„Idemo na Mađarsku!“

Rojko, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:990324

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

Repository / Repozitorij:

ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA ETNOLOGIJU I KULTURNU ANTROPOLOGIJU

Diplomski rad

„Idemo na Mađarsku!“
Sjećanje na prekograničnu kupovinu u Međimurju

Studentica: Marija Rojko

Mentorica: dr. sc. Nevena Škrbić Alempijević, red. prof.

Zagreb, travanj 2021.

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad „'Idemo na Mađarsku!' Sjećanje na prekograničnu kupovinu u Međimurju“ izradila potpuno samostalno uz stručno vodstvo mentorice dr. sc. Nevene Škrbić Alempijević. Svi podaci navedeni u radu su istiniti i prikupljeni u skladu s etičkim standardom struke. Rad je pisan u duhu dobre akademske prakse koja izričito podržava nepovredivost autorskog prava te ispravno citiranje i referenciranje radova drugih autora.

Marija Rojko

SADRŽAJ

Uvod 4

Teorija individualnog i kolektivnog sjećanja 6

Granica i prekogranični šoping 8

Neformalna ekonomija ili ilegalne prakse 12

Razvoj prekograničnog šopinga na području Međimurja 14

Odlazak i kupovina „na Mađarskoj“ 16

Prelazak granice 35

Prelazak u drugačiji društveni i politički sustav 42

Nostalgija za prekograničnim šopingom 44

Trgovina na području Međimurja 52

Zaključak 53

Literatura 56

Sažetak / Summary 59

Zahvala 60

Uvod

Prekogranični šoping u Mađarskoj predstavlja fenomen na području Međimurja koji se razvija početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća, svoj vrhunac doseže krajem osamdesetih, a sredinom devedesetih i početkom dvijetisućitih postupno se smanjuje. U tom razdoblju na području Međimurja često se znalo čuti pitanje: „Idemo na Mađarsku?“. Ovo naizgled čudno formulirano pitanje obično je značilo samo jedno – odlazak u cjelodnevni šoping u gradove u Mađarskoj koji se nalaze u relativnoj blizini granice. Sama ponuda i potražnja robe, kao i učestalost odlazaka, mijenjali su se tijekom godina. No sjećanje na ta vremena i dalje živi među stanovništvom Međimurja. Međimurci se i danas vrlo rado, gotovo entuzijastično, prisjećaju brojnih i raznovrsnih priča i događaja koji su se zbili pri odlasku u Mađarsku.

Cilj ovog diplomskog rada je analizirati društveno sjećanje na odlaske u šoping preko granice, kao i ekonomske aspekte i motivaciju za odlazak u kupovinu u gradove Letenye i Nagykanizsa u Mađarskoj koji se nalaze u blizini državne granice. U radu će se obrazložiti razlozi popularnosti ovog fenomena, ali i uloga koju je on imao za stanovništvo Međimurja u vrijeme svoje najveće raširenosti i popularnosti. Nastojat će se povezati osobne priče kazivača i popularnost koju je ovakva vrsta kupovine stekla među stanovništvom Međimurja s političkim, ekonomskim i društvenim okolnostima u objema državama. U fokusu istraživanja je analiza društvenog sjećanja na odlaske u prekogranični šoping te istraživanje mjesta u koja su pojedinci, obitelji i prijatelji odlazili u kupnju prvenstveno vlastitim prijevoznim sredstvima. Istražit ću i kakav je utjecaj sveukupna socijalistička, a kasnije i postsocijalistička ekonomska klima imala na razvoj ovih trgovinskih praksi nabavke ponajprije jeftinijih prehrambenih proizvoda, odjevnih predmeta te alata i željezne robe. Istraživačka pitanja na koja ću u radu nastojati dati odgovor su sljedeća: kako su izgledali odlasci u Mađarsku i prelasci granice? Tko je sudjelovao u odlasku u šoping? Što se najčešće kupovalo i koja je bila sama motivacija za odlazak u šoping preko granice? Kako je izgledao sam čin kupovine? Kakav su pogled i stav kupci zauzimali prema prostoru, prodavačima i graničnim službenicima? Što ova praksa otkriva o tadašnjem društvenom kontekstu? Kako se te prakse stanovnici Međimurja sjećaju danas i koju funkciju to sjećanje ima u njihovoj suvremenoj svakodnevici?

Metodologija kojom sam se koristila u istraživanju ponajprije su promatranje sa sudjelovanjem, polustrukturirani intervjui, neformalni razgovori te autoetnografija. Kako sam i sama iz Palovca odlazila u kupovinu zajedno sa svojom obitelji, od malenih je nogu sam

fenomen šopinga i odlaska preko granice duboko urezan u moje sjećanje i dio je mojeg odrastanja te sam tako u samom početku istraživanja imala prethodno znanje o odlascima u kupovinu. Dio istraživanja proveden je krajem 2017. godine u svrhu pisanja seminarskog istraživačkog rada u sklopu kolegija Antropologija društvenog sjećanja, kada sam uz obavljenih pet intervjua sa šestero kazivača i kazivačica posjetila i mjesto Letenye. Drugi sam dio istraživanja, tijekom kojeg sam provela tri intervjua i ponovno posjetila Letenye, realizirala 2020. godine. Do kazivača sam došla tehnikom „snježne grude", dok su dio kazivača moja obitelj i obiteljski prijatelji. Smatram kako sam odabirom upravo njih dobila dobar pogled na razvoj šopinga od samih početaka do danas. Intervjue sam provela s pet kazivača i četiri kazivačice, od kojih je najmlađa kazivačica 1985. godište, a najstariji kazivač 1945. godište. Naime, istraživanjem sam, uz rodne razlike, nastojala obuhvatiti pripadnike generacija koje su odlazile u šoping kako u socijalizmu, od samih početaka razvoja, tako i nakon njega. Dvoje je kazivača rođeno 40-ih godina, troje je rođeno 50-ih godina, troje 60-ih godina, dok je jedna kazivačica rođena 80-ih godina. Odlučila sam koristiti inicijale kao oznake za kazivače iz razloga što je više od polovice provedenih intervjua služilo prvenstveno za istraživanje u sklopu prije navedenog kolegija, te sami kazivači nisu dali izričitu dozvolu za korištenje njihovih imena. Također, neke od navedenih praksi o kojima će biti riječ u idućim poglavljima mogu biti interpretirane kao neformalne ili čak ilegalne te ovim istraživanjem kazivače ne želim izložiti negativnim situacijama navođenjem njihovih imena.

