

VALUCH TIBOR**Csepel bicikli, Caesar konyak,
Symphonia, Trapper farmer****A fogyasztás és a fogyasztói magatartás változásai
a szocialista korszakban**

Az 1945-öt követő korszak fogyasztástörténeti szempontból három szakaszra osztható: az 1945–1949 közötti szűk fél évtizedben felszámolták a második világháborús károkat, fokozatosan helyreállították a fogyasztási igények kielégítését szolgáló ipari és kereskedelmi kapacitásokat, stabilizálták az ellátást, és lassan bővítették az áru kínálatot. Az 1949–1965 közötti másfél évtizedet előbb a hihetetlen szűkösség, a fogyasztás drasztikus visszafogása jellemezte, majd az 1956-os forradalmat követően megkezdődött a fogyasztás politikai, ideológiai eredetű visszafogásának fokozatos korrekciója. Az 1960-as évek második felétől bontakozott ki az utolsó, mintegy két évtizedes szakasz, amikor is az ellátás színvonala stabilizálódott, a hiány mérséklődött, a fogyasztási lehetőségek bővültek, majd az 1970-es évek végére a bevásárlóturizmus szinte általános jelenséggé vált. A fogyasztás – lényegében a „vágy titokzatos tárgyától” függetlenül – a társadalmi presztízs kifejezésének egyik alapvető eszköze lett. Az 1980-as évekre az általános áruhiány Magyarországon lényegében megszűnt, viszont a szezonális és keresett cikkek hiánya időről időre továbbra is előfordult. Az egyes emberek, csoportok fogyasztási igényeit, törekvéseit a divat mellett egyre inkább a minőségi igények előtérbe kerülése határozta meg.

„A kommunista rezsim összeomlása Kelet-Európában közvetlen összefüggésben volt a rendszer alacsony hatékonyságával, azzal, hogy képtelen volt az állandóan megígért fogyasztási szint elérésére, fenntartására és finanszírozására. A fogyasztói árak alacsonyan tartásához szükséges állami támogatások egyre nagyobb mértékben emésztették fel azokat az eszközöket, amelyek a tőke és a munka alacsony hatékonysága miatt szükségesek lettek volna a gazdasági növekedés megvalósításához” –

írja Stephan Merl.¹ Amihez azt tehetjük hozzá, hogy az 1980-as években a tervszerűség jegyében igyekeztek korlátozni a fogyasztást – ám az 1950-es évekkel ellentétben a Kádár-korszak Magyarországon már nemcsak a gazdaságpolitika eszközeivel, hanem „tudományosan megalapozott normák” propagálásával próbálták befolyásolni a „fejlett szocializmust építő emberhez méltó” fogyasztási igényeket.

A fogyasztás szerepe a Kádár-kori hétköznapiakban

A Kádár-korszakban társadalmi és politikai szempontból egyaránt fontos tényező volt a fogyasztás fokozatos felértékelődése, a fogyasztói magatartás előtérbe kerülése. A család és a háztartás fogyasztási egységként is egyre nagyobb jelentőséggel bírt, a fogyasztás mikro- és makrotársadalmi szinten egyaránt az önkifejezés és a társadalmi különbségtétel eszköze lett az 1970-es 1980-as évek Magyarországon. Ennek tükrében érdekes azt elemezni, hogy az egyes családok, a különböző társadalmi csoportok miként jelenítették meg státusukat a fogyasztás segítségével. Ebben a reprezentációs folyamatban nyilvánvalóan fontos szerepe volt az öltözködésnek, a tartós fogyasztási cikkeknek, az autónak, a teleknek, az új lakás építésének, hiszen ezek alkalmas eszközök voltak a vélt, a valós vagy éppen a vágyott társadalmi státus kifejezésére. A presztízserértékű fogyasztási cikkek minél gyorsabb megszerzése és birtoklása széles társadalmi csoportok számára már az 1960-as évektől azt szimbolizálta, hogy hajlandók modernizálódni, lépést tartani a kor igényeivel.

Miként befolyásolta a fogyasztás a közgondolkodás és a mentalitás változásait? Miként tükröződött mindez a tárgyi kultúrában? A lakókörnyezet kialakítása, helye, berendezése, az öltözködés, a viselt ruha és a táplálkozás mennyisége és minősége meglehetősen egyértelműen kifejezi tulajdonosának, használójának, viselőjének: az embernek társadalmi helyzetét, azonosságtudatát, kötődését. A csoportazonosságot kifejező tárgyak, eszközök beszerzése időről időre felértékelődött a 20. század második felének Magyarországon. Ha a kor kiemelt társadalmi csoportjának, a városi munkásságnak az átalakulását említjük példaként, jól látható a fogyasztás rétegződésbeli szerepe.

¹ Stephan MERL: Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft. Russland und die ostmitteleuropäischen Länder. In: Hannes SIEGRIST–Hartmut KÄELBLE–Jürgen KOCKA (szerk.): *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Campus Verlag, Frankfurt–New York, 1997. 205–244.

A második világháború befejeződését követően a munkások igen kis hányada tudott tömegfogyasztási cikkekért vásárolni. Az 1960-as évek végétől azonban a városi munkásháztartások felszereltsége (televízió, hűtőszekrény, mosógép, centrifuga) is folyamatosan javult, a lakások nagyobbak, jobban berendezettek lettek, a „proletár lakókonyhát” felváltotta a nappali, elérhetővé váltak az olyan szimbolikus cikkek, mint az autó vagy a telek. Mindezt elsősorban a többletmunkából, másod-, harmadállásból, fusizásból származó jövedelmek tették lehetővé. A városi munkásság belső tagoltságában a hagyományosnak tartott csoport- és réteggképző tényezők mellett egyre nagyobb szerepe lett a növekvő mértékű személyes tulajdonnak vagy éppen a tulajdon hiányának, mert a felhalmozott javak mértéke vagy a lakásviszonyok elég egyértelműen mutatták az azonos társadalmi csoportokon belül végbemenő átrendeződést. Ez a folyamat irányát tekintve hasonlított a nyugat-európai munkásság átalakulásához, azonban egyrészt időben később bontakozott ki, másrészt minőségileg más körülmények között ment végbe, harmadrészt az alacsonyabb jóléti, fogyasztói szint elérése összehasonlíthatatlanul nagyobb egyéni erőfeszítést és áldozatot követelt meg.²

Melyek voltak a fontosabb sajátosságai a „kvázi fogyasztói társadalom” kialakulásának Magyarországon? Az államosítási folyamat lezárulását követően a kereskedelmet egy ideig nem fejlesztették, elsősorban azért, mert nem tekintették termelő gazdasági ágának. (Mindezt jól mutatja a kereskedelmi beruházások alacsony szintje is.) A második világháborút követő évtizedek fogyasztói társadalmának kapcsán nyilván senki sem Magyarországra vagy a többi szocialista országra, hanem a nyugat-európai társadalmakra gondol elsőként.³ Nem szabad elfeledkezni azonban arról, hogy – ha megkétsébe is – az 1960-as évek végétől e régió országai-ban is kibontakozott egy sajátos fogyasztási forradalom, ami országonként eltérő mértékben hozzájárult ahhoz, hogy az uralmon levő kommunista pártok stabilizálják, meghosszabbítsák uralmukat. A régió legtöbb országában, így Magyarországon is a politikai vezetés a szociális biztonság garantálását legitimációs alapelemnek tekintette, éppen úgy, ahogy az áruellátás stabilitását és a fogyasztási lehetőségek bővítését is

² Amíg Magyarországon a fogyasztás tekintetében csak egy-egy csoporton belül lehet viszonylagos kiegyenlítődésről beszélni, miközben a különböző munkáscsoportok közötti különbségek gyakran növekedtek, addig ezt az 1950–1970 közötti folyamatot a Nyugat-Németországban élő munkásság esetében is a fogyasztás révén végbemenő homogenizálódásként írták le. Lásd Josef MOOSER: Abschied von der „Proletarität”. Sozialstruktur und Lage der Arbeiterschaft in der Bundesrepublik. In: Werner CONZE–M. Rainer LEPSIUS (szerk.): *Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Klett-Cotta, Stuttgart, 1983. 143–186.

