkatrészeket többnyire állami vállalatok és kutatóintézetek vásárolták fel és szerelték össze.)

Másrészt az illegális kereskedő és a turista társadalmi szerepe nem zárta ki egymást. Gyakran az adott helyzet által kínált vagy megtagadott feltételektől függött, hogy melyik szerep kerül előtérbe. A romániai Alexandru Vári tanulmánya egy egyedi forrást elemez: egy visszavonult feketéző memoárját, aki részletesen beszámol jugoszláviai üzleti útjáról nem sokkal az 1989-es romániai forradalom után. Mivel a románok csak nagyon különleges esetekben utazhattak a nyugati országokba, a Jugoszláviáról mint földi paradicsomról kialakított mítosz a gazdagnak hitt jugoszláv turisták ezreiről szerzett benyomásokon alapult, akik az 1970-es és '80-as években mindenféle luxuscikkeket árultak a romániai feketepiacokon. A mi feketézőnk útja egyre nyugatabbra vezetett – Kládovából Nisen és Szarajevón keresztül Mosztárba és Dubrovnikba –, mivel a határhoz közeli területeken a bolgár és orosz feketekereskedők erősebbnek bizonyultak nála. Minthogy az üzlet rosszul ment, elegendő ideje maradt arra, hogy körülnézzen, és felfedezze a „festői vidéket”. Minél távolabb került Romániától, annál inkább úgy érezte magát, mint valami iskolai kirándulás résztvevője. Csempészként kezdte, s turista lesz belőle. Dubrovnikai élményei egészen fellelkesítik: „ezen a helyen mi, feketézők, akiket ez idáig csak a nyereség érdekelt, üzletről, drágaságról és gondokról megfeledkezve szinte a mennyországban éreztük magunkat. Végre, mondtuk magunknak, egyszer mi is turisták lehetünk.”¹⁴

„Honosított” tárgyak és eszmék

Noha a legtöbb ez idáig érintett téma a kereskedelemmel, tárgyaival és módozataival foglalkozik, kutatásunk központi kérdése egészen másra vonatkozott: az eszmék és a tudás láthatatlan importjára, a mítoszok és sztereotípiák körforgására, a „társadalmilag megszervezett álmodozás” folyamatára (Urry 1990: 83), hogy jobban megérthessük a „minden nyugati dolog” (Appadurai 1990: 1–24) iránti csillapíthatatlan éhséget, a fogyasztói társadalomba való szocializációt, a nyugati árucikkek jelvényfunkcióját a helyi identitások formálásában. (Az idézett példák is jelzik, hogy a „nyugati” kulturális érte-

14 Vári tanulmányának címe: „Megélt tapasztalatok és örökölt jelentések. Egy román csempész esete” (Lived Experience and Inherited Meanings: The Case of a Romanian Blackmarketeer).

lemben éppen olyan relatív jelző, mint földrajzilag.) Ezen folyamatok világos átlátása nélkül aligha érthetjük meg a régió lakosságának zökkenőmentes átállását 1989 után a reklám és az önstilizálás késő kapitalista formáira.

Románia kivételével a fogyasztást a szocialista országok sajtója soha nem bírálta olyan könyörtelenül, mint a nyugati értelmiségi kritika. Ellenkezőleg, a hivatalos propaganda az 1950-es évek elején meghirdetett Malenkov-program óta arra az álláspont-ra helyezkedett, hogy a nehézipar megteremtése után eljött az ideje a könnyűipar fejlesztésének, vagyis a fogyasztói cikkek kibővített termelésének. A nagygyűlések szónokai a társadalmi haladást az életszínvonal emelkedésével és a fogyasztás növekedésével mérték és ünnepezték. A gazdasági reformok szükségessége óvatos modernizálási stratégiát alakított ki, amibe a tudatos fogyasztói nevelés is beletartozott. A szocialista országokban megrendezett nemzetközi vásárok többek közt megjelenítették azt a „világszínvonalat”, amihez a hazai termelésnek fel kellett zárkóznia. Ezeknek a vásároknak a látogatása mint kirakatnézés és virtuális vásárlás, a minőségre és funkcionális követelményekre fordított figyelem és a különbségekre érzékeny értékelés iskolájává lett. Kitzinger Dávid és Gecser Ottó „Vásári mulatságok. A Budapesti Nemzetközi Vásár mint virtuális bevásárlótúra” című, alábbiakban közölt tanulmánya ennek a folyamatnak a szakaszait és eredményeit követi nyomon.