Većina se kazivača prisjeća zlatnog razdoblja prekograničnog šopinga 80-ih godina na temelju vlastitih iskustava odlazaka u kupovinu u Mađarsku. Svi kazivači žive u Međimurju, točnije u središtu Međimurja (Čakovec, Šenkovec, Mala Subotica, Palovec) i u jugoistočnom dijelu Međimurja (Donja Dubrava) te su tako svi gravitirali prema istočnoj granici s Mađarskom i graničnom prijelazu Goričan, te gradovima Letenye i Nagykanizsa. Analizom materijala koji je prikupljen pri kratkim odlascima u grad Letenye, jedan od centara prekograničnog šopinga, u prosincu 2017. i u siječnju 2020. godine, promotrit ću i promjenu prostora koju je taj grad doživio razvojem kupovine. Smatram kako će ovaj rad pružiti kvalitetan pogled na sjećanje na odlazak u šoping, a osvijetlit će također i društveni, politički i ekonomski kontekst u kojem se odvijao, kao i mijene tog konteksta. Potrebno je napomenuti kako u tekstu koristim pojam *šoping* kako bi opisala praksu kupovine, jer i sami kazivači koriste taj izraz te je on kao takav čest u popularnim narativima pri opisivanju kupovine predmeta.

Rad započinjem raspravom o teoriji individualnog i kolektivnog pamćenja na kojoj se daljnji rad temelji, zatim definiram sam pojam granice i prekograničnog šopinga u skladu sa

suvremenim teorijskim etnološkim i kulturnoantropološkim postavkama. Nadalje ću analizirati kojim se oblicima neformalne ekonomije ili ilegalne ekonomske prakse ostvaruje prekogranični šoping. Zatim ću predstaviti istraživanje odlazaka u Mađarsku, njihove pojedinosti i posebitosti, te će uz to biti analizirana i društvena dimenzija šopinga. Usmjerit ću se i na vrlo bitan trenutak u svakom prisjećanju na odlaske u šoping, a to je prelazak granice, što je predstavljalo i prelazak u drugačiji društveni i politički sustav u Mađarsku koja je bila članicom Istočnog bloka gdje će kazivači izložiti svoja stajališta i pogled prema svim dionicima u šopingu u Mađarskoj, ali i sveukupnom dojmu Mađarske. Predstavit ću i kako se prostor u kojem se šoping odvijao mijenjao tijekom vremena, među ostalim posredstvom trgovinskih praksi. Na kraju ću analizirati i nostalgiju koja se javlja za prošlim zlatnim vremenima šopinga 70-ih i 80-ih godina prošlog stoljeća.

Teorija individualnog i kolektivnog sjećanja

Teorijske postavke na kojima se temelji istraživanje jesu teorija individualnog i kolektivnog sjećanja. Maurice Halbwachs u svom djelu *On Collective Memory* naglašava kako svi mi čuvamo sjećanja na svaku epohu u našem životu te analizira na koji se način ona stalno stvaraju te kako se kroz njih profilira i naš identitet, i to upravo zato „što se ta sjećanja ponavljaju, jer se sukcesivno bave vrlo različitim sustavima pojmova, u različitom razdoblju našeg života, izgubili su oblik i izgled koji je nekad imao“[1] (Halbwachs 1992:47). Nadalje, autor ističe da se individualna sjećanja ostvaruju unutar šire društvene mreže, budući da „mi možemo razumjeti svako sjećanje koje se rekonstruira u individualnoj misli samo ako ju možemo locirati unutar misli odgovarajuće skupine“ (ibid. 53), unutar kolektivnog sjećanja određene skupine. Halbwachsovu teoriju kolektivnog pamćenja možemo primijeniti i pri analizi sjećanja na prekogranični šoping. U ovome kontekstu tako sagledavamo sadašnja sjećanja na razdoblje šopinga u vrijeme socijalizma. Taj su oblik kolektivnog sjećanja formirali uglavnom kupci iz Međimurja svojim svakidašnjim praksama, svojim čestim posjetima prekograničnim mjestima, društvenim vezama i stvaranjem određenih predodžbi, narativa i vrijednosnih sustava vezanih za kupovinu u Mađarskoj. Takva se kolektivna sjećanja ostvaruju kao zajednička obilježja svakodnevnih života, kako ih definira Svetlana Boym, kao „zajednički svakodnevni okviri“ koji nam nude „putokaze za individualne uspomene“ (Boym 2001:53). Spomenuti

[1] Sve citate korištene u analizi teorijskih postavki autorica je prevela s engleskog na hrvatski jezik.

društveni okvir sjećanja važan je za ovo istraživanje jer, kako ću pokazati ovim radom, brojna se sjećanja temelje upravo na življenim iskustvima koja su stvorena upravo kroz društvene situacije, bilo da je riječ o društvenim aspektima šopinga, zajedništvu koje se javljalo tijekom kupovine, ili zajedničkim stereotipnim pogledima na život u Mađarskoj.

Tako je uvijek „pojedinac taj koji 'ima' pamćenje, ali to je pamćenje kolektivno određeno“ (Assmann 2006:52), a uspomene, čak i najosobnije, nastaju prvenstveno kroz komunikaciju i interakciju unutar društvenih grupa, što je u ovom istraživanju stanovništvo koje je odlazilo u prekogranični šoping iz Međimurja u Mađarsku. Na sličan način mi grupiramo svoja sjećanja, ne povezujemo ih nužno jer su se događaji vremenski dogodili blizu jedan drugog, već su oni „dio cjeline misli zajedničkih grupa, skupine ljudi s kojima smo u ovom trenutku u vezi ili s kojima smo bili povezani prethodnog dana ili više dana“ (Halbwachs 1992:52). Kod istraživanja, ali i evociranja individualnog sjećanja, bitno je fenomen sagledati iz pozicije društvene skupine u kojoj se to sjećanje odvija. U ovome slučaju on je sagledan iz perspektive stanovništva Međimurja koje je odlazilo, ili i dalje odlazi, u prekogranični šoping u Mađarsku.

Razumijevajući sjećanja kao kulturne priče, moramo uzeti u obzir činjenicu da istražujemo prošlost koja se organizira s obzirom na sadašnjost (Luthar 2006:231). Sjećanje na prekogranični šoping u stalnoj je mijeni, podložno je promjenama, a kako naglašava Pierre Nora, pamćenje je život koji uvijek stvaraju i modificiraju žive ljudske skupine (2006:24). Tako je i samo sjećanje na razdoblje života u Jugoslaviji stvoreno iz današnje perspektive, s određenim vremenskim odmakom i iz drugačijeg kuta gledanja na prekogranični šoping. Ono je uvjetovano suvremenim socioekonomskim i političkim okolnostima te zrcali one elemente koje kazivači prepoznaju kao ključne razlike između situacije „onda“ i „sada“. Ponad svega, „naš je doživljaj već uvjetovan odnosom prema drugima, kontekstom društveno zadanih okvira važnosti (...) jer ne postoji sjećanje bez percepcije” (Assmann 2006:52). Pojedini su aspekti sjećanja u kazivanjima nastali naknadno, a tek su prolaskom vremena dobili na važnosti u odnosu na političko-ekonomske promjene koje su se zbivale tijekom brojnih godina odlaska u šoping i pogledom na to vremensko razdoblje s današnje pozicije. Takvo je pozicioniranje predmeta istraživanja u skladu s razmišljanjima Brede Luthar koja zaključuje kako je „prisjećanje uvijek rekonstrukcija i reprezentacija prošlosti, a ne snimke prošlosti, i ima više veze s izumom, sadašnjosti, zamišljenim i reprezentiranjem nego s onim što se stvarno dogodilo“ (Luthar 2006:231).