³ Közép-európai összehasonlításban mindezt részletesen lásd Stephan MERL: i. m.

ebbe a körbe sorolta. Miután e téren az állami beavatkozás szerepe fokozatosan mérséklődött, a fogyasztás jelentősége nőtt a lakosság számára. Hiszen korábban is fogyasztottak volna, csak nem volt mit. A kezdetben mérsékelt, majd fokozatosan erősödő fogyasztási kényszernek ennél fontosabb mozgatórugója volt, hogy a fogyasztás (lakásépítés, autóvásárlás, hétvégi telek vétele) révén lehetett többé-kevésbé értékálló és legitim módon felhalmozni a megtermelt, megszerzett jövedelmet. És ez gyakran társadalmi előrelépést is jelentett a családok számára. Az sem hagyható figyelmen kívül, hogy a turizmus tömegesedése, az ország nyitottabbá válása, a nyugati fogyasztási minták megismerése nyilvánvalóan új vágyakat és célokat keltett, elősegítette a különböző társadalmi csoportok mentalitásának változásait. Saját helyzetének megítélése során a döntő többség a nyugat-európai fogyasztási helyzethez és lehetőségekhez viszonyított. A szocialista gazdasági viszonyok között mindez már csak azért is tartós feszültséghelyzetet teremtett, mert a termékek előállítói a terv-, illetve a különböző tervelőirányzatok teljesítésében voltak érdekeltek, vagyis a mennyiségi szempontok fontosabbak voltak a minőségiekénél. Emellett a versenyhelyzet hiánya, illetve korlátozottsága sem teremtett igényt a minőség javítására. A gyártók monopolhelyzetben voltak, aminek természetes következménye volt a rossz kiszolgálás, a selejtes áru.

A rendszer működésének jellegzetességeként a lakást, a helyi tömegközlekedést, az alapvető élelmiszereket, az üzemi étkeztetést egyfajta szociális juttatásként a tényleges előállítási árnál jóval alacsonyabban tették elérhetővé. Ezzel ellentétben a luxus- és presztízs-cikkek a bérekhez viszonyítva meglehetősen drágák, az átlagjövedelműek számára nem vagy csak nehezen megfizethetőek voltak. A közszükségleti termékek mesterségesen alacsonyan tartott árai miatt Magyarországon és más közép-európai országban is előfordult például, hogy az olcsó kenyeret időnként a maszek állattartók takarmányként használták. De ehhez hasonló módon a pazarlásra ösztönzött az évtizedeken keresztül alacsony – az előállítás költségeit sem fedező – háztartási energiaár is. Ráadásul a rögzített árak politikája meghatározta a termelők és a fogyasztók viselkedését. Az üzemek között nem dúlt konkurenciaharc, ezért sem a minőség javításában, sem a termékek árának csökkentésében nem voltak érdekeltek.

Az állami kézben levő termeléssel és kereskedelemmel szemben a szűk területre korlátozott magánszektor kínált alternatívát. A fogyasztók, ha tehették, inkább maszek termékeket vásároltak, de erre a magánkiszipar és -kiskereskedelem visszaszorítása miatt csak korlátozott lehetőségük volt. A hiány következtében gyakran a silány termékek is nagy mennyiségben fogytak el.

A korszakban a vásárló többnyire egyfajta zavaró körülményt jelentett a kereskedelemben dolgozók számára, mivel ők szintén nem voltak érdekeltté téve sem az eredményes, sem az udvarias munkában. Számukra – már aki nem szerette a szakmát – a kötött munkaidő kellemes és zavartalan, lehetőleg vásárló nélküli eltöltése is cél lehetett.

A fogyasztás a mindennapi élet központi eleme, meghatározó szerepe van az anyagi igények kielégítésében. Az a mód, ahogyan az ember vagy társadalom fogyaszt, megmutatja többek között azt, miként értelmezi a kultúrát. A fogyasztási szokások gyakorlása során rendszerint közvetlen és kézzelfogható kapcsolat van a fogyasztás és az egyéni identitás megteremtése között. Így a fogyasztási cselekvések maguk is jelek és szimbólumok, amelyek egyaránt kötődnek az adott kultúrához, társadalomhoz, gazdasághoz. Magyarországon is látható, hogy ez a fajta „látványos fogyasztás” az 1960-as évek végétől fokozatosan előtérbe került, és ezzel párhuzamosan megerősödött a rivalizálás, élénkült a fogyasztási verseny. Mindez arra is hivatott volt, hogy az új társadalmi helyzetbe kerülők viszonylag széles csoportjai megerősíthessék saját pozíciójukat és társadalmi tudatukat. Kérdés természetesen, hogy mi volt ebben a sajátosan magyar a 20. század második felében, amikor Európa-szerte széles körben hódított a fogyasztói társadalom szellemisége?

Fontos körülmény, hogy Magyarországon az 1960-as évek közepén – a korábbi évek, évtizedek nélkülözéséhez viszonyítva – a bőség korszaka kezdődött el. Ennek a korlátozott bőségnek a megtapasztalása meghatározó módon befolyásolta a gondolkodást, a mentalitást, az értékrendet. Nyilvánvalóan átmeneti és állandóan változó társadalmi különbségek alakultak ki a tévét vagy autót már birtokló, vagy azzal nem rendelkező, a háztartását teljesen modernizáló vagy a hagyományos eszközöket használó, a saját erőből új házat építő vagy arra képtelen falusi és városi, szellemi vagy fizikai foglalkozású háztartások, családok között. Fokozatosan egyre fontosabbá vált az aktuális divat követése, a divatossá váló és ilyen módon is felértékelődő tárgyak mielőbbi beszerzése. Vajon a szocialista rendszer viszonyai között a magánszférában egy újfajta „megbecsülés”-kultúra kezdett kialakulni, amelynek fontos részét képezte a fogyasztás képessége? Ha a divat kifejezést nem pusztán az öltözködésre vonatkoztatva használjuk, hanem szélesebb társadalmi értelemben, akkor jól látható, hogy az 1960-as évek végétől Magyarországon kezdett társadalmi divattá válni a jólöltözöttség, a tartós fogyasztási cikkek beszerzése és birtoklása, a lakások korszerűsítése és a minél nagyobb alapterületű lakások, lakóházak, valamint nyaralók építése. Mindez a külső látszat megteremtésének és fenntartásának az eszköze is volt.

A fogyasztás történeti változásai

A második világháború befejeződését követően a fogyasztás terén az elemi igények és szükségletek kielégítése volt a legfontosabb feladat. Az 1940-es évek végére a különböző fogyasztási cikkekben mutatkozó hiány enyhült, a forint bevezetését követően az áruellátás fokozatosan stabilizálódott. A gazdaságpolitikai célkitűzésekben az újjáépítéssel kapcsolatos feladatok azonban háttérbe szorították a lakossági fogyasztás igényeinek kielégítését. A Magyar Kommunista Párt kizárólagos hatalmának megteremtését követően az erőltetett iparosítás féktelen erőforrásigénye maga alá gyűrt mindent, így a lakossági fogyasztást is igyekeztek minél alacsonyabb szinten tartani. A hidegháborús időszak hadigazdálkodása és a kialakuló tervnarchia rövid idő alatt lehetetlenné tette az elemi létfenntartás igényeinek kielégítését, általános és tartós hiány alakult ki gyakorlatilag az élet minden területén. A létfenntartáshoz szükséges cikkek beszerzéséért folytatott küzdelem a hétköznapi élet szerves részévé vált. Az 1950-es évek első felében az áruhiány a mindennapi cselekvések egyik legfontosabb mozgatója volt, ami az állandó beszerzési kényszer, a sorban állások révén formálta a kor meglehetősen sajátos fogyasztói kultúráját. A hiány és a velejáró bizonytalanság, bizalmatlanság, a „Vajon holnap is lesz-e elég áru?” szemlélete a szocialista korszakban a magyar közgondolkodás, a fogyasztói magatartásformák részévé vált.

