

OLGA SEVCSENKO\*

## „Tűzvész esetén” Fogyasztás, biztonság és a tartós fogyasztási cikkek jelentése egy átalakuló társadalomban<sup>1</sup>

A közelmúltban egy évfolyamtársam elmesélt egy történetet a szüleiről, akik egy átlagos méretű nyugat-szibériai városban laknak. Nyikolaj édesanyja és édesapja nyugdíjasok, egyedül élnek háromszobás lakásukban, amelyet gyermekeik elköltözése és önálló családalapítása előtt leányukkal és fiukkal osztottak meg. Nemrég Nyikolaj szülei megdöbbentették gyermekeiket, amikor úgy döntöttek, vesznek egy második hűtőszekrényt – egy ultramodern, önkiosztó modellt. „Értetlenül álltunk a dolog előtt, hiszen egyedül élnek, és egy hűtőt is alig használnak” – mondja Nyikolaj. – „Ráadásul a konyhánk nem is olyan nagy, a második hűtőtől teljesen zsúfolttá vált.” Egy idő után a régi hűtőszekrény tönkrement és Nyikolaj szülei az üres hálószobába vitték át, ugyanakkor vásároltak egy mélyhűtőt, amit a folyosón helyeztek el. Ragaszkodtak hozzá, hogy „minden eshetőségre felkészülve” – vagy, ahogy oroszul mondják: „tűzvész esetére” – megtartsák a régi hűtőt is, ezért majdnem egy évig tárolónak használták, majd megjavíttatták és végleg otthagyták a hálószobában. Nyikolaj szülei azonban a hűtőberendezések ellenére sem hagytak fel azzal az egész életükben gyakorolt szokásukkal, hogy a hosszú szibériai tél idején az ablakban tárolják a fagyasztott termékeket. Ennél fogva a Szibériából érkező

---

\* A szerző a Massachusetts-i Williams College szociológusa. E-mail: [Olga.Shevchenko@williams.edu](mailto:Olga.Shevchenko@williams.edu)

<sup>1</sup>A tanulmány eredeti címe és megjelenésének helye: „In case of fire emergency”: Consumption, security, and the meaning of durables in a transforming society. *Journal of Consumer Culture*, 2002. 2. sz. 147-170.

családi hírek között – a bőven rendelkezésre álló hűtők ellenére – továbbra is számos tudósítás szerepel a hirtelen olvadás vagy fagy miatt tönkrement élelmiszerekről. Nyikolaj szülei láthatóan sohasem használták ki drága konyhai felszerelésük teljes kapacitását. És valóban, amint Nyikolaj édesanyját idézte: „Miért strapálnánk le a hűtőt, amikor van ablakunk is?”

Ez a történet számos olyan motívumra fényt vet, amelyek érdekessé teszik a fogyasztás vizsgálatát Oroszországban. Egyrészt, a globalizációval kapcsolatos viták kontextusában megvizsgálható a modern fogyasztói gazdaság hatása a helyi gyakorlatokra. Másrészt, elméleti síkon megkérdőjelezhető egyes szociológiai fogalmak (a hivalkodó fogyasztás, az árucikké válás és a szimbolikus érték) alkalmazhatósága egy olyan társadalomra nézvést, amely nem járta végig a nyugati kapitalista fejlődés hosszú útját. Tanulmányozhatóak továbbá az önreprezentáció és a határok különböző jelek és tárgyak általi megjelölésének kérdései, illetve az egyéni és csoportidentitás létrehozása egy sajátos kulturális és szociális helyzetben.

Jelen írás a javak és szolgáltatások fogyasztásával kapcsolatos rítusokat és gyakorlatokat vizsgálja a kultúra szövetének kontextusában. Az elmúlt két évben Moszkvában készített mélyinterjúim és terepmegfigyeléseim alapján amellet érvelek, hogy az a vonzerő, amelyet egyes nyugati termékek az orosz fogyasztókra gyakorolnak (miközben más termékek viszonylag közömbösek számukra,<sup>2</sup> nem tulajdonítható teljességgel annak az egyre terjedő jelenségnek, amelyet rendszerint „kapitalista fogyasztásnak” nevezünk. Ugyanígy tévedés lenne ezt a szocialista hiánygazdaság címszava alá száműzni. Amennyiben e fogyasztási szokásokat a posztoszocialista kultúra és társadalom kontextusában értelmezzük, megmutatkozik a látszólag nyugati gyakorlatoknak az alapvetően helyi, ám jelenkori logikája, annak beszédes példajaként, amit Robertson „glokalizációnak” nevez.<sup>3</sup>

A tanulmány háttérét képező terepmunka egy nagyobb kutatás része, amely azt vizsgálja, hogyan alakította át a posztoszocialista változás a mindennapi élet szerkezetét napjaink Moszkvájában. Harminchárom alanyunk 29 és 68 év közötti, eltérő iskolázottságú és

---

<sup>2</sup> Lásd Oushakine, Serguei Alex: *The Quantity of Style...*, i. m., 2000.

<sup>3</sup> Robertson, Roland: *Globalization, Social Theory and Global Culture...*, i. m., 1992.

foglalkozású, többnyire átlagos vagy az alatti keresettel rendelkező személy volt, akik mindannyian laikusak voltak abban az értelemben, hogy nem rendelkeztek mélyreható tudással az érintett politikai és gazdasági kérdések kapcsán. Mivel az a közösségi diskurzus érdekelt, amelynek keretében a társadalmi változásokat érzékelik, megfogalmazzák, és amely hatással van ezekre a változásokra, elsősorban sokszínű, és nem reprezentatív mintára törekedtem. Ennek következtében nem állíthatom, hogy a cikk megállapításai a mai orosz fogyasztói stratégiák teljes spektrumát reprezentálják. Azokat a jelentéstartalmakat szándékoztam bemutatni, amelyeken a fogyasztói döntések egyes meghatározott esetekben alapulnak, továbbá azokat a tényezőket, amelyeken keresztül ezek a döntések a fogyasztás világához kapcsolódnak – mint az identitásdilemmák, a politikai retorika és a létbiztonság keresése. Bár a minta korlátozott volta nem teszi lehetővé egy szisztematikus keresztmetszet bemutatását, remélhetőleg a cikk fontos érdeme lesz, hogy felvet néhány olyan elemzőszempontot, amelyek hasznosak lehetnek a poszt szocialista fogyasztói döntések és preferenciák kialakulásának megértésében. Ezek a szempontok ugyanakkor heurisztikusan segíthetik a különböző társadalmi csoportok eltérő fogyasztási stratégiáinak és stílusainak feltárását is. A cikk először az orosz fogyasztás sajátos mintázatait írja le, és felvázol néhány magyarázó elméletet is. Ezek után rávilágít e megközelítések hiányosságaira és problematikus feltevéseire, és arra buzdít, hogy a fogyasztással kapcsolatos gyakorlatokat és diskurzusokat az etnográfiai kutatáson keresztül ismerjük meg.

A tanulmány középpontjában azoknak a viszonylag drága tartós háztartási cikkeknek a fogyasztása áll, amelyek gyakran megtalálhatók a különben igen szerény orosz otthonokban is. Amellett érvelek, hogy e fogyasztási cikkek fontosságát az a szerep adja, amelyet a mai orosz társadalmi szereplők identitásdiskurzusaiban betöltenek, mivel a múlt és a jelen, illetve az egyén és az állam közti ellentétet testesítik meg. Identitásszimbólumként ezek a tárgyak betekintést nyújtanak a poszt szovjet környezetben kibontakozó kulturális folyamatokról.

*Fogyasztás és jövedelem: a nyilvánvaló ellentmondás*

Köztudott, bár nem eléggé vizsgált probléma, hogy a rendszerváltó országok népességének anyagi jólétét nehéz felmérni. A legnyilvánvalóbb nehézség az, hogy a rendelkezésre álló bevételi és kiadási statisztikák nem egyeznek. Például a 2000-es év első hónapjaiban az Orosz Statisztikai Bizottság (Goskomstat) nemzeti fogyasztást regisztráló kimutatása az ezzel egy időben elért bevételeket több mint 30 százalékkal meghaladta.<sup>4</sup> Ez természetesen nem jelenti azt, hogy hasonló ellentmondások bevétel és fogyasztás között ne léteznének Nyugaton is. A családi erőforrásokhoz és megtakarításokhoz való hozzáférés lehetősége és (különösen az alacsonyabb társadalmi osztályok körében) az informális gazdaságban való részvétel<sup>5</sup> azt jelentik, hogy a regisztrált bevételek a modern nyugati országokban sem feleltethetők meg közvetlenül a társadalmi osztállyal vagy a fogyasztási kategóriával. Mindazonáltal a változó osztályszerkezettel és instabil gazdasági háttérrel rendelkező társadalmakban ezek a jellegzetességek nem csak felnagyitódnak, de számos további nehézség is tetézi őket, úgy, mint a cseregazdaság (cserekereskedelem) túlsúlya, a külföldi valuták (többnyire az amerikai dollár, illetve kisebb mértékben a német márka) kiterjedt használata, a társadalmi és pénzügyi tőke közötti egyszerű átváltás,<sup>6</sup> valamint a rendkívül gyors felfelé és lefelé irányuló mobilitás.

Mіндеzen nehézségek mellett nem csoda, hogy egy olyan egyszerűnek tűnő vállalkozás, mint az alacsony jövedelme okán élelmiszersegélyre jogosult orosz népesség körének azonosítása jóformán lehetetlen feladattá válhat,<sup>7</sup> mivel azokról, akik a hagyományos nyugati fogalmak szerint jogosultak lennének rá, gyakran kiderül, hogy nincs már rá igazán szükségük, és fordítva. Ezeket a sajátosságokat figyelembe véve számos, az ESOMAR<sup>8</sup> vezetése alatt működő piackutató ügynökség áttért arra az eljárásra, hogy nem a bevételükről, hanem az általuk birtokolt tartós

---

<sup>4</sup> Közölve a *Moszkovszkij Komszomolec* 2000. április 8-i számában.