Istražujući prekogranični šoping u vrijeme socijalizma iz Slovenije u Italiju, Breda Luthar napominje kako moramo imati na umu da intervjui i priče sugovornika „nisu samo podaci o iskustvu socijalističke modernosti, već i aktivna proizvodnja tumačenja kupaca u kojima su sugovornici uključeni u upravljanje dojmovima i preuzimanju različitih identiteta“ (2006:231). Sjećanje na socijalističko razdoblje nije utemeljeno samo na pojedinačnim sjećanjima, već i na zajedničkim društvenim iskustvima. Tako možemo pretpostaviti da je većina ljudi koja je živjela u ono vrijeme dijelila značajan dio sličnih potreba i sličnih nestašica te se „sjećanja svojstvena postkomunističkim nostalgičnim mislima mogu stoga temeljiti na stvarnim zajedničkim iskustvima ljudi i nisu samo proizvod pristranog pamćenja“ (Prusik i Lewicka 2016:679). Sjećanja na prekogranični šoping koja stvara stanovništvo Međimurja otkrivaju nam kakva je bila potrošačka kultura na ovim prostorima za vrijeme socijalizma, sve do sredine 90-ih godina, na koji način su stanovnici pronalazili načine kako bi mogli pronaći i kupiti jeftinije proizvode ili proizvode kojih na ovim prostorima u ono vrijeme nije ni bilo. Kako se sam politički i ekonomski sustav obiju država mijenja tijekom 90-ih, možemo primijetiti kako se i sama potrošačka kultura mijenja, kako prekogranični šoping gubi svoj smisao koji je imao tijekom socijalizma te samim time kako se promijenio i odnos prema njemu u novije vrijeme. Sjećanja obuhvaćena ovim istraživanjem u jednom su dijelu generacijska, naime kazivači su živjeli i aktivno u njemu sudjelovali u razdoblju kada je prekogranični šoping bio na samom vrhuncu, tijekom bivše Jugoslavije. Pojedini kazivači odlaze u šoping i u novije vrijeme čime dobivamo uvid na promjenu u odnosu na potrošačku kulturu prije i nakon 90-ih godina. Naracije mojih sugovornika upućuju i na nastanak nostalgije vezane uz razdoblje do 90-ih godina, kao i na to da zajedničko iskustvo sudjelovanja u praksama prekograničnog šopinga služi kao identitetska odrednica i poveznica među stanovnicima Međimurja.

Granica i prekogranični šoping

Analizirajući prekogranični šoping, bitno je definirati i pojam granice, kao i pograničnog područja u kojem se ovakve ekonomske aktivnosti zbivaju. Iako su nam linije granica možda nevidljive, one nam određuju svakodnevni život, jačajući našu pripadnost mjestima i skupinama, jačaju naš identitet, dok istovremeno održavaju i utjelovljuju razliku (Newman 2006:1). Granice se u popularnom diskursu najčešće definiraju kao fizičke linije koje dijele države, no one su u recentnoj znanstvenoj literaturi nanovo konceptualizirane kao „transformativni i razvojni procesi unutar kojih su ugrađeni politički, ekonomski i društveni

elementi“ (Xheneti et al. 2012:317). Pogranično područje je regija u neposrednoj blizini granice na čije razvojne politike, kao i na svakodnevni život utječe prisutnost granice. Ono je zona interakcije i razdvajanja u kojoj se ljudi međusobno susreću ili odjeljuju (Xheneti et al. 2012:315). Granični procesi mogu „stvoriti prepreke ili izgraditi mostove za ljudsku interakciju i razmjenu, definirati 'insajdere' i 'autsajdere', odražavati postojeće razlike ili konstruirati nove Druge“ (Xheneti et al. 2012:317). Pišući iz pozicije sociologije i kulturne antropologije, David Newman navodi kako su granice „indikativne za binarne razlike (mi/oni; ovdje/tamo; iznutra/izvana) među skupinama u različitim razmjerima, od nacionalnog do osobnog prostora i teritorija pojedinca“ (2006:5), ali ako želimo uistinu saznati što granice znače za ljude, onda moramo slušati njihove osobne i grupne narative kako bi „shvatili pojmove 'razlike' i 'drugoga' u svakodnevnom životu ljudi, a ne kao apstraktne sociološke konstrukcije“ (ibid. 12). Među svakodnevnim praksama u zemljama koje graniče ekonomske prilike stvorene prisutnošću granice, poput prekograničnog šopinga, igraju važnu ulogu u životima ljudi u pograničnim regijama. Ta se tvrdnja odnosi i na pogranični pojas između Mađarske i Hrvatske, gdje je stanovništvo motivirano uključiti se u prekogranične trgovinske prakse razlikama u cijenama robe i usluga ili pak nedostatkom robe ili usluga s određene strane granice, pri čemu se ističu i određuju različitosti između kupaca i prodavača koji žive i djeluju u dva različita državna sustava.

Temom prekograničnog šopinga u domaćoj se etnologiji i kulturnoj antropologiji bavi izrazito mali broj autora, dok se konkretnom temom odlazaka iz Međimurja u Mađarsku ne bavi nijedan autor. Kako bi se pobliže upoznala s temom prekograničnog šopinga na ovim prostorima, upotrijebila sam rad Maje Mikule „Magistrala žudnje: Prekogranični šoping u bivšoj Jugoslaviji (od 1960-ih do 1980-ih)“ (2013) koji se bavi odlascima u prekogranični šoping iz nekadašnje Jugoslavije u Italiju. Također, fenomenom odlazaka u prekogranični šoping iz Jugoslavije, točnije današnje Slovenije u Italiju, bavi se autorica Breda Luthar u svojem radu „Remembering Socialism: On desire, consumption and surveillance“ (2006). Autorica Alenka Švab se u svojoj analizi šoping turizma u Jugoslaviji osvrće na kupovinu preko granice u Italiju u radu „Consuming Western Image of Well-being - Shopping Tourism in Socialist Slovenia“ (2002). Upravo su ovi radovi najviše poslužili za bolje razumijevanje društvenih, ekonomskih i političkih okolnosti u ondašnjoj Jugoslaviji koje su pogodovale razvitku prekograničnog šopinga, kao i mogućih analitičkih pristupa toj problematici.