A komoly társadalmi elégedetlenséget keltő helyzet csak az 1953-as kormányváltást követően változott meg. A nehézipari beruházások visszafogásával párhuzamosan lassan előtérbe került a lakossági igények kielégítése. A túlméretezett hadiipari kapacitások jelentős részét fogyasztási cikkek termelésére állították át. Mindez természetesen nem jelentette az általános áruhiány megszűnését, de az áruellátás 1954–55 folyamán – a korábbi évekhez képest – érzékelhetően javult. A visszaesésekkel tarkított lassú javulás a következő évekre is jellemző maradt, még az olyan kritikus időszakokban is, mint 1956 ősze. A forradalom napjaiban a létrehozott új hatalmi szervek, a forradalmi bizottmányok a pacifikáció egyik alapkérdéseként kezelték a közellátás megszervezését, az élelmiszer- és áruellátás fenntartását. November 4-e után a Kádár-kormány első intézkedéseinek egyikeként Közellátási Kormánybizottságot hozott létre Nyers Rezső vezetésével.

A második világháborút követő înséges idők nem értek véget a helyreállítási periódus első szakaszának lezárulásával; egészen az 1960-as évek közepéig elhúzódtak. A hazai élelmiszer-fogyasztás 1950-re elérte ugyan a háború előtti szintet, de – a kommunista hatalomátvételt követő idő-

szak irracionális hadigazdálkodása miatt – az ellátás nem volt folyamatos, és a választék sem volt megfelelő. A tervutasításos szocialista gazdaságra jellemző hiány – változó mértékben és módon – végigkísérte a rendszer létezését. A változás a hiánycikkek típusának átalakulásában érhető tetten.

Az 1955 és 1980 közötti két és fél évtizedben az egy főre jutó lakossági fogyasztás volumene több mint két és félszeresére nőtt: a fogyasztási cikkek vásárlása tízszeresére, a háztartási energiafogyasztás három és félszeresére emelkedett. A növekedés súlyponti időszaka szinte minden esetben az 1965 és 1975 közötti tíz esztendő volt. A kádári konszolidáció időszakában végbement anyagi gyarapodást mutatja, hogy a háztartások tartós készleteinek aránya a nemzeti vagyonyban 1960 és 1974 között közel két és félszeresére, 73,3 milliárd forintról 180 milliárd forintra nőtt. Ebben minden bizonnyal fontos szerepe volt a korábbi években kényszerűségből elhalasztott fogyasztás pótlásának és az új fogyasztási cikkek (például televízió) megjelenésének, tömegessé válásának is.

A magyar közvéleményben és társadalomtudományban hosszú ideje él az a meggyőződés, hogy az 1956-os forradalom leverését követően a Kádár-rendszer stabilizációja és konszolidációja azért lehetett olyan gyors és sikeres, mert az MSZMP vezetése levonta a Rákosi-korszak politikájának tanulságait. A forradalom árnyékában igyekezett elkerülni a társadalmi konfliktusokat, fokozatosan változtatott a hatalom gyakorlásának mechanizmusán, módosította a gazdaságpolitikát, és egyfajta „jóléti fordulatot” hajtott végre. Igaz, a politikában az 1956-os megtorlás lezárulását, illetve az 1963-as amnesztiát követően fokozatosan csökkent a nyílt erőszak szerepe, a gazdaságban pedig a kollektivizálás befejezése és az erőltetett iparosítás folytatása mellett két kisebb engedményt tettek a politikusok: egyfelől a gazdasági tervek készítése során nagyobb figyelmet fordítottak a lakossági fogyasztásra és előírták a fogyasztási cikkek termelésének növelését, másfelől pedig egyfajta prioritásként kezelték a reálbérek növelését. Mindkét változás azonban egy pártrendszer fennmaradását szolgálta, és nem jelentett eltérést az alapvető politikai céloktól és ideológiai meghatározottságoiktól. Azt sem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy 1949 és 1953 között a kommunista berendezkedés időszakában a második világháború által egyébként is erősen megviselt magyar társadalmat sikerült még jobban elszegényíteni. Az életkörülmények legfontosabb jellemzőinek bázisszintje igen alacsonyra került. Tehát minden olyan változás, változtatás, engedmény, amely viszonylag széles körben és észrevehetően javította a mindennapi életkörülményeket, a valóságosnál nagyobb társadalmi és politikai jelentőség-

get kapott. 1956 után az egyes társadalmi csoportok tagjai feltehetően az engedélyezett szabadság kézzelfogható élményeként élték meg, hogy egyre kisebb fáradsággal voltak beszerezhetőek a létfenntartáshoz szükséges alapvető élelmiszerek, majd az 1960-as évek közepétől a tartós fogyasztási cikkek révén már – nyilvánvalóan korlátozott értelemben – felhalmozásra is lehetőség nyílt. Az MSZMP saját politikai és gazdasági rendszerének működőképességét látta bizonyítottnak azáltal, hogy képes volt biztosítani az ellátást az alapvető cikkekből, majd pedig, ha kissé nehézkesen is, de a befektetésre alkalmas tartós fogyasztási cikkek beszerezhetőségét is biztosította.

Az 1950-es évtized első felének katasztrofális hiánykorszakát követően az 1960-as években a kereskedelmi ellátás fokozatosan stabilizálódott Magyarországon. Az áruellátás kiegyensúlyozottabbá válása azonban nem jelentette a hiány megszűnését. Ebben a – van is, nincs is – helyzetben természetesen kialakult valamiféle fogyasztói kultúra, ám ez korántsem azonos azzal a fogalommal, amit a nyugat-európai és tengerentúli társadalomtudományok használnak.⁴

A késő 1950-es évektől az 1980-as évek második feléig tartó korszak fogyasztáskultúráját alapvetően meghatározták a társadalmi-politikai körülmények. Az 1960-as évek elejére stabilizálódó, majd a következő másfél évtized során konszolidálódó Kádár-rendszer politikája azzal nem vádolható, hogy tudatosan törekedett volna a „fogyasztói szocializmus modelljének” kialakítására. Sőt, az erős ideológiai kötöttségeknek megfelelően 1957–58-tól folytatódott az erőltetett iparosítás. A kádári politika számára az áruellátás és a fogyasztás elsősorban a legitimitáció, a politikai stabilitás részelemeként volt fontos, mert „a dolgozók anyagi helyzetüket többek között a szerint is megítélik, hogy keresetükért mennyi és milyen árut tudnak vásárolni”.⁵ A Kádár-korszak válságának kibontakozását magával hozó 1980-as évtizedben minden eszközzel a kereslet és a kínálat korábban kialakult viszonylagos egyensúlyának a fenntartására törekedtek.

A lakossági ellátás a rendszer fennállásának időszakában mindvégig a politikailag érzékeny kérdések közé tartozott, de a viszonyok lassú normalizálódásával politikai súlya csökkent. Az 1970-es évektől egyre ritkábban fordult elő, hogy ellátási kérdéseket részletesen tárgyaltak volna a legmagasabb politikai szinteken. Az alapvető ellátási feszültsé-

⁴ Uo.