<sup>5</sup> Edin, Kathryn – Lein, Laura: *Making Ends Meet...*, i. m., 1997.

<sup>6</sup> Ledeneva, Alena: *Russia's Economy of Favors...*, i. m., 1998.; Busse, Sarah: *Social Capital and Informal Economy...*, i. m., 2000.

<sup>7</sup> Caldwell, Melissa: *Identity and Transnationalism...*, i. m., 2000. június

<sup>8</sup> Európai Közvélemény- és Piackutató Társaság

fogyasztási cikkekről – videókamera, gépkocsi, számítógép, stb. – kérdezi meg a válaszadókat, hiszen ez pontosabb fokmérője az illető társadalmi státuszának, mint egy közvetlenül a bevételre vonatkozó kérdés.<sup>9</sup> Egy másik megoldásként azok az orosz társadalomtudósok, akik a lakosság vásárlóerejének pontos mérlegelése helyett inkább bizonyos (társadalmi) rétegződési mintákat kívánnak feltérképezni, szívesebben érdeklődnek a bruttó bevételekről, külön meghatározva, hogy a válaszban a „mellékesből” származó jövedelmet és a kerti vetemény összértékét is ide kell számítani.

Ha a jövedelmi és bevételi statisztikákról a fogyasztásra fordítjuk figyelmünket, feltűnik a volt szocialista országokban kibontakozó társadalmi és gazdasági folyamatok összetettsége. A fogyasztás tanulmányozása lehetővé teszi fontos kérdések felvetését, ám semmiképp sem szolgál kész válaszokkal. Míg a fogyasztással kapcsolatos adatok pontatlanságokra és megkérdőjelezhető feltevésekre világítanak rá a jelenkori Oroszország társadalmi-gazdasági helyzetét egyöntetűen sötétben látó megállapításokra vonatkozóan, addig az ilyen fogyasztási adatok alapján levont következtetések gyakran egy másik végletbe esnek. A fogyasztási mutatók előnyben részesítése a jövedelem bevallott mértékével szemben gyakran arra a következtetésre vezet az elemzőket, hogy Oroszország jólétben él, de legalábbis gazdasági növekedést mutat, ebből következően a társadalmi-gazdasági nehézségeket jelző kimutatások pontatlannak vagy ideológiailag befolyásoltnak tűnnek.<sup>10</sup>

Első látásra az Oroszországban az elmúlt 10 évben vásárolt tartós fogyasztási cikkekről szóló statisztikák ezt látszanak alátámasztani, továbbá hihetővé teszik a legegyszerűbb értelemben vett globalizációs érvelést – amely a kulturális gyakorlatok amerikai (vagy tágabb értelemben véve a kései kapitalista) kulturális hegemonia hatására végbemenő, világszerte megfigyelhető egységesülését állítja. A fogyasztói aktivitás szám szerinti mutatói nagyon lenyűgözőek egy általában gazdaságilag gyorsan hanyatlóként értékelt ország esetében. A piackutatási adatok szerint

---

<sup>9</sup> Ezúton mondok köszönetet az információért Alexander Navikovnak, a moszkvai COMCON-Research International-Qualitif piackutató társaság igazgatójának.

<sup>10</sup> Shama, Abraham: *Inside Russia's True Economy...*, i. m., 1996.; Tishkov, Valery: *The Anthropology of Russian Transformations...*, i. m., 1999.

az orosz háztartások 80 százalékában vásároltak legalább egy új tévékészüléket az elmúlt 10 évben, a háztartások 62 százalékában vettek új hűtőt, 37 százalékukban új videókamerát – amely számok az olyan nagyvárosokban, mint Moszkva vagy Szentpétervár, még némileg magasabbak is.<sup>11</sup> Az utcák nyilvánvaló kommercializálódása, a nagyvárosokban, a televízióban és a sajtóban mindenütt jelenlévő hirdetések<sup>12</sup> és a Nyikolaj szüleiéhez hasonló történetek könnyedén értelmezhetők az orosz társadalom növekvő gazdagságának bizonyítékaként, illetve úgy, hogy a nyugati fogyasztási verseny mintái lassan itt is gyökeret vernek.

Mégis, ez az érvelés legalább három szempontból problematikus. Elsőként azt tételezi fel, hogy ennek az intenzív fogyasztásnak ugyanazok a tényezők az alapjai, mint amelyeket a tehetős nyugati kapitalista gazdaságokban megfigyelhetünk: többletbevétel, anyagi biztonság, kényelmes mindennapi élet. Másodsor ez az érvelés kritika nélkül alapoz a „valós helyzet” kétes kategóriájára egy olyan szubjektív jelenségről szólva, mint az életminőség. Feltéve azt, hogy – az anyagi bizonytalanságról való folyamatos panaszkodás ellenére – az orosz vásárlók többsége olyan stabil anyagi helyzetben van, amely lehetővé tesz számára jelentős kiadásokat, ez az érvelés elkendőz egy másik kérdést: milyen tényezők visznek rá számos embert a posztszovjet Oroszországban arra, hogy szorgalmasan gyűjtsenek és befektessenek bizonyos termékekbe még akkor is, ha anyagi helyzetük nehezen teszi lehetővé ezt a fogyasztói viselkedést. Harmadszor, ez az érvelés szemet huny afelett a tény felett, hogy az új termékek vásárlására irányuló megnövekedett érdeklődés mellett számos orosz fogyasztó egyfajta szentimentális kötődést mutat régi javaihoz, s még akkor sem válik meg ezektől, amikor már teljesen elavultak – ez az attitűd nem igazán illik bele az orosz népesség újonnan elért jólétének képébe. Nyikolaj szüleinek példája ezt illusztrálja.

---

<sup>11</sup> Ezek az adatok a COMCON-Research International szíves közléséből származnak, amely intézet 1995 óta folytat az életmódra és a fogyasztási mintákra vonatkozó R-TGI (Russian Target Group Index) vizsgálatokat a BMRB International licenszével. 2000-ben országszerte 42 város 14000 háztartásában gyűjtöttek adatokat, több, mint 400 termék és szolgáltatás, és több, mint 3900 márka fogyasztását vizsgálták meg.

<sup>12</sup> Tulajdonképpen az első dolog, amit az ember a moszkvai Seremetyevói Nemzetközi Reptéren földet érve 1999-ben meglátott, nem egy üdvözlő plakát, hanem egy tartós fogyasztási cikket reklámozó hatalmas hirdetés volt.

Ahhoz, hogy elkerüljük az alaptalan feltételezéseket az ilyen fogyasztói döntések háttérében álló – nem feltétlenül azonnal nyilvánvaló – mintákról, meg kell ismernünk e döntések módjait maguknak a fogyasztóknak a viselkedése és története alapján. A következőkben az általam készített interjúk, illetve a két év terepmunka során összegyűlt etnográfiai adatok felhasználásával adok betekintést abba, mit jelentenek a tartós fogyasztási cikkek a posztszovjet Oroszország bizonytalan kontextusában élő egyének számára.

### *Fogyasztás etnográfiai szemmel*

Egy új tartós fogyasztási cikk beszerzése fontos esemény minden háztartás számára, nem csak Oroszországban. Ugyanakkor válaszadóim tapasztalatai szerint olyan mértékű tervezést és konszenzust is feltételez, amely egy durkheimi értelemben vett rítushoz<sup>13</sup> teszi hasonlatossá. Általában több vagy minden családtag heteken keresztül beszélget a kívánt termékről, az elérhető márkák egymással összevetett előnyeiről, barátokat és ismerősöket is bevonva a társalgásba. A márka mellett a vásárlás helyszínének kiválasztása is aprólékos megbeszélés tárgyát képezi. A kisebb üzletek, bevásárlóközpontok, elektronikai szaküzletek és szabadtéri piacok előnyeit elemzik és ütköztetik egymással. Ebben a folyamatban egyik történet vagy személyes élmény hozza elő a másikat, így végül a jövőbeli vásárlók nem csak a beszélgetésben résztvevők hasonló vásárlásairól szereznek információkat, hanem az ő kollégáik, szomszédaik, barátaik és rokonaik élményeiről is. Ezek a történetek figyelmeztetésként és bátorításként egyaránt szolgálhatnak. Amint Humphrey megjegyezte, a posztszovjet Oroszországban a fogyasztással kapcsolatos egyik központi képzet a család – az elbeszélők, vagy gyakrabban valakik az ismeretségi körükből sűrűn találkoztak tisztességtelen cégekkel vagy rossz szolgáltatással.<sup>14</sup> Ezek a történetek felhívják a leendő vásárlók figyelmét a vásárlás lehetséges veszélyeire, ugyanakkor az egész folyamatot egyfajta vadászatként állítják be, az ellenség eszén való

---

<sup>13</sup> A fogyasztás rituális jellegéről a szovjet és a posztszovjet Oroszországban, lásd Nyikolajev, V. G.: *Szovjetszkaja ocseregy kak szreda obitanyija: szociológicseskij analíz...*, i. m., 2000.

<sup>14</sup> Humphrey, Caroline: *Creating a Culture of Disillusionment...*, i. m., 1995.

túljárás és a trófea megszerzésének teljesítménye, kalandja és az efelett érzett büszkeség okán. Mondanom sem kell, hogy a kockázat a ráfordított összeggel arányos, ugyanígy a sikeres vásárlás felett érzett öröm is.