Potrebno je definirati i sam pojam prekograničnog šopinga. Donnan i Wilson definiraju pojam „prekograničnog šopinga“ kao „kretanje ljudi preko međunarodne granice s izraženom

namjerom kupovine dobara i povratka kući po obavljenom poslu“ (Donnan i Wilson 1999:118 prema Mikula 2013:228). Ovaj izraz tako implicira namjeru čina šopinga, bez obzira na druge aktivnosti koje su se mogle (ali ne i morale) obavljati tijekom toga putovanja (Mikula 2013:228). Pri pregledu literature koja se bavi prekograničnim šopingom može se primijetiti razilaženje znanstvenika u tome može li se on kategorizirati kao šoping turizam. Maja Mikula tako tvrdi kako je sama praksa prekograničnog šopinga u Jugoslaviji općenitija od šoping turizma, te primjenjuje taj termin „na niz međusobnih kulturnih pojava, koje su bile karakteristične za sve segmente jugoslavenskoga društva na vrhuncu ekonomskog prosperiteta te zemlje“ (2013:228). Alenka Švab, istražujući „šoping turizam“ u 70-ima i 80-ima, pod tim pojmom podrazumijeva putovanje jednako kao i praksu usmjerenu na zadovoljavanje osobnih potreba te kao obiteljski događaj (2002:67). S druge strane Breda Luthar tvrdi kako sam pojam turizam nije primjenjiv na prekogranični šoping, a iako šoping izleti dijele određene zajedničke karakteristike s turizmom, kao „iskustvo i kao kulturni i društveni fenomen (iščekivanje koje se gradi i održava prije polaska, pojam 'odlaska' i režim karakterističan za turizam)“ (2006:246), on se ne smije tumačiti kao turistička kulturna praksa jer kupovina uglavnom „nije bila rekreacijska praksa kao kod turističkih kupaca koji imaju dvojaku orijentaciju, gledajući i urbano okruženje i robu koja je izložena u trgovinama“ (ibid. 247). Autori koji pak koriste termin šoping turizam naglašavaju kako je potrebno razlikovati šoping turizam od turističkog šopinga. Gábor Michalkó i Tamara Rátz tako tvrde kako je šoping turizam:

> „putovanje s primarnom motivacijom kupovine dobara i usluga (potaknut povoljnim omjerom cijene i kvalitete, širim rasponom ponude ili dodanom vrijednosti privremenog bijega od rutinskog životnog okruženja) dok je turistički šoping dio većine putovanja kao vrlo važna zabavna razonoda.“ (2006:81)

Međutim, iako je ovdje riječ o velikoj razlici, oba aspekta turizma „igraju glavnu ulogu u razvoju destinacije i oba imaju značajan utjecaj na kvalitetu života putnika i lokalnih stanovnika“ (ibid.). Anna Wessely također spominje razliku između navedenih termina, tvrdeći kako „šoping turizam, za razliku od turističkog šopinga, znači putovanje u inozemstvo s eksplicitnim ciljem kupnje robe nedostupne ili teške za pronaći u svojoj domovini“ (2002:6). Unutar spomenute razlike šoping turizma i turističkog šopinga može se reći kako je šoping turizam utilitarna, praktična kupovina, dok je turistički šoping kupovina iz razonode koja se obavlja u slobodno vrijeme. Većina robe kupljene u okviru utilitarne kupovine (poput hrane, odjeće, lijekova) namijenjena je svakodnevnoj konzumaciji ili preprodaji, dok tijekom ležerne kupovine turisti uglavnom kupuju poklone (suvenire) koji s jedne strane služe kao uspomena

na putovanje, a s druge strane kao pokloni drugima (Michalkó et al. 2014:1321), te je također utilitarna kupovina uvijek unaprijed planirana, dok se kupovina u slobodno vrijeme uglavnom spontano događa kao dio turističkog programa (ibid.). U ovom će radu istraživani fenomen biti tretiran kao prekogranični šoping koju unutar svojih karakteristika ima sličnosti sa šoping turizmom jer je glavni cilj odlaska preko granice bila upravo kupovina.

Razloge odlaska u prekogranični šoping možemo sagledati unutar takozvanog okvira potisnih i privlačnih faktora. Faktori potiskivanja su sile koje ljude potiču da napuste zajednicu, guraju ih od sebe, dok su faktori privlačenja sile koje ljude privlače prema određenom odredištu (Di Matteo i Di Matteo 1996:108). Veće cijene robe i usluga u matičnoj državi, nemogućnost izbora, nestašica hrane i robe, visoki porezi mogu se smatrati faktorima odguravanja koji su poticali Međimurce da pronađu alternative za kupovinu, dok su neki od faktora koji su privlačili kupce povoljan tečaj, niske cijene, velik izbor robe i hrane, prihvatljivo radno vrijeme (primjerice radno vrijeme za vrijeme državnih praznika u Jugoslaviji, kasnije u Hrvatskoj), šoping kao prilika za druženje itd. Možemo ovdje naglasiti i neke od negativnih strana šopinga u Mađarskoj poput dužeg vremena putovanja i putnih troškova, umora nakon iscrpljujućeg puta i šopinga, stresnog prijelaza granice, kao i potencijalnih problema koji su se javljali kod carinske kontrole, prijevara koje su se znale dogoditi pri promjeni novaca. No, svi ovi negativni čimbenici u naracijama mojih sugovornika ipak nisu nadvladali korist, koja u ovom slučaju mora biti dovoljno velika da je kupci sagledavaju kao takvu, i zbog čega su se ipak odlučili za kupnju preko granice.

Kako bi se praksa pogranične trgovine razvila potrebna su, prema tumačenju Waltera Leimgrubera (Leimgruber 1988:54 prema Michalkó i Timothy 2001:7), četiri uvjeta. Prvi uvjet za razvoj je dovoljan kontrast (u smislu cijena, kvalitete i odabira) između dvije države koje su uključene u prekogranični šoping, u ovom slučaju između Jugoslavije (kasnije Hrvatske) i Mađarske. Drugi je uvjet da su stanovnici jedne zemlje svjesni onoga što se nalazi u drugoj zemlji te moraju imati odgovarajuće informacije o robi koja se nudi s druge strane granice. Smatram kako se razmjena informacija dobrim dijelom oslanja na usmenu predaju kojom se ovakve informacije šire putem prijatelja, poznanika i obitelji. Treći je uvjet taj da kupci moraju biti sposobni i voljni krenuti na put, posebice ako gledamo na mobilnost stanovništva i povoljnog deviznog tečaja, a razvitkom ovakve vrste šoping na ovim se prostorima pokazalo kako su kupci imali dovoljan stupanj mobilnosti čemu svjedoči činjenica da su u šoping najčešće odlazili autom, te je svakako razvoju pogodovao i povoljni tečaj. Na kraju, četvrti uvjet je taj da granica mora biti dovoljno propusna da ljudima omogući relativno neometan prelazak,

što su omogućile reforme koje se donose u Jugoslaviji sredinom 60-ih kada uz ekonomski razvoj i liberalizaciju dolazi do otvaranja granica.