⁵ Aktívabb kereskedelempolitikával a reform megvalósításáért – tézisek. Magyar Országos Levéltár (a továbbiakban: MOL) XXXVI-G-4. 2. d.

gek mérséklésére, a ciklikus hiányjelenségek tartósabb vagy átmeneti jellegű orvoslására a belkereskedelmi dokumentumok tanúsága szerint ekkor már a szakszervezetek is képesek voltak. Az ügyek lebonyolítása rendszerint csak különösen kritikus helyzetekben – például a kötött árrendszerbe tartozó termékek áremelése esetén – igényelt magas szintű politikai beavatkozást.

A kialakuló felemás fogyasztói kultúrának ugyancsak fontos társadalmi adottságai és feltételei voltak. Az ellátási szempontból kivételes helyzetben lévők viszonylag szűk rétegétől eltekintve a magyar társadalom többsége az áruhiányt a tartós életfeltételek közé sorolta be. A hiány a hétköznapok és a fogyasztás szerves részévé tette a korrupciót. Ehhez alkalmazkodva viszonylag gyorsan kialakultak a különböző válaszreakciók. Így például az 1970-es évek végéig csak mérsékelt csökkenést mutatott az önellátás és felértékelődött a „szocialista összeköttetések” és a kölcsönösségen alapuló szolgáltatások szerepe a hétköznapokban.⁶ A kurrens termékeket az évtizedes gyakorlat szerint többnyire csak a „pult alól” lehetett beszerezni. „Egyes lelkiismeretlen kereskedelmi dolgozók – visszaélve a fogyasztók bizalmával – az áruellátás terén észlelhető nehéz helyzetet igyekeztek egyéni haszonszerzésre felhasználni. Az utóbbi időben egyre több bejelentés és panasz érkezik a kereskedelemben elburjánzott »pult alóli árusítás«-ról, főleg a fővárosból. Ez a jelenség rossz fényt vet a kereskedelemre és a dolgozók ellenszenvét váltja ki.”⁷ Legalábbis e belkereskedelmi minisztériumi jelentés szerint. Akinek azonban így sikerült beszerezni valamilyen áhított fogyasztási tárgyat, talán kevésbé tiltakozott a módszer ellen.

Utalni kell arra is, hogy a hiány jelenségét a magyar társadalom egyes csoportjai talán azért is fogadták el, mert amit lehetett – főként egyes élelmiszereket – igyekeztek a háztartásgazdaság keretei között előállítani. Ennek bizonyításaként elegendő arra utalni, hogy az 1970-es évek közepén másfél millió magyar háztartás vett részt valamilyen formában a mezőgazdasági kistermelésben. Másrészt a fogyasztás átlagos szintje – bár a kádári konszolidáció időszakában az egyes társadalmi csoportok közötti különbségek nagyobbak voltak, mint a második világháborút követő egy-másfél évtizedben – nem volt túlságosan magas. Ennek kö-

⁶ A kereskedelmi dolgozók rendszerint félretették a kurrens árucikkeket az ismerősöknek és rokonoknak, akik ezt a szívességet a saját eszközeikkel viszonzták, például a hivatalokban gyorsították az ügyintézését, előrébb sorolták a lakás- vagy a telefonigénylést.

⁷ A Belkereskedelmi Minisztérium [a továbbiakban: BKM] utasítása egyes keresett áruk értékesítése során elkövetett szabálytalanságok megszüntetése tárgyában. 1957. július 6. BKM iratai, MOL XIX-G-4-zz-20.

vetkeztében az átlagos fogyasztói igények is relatíve alacsony szinten maradtak. Kérdéses tehát, hogy valóban politikai kezdeményezés volt-e a fogyasztás bővítése, bővülése az 1956-ot követő évtizedekben, vagy a politika csak igazodott a társadalmi szándékokhoz, akaratokhoz, és ennek jegyében egyre kevésbé gátolta a különböző javak megszerzését vagy – elsősorban az 1970-es, 1980-as évek fordulójától – esetenkénti felhalmozását. Értelmezhető-e úgy ez a folyamat, mint a korábbi évek, évtizedek tulajdonvesztésére, tulajdoni korlátozására adott társadalmi válaszreakció? Lehet-e azt állítani, hogy félig-meddig rejtett formában végbement egyfajta lakossági felhalmozás, ami a termelőtulajdonnal kapcsolatos korlátozások miatt az 1980-as évek elejéig csak a személyes fogyasztás formájában valósulhatott meg? Mennyiben járult hozzá ez a lassan bővülő fogyasztás a gazdasági racionalitás felértékelődéséhez, követendő magatartásmintává válásához? Valóban a „kényszerű kreativitás” egyik lehetséges tere volt a fogyasztás megszervezése a hiánygazdaság viszonyai között? A fogyasztás tehát azért is érdekes kutatási téma, mert megismerhetővé teszi, hogy miként próbálták a magyar társadalom különböző csoportjai pótolni a háborús veszteségeket, miként vészték át az 1940-es, 1950-es évek fordulójának proletarizációs folyamatát, a magán- és – igen gyakran – a személyi tulajdon elvesztését.

Az 1950-es és 1960-as évek fordulóján a magyar politikát az ideológiai meghatározottságok mellett leginkább a szovjet politika által szorgalmazott „utolérni és elhagyni” programja befolyásolta. Az igazodás jegyében a magyar vezetés is megfogalmazta a maga jóslatait arról, hogy mikor éri utol Magyarország a gazdaságilag fejlett országokat. Az MSZMP VIII. kongresszusán, 1962-ben határozatba foglalták, hogy az egy főre jutó fogyasztás 1980-ban magasabb lesz, mint a fejlett tőkés országokban. Mindez magától értetődően feltételezte a szocialista, majd a kommunista társadalom felépítését. A marxista-leninista ideológia erőltetett kollektívizmusa és egyenlőségeszménye jellegénél fogva ellentétben állt a fogyasztás növekedésével, az ezzel együtt járó individualizmussal, a jövedelmi és a vagyoni különbségek növekedésével. Ebből – elsősorban az 1960-as években – kisebb-nagyobb politikai és ideológiai kampányok bontakoztak ki, amelyekben a sehová sem vezető anyagiasságot, a hedonizmust és a „szocialista embertípus” önzetlenségét, áldozatkészségét, a „mindenki szükségletei szerint” elvből levezetett mértékletességet állították szembe egymással. Sajátos kettősség jellemezte ebben a vonatkozásban a korabeli magyar politikát is. Egyfelől állandóan hangsúlyozták, hogy semmi sem lehet fontosabb, mint a dolgozók életszínvonalának állandó emelése, másfelől pedig hasonló kitartással ostoroz-

ták a kispolgáriságot, a túlzott fogyasztói igényeket, a mértéktelen felhalmozási vágyat, az anyagiasságot.

Az ismétlődő ideológiai és politikai kiigazítási kísérletekhez szellemi háttérrel nyújtottak azok a rendszerhívő értelmiségiek, akik a saját, egyfajta ideális vagy pontosabban fogalmazva: idealizált szocializmuseszményükkel összeegyeztethetetlennek tartották a korabeli gazdaság- és társadalompolitika fogyasztással kapcsolatos gyakorlatát. Az 1960-as évek elején erről – az anyagi jólét és a szocializmus viszonyáról – szólt az úgynevezett „frizsiderszocializmus”-vita, majd néhány évvel később a „Kicsi vagy kocsi” néven ismertté vált vita. Az elsőben a fogyasztás egyénre és közösségre gyakorolt hatásait és a szocialista társadalomra gyakorolt következményeit vitatták meg, a másodikban az anyagi gyarapodás és a gyermekvállalás problematikája állt a középpontban.⁸ Ezek a viták inkább kevesebb, mint több sikerrel igyekeztek körvonalazni a „szocialista erkölcs”, valamint a „szocialista életmód” kritériumainak megfelelő fogyasztói magatartásformákat.