A vásárlás helyszínétől függően a háztartási cikk hazaszállítása újabb kaland lehet. Bár a szaküzletek árai a berendezés szállítását és üzembe helyezését is magukba foglalják, a szabadtéri piacok, amelyeket olcsóbb árai miatt sokan előnyben részesítenek,<sup>15</sup> nem ajánlanak ilyen szolgáltatást. Emiatt nevezte Melissa Caldwell antropológus a moszkvai vásárnapokat „vidd-el-a-kedvenc-nagyméretű-berendezésedet-metrózni-nap”-nak.<sup>16</sup> Gyakran láthatunk nagyméretű, mosógépeket, mosogatógépeket, mikrohullámú sütőket, sőt hűtőszekrényeket tartalmazó dobozokat a metrón, a többi utas nagy bosszúságára, különösen azokon a vonalakon, amelyek a fontosabb piacokat – mint a Gorbuska, a Tusinói és a VDNH – érintik.<sup>17</sup> Időnként a hatalmas dobozok okozta kényelmetlenségek az utasokat meglehetősen heves vitákra készítetik, ami csak fokozza a vállalkozás veszélyes és kalandos jellegét.

Miután a kívánt tárgyat üzembe helyezik, az egész család összejön, hogy megcsodálja működését. Egy ideig az új berendezésről aktív társalgás folyik, megmutatják a vendégeknek, és legalább az első néhány héten a szerzemény hivatalosan az „újdonosság” kategóriába esik. Ez az egyik első dolog, amit megemlítenek, ha valaki a család hogylétéről érdeklődik, társas összefüggések alkalmával pedig ez a lakás megtekintésének egyik fénypontja. Gyakran elsőként maga a vendég hívja fel a figyelmet az új szerzeményre, amely a tulajdonos részéről a vásárlás történetének

---

<sup>15</sup> 2001 tavaszi árakon egy jó minőségű német hűtőszekrény 21000 rubelbe került (nagyjából 740 dollár) az üzletben, míg ugyanezt a modellt körülbelül 16800 rubelért (590 dollár), azaz körülbelül 20 százalékkal olcsóbban lehetett megvásárolni a Gorbuska piacon (a Bagratyionovszkaja megálló közelében).

<sup>16</sup> Személyes közlés.

<sup>17</sup> A VDNH metróállomás a Népgazdaság Vívmanýainak Kiállításáról kapta nevét, amely nem messze található tőle. Ma a kiállítás pavilonjait – amelyeket a sztálini klasszicizmus monumentalitásának jegyében építettek, és korábban a mezőgazdaság és az ipar különböző ágazatainak szenteltek – különböző kereskedelmi vállalatoknak és üzleteknek adják bérbe, amelyek a pelenkától a külföldi gépkocsikig mindenfélét árulnak. Bár nem egészen az eredeti szándéknak megfelelően, de a kirakatok előtt megfigyelhető pezsgő fogyasztói élet még mindig a népgazdaság eredményeinek bizonyítékaként szolgál.

részletes elmesélését váltja ki. A vendég figyelme garantált, hiszen a modern berendezési tárgyak drasztikusan elütnek a lakás különben meglehetősen szerény felszereltségétől. Nem csak esztétikailag, de fizikai értelemben is szembeötlőek. Egy új hűtőszekrény esetében például számos konyha túl kicsi ahhoz, hogy két hűtő is elférjen benne, így az ultramodern készülék – vagy esetleg az elődje – dekorációs elemként nem ritkán a folyosóra vagy a nappaliba kerül, így ez az egyik első tárgy, ami a látogató szemébe ötlük.

Használat tekintetében az újonnan vásárolt árucikk olyan tiszteletet és törődést élvez, mint semelyik egyéb háztartási eszköz. Rendszeresebben és gondosabban tisztítják, mint a többit, és minden elképzelhető módon „vigyáznak rá”. Mindazonáltal ez a különleges bánásmód nem jelenti azt, hogy a régi háztartási eszközről, amelynek a helyét átvette, azonnal lemondanak. Sőt, a több ugyanolyan típusú tartós fogyasztási cikk birtoklásának relatív gyakoriságát (az orosz háztartások 17 százalékában van egynél több hűtő, és ennél is nagyobb arányban fordul elő, hogy több tévékészülék van a tulajdonukban) nagyrészt a tulajdonosok – főleg az idősebb generáció – attól való vonakodása magyarázza, hogy búcsút vegyenek az idejüket kiszolgált tartós fogyasztási cikkektől. Mivel a legtöbb esetben a háztartásnak valójában nincs szüksége arra, hogy például két hűtőberendezést használjanak, a régi eszközöket gyakran az erkélyre száműzik, továbbadják rokonoknak, vagy elviszik őket egy dácsára, ahol vagy újra használatba veszik őket, vagy nem. Amennyiben a lakásban tartják őket, adott esetben kirakják őket a konyhából, vagy tárolóként, szekrényként, polcként, televízió vagy mikrohullámú sütő állványaként használják őket. Ez utóbbi esetben néha le is takarják a hűtőt, így korábbi funkciója nem is nyilvánvaló azonnal.

A 45 éves Klara, aki irattárosként dolgozik egy moszkvai járóbetegklinikán, nyugdíjas édesanyjával él egy kétszobás lakásban. Klara 50 négyzetláb<sup>18</sup> nagyságú konyhájában két hűtőszekrény található: egy nagy, modern, önkioivasztó rendszerű hűtő, és egy öregebb, valamivel kisebb modell. Ez utóbbi másfél évvel ezelőtt vált feleslegessé, amikor az azt felváltó új készüléket vásárolták, ám az eredeti készüléket is a lakásban hagyták, hogy a feltételezett „tűzvész esetén” használni lehessen. Az interjú idején a régi hűtő áramtalanítva és félig nyitva állt.

---

<sup>18</sup> Kb. 4,64 m<sup>2</sup> – a fordító.

*Klara:* Még meg is javítottuk ezt a régit, olyan sok pénzt költöttünk rá. Szóval jól működik. És úgy dolgozik, mint egy szörnyeteg, mint egy traktor, mindenhol lehet hallani a lakásban. (*Nevet.*) Amikor kikapcsol, minden remeg rajta, olyan erős a motorja. De úgy döntöttük, nem adjuk el. Úgy értem, jól működik, nem rossz. Konyhaszekrénynek használok. (*Kinyitja a hűtőt, hogy megmutassa.*) Itt tartom a fazekaimat. Fazekakat, üvegpoharakat, minden ilyesmit. Ezen kívül bármikor bekapcsolhatom. Például kikapcsolhatom ezt. (*Az új hűtőre mutat.*) És bekapcsolhatom a másikat. Még nem volt rá szükség, de megtehetem, mivel tökéletesen működik. És akkor ez (*az új*) csak állhatna itt és lemoshatnám. Jó, ha lemossuk, azt hiszem, majd május 1-jén... úgy döntöttem, a májusi szabadságolás alatt fogom lemosni...

Klara megjegyzései olyan hozzáállást tükröznek, amely általános adatközlőim körében: az új és drága háztartási eszközök vásárlásának vágya együtt jár a régi és elavult daraboktól való megszabadulástól való idegenkedéssel. Mindkét magatartásmintát említi az Oroszországgal foglalkozó szakirodalom, ám egymástól függetlenül. Míg a fogyasztás iránti megnövekedett érdeklődés a korábban idézett érveléseket szülte Oroszország jólétével kapcsolatban, a régi darabok megőrzésében más kutatók a szocialista hiánygazdaság mentalitásának a posztszovjet időszakban való fennmaradását vélték felfedezni.<sup>19</sup> Azonban itt éppen a posztszocialista fogyasztás sajátos, vegyes természetével van dolgunk, amelyben a modern kapitalista társadalom féktelen fogyasztása, valamint a hiánygazdaság megszállott gyűjtögetése és mindent újra felhasználó jegyei egyaránt jelen vannak,<sup>20</sup> minderről azonban kevésbé szólnak az elméletek. Az alábbiakban megkísérlem megmagyarázni e két elem valószínűtlennek tűnő együttes létezését, és amellet érvelek, hogy ezek távolról sem ellentétes, egymást kölcsönösen kizáró fogyasztási szokások, hanem – a mai orosz társadalom kontextusában – inkább egymást kölcsönösen felerősítő tendenciák. Ahhoz azonban, hogy megértsük a két fogyasztói

---

<sup>19</sup> Vysokovskii, Aleksander: *Will Domesticity Return?...*, i. m., 1993.

<sup>20</sup> Kornai János.: *Economics of Shortage...*, i. m., 1980.; Drakulić, Slavenka.: *How We Survived Communism...*, i. m., 1993.

beállítottság közti bonyolult kapcsolatot, mindezt a mai orosz társadalom mélysegesen átpolitizált természetű fogyasztásának kontextusában kell elhelyeznünk.