Smatram kako je u provedenom istraživanju prekogranični šoping u nekim svojim aspektima imao preklapanja s turizmom te je u nekim slučajevima uz izlet (primjerice u toplice ili na jezero Balaton) šoping bila tek sekundarna motivacija. Međutim, u ovom sam radu primarno fokusirana na sam fenomen odlaska u šoping, na motivaciju za odlazak preko granice i konkretne detalje vezane primarno uz sam čin kupnje, što se kupovalo, kako se kupovalo i u kojem razdoblju. Zato sam se odlučila za korištenje termina „prekogranični šoping" kako bih opisala ovu raširenu praksu prelaska granice s izričitom namjerom kupovine dobara ili obavljanja usluga za koje se drži da imaju bolju isplativost ili dostupnost preko granice, a koja se javljala na potezu između Međimurja i Mađarske. Smatram kako će ovakvo poimanje tog fenomena najbolje osvijetliti ekonomske i društvene procese koji su se javljali prije, tijekom i nakon samog čina prelaska granice i kupovine, a na čiji je razvoj utjecala politička situacija u obje zemlje.

Neformalna ekonomija ili ilegalne prakse

Kako bismo bolje shvatili ulogu koju prekogranični šoping ima u društvu i njegov ekonomski utjecaj na promatranu regiju, potrebno ga je sagledati i iz perspektive neformalne ekonomije. Na najvišoj razini generalizacije, neformalne ekonomske prakse definiraju se kao aktivnosti koje nisu „regulirane, praćene ili kontrolirane izravno ili neizravno od strane države" (Routh 2011 prema Morris i Polese 2014:3). Prekogranični šoping je tako jedna od manifestacija neformalne privatne ekonomije unutar socijalističkog sustava (Wessely 2002:6). Neformalnost ne gubi na snazi ni u novije vrijeme, iako dolazi do promjena neformalnih praksi protokom vremena, no svejedno možemo primijetiti određenu vrstu njene upornosti, ali i društvenu i ekonomsku ulogu koju ona ima unutar društva te način na koji je „ugrađena" u društveno i formalno gospodarstvo (Morris i Polese 2014:1). Iako ne postoji jasna razlika između onoga što je „(ne)formalno i (i)legalno, tvrdi se da se ilegalnost odnosi na radnje izvan zakona, dok se postupci izvan propisa koji se odnose na privremene poslove klasificiraju kao neformalni" (Müller i Miggelbrink 2014:154). Ekonomska praksa prekogranične kupovine je „neformalna ako premašuje službeno dopuštenu količinu robe, ako se izbjegava oporezivanje ili ako trgovci prenose robu za daljnje trgovanje, ali ju ne prijavljuju u skladu s tim" (Bruns et

al. 2011:668) što je, kao što je spomenuto, bio vrlo čest slučaj u situacijama prelaska granice iz Mađarske u Međimurje.

Osim razlikovanja neformalne ekonomije u odnosu na državnu legislativu, prekogranične ekonomske prakse sagledavaju se i u svjetlu njihove društvene prihvatljivosti koja se uvijek gleda kroz njenu kontekstualnu prihvatljivost (Müller i Miggelbrink 2014:155). Iako neformalne strukture postoje u svakom društvu, za mnoge članove tranzicijskih društava one su temelj za odupiranje svim trenutnim životnim izazovima (ibid.). Budući da se one oslanjaju na odnose povjerenja, „neformalne mreže mogu nadoknaditi nedostatke u formalnim sustavima, posebno u situacijama kada bezlični pravni sustavi ne rade kako bi trebali“ (Bruns et al. 2011:666). Visoki transakcijski troškovi svakodnevne potrošnje u socijalizmu imali su i političke posljedice jer „su poticali osjećaje solidarnosti, koji bi se lako mogli usmjeriti protiv elita za koje je zamišljeno da roba bude u izobilju“ (Hann i Hart 2011:128). Neformalne mreže tako grade poticajne strukture koje omogućuju zaobilaženje pravila formalnog sustava (ibid.). U ovom istraživanju nedostatak koji se adresira u funkcioniranju društva jest nestašica pojedinih artikala, slabija ponuda i jeftinije cijene u mađarskim pograničnim naseljima u odnosu na tržnice i trgovine u Jugoslaviji. Zato stanovnici s područja Međimurja pronalaze alternative u trgovinama i tržnicama u Mađarskoj, čime na brojne načine nastoje zaobići formalni sustav, što se posebno očituje pri prelasku granice i sakrivanju kupljenih namirnica i ostalih artikala.

Odluka o tome što se smatra legitimnim i prihvatljivim prije svega ovisi o komunikaciji kroz društvene mreže obitelji, prijatelja i poznanika, te se i znanja o mogućnostima neformalne ekonomije šire upravo unutar tih krugova usmenom predajom. Uzmimo za primjer „švercanje“ određene robe preko granice i neprijavljivanje proizvoda kako bi se izbjegla dodatna plaćanja, o čemu će biti i više riječi kasnije. Kada je ono uspješno, odnosno kada se uspije zavarati carinskog službenika, naracija o tom događaju vrlo često postaje predmetom svakodnevnih razgovora kroz koje se ovakve priča prepričavaju u pozitivnom tonu. Priče o takvim događajima objašnjavaju inovativan način kako se zaobilaze granični zakoni i pravila te se često prepričavaju prijateljima i unutar obitelji. Možemo istaknuti još jednu situaciju koja dokazuje neformalnost ove prakse, a to je primjerice pozivanje obitelji i prijatelja da se pridruže u kupnji kako bi se mogla prevesti što veća vrijednost robe i namirnica preko granice jer je postojao limit koliko se maksimalno može potrošiti po osobi, te su se dijelili računi na svakog od njih, a u kojem su slučaju pomagali i sami prodavači svjesni ovih praksa. Autorice Kristine Müller i Judith Miggelbrink ističu da ako su „neformalne ili nezakonite prakse na neki način opravdane

unatoč njihovom formalnom i pravnom značenju, percepcije neformalnosti i nezakonitosti ovise o prosudbama koje su duboko ukorijenjene u svakodnevnim opravdanjima tih praksi“ (2014:155). Tako možemo utvrditi kako prekogranični šoping u sebi sadrži elemente neformalne ekonomije upravo zato što je on kao takav bio prihvatljiv među kupcima te je posebice u razdoblju socijalizma značio mnogo za pojedince i obitelji koji su tragali za što jeftinijom kupnjom potičući tako solidarnost među kupcima i prodavačima. Zajednička svijest o ovakvom lokalnom znanju i neformalnim normama duboko je ukorijenjena u sjećanje i svakodnevicu stanovništva Međimurja.