Az 1970-es évek végétől az ideológiai szempontokat pragmatikus szempontok váltották fel a korszak egészére jellemző „élni és élni hagyni”-szemlélet jegyében. A részleges szemléletváltás jegyében ideológiai szempontokat követve többször is megkísérelték meghatározni a „szocialista fogyasztói modell”-t. Ezeknek a kísérleteknek közös vonása volt, hogy határozottan elvetették a piac szerepét, és elképzeléseik megfogalmazása során az elosztás „mindenkinek szükségletei szerint” marxista–leninista elvéből indultak ki. A realistább szemléletű elemzések azonban igyekeztek ettől eltávolodni, illetve megpróbálták valahogyan összhangba hozni a valós folyamatokat és az ideológiai szempontokat:

„A lakosság fogyasztása Magyarországon más országokhoz viszonyítva és gazdasági fejlettségünknek megfelelően közepes színvonalon áll. »A közepes« átlagos szintből adódik, hogy egyik oldalon az alacsony jövedelműek még alig élvezik az általános társadalmi haladás sokrétű gyümölcseit, rendszerint csak a legszükségesebb létfenntartási cikkeket tudják megvásárolni, ezeket is sokszor nem a szükséges mennyiségben, a másik oldalon pedig az átlagosnál nagyobb jövedelműek pénzük növekvő hányadát magasabb rendű termékek és szolgáltatások vásárlására költik. [...] Az aránytalanul magas jövedelmek korlátozása ma in-

⁸ A „frizsiderszocializmus”-vita *Kultúra és életforma* címen az *Új Írás* 1961–62-es évfolyamában, a „Kicsi vagy kocsi” vagy másként „Éljünk magunknak”-vita 1970-ben az *Élet és Irodalom*, valamint a *Nők Lapja* hasábjain zajlott. Lásd TYEKVIČSKA Árpád: *Frizsiderszocializmus*. In: RÉVÉSZ Sándor (szerk.): *Beszélő évek 1957–1968. A Kádár-korszak története, I. rész*. Stencil Kulturális Alapítvány, Budapest, 2000. 260–264.

kább gyakorlati problémákat vet fel. Elvileg is tisztázatlan azonban milyen jövedelemkülönbségek engedhetők meg a munkateljesítménnyel arányos kereseti differenciák alapján az anyagi ösztönzés követelményét is figyelembe véve. [...] Nem szabad és nem is lehet azonban áruhiánnyal korlátozni a magas jövedelműeket, illetve azok felhasználását.”⁹

Az ideológiai magyarázatokat időnként félretevő korabeli közgazdasági elképzelések szerint: „A racionális fogyasztás kizárólag a társadalmi tulajdonon alapuló szocialista rendszerben valósítható meg. A tőkés társadalom keretein belül legfeljebb csak az irracionális fogyasztásból származó súlyos és társadalmi méretű károsodások egy részének korlátozásáig lehet eljutni.”¹⁰

Azt azonban már a korabeli közgazdászok sem határozták meg, hogy mi tekinthető még racionális fogyasztásnak, és mikor, mitől válik irracionálissá. A legtöbb értelmezés azt hangsúlyozta, hogy a tervszerűség elvének következetes alkalmazásával kiküszöbölhető a pazarlás, a fogyasztás anarchikus jellege, és érvényesíthető a közösségi kontroll, valamint a mértékletesség gyakorlata. Ennek a szemléletnek azonban legfeljebb csak addig lehetett némi meggyőző hatása, amíg az ország polgárai nem vagy csak szűk körben szerezhettek tapasztalatokat a bécsi, müncheni, londoni vagy párizsi boltok kínálatáról. A turizmus növekedése ugyanis – mint említettem – együtt járt a bevásárló turizmus bővülésével is. Az államilag korlátozott valutavásárlásokat kijátszva a feketén vásárolt dollár, márka, rubel teremtette meg a „zsebimporthoz” szükséges fedezetet. Mindezen az sem sokat segített, hogy az új gazdasági mechanizmus 1968-as bevezetése kisebb-nagyobb változásokat indított el a belkereskedelemben is. Többek között lehetővé tették, hogy a kiskereskedelmi vállalatok közvetlenül a termelőktől is vásárolhassanak, hogy a termelősövetkezetek ipari és szolgáltató melléküzemágakat üzemeltethessenek, ahol számos korábbi hiánycikket gazdaságosabban állítottak elő, mint az ipari nagyüzemekben. Számos piacélnéltető gazdasági szabályzóval (a készletgazdálkodás újraszabályozása, az árkockázati alap bevezetése, a külkereskedelmi jogosítványok bővítése) ösztönözték a kereskedelmi és termelő vállalatok hatékonyabb együttműködését.

1968 végén a Belkereskedelmi Minisztériumban készített, az első tapasztalatokat és a továbblépés lehetséges irányait megfogalmazó doku-

⁹ HOCH Róbert–John EDE: A fogyasztás szerkezetének változása és a társadalmi preferenciarendszer II. *Kereskedelmi Szemle*, 1975/5. 5–9.

¹⁰ Bóc Imre: Hozzászólás a „Néhány gondolat az irracionális fogyasztásról” című cikkhez. Uo. 1976/2. 41–42.

mentum szerint „a fogyasztási cikkek piaca egyensúlyának erősítésére, a lakosság ellátásának további javítására irányuló gazdaságpolitikánk eredményesnek bizonyult, ez évben a belső piac általában nyugodtan fejlődött. A kereskedelem árukinálata és készletei kielégítették a vásárlói keresletet, s hozzájárultak a reform céljaival egyező piaci helyzet kibontakozásához.”¹¹ A pozitívumok előtérbe állítása mellett a helyzetelemzésben kitértek arra is, hogy a lakossági ellátás hiányosságait még a reformintézkedések hatására sem lehet azonnal megszüntetni, vagyis a dokumentum megfogalmazásával élve „ellátási feszültségek” továbbra is adódhatnak. Az 1968-as esztendőben például az építési anyagok, a bútor, a személygépkocsi és a sör hiánycikk volt; utóbbi a következő egy-másfél évtizedben nyaranta szimptomatikus módon lett hiánycikk. Ennél azonban komolyabb problémát jelentett, hogy 1968-ban harmincháromezer olyan vevő várakozott gépkocsijára, aki a vételárát már jóval korábban részben vagy egészben kifizette. A hosszú, öt-hat éves várakozási idő a gyártási kapacitások szűkösége, a KGST-n belül megállapított kereskedelmi kvóták miatt alakult ki. Ez a helyzet az 1970-es és 1980-as években sem változott érdemben. A kereslet messze meghaladta a kínálatot, fenntartva az úgynevezett másodlagos piaci mechanizmusokat.