*A fogyasztás mint politika, a politika mint fogyasztás*

A fogyasztással kapcsolatos tapasztalatait az orosz lakosság a szocializmus és az átalakulás ideje alatt egyaránt a társadalmi-kulturális változásokhoz alapvetően kapcsolódó, azokat jelző, a közvetlen mindennapi realitás részét képező jelenségként értelmezte. A posztszovjet szubjektivitást orosz középiskolai diákok esszéi alapján elemző Serguei Oushakine így ír:

...a két politikai rezsim [ti. a szocialista és a posztszocialista] a diákok esszéiben metonimikusan összekapcsolódik az adott időszak meghatározó fogyasztói elemeivel (sorban állás, bevásárlószatyrok, fánkok, teli üzletek, leárazások, stb.). A politikai (csakúgy, mint a gazdasági) aspektus itt összemosódik az egyéni aspektussal, vagy legalábbis a mindennapi gyakorlatok személyes síkján észlelik ezeket.<sup>21</sup>

A fenti megfigyelést megerősítve számos adatközlőm beszámolója is azt bizonyítja, hogy mindennapi életük során az elmúlt évtized politikai változásait nem ideológiai frázisokon vagy a közügyekben való részvételen, hanem a *fogyasztásban beálló változásokon* keresztül élték meg. Vagy másképp fogalmazva, a fogyasztásban beálló változásokat – azon a szinten, amelyen az átlagembernek felismerhető és azonnali következményekkel járó formában hozzáférése van a politikához – *a politikai változás lényegéként* fogták fel. Az élelmiszerért való sorban állásról, élelmiszerjegyekről, bezárt üzletekről szóló 1980-as évekbeli emlékek tulajdonképpen átvették a politikai ítéletek helyét az előző rendszerrel kapcsolatos egyéni reflexiókban. A fogyasztói választás szabadságára való utalások és a magas árak miatti panaszok ugyanilyen funkciót töltenek be a jelenlegi helyzet megvitatásakor. A következő szemelvényben különösen élénken mutatkozik meg az a

---

<sup>21</sup> Oushakine, Serguei Alex: *The Quantity of Style...*, i. m., 2000. 100.

tendencia, amely egyenlőségjelet tesz a társadalmi-gazdasági változások és a fogyasztói minták változásai közé:

*Olga:* Hogyan írnád le a jövődöbéli unokáidnak, hogy mi történt 1985 után?

*Ljuba, 37 éves takarítónő egy magánvállalatnál (kiemelések a szerzőtől):* Sosem gondolkoztam ezen sokat, hogy őszinte legyek... Egy az, hogy azt reméltem, jobb lesz... Tudod, ahogy azelőtt éltünk, munkába jártunk, *sorban álltunk*... Persze sok szempontból kevesebb probléma volt, de megint csak az, hogy *nem lehetett kapni semmit*. Bármiért, amire szükséged volt, egy *örökkévalóságig kellett sorban állnod*, fel kellett kerülnöd a névsorra, naponta feliratkozni, vagy kellett egy második világháborús hadirokkant nagypapa... A *régi tévékészülékünket csak a nagypapámon keresztül tudtuk megszerezni*, a hűtőhöz ugyanígy csak általa tudtuk hozzájutni. És még így is körülbelül egy évet kellett várunk, amíg megérkezett a levél, hogy sorra kerültünk... Szóval ha úgy veszem, szerencsések voltunk – mit csináltunk volna, ha nem lett volna egy ilyen nagypapám? Most nevetségesnek tűnik erre még csak gondolni is – *egyszerűen elmész és veszel egy olyan hűtőt vagy autót, amelyet szeretnél – olcsóbbat, drágábbat, amelyet kívánsz*. Persze *spórolnod kell egy ideig*, de aztán azt veszel, amit csak akarsz.

*Olga:* Visszakanyarodva az 1980-as évekhez, volt bármilyen pontos elvárásod, hogyan változhatna a helyzet, bármilyen konkrét ötleted?

*Ljuba:* Csak nagyon homályosan. Ez a remény volt, hogy minden jobb lesz. De hogy miként – azt nem tudtuk. *(élénken)* Mindenesetre még mindig emlékszem *arra a szappanra, amit* olyan megszállottan *vásároltunk*... Isten tudja, mennyi időt töltöttünk a szappanért való sorban állással az átkozott *élelmiszerjegyek* idejében. Komolyan mondom, az egész hátralevő életünkre beraktároztunk. *(nevet)* És ez a sampon, emlékszem. Később a kutyámat fürdettem vele, mert már rég lejárt a szavatossága, és még mindig volt egy fél tucat flakonnal. Akkoriban az volt, hogy *annyit kell*

*vásárolnom, amennyit csak lehet. És mennyi vodkát vettünk élelmiszerjegyre! ... (Nevet, majd komolyra fordítja a szót.) ...* Az egyetlen rossz dolog mostanság, hogy annyi utánpótlás van ennek a bizonyos vodkamárkának, de más termékeknek is, pedig van néhány megbízható vállalat is. Jó lenne, ha jobban figyelnének erre [*a kormány*], hogy kevesebb hamisítvány legyen.

Oroszországban a bevásárlás és a családi kiadások kezelésének felelőssége nagyrészt a nők vállán nyugodott – és nyugszik most is.<sup>22</sup> Ezt a szereposztást tanúsítja az is, hogy politikai diskurzusaikba drámaian és bőbeszédűen belevonják a fogyasztást.<sup>23</sup> Mindamellet számos férfi adatközlő elbeszélései szintén a politikai korszakok és fogyasztási rezsimek megféleltetésének mintáját tükrözik:

*Roman, 44 éves, építőmunkás:* A szovjet időszakban nem féltünk attól, hogy bárkit elbocsátanak a munkahelyéről. Nem is tudtuk, mi az a munkanélküliség. Másrészt viszont az élelmiszerellátás szempontjából sokkal rosszabb volt a helyzet. Manapság bármit megvehetsz, ha van pénzed. De ahogy ezelőtt volt – jött egy krízis, és máris el kellett kezdened ételt raktározni, aztán megint jött valami más. Nem is emlékszem, melyik időszakban volt, amikor kiadták a „moszkovita kártyát”, vagy valami másfajta kártyát. Bemész az üzletbe – én akkoriban váltott műszakban dolgoztam –, és vehetsz rajta meghatározott mennyiségű vaját, valahány grammot, de nem többet. A sor hosszú volt, de csak a saját adagomat kaphattam meg, míg a feleségem kártyájára a gyermekeink is fel voltak írva, így ő három adagot vehetett, nekem pedig a sajátommal kellett törődnöm. Nem volt mit tenni. Sokkal rosszabb volt. Most ha dolgozol, élheted az életed, vehetsz, amit csak akarsz, De reggeltől estig kell dolgoznod...

---

<sup>22</sup> Lásd Humphrey, Caroline: *Creating a Culture of Disillusionment...*, i. m., 1995.; Nyikolajev, V. G.: *Szovjetszkaja ocseregy kak szreda obitanyija: szociológicseszkiy analiz...*, i. m., 2000.

<sup>23</sup> Ez ugyanúgy kapcsolatban állhat a női és a férfi beszédstílusok napjaink kultúrájában észlelhető különbözőségével (Gal, Susan: *Between Speech and Silence...*, i. m., 1991.)

A két fogyasztási időszak – az egyik, amely a fejadagok és az alacsony árak köre szerveződött, és a másik, amely a szabadpiacra és a változékonyabb árakra épül – mindkét beszámolóban a szocializmusból a poszt-szocializmusba való átmenet lényegét fejezi ki az elbeszélők tapasztalatai alapján. Az átalakulás megítélésében azonban nem minden adatközlő értett egyet. Néhány interjúban éppen az ellenkező volt a prioritások sorrendje, és a korábbi megfizethető árak a szocialista tervgazdálkodás felsőbbrendűségének bizonyítékaként tűntek fel. Mindez azonban cseppet sem változtat az okfejtések azon általános algoritmusán, hogy – mindkét esetben – a fogyasztási időszakokról nem saját jogon ejtenek szót, hanem azon periódusok alapvető megtestesítőiként, amelyhez tartoztak.

A fogyasztási rezsimek politikai folyamatokkal való összekapcsolásának szokása a fogyasztás témakörét erőteljes, politikai preferenciákat és identitásokat kifejező retorikai eszközzé teszi. Adatközlőim fogyasztással kapcsolatos narratíváin két politikai jellegű ellentétpár vonul végig, amelyek folytán fogyasztási diskurzusaik identitáspolitikai aktusokká válnak: a múlt és a jelen, illetve az egyén és az állam közti ellentétek. Egy olyan időszakban, amikor a poszt-szocialista identításra vonatkozó legtöbb szociológiai kutatás a krízishelyzet megállapítására korlátozódik,<sup>24</sup> érdemesnek látszik megvizsgálni, milyen módokon vészelik át ezt a krízist az emberek, és hogyan kezelik azt a mindennapi élet szintjén.

### *A múlt és a jelen*

A fogyasztás témaköre egyszerűen összekapcsolható a múlt és jelen ellentétének retorikájával, hiszen a 20. századi orosz társadalmi változások gyakran szorosan összefonódtak a fogyasztási gyakorlatok átalakulásával. Boym a szocialista Oroszországban megfigyelhető, mindennapi étellel kapcsolatos gyakorlatokról szóló munkájában Mandelstam önéletrajzi novellájából, *Az egyiptomi pecsétből* (1928) idéz:<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Kon, Igor S.: *Identity Crisis and Post-Communist Psychology...*, i. m., 1993.; Lapin, N.: *Values as Components...*, i. m., 1994.; Jevgenyijeva, T.: *Arhaicseskaja mitologija v szovremennoj polityicszeszkoj kulture...*, i. m., 1999.

<sup>25</sup> Boym, Svetlana: *Common Places...*, i. m., 1994.

Címerként, családom, egy pohár forralt vizet ajánlok fel neked. Pétervár forralt vizével – annak gumyszerű utóízével – sikertelen családi halhatatlanságomra iszom. Az idő centrifugális ereje szétszórta a bécsi székeinket és a kis kék, virágos holland tányérjainkat.<sup>26</sup>

Boym számára Mandelstam szavai éppúgy feltárják identitását, mint korábbi javainak elvesztését.