Razvoj prekograničnog šopinga na području Međimurja

Prema zaključcima Maje Mikule, raspad bivše socijalističke Jugoslavije i dalje baca sjenu na sjećanja ljudi koji su živjeli u njoj, no „čini se da se neki 'sunčaniji' aspekti svakodnevnog života u socijalizmu opiru historijskoj amneziji“ (2013:225). Jedan od tih aspekata je i prekogranični šoping koji se javlja u brojnim dijelovima bivše Jugoslavije. Ovakav oblik usputne i sitne trgovine pojavljuje se na „sjecištu određenog nezadovoljstva, ekonomskih interesa, povoljnih okolnosti i prikladnog vremena da se u njega uključi“ (Sasunkevich 2014:139). Kako bi se prekogranični šoping mogao razviti, bilo je potrebno da ekonomski i politički faktori u istom razdoblju i unutar obje zemlje pogoduju njegovom nastanku. Tako je u Mađarskoj liberalizacija komunističkog sustava, koja je započela već 70-ih i 80-ih, omogućila više aktivnosti na otvorenom tržištu (Sík i Wallace 1999:699). Uvjeti za rast tržišta u Mađarskoj postajali su sve povoljniji tijekom režima Jánosa Kádára, čija je vlada uvela „proto-tržišne reforme već krajem 70-ih, a one su dopuštale prodaju odabrane robe široke potrošnje u novom privatnom sektoru, uglavnom na otvorenim tržnicama“ (Williams i Balaž 2002:325) te su time nadoknađivali propuste u državnim sustavima proizvodnje i distribucije. Tako je zbog veće ponude robe koju je pružala Mađarska postala maloprodajna meta istočne Europe, potpomognuta vrlo povoljnom središnjom geografskom pozicijom. Tijekom 70-ih i 80-ih prekogranični je šoping bio izrazito popularan u srednjoj i istočnoj Europi te je postao jedna od najvažnijih vrsta međunarodnih putovanja u regiji, a kao „rezultat novih tržišnih ekonomija, rasta životnog standarda i nestašice kod kuće, građani drugih postkomunističkih zemalja počeli su žuriti u kupnju u Mađarsku“ (Michalkó i Timothy 2001:6).

Na drugoj strani granice, u bivšoj socijalističkoj Jugoslaviji koja nije bila članica Istočnog bloka, otvorene su granice krajem 60-ih stvorile priliku za razvitak ovakve vrste kupovine iz želje za boljim i jeftinijim rješenjem. Odrednica koja je obilježavala ovakva prekogranična putovanja, često isticana i u kazivanjima mojih sugovornika, jest to da je „u uvjetima jugoslavenskog socijalizma i međunarodne posebnosti – svaki prelazak granice bio i putovanje u drugačiji politički sustav, u drugu potrošačku kulturu, na neki način u drugi svijet“ (Duda 2010:69). U razdoblju kada započinju prvi prelasci granice u svrhu kupovine 60-ih godina, Jugoslavija je imala visoku stopu gospodarskog rasta pa je povećana produktivnost donijela i određeni stupanj prosperiteta u usporedbi s drugim istočnoeuropskim zemljama (Luthar 2006:236), što je rezultiralo time da je konzumacija robe široke potrošnje u Jugoslaviji rasla brže od drugih zemalja istočne Europe (ibid.). Sredinom šezdesetih kada se Jugoslavija otvorila prema svijetu, „životni standard se znatno povećao, putovnica je postala dostupna (uz gotovo nikakve administrativne zapreke) većini građana“ (Repe 1998:3). Kazivanja pokazuju kako mnogobrojna ciljana šoping putovanja preko granice nisu započela sve do prve polovice 70-ih. Jugoslavija je zatim 80-ih godina upala u krizu te je životni standard, koji je dotad rastao, pao na razinu na kojoj je bio sredinom šezdesetih, a brojni su proizvodi racionirani ili nisu bili uopće dostupni (Repe 1998:5). Taj je trend dao znatan zamah prekograničnom šopingu. Kupovina preko granice bila je bazirana, između ostalog, na kupnju hrane, budući da „zbog rastuće stope inflacije koja je sredinom osamdesetih narasla do hiperinflacije, jugoslavenski su građani teško mogli priuštiti da kupe bilo što drugo“ (ibid.). Praksa odlaska u prekogranični šoping zadržala se i tijekom 90-ih i početkom 2000-ih godina nakon čega nastupa njezin pad, tijekom kojeg se cijene i ponude u obje zemlje uravnotežuju.

Potrošačka je kultura neodvojivi dio ekonomskih, političkih i kulturnih aspekata suvremenosti (Luthar 2006:232) te tako prekogranični šoping nije samostalan i izolirani fenomen. Ljudi su u socijalizmu koristili razne inovativne načine kako bi poboljšali svakodnevne uvjete u kojima su živjeli, a prekogranični je šoping zasigurno jedna od takvih praksi. Alenka Švab u svojem radu o šoping turizmu i potrošnji u socijalizmu u Sloveniji tako piše kako je on bio dio svakodnevnog folklora:

> „Bio je funkcionalan, sadržajan, s mnogo pozadina/podrijetla, od pragmatičnih, subverzivnih, iracionalnih simboličkih karakteristika itd. Shopping turizam bio je ugrađen u socijalističku svakodnevicu, bio je njegov neizbježni dio i istodobno fenomen koji, obratno, odražava sve karakteristike socijalističkog vremena. U tom svjetlu, mnogo

nam govori o socijalizmu kao samom društvenom, ekonomskom i političkom sustavu.“ (Švab 2002:67)

Prekogranični šoping izuzetno je rasprostranjena kulturna praksa koja je uključivala „Jugoslavene različitog etničkog, socioekonomskog, kulturnog i obrazovnog podrijetla“ (Mikula 2013:225). Donnan i Wilson naglašavaju kako između dvije države uključene u prekogranični šoping „gotovo uvijek postoji ekonomski diferencijal, pa se određeni proizvodi, usluge, cijene ili kvalitete robe traže više na jednoj strani granice nego na drugoj“ (prema Mikula 2013:236) i upravo je ta razlika potaknula ljude da odlaze preko granice u kupovinu, a kako naglašava Anna Wessely „mađarski gradovi u pograničnom području bili su spremni izgraditi supermarkete za usluge jugoslavenskih kupovnih turista“ (Wessely 2002:10). U ovom se slučaju mogu primijetiti „strategije prilagodbe okolnostima koje se mijenjaju, istraživanje i iskorištavanje svake praznine“ (ibid. 6) te se time prekogranični šoping može promatrati kao racionalna ekonomska transakcija. Svakako možemo ustvrditi kako su kupci iz Međimurja tijekom razdoblja socijalizma tražili nove i najjeftinije mogućnosti za kupovinu hrane i ostalih potrepština. Gledamo li na mogućnosti koje su Jugoslaveni imali po pitanju prelaska granica kao i na političko i ekonomsko stanje u Mađarskoj jedna od najraširenijih takvih opcija za kupnju je svakako bio odlazak u šoping preko granice.