A hivatalos magyarázatok szerint a hiány alapvető oka a termelési és a fogyasztási szerkezet ellentmondása, a technikai elmaradottság, az egyes állami vállalatok monopolhelyezete volt. A beszerezhetetlen cikkek mellett a beszerző körutakra indulók számára gyakran komoly nehézségeket okozott a termékek rossz minősége, valamint a választékhiány. A színvonalasabb ellátás megvalósításának érdekében a kereskedelempolitika irányítói szükségesnek tartották, hogy a vásárlási feltételek kedvezőbbé váljanak: folyamatosan csökkenjen a hiánycikkek száma, rövid idő alatt kényelmesen lehessen vásárolni, legyen figyelmesebb és udvariasabb a kiszolgálás, folyamatosan bővüljön a választék. A kereskedelemfejlesztési elképzelések kidolgozása során kiemelt feladatként kezelték a nők háztartási munkáját megkönnyítő cikkek, berendezések és szolgáltatások elérhetőbbé tételét és az ezzel, valamint a növekvő szabadidővel kapcsolatos új fogyasztói szokások és igények kielégítését. 1969 őszén a kereskedelempolitikát és az ellátási helyzetet áttekintő elemzés szerint „az áruellátási helyzet megítélésénél figyelembe kell venni azt a körülményt is, hogy a reform bevezetésének időszakában központi intézkedésekkel is (tartalékképzés, szocialista és tőkés import stb.) a korábbiakhoz képest átmenetileg kiemelkedő kínálatot teremtettünk. Az

¹¹ Aktívabb kereskedelempolitikával a reform megvalósításáért – tézisek. BKM iratai, MOL XXXVI-G-4. 2. d.

idén viszont az ipari és kereskedelmi vállalatok lényegében saját erőikre, kezdeményezőkézségükre voltak utalva. [...] A reform kibontakozása lassú folyamat, kedvező hatásai csak fokozatosan érvényesülhetnek [...] bizonyos problémák azonban jellegüknel fogva a kereskedelemben ütköznek ki és fékezik az ellátás látványos javulását.”¹² Azt, hogy ez valóban így is volt, jól mutatják a belkereskedelem helyzetét és fogalmát áttekintő, negyedévenként kiadott elemzések.¹³

A fogyasztói magatartás sajátosságai

A városi lakosság fogyasztói magatartása és szokásai viszonylag lassan változtak. A hiányjelenségek miatt kialakult beidegződések még akkor is érvényesültek, amikor ezekre már egyre kevésbé lett volna szükség. Lényegében foglalkozási és jövedelmi helyzettől függetlenül évtizedeken keresztül jellemezte a városi háztartásokat az alapvető élelmiszerek készletezése: lisztből, cukorból, zsiradékból rendszerint több hétre-hónapra elegendő mennyiséget szereztek be és tároltak, de hasonló volt a helyzet a húsféleségek és egyes gyümölcsök, zöldségfélék (alma, burgonya) esetében is. Ugyanez a gyakorlat érvényesült az átmenetileg vagy tartósan nehezen beszerezhető cikkek esetében is. Az 1970-es évek második felétől általában a gondosan titkolt, de rendszerint mindig kiszivárgó áremelések hírére zajlottak le nagyobb készletbeszerzések. Ugyanakkor az élelmiszerek készletezésének mérséklődéséhez az 1960-as évek végétől tömegesen épített, kamrát, spájzot rendszerint nem tartalmazó lakótelepi lakások is hozzájárultak, hiszen így nem volt hely a nagyobb élelmiszerkészletek tárolására. Ez az építészeti megoldás részben összefüggött azokkal a kissé utópisztikus életmódreform-elképzelésekkel, amelyek már egyre kevésbé tartották szükségesnek az otthoni étkezést.

A városi háztartásokban az élelmiszer beszerzése után a tüzelőanyag készletezése volt a legfontosabb cél addig, amíg a lakások többségét nem központi vagy gázfűtéssel, hanem szén- vagy fatüzelésű kályhakkal, illetve olajkályhakkal fűtötték. A ruházati termékek vagy a tartós fogyasztá-

¹² Jelentés a Gazdasági Bizottság részére a lakossági áruellátás eddigi tapasztalatairól és várható alakulásáról. 1969. szeptember 11. MOL. XXVI-G-4. 4. d.

¹³ A BKM különböző területeket felügyelő főosztályainak és igazgatóságainak negyedévente értékelniük kellett az áruforgalmat, az áruellátás alakulását. Ezekben a jelentésekben rendszerint külön kitértek azokra az árukra és árucsoportokra, amelyekből a „zökkenőmentes ellátás nem biztosítható”. Ilyen árucikkeket még az 1970-es évek végén, 1980-as évek elején is viszonylag szép számmal lehetett találni a dokumentumokban.

si cikkek esetében egy-egy divatos cikk megjelenése váltotta ki a „feltétlen beszerzési reflexeket”. A kereskedelmi hálózat elmaradottságának következménye volt az, hogy – elsősorban az élelmiszerek esetében – évtizedeken keresztül fennmaradt a napi bevásárlás gyakorlata is. Az 1980-as évekre a nagy sorban állások – a déligyümölcs-vásárlások és a nehezen beszerezhető exkluzív cikkek kivételével – már fokozatosan a múlt halványuló emlékei közé kerültek. Magyarországon – a Német Demokratikus Köztársasággal ellentétben¹⁴ – az ellátásban jóval kisebb szerepe volt a kereskedelmi vállalatokat kiiktató, munkahelyek által megszervezett közvetlen értékesítésnek, de a személygépkocsi vagy a lakásvásárlás esetén általában fontosnak számított a munkahelyi támogatás. A kereskedelemben a – csak állami és pártvezetőket kiszolgáló – külön boltok rendszerét az 1956-os forradalmat követően megszüntették, ugyanakkor az 1960-as években létrehozták a valutás boltok hálózatát, ahol magasabb áron és nehezen beszerezhető „keményvalutáért” (dollár, márka, font) még azok a termékek (farmer, téliszalámi, szórakoztató elektronikai cikkek) is megvásárolhatók voltak, amelyek egyébként a hiánycikkek közé tartoztak. Ezekben az üzletekben azok vásároltak rendszeresen, akik tartós külföldi kiküldetésben voltak vagy – vállalva a kockázatot – feketén jelentős mennyiségű valutát tudtak vásárolni.

A Magyarországon nem vagy csak gyenge minőségben kapható árucikkek beszerzésének bevált módja volt a fokozatosan bővülő, külföldre irányuló bevásárló turizmus. Az utazási korlátozások enyhülésével megnyíló lehetőségeket a legtöbb kiutazó igyekezett gazdasági előnyökre váltani. A bevásárló turizmus célországai változtak, az 1960-as években Csehszlovákia, az 1970-es évek elején Jugoszlávia, majd az évtized végétől egyre inkább Ausztria vált a legfontosabb beszerzési tereppé. De a romániai vagy éppen a Szovjetunióba történő kiutazások is komoly nyereséget ígértek a hiánycikkek kölcsönös cseréje révén. A csehszlovákiai kirándulás során gyermekruhát, sportruházatot vásároltak tömegesen, Jugoszlávia az arany ékszerek, a Caesar konyak és a nejlondzsörzé beszerzési helye volt, Romániában nagy kereslete volt a fogamzásgátló tablettának, a Szovjetunióban pedig a Trapper farmernek.

Ha történeti folyamatában vizsgáljuk a fogyasztói magatartások és szokások átalakulását, akkor a Kádár-korszak kezdetén – egy 1957-es statisztikai elemzés megállapítása szerint – „a fogyasztás összetételét tekintve a városi és a falusi népesség között éles határvonal van. A különb-

¹⁴ Lásd *Wunderwirtschaft. DDR-Konsumkultur in der 60er Jahren*. Böhlau Verlag, Köln, 1996; Ina MERKEL: *Utopie und Bedürfnis: Die Geschichte der Konsumkultur in der DDR*. Böhlau Verlag, Köln, 1999.

ségek részben az adottságok, részben a szükségletek, részben az igények közötti eltérésekből adódnak, és általában azt az egyébként ismert tényt bizonyítják, hogy a falusi lakosság életmódja elmaradottabb, mint a városi családoké.”¹⁵ Ilyen és ehhez hasonló tartalmú állítások szép számmal megfogalmazódtak a kor sajtójában és a politikusok beszédeiben is. Ugyanakkor arról sem szabad elfeledkezni, hogy az egyéni erőfeszítéseknek köszönhetően a következő évtizedek során a társadalmi csoportonkénti és településtípusonkénti különbségek fokozatosan mérséklődtek.