...ugyanaz a centrifugális erő szórja szét a családi tárgyakat, és töri össze a hős ’énjét’. A dolgok pusztulása az emberek pusztulásával párhuzamos. Azok a bécsi székek és kis kék virágos holland tányérok az irodalmi régmúltban vagy bizonytalan jövőben léteznek.<sup>27</sup>

Amíg a bécsi székek a múltat, a gumíüzű pétervári víz a jelent reprezentálja Mandelstam elbeszélésében, ezáltal teremtve meg a két részre – az elérhetetlen múltra és a sanyarú jelenre – szakadt világ képzetét. Ez a megkülönböztetés nem tér el lényegesen a Ljuba által leírt „régí”, vodkáért sorban állós és „új”, jó, noha drága árukkal fémjelzett világok oppozíciójától. A múltbeli és jelenbeli élet szembeállításuk mindkét esetben éles, és ezt a két időszakot jelző tárgyak által fejezik ki.

A tárgyaknak azokkal a történelmi időszakokkal való azonosítása, amelyekhez tartoznak, olyan többletjelentéssel ruházza fel a fogyasztási javakat, amelyek lényegesen különböznek a Baudrillard<sup>28</sup> vagy Bourdieu<sup>29</sup> által nekik tulajdonított jelentésektől. A pusztán az osztályszerkezetet kifejező funkció helyett a történelmi képzettársítások lehetőséget teremtenek arra, hogy a tárgyak helyzetét az egymást követő politikai rezsimek viszonylatában határozzuk meg. Amennyiben a fogyasztási javak történelmi korszakokkal metonimikusan asszociálódnak, a tárgyak megszerzésére és manipulálására irányuló stratégiák jóval többet képesek kifejezni, mint a gazdasági optimalizálás és az

<sup>26</sup> Mandelstam, Oszip: Jegipetszkaja marka. In: *Szobranijje szocsinyenyij v trjoh tomah*, 2. kötet, 5., idézi Boym, Svetlana: *Common Places...*, i. m., 1994. 159.

<sup>27</sup> Uo.

<sup>28</sup> Baudrillard, Jean: *The System of Objects...*, i. m., 1996.

<sup>29</sup> Bourdieu, Pierre: *Distinction...*, i. m., 1984.

osztálykülönbségek artikulálása. Lehetőséget teremtenek a fogyasztóknak, hogy múltjukat és jelenüket egy koherens narratív sémába helyezték, és ezáltal egy jelentéssel bíró élettörténetet hozzanak létre.

Ha a múlt és jelen szembenállásának prizmáján át nézzük, számos mai fogyasztó egyidejű kötődése régi javaihoz és újonnan vásárolt megfelelőikhez mély szimbolikus értelmet nyer. Úgy tűnik, a kínzó identitásdilemmákkal átszótt gyors társadalmi változások időszakában a „régirend” kereteinek megőrzése az új fogyasztási javak megszerzésével párhuzamosan olyan eszköz, amely szimbolikusán áthidalja a szakadékot a szocialista múlt és a poszt-szocialista jelen között a mindennapi gyakorlatok szintjén. Azzal, hogy jelzik kötődésüket a régi háztartási cikkekhez, amelyeket fáradtságosan és rengeteg idő ráfordításával szereztek a szocialista újraelosztó gazdaság idején, az egyének nem feltétlenül a gazdasági rendszer *egészt* kívánják igazolni. Sokkal inkább az abban a gazdasági rendszerben elért eredményeiket mentik át ezekkel a tárgyakkal, és értékkel, valamint jelentéssel ruházzák fel őket:

*Ljudmila, 49 éves, könyvelő (kiemelés a szerzőtől):* Soha nem felejttem el, hogyan vettem ágyat a két lányomnak, mennyire mesébe illő volt! Egy polezsaevszakajai műhelyben rendeltem meg őket, és abban az időben nem tartottak előre gyártott elemeket raktáron. Azon a napon, amikor el kellett értük mennünk, Gennagyij [*a férj*] épp munkában volt, még mindig emlékszem rá. Odasiettem, kihozták ezeket az ágyakat, hívtam egy teherautót és megkértem a sofőrt, hogy segítsen kipakolni az ágyakat a ház előtt. Még az egyik matracot is segített felvinni, közben félni kezdtem, hogy valaki ezalatt ellopja a másik matracot, amit az udvaron hagytunk. Aztán odamentem egy járókelőhöz és megkértem, segítsen a többivel, és rohantam előtte, hogy kinyissam neki az ajtókat. (*Nevet.*) Hogy képzeled, hogy bármikor is meg tudnék válni ezektől az ágyaktól? Miután a lányok elköltöztek, összetoltam az ágyakat és franciaágyat csináltam belőle magamnak...

Így egy régi tárgy megőrzése – vagy, ahogy az oroszok néha utalnak rá: „nyugdíjaztatása” – az egyén múltjának konzerválását

jelenti, és a vonakodást, hogy azt haszontalannak és túlhaladottnak ismerjék el.

Az, hogy az emberek vonakodnak megválni régi háztartási javaiktól, a tárgyakra vonatkozó nyelvhasználatban is kifejeződik, ugyanis gyakran „veteránként”, „régibarátként” utalnak rájuk, nem csak a mindennapi beszélgetésekben, de gyakran a hirdetőújságokban is.<sup>30</sup> Az olyan emberek számára, akik a kormányt azzal a kritikával illetik, hogy „egész generációkat dobtak ki a szemébe”, ez a fajta retorika a konzervatív fogyasztási szokásaikat szinte morális színben tünteti fel.<sup>31</sup>

A „régibarátokhoz” fűződő konzervatív viszonyulás mellett azonban a mai oroszok élénk érdeklődést mutatnak az új tartós fogyasztási cikkek iránt is, amelynek köszönhetően a múlt-jelen szembenállás második eleme is határozottan a helyére kerül. Míg a korábbi javak megőrzése lehetővé teszi az egyén számára a múlttal való kontinuitás érzetének, illetve a múlt jelentőségteljes voltának megőrzését, egy-egy modern tárgy beszerzése azt bizonyítja meggyőzően, hogy az egyén képes a mai társadalmi-gazdasági változások zavaros vizein is a „felszínen maradni”. Az 1950-es évek vége és az 1960-as évek óta a háztartásokban használt tartós fogyasztási cikkek a nagyhatalmak közti versengés hathatós szimbólumait jelentették, csakúgy, mint a nukleáris hatalom és a világűr meghódítása.<sup>32</sup> Ebben az összefüggésben egy legújabb típusú hűtő vagy mosógép megvásárlása a fogyasztók számára úgy is értelmezhető, hogy legalább ők maguk – ha nem is az egész ország – sikerrel megközelítették a fejlett kapitalista országok lakóinak életszínvonalát. Ez az állítás annál is inkább jelentőségteljes, mivel a felhasználóbarát és a mindennapi kényelemhez hozzájáruló fogyasztási javakra vonatkozik, amelyek a szovjet időkben a „B

---

<sup>30</sup> Lásd a moszkvai székhelyű *Szprosz* havilap címlapját, 2000, 5. szám

<sup>31</sup> Ennek a logikának megfelelően hihetőnek látszik az a feltevés, hogy egyes fogyasztók, különösen a fiatalabbak és/vagy sikeresebbek ugyanezt a régi ingóságok és a szocialista éra közti asszociációs mechanizmust használják a szocialista mentalitástól való alapvető elzárkózásuk bizonyítékeként, azáltal, hogy megmutatják, milyen tüntető könnyedséggel válnak meg régi tárgyaiktól. Bár a mintám válaszadói közül csak ketten mutattak ilyen magatartást – ami természetesen nem elégséges következtetések levonására – ez egy további vizsgálatra érdemes lehetőségnek látszik.

<sup>32</sup> Crowley, David – Reid, Susan E.: *Style and Socialism...*, i. m., 2000.

kategóriás ipar<sup>33</sup> leginkább elhanyagolt területének számítottak. Ljudmila elbeszélése is ezen a motívumon alapul, amikor elmeséli, hogyan döntött – mintegy „önmaga megjutalmazásaképp” – egy modern, önkiolvasztó hűtőszekrény vásárlása mellett:

...a régi hűtőnk rendben volt, de tudod, milyenek ezek a régi hűtők – ki kellett őket olvasztani, és egyszerűen úgy éreztem, belefáradtam ebbe. Úgy gondoltam, én dolgozom, Gyennagyij dolgozik, itt az ideje, hogy elkezdjünk élni, érted, mire gondolok? Nézd, amióta a lányaink megszülettek, rabszolgaként dolgoztunk éjt nappallá téve, és életünk nagy részében ezt csináltuk. Itt az ideje, hogy elkezdjünk magunkra költeni. Azt hiszem, megérdemlek egy jó minőségű dolgot, nemde bár?