Odlazak i kupovina „na Mađarskoj“

Iako je odlazaka preko granice iz Međimurja u Mađarsku bilo već sredinom šezdesetih godina, kada se u bivšoj Jugoslaviji otvaraju granice i putovnice postaju dostupne većini stanovništva, svoj je zamah prekogranični šoping dobio sredinom 70-ih i posebno 80-ih godina, te se nastavio, iako slabijim intenzitetom, i u ratnom i poslijeratnom razdoblju. Kupovina se u najvećoj mjeri održala sve do sredine 90-ih, kada Hrvatska i Mađarska postaju samostalne države, a cijene i usluge se izjednačavaju. Tako je najstariji, 72-godišnji kazivač išao u Mađarsku već 1967. godine na druženja s prijateljima, dok su ostali kazivači počeli putovati u Mađarsku od sredine sedamdesetih godina. Jedan od kazivača prvi put je posjetio Mađarsku ne samo zbog šopinga, već zbog drugog, također izrazito raširenog razloga, a to je odlazak u poznate toplice, u Zalakaros:

„Na Mađarsku sam ti prvi put osobno išel 1972. godine i to s mojim prvim autom, to je bil fićo, svi skupa išli smo v Nagykanizsu, odnosno ja, supruga, kćerka, tata i mama v Zalakaros dva dana na kupanje, to je bil prvi odlazak.“ (B. Z.)

Međutim, govorimo li striktno o odlasku u šoping, postoje značajna variranja u tome kada kazivači prvi put odlaze preko granice. Neki od kazivača su odlazili već 70-ih godina za vrijeme svojih srednjoškolskih dana: „Ja dok sam išla v srednju školu smo išli v Mađarsku, koje godine je to bilo, 1979., dok sam išla v srednju školu, prije se još hodalo v Mađarsku, sedamdesetih“ (N. R.). Ipak, pojedini kazivači nisu posjetili Mađarsku sve do 90-ih godina odnosno sve dok se nije javila potreba za odlaskom u prekogranični šoping u svrhu jeftinije kupnje:

„Pa to je bilo u ranim 90ima, zapravo potreba je postala tek kad smo dobili stan, društveni i kad ga je trebalo urediti, a s obzirom da su plaće bile dosta male onda smo se na taj način snalazili.“ (S. D.)

Kazivač D. H. navodi kako su njegovi prvi odlasci u šoping u Mađarsku počeli početkom 70-ih godina, te u kratkim crtama opisuje koji su se proizvodi najviše kupovali, ali i njihovu kvalitetu i što je odlazak „na Mađarsku“ zapravo njemu i njegovom krugu prijatelja značio u tom vremenskom razdoblju:

„Ja sam '72. godine, mislim da su to moji prvi odlasci u Mađarsku počeli, i to smo išli više ovak pajdaši, znali smo se skupiti ko je imal auto pa smo onda išli, i onda smo znali kupiti sira trapista i to onoga velkoga sira, onda smo salame kupovali mađarske, to je po meni bilo dosta nehigijensko dok sam videl kak su tam v mesnici vozili s tačkama se skupa to, ona Turist salama je bila i druge neke one njihove ljute salame. Mislim prije svega kvaliteta je upitna bila, onda su se znale kupovati tam Vegeta, ovi naši proizvodi ali su bili skoro duplo jeftiniji, i unda su si ljudi znali kupiti nekakve balonere i hlače i to na štandima ali je bilo bitno kaj je to bil doživljaj neki jer mi smo v to vreme ne dalko išli.“

Gradovi koji su bili centri prekograničnog šopinga su Letenye koji je od granice s Hrvatskom udaljen 4 kilometra i Nagykanizsa koja je udaljena od granice 28 kilometra. Kazivačica S. D. govori u koje se gradove odlazilo po koje namirnice i po koju robu:

„Uglavnom na Letenye se išlo na sajam, u željezaru, na Letenye se išlo u mesnicu i po garderobu u robnu kuću [...] a v Nagykanizsu se išlo kupovati finije stvari, znači tam

sam išla uglavnom po posteljine, po jastuke, po čizme, cipele, po igračke, znači u te malo bolje dućane po to se išlo, tak one osnovne stvari to smo imali i tu.“



Slika 1 Granični prijelaz Letenye, fotografirala Marija R., siječanj 2020. godine

Iako su kupci u Mađarsku najviše odlazili osobnim autom zajedno sa svojim obiteljima ili prijateljima, kazivači koji žive u blizini Kotoribe i same granice, točnije u Donjoj Dubravi, prisjećaju se da su u kupovinu odlazili od 70-ih godina pa sve do početka 90-ih godina i vlakom, točnije do vlaka biciklom, koji su često stavljali na vagon te se kretali njime kroz Mađarsku. Linija kojom su putovali bila je Kotoriba–Murakeresztúr, od kojeg se dalje odlazilo u poznatije gradove poput već spomenutih Letenya i Nagykanizse. Međutim određena se ponuda namirnica pronalazila i u trgovinama u Murakeresztúru gdje se nalazio i zajednički granični prijelaz:

„Je, do Kaniže je bilo kak do Čakovca, a Kerestur nam je bil glaven, tu su bili dva štacuni, dve mesnice, Murakerestúr, mi smo s cugom išli. […] V Keresturu je bila zajednička carina, znači meli su naši odma iste papere dok su selili vagone i dok su robu carinili na jedni mesti […] I to se platila karta, tam de je bil kak poštanski [vagon, op.

a.] tam su bili i beciklini, iza lokomotive. […] Karta je bila kak normalno za sebe tak i za beciklin. I tak ti je nalepil to i unda ti ga del doli i unda si moral paziti čijega bu ti dal.“ (A. P.)

Kazivač A. P. se prisjeća anegdote s jednog od takvih putovanja biciklom u Mađarsku:

„V jutro se rano stalo, na beciklinu se išlo, jena žena je bila predvodilac, nekaj je mađarski znola, to smo ju pričakali i idemo za njom, unda se jamput napila i unda nas je krivo dopeljala. […] išli smo z beciklinima v Kotoribu na prijelaz na cug i onda do Kerestura i onda nas je krivo dopeljala.“

Može se sa sigurnošću reći da se u Mađarsku odlazilo po gotovo sve. Od samih početaka šopinga pa do početka 2000-ih najčešća je bila kupnja prehrambenih namirnica, metalnih predmeta za rad i strojeva, poljoprivrednih potrepština poput hrane za domaće životinje i gnojiva. Pojedini predmeti kupovali su se i u kasnijem razdoblju, te je posebice popularni artikl bila „mašinica za krpice“, i dalje jedan od predmeta koji se redovito kupuju u Mađarskoj. Kupovina odjeće i obuće ostala je vrlo uvriježena sve do sredine 2000-ih godina, dok je kupovina lijekova, ali i obavljanje dentalnih usluga u Mađarskoj i u današnje vrijeme izuzetno česta praksa.