A háztartások kiadásszerkezetét vizsgálva látható, hogy a tartós fogyasztási cikkek beszerzésére fordított jövedelmek aránya 1960 és 1975 között az összes személyi célú kiadásnál gyorsabban növekedett.¹⁶ Ezen belül a növekedési ütem az 1960-as évek második felében volt a legnagyobb, amikor a reáljövedelem növekedésével párhuzamosan a kínálat is lassan bővülni kezdett. A tartós fogyasztási javak a falvakba lassabban jutottak el, mint a városokba, ha pedig a foglalkozási főcsoportokat nézzük, azt mondhatjuk, hogy elsőként a szellemi foglalkozásúak, majd a munkások és a mezőgazdasági foglalkozásúak szerezték be a divatossá váló cikkeket.

A falusi, paraszti fogyasztási szokásokat¹⁷ alapvetően a kollektivizálás változtatta meg. A kampány beindulásával párhuzamosan a parasztcsaládok jelentős része igyekezett pénz- és terménytartalékot felhalmozni, hogy a magántulajdon elvesztésével várhatóan bekövetkező szűk esztendőket könnyebben vészelhessék át. Érthető módon 1959-től kezdve visszaesett a beruházásokra fordított összegek aránya, az így felszabaduló összegeket részben megtakarításként kezelték, részben elköltötték. A beruházások elmaradása mellett ehhez a téészekbe bevitt felszerelésért kapott térítés, a földjáraadék, a téészekbe beléptettek esetében az adók csökkentése vagy törlése teremtette meg a pénzügyi fedezetet. És amint az az 1960-as évek első felében kiderült, a téészek működésének szervezetlensége, az alacsony jövedelmezőség indokoltá tette a tartalékképzést.

A falusi családok jelentős részének fogyasztása és életszínvonala az 1950-es évek végétől az 1970-es évek közepéig nagy változáson ment

¹⁵ *Munkás, alkalmazotti és parasztcsaládok jövedelme és fogyasztása 1957-ben. (4000 család háztartási feljegyzései alapján.)* Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1959. (Statisztikai Időszaki Közlemények 22.) 78.

¹⁶ *Életszínvonal Magyarországon 1960–1980.* Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1981. 21–25.

¹⁷ Részletesebben lásd VALUCH Tibor: *Változó idők – változó szokások. A tevékenységszerkezet, a jövedelem és a fogyasztás átalakulása a magyar falvakban a kollektivizálás időszakában.* In: ORMOS Mária (szerk.): *Magyar évszázadok. Tanulmányok Kosáry Domokos 90. születésnapjára.* Osiris Kiadó, Budapest, 2003. 311–323.

keresztül. Ebben fontos szerepe volt annak, hogy sikeres alkalmazkodási stratégiákat tudtak kialakítani az alapvetően megváltozott körülmények között. Idesorolható a vegyes háztartások kialakítása, a háztáji és kiegészítő gazdaságok intenzív hasznosítása. Kétségbevonhatatlan tény, hogy ez az alkalmazkodási stratégia igen nagy terhet jelentett a falusi népesség számára, viszont – olykor a politika ellenében – lehetővé tette a falun élők társadalmi helyzetének javítását.

A fogyasztói magatartás a korszak során lényegében folyamatosan változott. Időről időre más cikkek váltak slágerré. A fogyasztást befolyásolták az életkörülmények különbségei, a munkavégzés jellege, a család lakóhelye, a háztartási munkaszervezet típusa is. Ezek döntötték el a prioritásokat: azt, hogy adott helyzetben munkaeszközt vagy a lakás komfortfokozatát javító tartós fogyasztási cikket kell-e venni. A fogyasztás szerkezete folyamatosan, a fogyasztási cikkek köre dinamikusan változott. A fogyasztás átalakulása mellett az életminőség változásaira utal az is, hogy az 1948 utáni időszakra esett a villamos energia felhasználásának széles körű elterjedése. 1960-ban a magyar háztartások többségében még a Csepel kerékpár és az Orion rádió jelentette a tartós fogyasztási cikket. Gépkocsi-tulajdonos csak elvétve akadt az országban. Nem volt jellemző a különböző háztartási eszközök (mosógép, porszívó, hűtőgép, vízmelegítő bojler, televízió) birtoklása sem. Viszont az 1960-as évtized során – mint utaltam rá – ezek a tárgyak váltak a legfontosabb beszerzési célokká, ami nyilvánvalóan összefüggött a háztartások modernizálásának folyamatosan erősödő törekvésével. A lakáskörülmények változásával párhuzamosan nőtt a kereslet a különböző lakásfelszerelési cikkek (bútor, gáztűzhely, olajkályha, gázkonvektor) iránt is. Az életkörülmények javulásával párhuzamosan folyamatosan növekedett az élvezeti cikkek (kávé, tea, cigaretta, szeszes ital) fogyasztásának aránya is.

A háztartási gépek Magyarországon az 1950-es évek végén jelentek meg. Tömeggyártásukat az 1960-as évek elején kezdték meg, ám a gyorsan növekvő kereslet évtizedeken keresztül meghaladta a kínálatot. 1973-ban a szellemi foglalkozásúak háztartásaiban átlagosan négy, a munkásokéban három, a kettős jövedelmű és paraszti háztartásokban rendszerint két háztartási gép volt. A beszerzési sorrendben rendszerint a mosó- és a hűtőgép került az első, illetve a második helyre, a harmadikra a porszívó, a negyedikre a centrifuga. A tévékészülék – előbb a fekete-fehér, majd a színes képernyős – fogyasztási, illetve státusszimbólummá vált. A háztartások gyakran erőn felüli áldozatokat is vállaltak a beszerzés érdekében, ennek következtében a különböző társadalmi csoportok közötti ellátottsági különbségek fokozatosan mérséklődtek.

A vizsgált időszakban a lakossági beruházások között a személygépkocsi-vásárlás növekedett a legdinamikusabban.

A kiadásszerkezetben az 1960-as években továbbra is meghatározó volt az élelmiszerek aránya. 1960-ban a családok összes kiadásaiknak a 40,5%-át, 1967-ben 36%-át fordították élelmiszerekre, 11–12%-át élvezeti cikkekre. Ez az arány 1960 és 1967 között lényegében változatlan maradt, miként a ruházati cikkek 11–12%-os részesedése is.¹⁸ Az 1980-as évekre – a legszegényebbek kivételével – az élelmiszerekre fordított kiadási hányad tovább mérséklődött, és csökkent a ruházatkódásra fordított összeg mértéke is. A lakásépítéssel, -fenntartással, a motorizációval kapcsolatos, valamint a tartós fogyasztási cikkekre fordított kiadások aránya ellenben jelentősen nőtt. A magánközlekedésre fordított kiadások 1955 és 1975 között tízszeresükre emelkedtek. Az 1950-es és az 1970-es évek között a lakosság fogyasztásán belül több mint kétszeresükre növekedtek a háztartások fenntartásának és működtetésének költségei. Az 1960-as 1970-es évek fordulójától ugyanis a magyar háztartások erősödő affinitást mutattak az otthoni munka megkönnyítésére, a háztartás modernizálására, általában véve a szolgáltatások fogyasztására. Nyilván ehhez a változáshoz arra is szükség volt, hogy a kisipar és a kiskereskedelem az 1940-es évek végén bekövetkezett – államosítás formáját öltő – szétverése után újjászerveződjön az állami, a szövetkezeti és a magántulajdonú szolgáltató szektor. Ezenkívül lebecsülhetetlen a rejtett gazdaságban végzett szolgáltatások szerepe a hétköznapi életben.