Az új és modern tartós háztartási cikkek a haladás erőteljes szimbólumaiként funkcionálnak, hiszen magukba foglalják azt a különbséget, amely a múlt önkizsákmányoló, munkaigényes gyakorlatai és a jelenben „önmagukat emberként kezelni” képes társadalmi szereplők között fennáll. Amellett, hogy a régi berendezés talán azt az idő- és munkaráfördítést testesíti meg, amely a hiánygazdaság feltételei között a megszerzéséhez kellett, az új tartós fogyasztási cikkek sem mentesek a befektetett idő és munka asszociációitól. Mindez azért van, mert bár a szabadpiaci viszonyok beköszönte óta a fogyasztás sokkal kevesebb nehézségbe ütközik, még mindig egyfajta kihívásként, veszélyes vállalkozásként tekintenek rá, amely különleges óvatosságot és hozzáértést igényel. A választék felmérésére és a tényleges vásárlásra fordított idő mellett az új tartós fogyasztási cikkek a pénzkeresésre fordított munkát is jelzik, amely bonyolult munkastratégiákban és a háztartás minden tagjának közös fáradozásában nyilvánul meg. Így – mind a múltra vonatkozóan, mind napjaink valóságának kontextusában – a tartós fogyasztási javak a teljesítmény fokmérői. Ráadásul ez pontosabb és tartósabb fokmérőnek számít a pénznél, amelyet a poszt szocialista évtizedekben olyan sokszor megreformáltak és átalakítottak, hogy nem igazán jelent stabil hivatkozási alapot. Egy olyan világban, ahol a bolti árak naponta háromszor változnak – ezt élték át adatközlőim

---

<sup>33</sup> Az „A” csoporttal szemben (katonai és nehézipar) a „B” csoport, amely fogyasztási cikket termelt, mindig másodlagos fontosságúnak számított.

az 1998. augusztusi gazdasági csőd idején –, és ahol (attól függően, melyik évben járunk) 5000 rubel lehet egy fagyí, de egy hűtőszekrény ára is, a gyengülő valuta értékmérő szerepét tárgyak veszik át. Ezért van az is, hogy szinte minden orosz át tudja számolni az 1980-as évek előtt megtakarított pénzét Volga autókra, amelyek akkoriban nem hivatalosan mérték az eredményeket. Ennél fogva a tartós fogyasztási cikkek fontosságát az is adja, hogy (nem kőbe, hanem fémbe és fehér zománcba vésett) emléket állítanak a fáradozásoknak és teljesítményeknek – mind a régi, mind az új rezsim alatt.

### *A nép és az állam*

A tartós fogyasztási cikkek fontossága nem korlátozódik a szocialista és posztoszocialista teljesítmények és identitások megőrzésének, illetve ezeknek értékkel és jelentéssel való felruházásának szimbolikus szerepére. Jelentőségük második rétege – amely szintén a fogyasztás és a politikai rezsimök összemosásának korábban bemutatott tendenciájából ered – a *Mi* (a nép) és az *Ők* (állami szervezetek és intézmények) szembenálláshoz kapcsolódik.

Mivel az egyének az egymást követő fogyasztói rendszerek egymásutánját a politikai változásokkal azonos folyamatnak látják, ezeket a politikai szereplők és a politikai érdekek által befolyásoltnak is tekintik. Az árak változását, a növekvő inflációt, a társadalmi különbségek növekedését, a nemzeti valuta instabilitását, és számos más, a fogyasztással összefüggő tényezőt tipikusan nem komplex, többdimenziós folyamatokként, hanem a politikai elitiek romboló, részrehabjló cselekedeteinek eredményeként értelmezik és így is beszélnek róluk:

*Alekszej, 46 éves, katonai mérnök:* Ez az egész szituáció (az 1998. augusztusi valutaleértékelés) némiképpen romba döntötte az anyagi alapjainkat, de már hozzá vagyunk szokva ehhez. Megtörtént korábban is – egy-két évvel ezelőtt, amikor a valutaárfolyam hirtelen az egekig szökött. Ez ugyanaz... Nem hagyják, hogy az emberek fenntartsák a fejlődést. Amint az emberek úgy érzik, összegyűjtöttek valamit, azonnal leértékelik azt. Ez az állami politika...

Robotokká, a túlélés szintjén megrekedt robotokká teszik az embereket.

A Mi-Ők opozícióban mindkét oldalhoz sajátos motívumokat, érdekeket és cselekvési stratégiákat társítanak. Míg a hatalom (*vlaszty*) birtokosait gyakran úgy ábrázolják, mint akik kizárólag az ország saját javukra történő kifosztásában érdekeltek (ide tartozik a hétköznapi emberek megtakarításainak a megszerzése is), a nép (*narod*) – amellyel adatközlőim is aktívan azonosultak – csak adócsaláshoz, kettős játszmaéhoz és más, Scott által a „gyengék fegyvereinek” nevezett módszerhez folyamodhat.<sup>34</sup> Ráadásul, mivel a fogyasztást a hatalommal azonosítják, a vásárlói magatartás stratégiáit gyakran – kimondva-kimondatlanul – a hatalom és a nép közti küzdelem kontextusában értelmezik:

*Ljuba, 37 éves, takarítónő:* Olyan sokszor próbáltak minket térdre kényszeríteni, de felálltunk – fel kell állnunk újra. Most is, ezek az árak, folyamatosan emelkednek... Amióta csak vissza tudok emlékezni, az árak mindig emelkedtek a vakációk idején. Úgy gondolom, azt hiszik, ez jó alkalom arra, hogy megszerezzék a nép utolsó félretett fillérjeit. Másutt a szünidő leárazásokat jelent, de itt nem. Áh! Hát normális ez: a tojás 6 rubelbe került, most meg 18... Mi történt, azon gondolkodom, hogy vajon a szovjet [*sic!*] tyúkrok elkezdtek kemény valutában tojni?! (*Nevet:*)

*Olga:* Mégis, miért történne ilyesmi?

*Ljuba:* Azt hiszem, valaki ezt felülről irányítja. Egy adott boltvezető nem állhat elő ilyesmivel, főleg nem országos méretben, de még csak egész Moszkvára vonatkozóan sem. Nem, ezt valaki, aki ennél magasabban van. Minden rendelkezésre álló eszközt felhasznál, hogy kipréselje az emberekből a pénzüket. Mérget vehetsz rá, hogy minden drágulni fog...

A nép és a hatalom/hatóság (*narod i vlaszty*) élesen és drámaian felvázolt elkülönülésének nyugtázása nem újdonság az orosz (és a

---

<sup>34</sup> Scott, James: *Domination and the Arts of Resistance...*, i. m., 1990.

tágabban vett kelet-európai) retorikai tradícióban.<sup>35</sup> Ami itt érdekes, az nem a szembenállás egyszerű ténye, inkább ennek kifejeződési módja, és a fogyasztás területére gyakorolt hatása. Bár az átlagemberek által a hatalommal szemben alkalmazott hétköznapi taktikákat gyakran az ellenállás kifejeződéseként értelmezik, én azt mondanám, hogy – legalábbis a fogyasztás esetében – a Mi-Ők szembenállás egészen más jelleggel bír. Nem annyira az ellenállás (amely definíciója szerint egy kifelé, az ellenfél felé irányuló tett), mint inkább az önvédelem aktusa. Az önvédelem megnyilvánulásai abban különböznek az ellenállástól, hogy céljuk nem annyira a hatalmi egyensúly helyreállítása valamiféle, gyakran szimbolikus visszavágás révén, mint inkább az egyén közvetlen életvilágát megbontó események által okozott sebezhetőségének minimalizálása – néha még azelőtt, hogy a veszély ténylegesen előállna.

*Alla, 53 éves, irodavezető:* Most befektetem minden pénzemet, így 10-15 év múlva többé-kevésbé elfogadhatóan élhetek majd. Felújítottuk a konyhát, a fürdőszobát, vásároltunk egy új mosógépet, új vízcsapokat, egy új hűtőt. Érted? Lehet, hogy most éppen nincs szükségünk mindezekre, de én továbbra is ilyesmikbe fogok befektetni mindent, amim van. Mert tudom, hogy amikor nyugdíjas leszek, nem engedhetem majd meg magamnak ezeket.

*Roman, 44 éves, építőmunkás:* Tavaly télen megint valamilyen gazdasági reformról beszéltek, és a feleségemmel úgy döntöttünk, hogy vásárolunk egy új hűtőt. Tudod, mielőtt éreztetni kezdi a hatását, arra az esetre.

Az ellenállás és az önvédelem megkülönböztetése igen fontos, hiszen ez szemléletváltást von maga után: ahelyett, hogy minden tettet egyfajta reakcióként értelmeznénk az állam részéről érkező

---

<sup>35</sup> Ezzel kapcsolatos további információkért lásd Shlapentokh, Vladimir: *Soviet Public Opinion and Ideology...*, i. m., 1986.; Toranska, Teresa: *'Them': Stalin's Polish Puppets...*, i. m., 1987.; Kotkin, Stephen: *Magnetic Mountain...*, i. m., 1995.; Ries, Nancy: *Russian Talk...*, i. m., 1997.; Kligman, Gail: *The Politics of Duplicity...*, i. m., 1998.; Fitzpatrick, Sheila: *Everyday Stalinism...*, i. m., 1999.; valamint Gal, Susan – Kligman, Gail: *The Politics of Gender After Socialism...*, i. m., 2000.

fenyegetésre, inkább egy, az egyént és a háztartást a lehetséges szerencsétlenségektől – a pusztán feltételezett vagy elképzelt veszélyeket is ide értve – védelmező „burok” kialakítására irányuló magatartás részeként értékelhetjük őket. A tartós fogyasztási cikkek vásárlása ebből a nézőpontból csak egy része egy olyan folyamatnak, amely magába foglalja a megerősített ajtók beszerelését, a gyógyászati eszközök felhalmozását, a lakások rendszeres felújítását, kerti vetemények termelését és az olyan informális hálózatok kialakítását, amelyek helyettesítik vagy kiegészítik a megfelelő állami szervek működését, legyen szó akár bankokról, oktatásról vagy egészségügyi ellátásról. Bár ezen stratégiák hatékonysága megkérdőjelezhető,<sup>36</sup> az egyén számára az állami szervektől és intézményektől való függetlenség érzését biztosítják, így visszaadják az amúgy – általános vélekedés szerint a közszféra összeomlása folytán – veszélybe került létbiztonság érzését.<sup>37</sup>

Ennek az egyén és az állam között felállított önállósági zónának a kialakításával a tartós fogyasztási cikkek több módon is összefonódnak. Először is, egy hűtő vagy egy mosógép vásárlása biztonságba helyezi a háztartás megtakarításait azáltal, hogy olyan dologgá alakítja azokat, amely nincs kiszolgáltatva az inflációnak vagy az árfolyam-ingadozásoknak. Határozottan „odaerősíti” a helyére azt, amit az egyén megszerzett, ám a profithajhász politikai struktúrák folyamatosan veszélyeztetnek. Ezért van az, hogy a háztartási gépek vásárlásának leggyakoribb indoka nem a háztartás igényeinek változása, vagy a régi szerkezetek nem megfelelő működése, hanem az a tény, hogy a háztartás elegendő rendelkezésre álló pénzt gyűjtött össze:

*Maria, 37 éves, nővér egy állami rendelőintézetben: Az egész az anyósom miatt volt, azt mondta: Figyelj! Összegyűjtöttem*

---

<sup>36</sup> Lásd a kerti vetemények gazdasági jelentőségével kapcsolatban: Alashev, S. – Varshavskaya, E. and Karelina, M.: *Subsidiary Agriculture of an Urban Household...*, i. m., 1999.