Az utazó eszmék és tárgyak migrációjuk folyamán jellegzetes átalakulásokon mennek keresztül. Új jelentést nyernek, ahogyan átszínezi őket a helyi használat. Ebben a formában a helyi csoportok önazonosságának átértelmezésében is támpontokként szolgálnak. Ahhoz, hogy a globális jelenségek gyökeret verhessenek, először „honosodniok” kell (Appadurai 1990). Ennek a kreatív átalakításnak az eredményét általában a jelentések hibridizációjaként emlegetik.¹⁵

De talán az ifjúsági kultúra, s különösen a beatzene kínálja a legjobb példákat a jelentések újratertetésére. Ez a zene éppoly felrázó, sőt felforgató volt Kelet-Európában, mint Nyugaton, még akkor is, ha a rajongók tömegei csak kivételes esetekben értették, miről szólnak a dalok. Érezték a zene újdonságát és lendületét, és belevetítették a maguk lázadását, dühét és szentimentalizmusát. Az importált formák bátorították és elősegítették azoknak az érzéseknek a kifejezését, amelyek korábban is jelen voltak, de nem találtak megfelelő artikulációs formát. Hasonló folyamat figyelhető meg az 1980-as években a számítógépek elterjedésével. Kialakult – különösen Jugoszláviában és Magyarországon – a számítógépes hackerek és programcrackerek specifikus kultúrája, akik megteremtették saját kommunikációs hálózatukat és kifejezőmódjukat, a maguk különleges verbális és vizuális nyelvét, míg végül szabályos crackpartikat szerveztek a „művelődési házakban”. Ezeket az intézményeket eredetileg köztudomásúlag a „szocialista személyiségek” kollektíváinak kialakítására szánták. Az eszményi szocialista személyiségek azonban létre sem jöttek, vagy ha mégis, a művelődési házakban nem mutatkoztak.

15 Egy divatcikk jelentésének átértelmezését elemzi Oblath Márton „Egy rendelésre készült Chanel kosztüm, Magyarország 1966” (A Bespoke Chanel Suit in Hungary in 1966) című tanulmánya arról, hogyan vált valaki Magyarországon egy mérték után készített Chanel-kosztüm boldog tulajdonosává, milyen jelentést kapcsolt hozzá viselője és annak baráti köre, hogyan „honosította” és hasonította magához az idegenből átvett tárgyat.

Nemcsak emberek és tárgyak utaznak, az eszmék is átlépik a határokat. A kritikai kultúrakutatás is ezen eszmék egyike, a jelen kutatásunk pedig annak kelet-európaivá „honosított” formája.

B. E. fordítása

Hivatkozott irodalom

- Appadurai, A. (1990): Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In *Public Culture*, 2(2).
- Böröcz J. (1996): *Leisure Migration*. Oxford: Pergamon Press.
- Burke, Peter (1993): *History and Social Theory*. Ithaca: Cornell University Press.
- Csöste, A., Ivaskin A., Orbán S. és Varga S. (1995): Csencselők és maffiózók Kárpátalján. In *Szabolcs-Szatmár-Beregi Szemle*, 30.
- Gayer Zoltán (1998): Fényképaktusok. Amatőrképek a rendszerváltás előtt és után. In *Replika*, 33–34: 87–102.
- Gergely M. (1962): *Szöszki*. Budapest: Móra Ferenc Könyvkiadó.
- Holesovsky, V. (1965): Personal Consumption in Czechoslovakia, Hungary and Poland, 1950–1960: A Comparison. In *Slavic Review*.
- Kókai S. (1995): A nyíregyházi, ún. KGST-piac nemzetközi vonzása. In *Szabolcs-Szatmár-Beregi Szemle*, 30.
- Kornai, J. (1992): *The Socialist System: The Political Economy of Communism*. Princeton: Princeton University Press.
- Mannheim, K. (1932): *Die Gegenwartsaufgaben des Soziologie: Ihre Lehrgestalt*. Tübingen: J. C. B. Mohr.
- Urry, J. (1990): *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.