Az életmódot is jelentősen befolyásolta a motorizáció dinamikus terjedése. A személygépkocsi-tulajdonlás és -használat¹⁹ tömegessé válása – a fenntartási költségek folyamatos emelkedése ellenére – lehetővé tette a napi ingázást, a kiegészítő gazdaságokban előállított termékek, termények piacra vitelét, értékesítését. Magyarországon 1950-ben 13 054 személygépkocsi volt, 1960-ban 31 268, 1970-ben 238 563, 1980-ban ez a szám már meghaladta az egymilliót. Az 1960-as évek közepéig lassú volt az éves növekedés: átlagosan évi 10–15 000 darab, majd fokozatosan gyorsult, és az 1970-es évek közepére elérte az évi 80 000 darabot. A személyautónak igen sokáig megmaradt a státusszimbólum jellege és szerepe is. Az egyes társadalmi csoportok személygépkocsi-ellátottságát szintén a jövedelmi viszonyok és az életformából adódó eltérő használati célok

¹⁸ *A lakosság jövedelme és fogyasztása 1966–1967*. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1968. (Statisztikai Időszaki Közlemények 130.) 48–53.

¹⁹ A magyarországi autózás történetéhez lásd MAJTÉNYI György: *Életstílus és szubkultúra. Az autózás története 1920–1960*. *Korall*, 2000/1. 101–118.

határozták meg. A fogyasztási célok és az egyes társadalmi csoportok jövedelmi különbségeit jól mutatja, hogy 1976-ban száz munkásháztartásra 17, száz szellemi foglalkozású háztartásra 37, száz mezőgazdasági háztartásra 12,5 személygépkocsi jutott. A személygépkocsi egyszerre szolgált felhalmozási, „befektetési” célokat, pótolta a hiányzó szállítóeszközt, megkönnyíthette a munkába járást és a szabadidő eltöltésének egyik eszközévé vált. (Ezt támasztja alá a belföldi turizmus élenklülése is.)²⁰ A gépkocsi-kereskedelem, illetve -ellátás helyzete meglehetősen sajátos volt. Új autókat kizárólag az állami vállalatok hozhattak forgalomba, kötelező előtakarékosságot követően, előjegyzéses rendszerben. A potenciális vevőknek a vételár 20, 50, illetve 100%-át kellett előre befizetniük anélkül, hogy ezekre az összegekre bármiféle kamatot kaptak volna. A használt gépkocsik forgalmazása ezzel ellentétben viszont lényegében kizárólag kemény alkuk közepette a szabad piacon történt. A személygépkocsit vásárolni az 1960-as, 1970-es évek Magyarországn tehát technikailag sem volt egyszerű feladat, a viszonylag magas árak miatt pedig erősen megterhelte a családok költségvetését. A motorizáció kibontakozása nemcsak a beruházási célokat és arányokat, de a fogyasztói szokásokat, a fogyasztás szerkezetét is átalakította, hiszen új kiadási csoportként jelentkeztek a gépkocsi üzemeltetésével és fenntartásával kapcsolatos kiadások (üzemanyag, szerviz, alkatrész, karbantartás).

A fogyasztás különböző szegmenseiben folyamatosan tűntek fel az újdonságok. Megjelentek a félkész vagy teljesen kész fagyasztott termékek, és folyamatosan bővült a választék híradás-technikai cikkek esetében is. A kínálatot az 1970-es években a „kemény valutás” importtermékek is színesítették, de korántsem a fogyasztói igényeknek és a keresletnek megfelelő mértékben, ezért élénk volt a kereslet a bevásárló turizmus által fenntartott másodlagos piacon is. Ugyancsak élénk résztvevői voltak ennek a sajátos kereskedelmi térnek az „ideiglenesen” itt állomásozó szovjet katonák, akik időnként nagykereskedelmi tételben forgalmazták a színes tévéket, a szerszámokat, a Zsiguli-alkatrészeket, a barkácsgépeket.

Új kereskedelmi formaként az 1960-as évek elejétől elterjedt az önkiszolgálás a kereskedelem valamennyi ágazatában, elsősorban azért, mert ezt gyorsabb és olcsóbb formának tartották. Folyamatosan létesültek – főként a városokban – az általános bolti cikkeket forgalmazó úgynevezett ABC-áruházak. Az élelmiszerek között az 1970-es évek elejétől jelentősen növekedett az előrecsomagolt áruk aránya. A liszt, a cukor, a rizs, az étolaj,

²⁰ KOLTAI Iván: A lakossági rétegek szabad rendelkezésű jövedelme és felhasználása. *Kereskedelmi Szemle*, 1976/7. 23–27.

az ecet már ebben a formában került a boltokba. A kimérős és az üveges tejet felváltotta a zacskós tej, és megjelentek a poharas tejtermékek is. A forgalomba kerülő különböző árucikkek minősége azonban még az 1970-es években is gyakran kifogásolható volt (csöpögő zacskós tej), de az élelmiszerek esetében az új gyártási technológiák alkalmazásának köszönhetően fokozatosan nőtt a szavatossági idő, ami éppúgy hozzájárult a fogyasztói magatartás átalakulásához, mint az 1970-es évek végétől a hűtőláda, amely megváltoztatta az élelmiszer-tartósítási és -tárolási szokásokat.

A magyar társadalom különböző csoportjainak fogyasztói magatartásában a Kádár-korszakban egyszerre voltak jelen racionális és irracionális elemek. A racionalitás többek között az olcsó beszerzési lehetőségek felkutatásában, a hiánnyal szembeni védekező mechanizmusok kialakításában, az irracionális a jövedelmek felhasználásában – az 1970-es évek végétől például országos divattá vált a díszes sírhelyeknek még a tulajdonos életében történő kialakítása – vagy az egyes fogyasztási cikkek presztízsértékűvé alakításában nyilvánult meg.

*

A szocialista korszakban a hiánygazdaság, a bürokratikus intézmények fenntartása és működtetése gyakorta gátolta az életfeltételek javítására irányuló egyéni és kiscsoportos törekvéseket. Ugyancsak ezt a cél szolgálták a szocialista rendszer ideológiai meghatározottságából eredő kampányok, amelyeket többek között az indokolatlan jövedelemszerzés, a túlzott meggazdagodás, az úgynevezett kispolgári jelenségek ellen folytattak. Ezzel párhuzamosan – némiképp paradox módon – az MSZMP legitimációs érvkészletébe építette be mindazoknak a sikeres magánkezdeményezéseknél az eredményeit, amelyek ténylegesen a szocialista rendszer ellenében jöttek létre. A fogyasztói orientáció kialakulása nyilvánvalóan nem menthette meg a szocialista rendszert, hiszen ennek társadalmi-gazdasági hatásmechanizmusa a piac működési elveivel ellentétes irányba mutatott. Magyarországon az 1960-as, 1970-es évek mindennapi élete arról szólt, hogy az emberek társadalmi és gazdasági értelemben hogyan szerzik vissza lépésről lépésre a privátszférát. A politika kezdetben burkolt, majd egyre nyíltabb formában támaszkodott a magánkezdeményezésekre, a családok gazdasági erejére és áldozatvállalási készségére is. A fogyasztás felértékelésének, a rejtett és legális magángazdasági tevékenységekkel kapcsolatos elnéző politikai gyakorlatnak nyilvánvalóan fontos szerepe volt a társadalmi feszültségek mérséklésében, a politikai stabilitás megőrzésében, a hatalom és a társadalom közötti konfliktusok kialakulásának megelőzésében.