<sup>37</sup> Pittaway hasonlóan vélekedett a szocialista Magyarország kapcsán, lásd: Pittaway, Mark: *Stalinism, Working-Class Housing and Individual Autonomy*, ..., i. m., 2000.

Ennek az általam „függetlenedésnek” nevezett folyamatnak a posztszovjet Oroszországra vonatkozó bővebb elemzését lásd doktori disszertáciomban: Shevchenko, Olga: *Crisis and the Everyday in Postsocialist Moscow...*, i. m., 2008.

valamennyi pénzt a nyugdíjamból, menj és vegyél valamit...  
Átutalással küldik a nyugdíját és összegyűlt a számláján.

*Olga:* Tehát a hűtővásárlás az ő ötlete volt?

*Maria:* Igen. Azt mondta, cseréljük le a hűtőt, amíg még élek, mindig ezt mondta, amíg még élek, cseréljétek le (*nevet*), amíg még megvan rá a pénz... Úgy gondolja, az ő irányítása nélkül sohasem fogunk tudni pénzt megtakarítani.

Azáltal, hogy amint anyagi lehetőségeik lehetővé teszik, tartós fogyasztási cikkeket vásárolnak, az emberek két veszélyt is elkerülni vélnek. Egyrészt kivédik annak kockázatát, hogy félretett pénzük az infláció miatt elveszítse értékét. A másik, közvetettebb veszély, hogy a háztartás tagjai a munkaerőpiaci viszonyok forgandósága miatt keresőképtelenné válhatnak a jövőben, így amikor aztán valóban szükséges lesz, nem fogják tudni megvásárolni ugyanezeket a tartós fogyasztási cikkeket. Ez az érvelés, amely különösen az idősebb generációt befolyásolja, arra készíti őket, hogy elébe menjenek aktuális szükségleteiknek, annak érdekében, hogy megoldják a problémát, mielőtt az egyáltalán fellépne.

Amellett, hogy egyfajta furcsa családi befektetési bankként funkcionáló hűtőszekrények jóvoltából biztonságban tudják a háztartásban félretett pénzt, más okból is fontos szerepe van a hűtőknek a többi háztartási géphez viszonyítva, ti. élelmiszert lehet bennük felhalmozni. Ebben az értelemben úgy beszélhetünk a hiánytól való szorongásról, mint ami ezt az elkülönülést egy fokkal mélyebbé teszi. Míg a korábbi években az emberek erős szükségét érezték annak, hogy a biztonság kedvéért élelmiszert raktározzanak, manapság a biztonságra való igényt kielégíti egy olyan berendezés, amelyben szükség esetén élelmiszert lehet tárolni.

*Olga:* És mit csináltak a régi hűtőkkel?

*Viktor, 58 éves, esztergályos:* Az egyiket kivittük a dácsába, a másik itt van, Roma [*a fia*] szobájában.

*Olga:* Mindkettőt használod?

Viktor: Hát azt, amelyik Roma szobájában van még nászajándékba kaptuk, már elég régi... Most ki van kapcsolva, de ha be akarnánk kapcsolni, az is rendben lenne – működni. Még nem volt ilyen alkalom, de ha például olyan helyzetben lennénk valami miatt, hogy sok ételt kell elraktározunk, bekapcsolnánk, és újra használnánk.

A szocialista gazdaság idején tapasztalt hiányok miatt kialakított felhalmozó stratégiákkal való párhuzam itt nyilvánvalónak tűnik, bár csak abban az esetben érvényes, ha nem hagyjuk figyelmen kívül a két kontextus közti alapvető különbséget. A késő szocializmus időszakában – egy olyan társadalmi kontextusban, amelyet máskülönben inkább stabilnak és veszélytelennek éreztek – az emberek lépéseket tettek a javak esetleges eltűnése ellen. Jelenleg a társadalmi kontextus azonban sokkal inkább bizonytalannak és kiszámíthatatlannak tűnik, gyakorlatilag minden szinten kockázatot rejt magában, a munkától az egészségügyön át a szociális szolgáltatásokig, a tágabban értelmezett politikáról és a gazdaságról nem is beszélve. Ebben a kontextusban a tárgyak értékét gyakran az határozza meg, mennyiben segíthetnek a szerencsétlenségek elhárításában; sőt amikor a veszélyeket mindenütt jelenvalóként, és mégis megfoghatatlanként élik meg, bármilyen tárgy biztosítékként szolgálhat más ellenében. Ilyen körülmények között a régi és új háztartási cikkek nem csak az infláció, az elszegényedés és az élelmiszerhiány ellen jelentenek stratégiai fegyvert, hanem kölcsönös biztosítékot is nyújtanak technikai meghibásodások esetén is. Amíg az új készülék átveszi a régi helyét annak végleges „szétesése” esetén, a régi, már kipróbált berendezés hasznos lehet abban az esetben, ha a fogyasztó újonnan vásárolt álma hirtelen meghibásodik. Lévéen a fogyasztás minden területét áthatja a megtevesztés gyanúja<sup>38</sup> nem meglepő, hogy ez a fajta biztosíték szerepet kap a „tűzvész esetén” típusú események repertóriumában, amelyek – még ha csak távoli lehetőségként is – ott motoszkálnak a posztszocialista fogyasztók fejében.

Egyéni cselekvéseik által összevarrva „Oroszország szakadt biztonsági hálóját”<sup>39</sup> az orosz fogyasztók megerősítik hírhedt közjó-ellenességüket az állammal szemben. Ez újabb bepillantást enged a

---

<sup>38</sup> Humphrey, Caroline: *Creating a Culture of Disillusionment...*, i. m., 1995.

<sup>39</sup> Field, Mark – Twigg, Judyth (eds.): *Russia's Torn Safety Nets...*, i. m., 2000.

tartós fogyasztási cikkek mai Oroszországban betöltött különleges fontosságába. Ezek a kizárólag családi, illetve magánszférabeli használatra vásárolt tárgyak a rokoni kapcsolatok elsődleges fontosságát példázzák, amelyet számos kutató hangsúlyozott a poszt szocialista országok kapcsán.<sup>40</sup> Megnövelik az egyén otthonának kényelmét (továbbá általában a konyhát még inkább a magánélet, ugyanakkor az államtól való függetlenség alapvető helyévé teszik)<sup>41</sup>, és kizárólag a tágabb baráti kör és a rokonság élvezheti a belőlük származó előnyöket. Ennél fogva a tartós fogyasztási cikkek teljesen elkülönülnek az állami és politikai szférától, ugyanakkor az egoista törekvésektől és egyéni érdekektől is. A kutatók amellet érvelnek, hogy a háztartás a poszt szovjet Oroszországnak az az egysége, amelyben a gazdasági nehézségekkel megküzdnek, és amelyben az egyéni gazdasági stratégiák csakis az egész háztartás kontextusában nyerik el értelmüket.

Ennek fényében logikusnak tűnik, hogy e gazdasági stratégiák gyümölcseit a család együttesen élvezze, és ne az állam vagy az egyén. Az új háztartási cikk beszerzésének megünneplése ezért nem kizárólag a család gazdaságilag legjelentősebb szereplői körül forog, hanem a család, mint egész újonnan elért biztonsága körül is – mivel a családtagok idejükkel, képességeikkel és/vagy keresetükkel járultak hozzá a mai orosz gazdaság sötét vizein való közös navigáláshoz.

---

<sup>40</sup> Verdery, Katherine: *What Was Socialism...*, i. m., 1996.; Burawoy, Michael – Krotov, Pavel – Lytkina, Tatyana: *Involution and Destitution...*, i. m., 2000.

<sup>41</sup> Boym, Svetlana: *Common Places...*, i. m., 1994.

## Összefoglalás

Az első dolog, amit egy repülővel érkező külföldi meglát, amikor Moszkvában landol, egy hatalmas hirdetőtábla, amely az Indesit háztartási gépeit reklámozza a Seremetyevói repülőtér termináljának bejáratánál. Ugyanígy felszállás előtt ez az utolsó dolog, amit látnak. Valószínűleg az ott tartózkodás ideje alatt is számos nyugati reklámmal, színes kirakattal és nemzetközi márkanévvel találkozhatnak. Amikor ilyen képeket látunk, könnyen azt gondolhatjuk, hogy ahogyan a márkanévek megbecsülést vívnak ki, a kapitalista áruk mintegy farokként maguk mögött húzzák azokat a jelentéseket és feszültségeket is, amelyek eredeti kontextusukban hozzájuk tapadnak.

Jelen írás azt igyekezett bemutatni, hogy a helyi viszonyok közé átültetett globális jelenségek hamar telítődnek helyi politikai érdekekkel, és – egyfajta leleményességgel – a helyi identitáspolitikai eszközeivé válnak. A két politikai töltettel bíró ellentétpár, amely áthatja és alakítja a mai orosz fogyasztási mintákat, nem teljesen globális, de nem is egészen orosz. Ugyanakkor mindkettő teljes mértékben politizálódott, hiszen politikai jelentéssel bíró elképzelések, kapcsolatok és emlékek hálójába ágyazódnak. A múlt és jelen közti ellentét megerősíti a fogyasztók kötődését régi háztartási cikkekhez, ugyanakkor azonban arra bátorítja őket, hogy többre vágjanak. A tárgyak e két csoportja a tulajdonosok életének különböző szakaszait testesíti meg, általuk a szocialista múlt és a kapitalistának nevezhető jelen egyaránt értékkel és jelentéssel telítődik. Így ezek a fogyasztói gyakorlatok egyfajta különbségteltet indikálnak, de nem a Bourdieu által felvetett, társadalmi osztályok szerinti különbségteltet, hanem ugyanazon társadalmi szereplők múlt és jelenbeli önmaga közti disztinkciót. Kifejezik az egyén lehetőségeiben és jogaiban bekövetkezett változásokat, ugyanakkor összekötik a múltat a jelenel, mindkettőt értékkel töltik meg, és mindezt egy összefüggő identitásban szintetizálják. Az emberek és az állam közti ellentét szempontjából a tartós fogyasztási cikkek vásárlása a magánéletnek a nyilvánosságtól való elválasztására irányuló stratégiák egyike. Egy ilyen háztartási cikk megvásárlása megerősíti azt az érzést, hogy a háztartás védeltséget élvez az átalakulást övező veszélyek sokaságától. Azáltal, hogy a háztartás jólétének irányítását szimbolikus értelemben saját tagjainak kezébe

adja, elősegíti, hogy az állami struktúráktól függetlennek érezhessék magukat. Lényegében azáltal, hogy a háztartási cikkek átveszik a hagyományosan bankok (befektetés), élelmiszerüzletek (élelmiszerellátás) és a társadalombiztosítási szektor (nyugdíjellátás) által betöltött funkciókat, lehetővé teszik tulajdonosaiknak, hogy a nagyobb gazdasági és politikai megrázkódtatásoktól függetlenek maradjanak, így a létbiztonság érzetét nyújtják egy különben kockázatokkal teli környezetben. Mivel a háztartás jólétére és önellátására összpontosulnak, ezek a háztartási cikkek a posztszovjet szubjektumok határozottan privát hozzáállását testesítik meg, mintegy a bizonyosság és biztonság utolsó szigetét alkotva a posztszocialista kontextusban

Világos, hogy ezen tartós fogyasztási cikkek szerepe a mai Oroszországban semmivel sem kevésbé ellentmondásos és kétértelmű, mint a késő kapitalista fogyasztói ipar által kínált posztmodern identitásminták. Az eredményesség és a tehetetlenség, a magabiztosság és a kompromisszum, az alkalmazkodás és a kísérletezés közti feszültségek ugyanúgy nyomon követhetők a moszkvai fogyasztók hűtőszekrényvásárlással kapcsolatos megfontolásaiban, mint az amerikai fogyasztóknak az új mosógép vásárlásakor érzett dilemmáiban. Azonban ezek a feszültségek egészen más természetűek. Ezért a fogyasztói mintákat és következményeiket érdemes saját társadalmi-kulturális kontextusukban tanulmányozni, mivel csak így vihetnek közelebb minket annak a globális jelenségnek a megértéséhez, amelynek részét képezik.

*Fordította: Györfy Eszter. A fordítást az eredetivel egybevetette Papp Z. Attila.*

### *Irodalomjegyzék*

Alasheev, S. – Varshavskaya, E. – Karelina, M.: Subsidiary Agriculture of an Urban Household. In: Kabalina, V. – Clarke, S. (eds.): *Employment and Household Behavior: Adaptation to the Conditions of Market Transition in Russia*. Moscow, ROSSPAN, 1999.

Baudrillard, Jean: *The System of Objects*. New York, Verso, 1996.

- Bourdieu, Pierre: *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1984.
- Boym, Svetlana: *Common Places: Mythologies of Everyday Life in Russia*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1994.
- Burawoy, Michael – Krotov, Pavel – Lytkina, Tatyana: Involution and Destitution in Capitalist Russia. In: *Ethnography*, 2000, 1. szám, 43–65.
- Busse, Sarah: *Social Capital and Informal Economy in Novosibirsk, Russia: Some Preliminary Observations*. Paper presented at the American Sociological Association Conference, Washington, DC., August 2000.
- Caldwell, Melissa: *Identity and Transnationalism: Power, Charity and Class in a Food Aid Community*. Paper presented at the Power and Hierarchy Conference, Moscow, June 2000.
- Crowley, David – Reid, Susan E.: Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe. In: Reid, Susan E. – Crowley, David (eds.): *Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe*. Oxford, Berg, 2000. 1–24.
- Drakulić, Slavenka.: *How We Survived Communism and Even Laughed*. New York, Harper Perennial, 1993.
- Edin, Kathryn – Lein, Laura: *Making Ends Meet: How Single Mothers Survive Welfare and Low-wage Work*. New York, Russell Sage Foundation, 1997.
- Jevgenjijeva, T.: *Arkaicseszkaja mitologija v szovremenoi politiceszkoi kulture*. In: *Politia*, 1999, 11. szám, 33–47.
- Field, Mark – Twigg, Judyth (eds.): *Russia's Torn Safety Nets: Health and Social Welfare During the Transition*. New York, St Martin's Press, 2000.
- Fitzpatrick, Sheila: *Everyday Stalinism: Ordinary Life in Extraordinary Times – Soviet Russia in the 1930s*. New York, Oxford University Press, 1999.
- Gal, Susan: Between Speech and Silence: The Problematics of Research on Language and Gender. In: Di Leonardo, Micaela

- (ed.): *Gender at the Crossroads of Knowledge: Feminist Anthropology in the Postmodern Era*. Berkeley, University of California Press, 1991.
- Gal, Susan – Kligman, Gail: *The Politics of Gender After Socialism: A Comparative Historical Essay*. Princeton, NJ, Princeton University Press, 2000.
- Humphrey, Caroline: Creating a Culture of Disillusionment: Consumption in Moscow, a Chronicle of Changing Times. In: Miller, Daniel (ed.): *Worlds Apart: Modernity through the Prism of the Local*. London, Routledge, 1995.
- Humphrey, Caroline: Traders, “Disorder” and Citizenship Regimes in Provincial Russia. In: Burawoy, Michael – Verdery, Katherine (eds.): *Uncertain Transition, Ethnographies of Change in the Postsocialist World*. New York, Rowman and Littlefield, 1999.
- Kligman, Gail: *The Politics of Duplicity: Controlling Reproduction in Ceausescu’s Romania*. Berkeley, University of California Press, 1998.
- Kon, Igor S.: Identity Crisis and Post-Communist Psychology. In: *Symbolic Interaction*, 1993, 16. szám, 395–410.
- Kornai János.: *Economics of Shortage*. Amsterdam, North-Holland, 1980.
- Kotkin, Stephen: *Magnetic Mountain: Stalinism as a Civilization*. Berkeley, University of California Press, 1995.
- Lapin, N.: Values as Components of the Modern Russian Sociocultural Evolution. In: *Szociologiceszkije Iszledovanyija*, 1994, 21. szám, 3–8.
- Ledeneva, Alena: *Russia’s Economy of Favors: Blat, Networking, and Informal Exchange*. New York, Cambridge University Press, 1998.
- Nyikolajev, V. G.: *Szovjetszkaja ocseregy kak szreda obitanyija: szociologiceszkij analiz*. Moszkva, INION RAN, 2000.
- Oushakine, Serguei Alex: The Quantity of Style: Imaginary Consumption in the New Russia. In: *Theory, Culture and Society*, 2000, 17. szám, 97–120.

- Pittaway, Mark: Stalinism, Working-Class Housing and Individual Autonomy: The Encouragement of Private House Building in Hungary's Mining areas, 1950–4. In:
- Reid, Susan E. – Crowley, David (eds.): *Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe*. Oxford, Berg, 2000, 49–64.
- Ries, Nancy: *Russian Talk: Culture and Conversation during Perestroika*. Ithaca, NY, Cornell University Press, 1997.
- Robertson, Roland: *Globalization, Social Theory and Global Culture*. London, Sage, 1992.
- Scott, James: *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. New Haven, CT, Yale University Press, 1990.
- Shama, Abraham: Inside Russia's True Economy. In: *Foreign Policy*, 1996, 103. szám, 100–118.
- Shevchenko, Olga: *Crisis and the Everyday in Postsocialist Moscow*. Bloomington, IN, Indiana University Press, 2008.
- Shlapentokh, Vladimir: *Soviet Public Opinion and Ideology: Mythology and Pragmatism in Interaction*. New York, Praeger, 1986.
- Tishkov, Valery: The Anthropology of Russian Transformations. In: *Anthropological Journal on European Culture*, 1999, 8. szám, 141–70.
- Toranska, Teresa: *'Them': Stalin's Polish Puppets*. New York, Harper & Row, 1987.
- Verdery, Katherine: *What Was Socialism, and What Comes Next?* Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Vysokovskii, Aleksander: Will Domesticity Return? In: Brumfield, W.C. – Ruble, B. A. (eds.): *Russian Housing in the Modern Age: Design and Social History*, Cambridge, Cambridge University Press, 1993, 271–308.