Najčešći oblik kupovine u koju se odlazilo od samih početaka odlazaka u šoping pa do sredine 90-ih je kupovina namirnica i robe koja se koristila za potrebe kućanstva ili u organizaciji svečanosti. Kazivači spominju odlaske u kupovinu po određene namirnice i to iz jednostavnog razloga: „Nekih stvari prije je ne bilo, ali u biti one kaj su i bile su pak tam bile jeftinije“ (J. S.). Ponajviše se kupovala prehrambena roba poput mesa, mesnih prerađevina, tjestenine, šećera, brašna i ulja koje su znali donositi kući po nekoliko kilograma ili litara:

„Bila je velika ABC samoposluga, ja mislim da ga takve samoposluge tu ne bilo. Tu se kupovalo ulje, i to smo onda po pet litri kupovali, ulje je bilo jako jeftino, šećer, šećer je bil na pol cene nego kod nas […] tjestenina je bila jako jeftina to smo znali na kile kupovati, brašno je bilo, i to smo kupovali, znala sam 5 kil brašna kupiti. […] Meso im je bilo jako jeftino, to smo znali odma tu na Letenyu, tu je bila posebna mesnica i to je ja mislim bil jen Hrvat koji je mel mesnicu, čak si si mogel i naručiti meso za nekve fešte, za proščeja ak smo meli, mogel si iti tam naručiti si i to te tam čekalo znači meso, puretina, svinjetina i kobasice one njihove duge salame.“ (N. R.)

Redovito su se i u velikim količinama kupovali mliječni proizvodi, posebno sir, kao i mljevena paprika koja se koristila za kolinje:

> „Trapist je bil i visibaba Hóvirág. On je bil masni, on je bil kravlji i rezal se i bil je v srebrni foliji i visibaba je gore bila a Hóvirág je visibaba, a trapist je bil on je bil žoti i trdi i on je bil puno skuplji, bili samo te dve vrste sira […] ali siri su bili glavni, to je bil mađarski sir, odma je to bila bogata plata […] znali smo i dok smo skapali kalampera smo išli par dni prije na Mađarsku kaj smo sira i klobase donesli, i črljenu papriku, na pijac, to smo na sajmeni den išli i črljena paprika se nosila z Mađarske, to je bila najbolja, Piroš paprika, i za kolinje se z Mađarske nosilo, ne iz Slavonije, z Mađarske smo nosili začinsku papriku.“ (A. P.)



Slika 2 Ulaz u bivšu CBA samoposlugu na tržnici Adria u Letenyu, danas preuređenu u trgovinu odjećom, obućom, kućanskim potrepštinama i raznovrsnom drugim artiklima, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Nadalje, kupci iz Međimurja izrazito su kupovali i jeftinu željeznu robu u poznatoj željezariji u Letenyu gdje se nudila vrlo široka ponuda, u rasponu od najmanjih čavlića, malih kućanskih aparata do alata, kotlova i autodijelova:

> „To isto su bili železni dućani, tam su bile mašinice za meso, za orehe, bile su motike, lopate. To je bilo tam kak smo došli v Letenye, malo dale od mesnice, tam je bil veliki železni dućan, čavle po komadu si mogel dobiti i to su ti onda zapakira v papirnate vrećice, nega bilo onda opće najlonskih vrećica, to su bili papirnati škrneclini, rame [okvir, op. a.] za beciklin, mada se tu i moći bilo to kupiti ali je bilo jamput ili dvaput skuplje.“ (N. R.)

Iako se željezara zatvorila sredinom 90-ih godina, na tržnici Adria u Letenyu i dalje je otvoreni štand na kojem se mogu pronaći kuhinjski aparati, kotlovi, lonci i ostali kućanski pribor, kao i popularna „mašinica za krpice“.



Slika 3 Prodaja metalnih kotlova na tržnici Adria u Letenyu, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

„Mašinica za krpice“ može se i dalje pronaći na štandovima na tržnici, a kako jedna od kazivačica napominje: „ona se jedino na Mađarski more kupiti, nema je nigde drugde“ (N. R.). Mašinica se ističe svojom kvalitetom i lijepim oblikom tjestenine koja se radi pomoću nje te se i danas vrlo često koristi u kućanstvima:

> „Te mašine za krpice i rezance, to ti je odlična stvar, ako rezance presušiš unda ih nebreš narezati a za krpice tijesto treba biti do kraja suho i ti moreš dvo meterno testo samo vrtiti z mašinom i izlaze ti krpice i gotov si u tren oka s tim i to je stvarno super. Super su mi te stvari i to je bilo ja mislim da je to koštalo jedno 40 maraka. Uglavnom to kola po obitelji i ja i sestra i brat svi si nosimo, oni su v Zagrebu onda: 'Joj mama si napravila krpice, ve dej meni mašinu kaj si ja napravim', i to si onda napraviš za celi mesec.“ (S. D.)

Za razliku od ostalih predmeta nabavljanih prekograničnim šopingom, ovakva vrsta mašinice bila je nešto skuplja, sve do kraja 90-ih koštala je oko 50 njemačkih maraka (oko 300 kuna) do danas kada košta 450 kuna. No i dalje su je kupci smatrali isplativom investicijom zbog trajnosti i kvalitete:

> „Mašinica za krpice je dosta skupa bila, to je bilo onda se ja zmislim da je došlo 50 marki, dan danas dojde 50 eura i ja sam si sama ne kupila jer mi je skupa bila, teta je mela i onda smo si posuđivali, ne znam kaj je posebno bilo v toj mašinici, ali da je prekrasne krpice delala, delala je. Ja mislim da niti den denes nema toga tu, to su krpice koje su domaće ali su cifraste [šarene, s cik-cak uzorkom, op.a.] s jane i druge strane, nesu to one obične krpice kak denes kupiš kaj su kvadrati samo, ovo su cifraste i jako su ti zgodno zgledale.“ (N. R.)



Slika 4 Natpis unutar trgovine na tržnici Adria, fotografirala Marija R., siječanj 2020. godine

Kazivač A. P. naglašava kvalitetu ovakve vrste pribora za kućanstvo, te spominje još neke koji se i dalje mogu pronaći na tržnici u Letenyu:

> „Ja imam mađarskoga ribeža, Zepterov nek se skrije, ja sam si tu novoga kupil ali te mađarski mi je zakon. Ribeži su bili oni za zelje, mašinice za rezance, krpice to je ve moderno, tam su bili najkvalitetniji, za mak, to je samo na Mađarski bilo, tu smo ne mogli kupiti mašinice.“



Slika 5 U desnom kutu stola može se vidjeti pričvršćena za stol zelena mašinica za krpice na tržnici Adria, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Osim alata, mašina za izradu tijesta i kuhinjskih pomagala, u Letenye su Međimurci odlazili sve do 90-ih godina i po poljoprivredni materijal poput hrane za piliće i svinje, raznog sjemenja, umjetnog gnojiva. Po ovu specifičnu poljoprivrednu robu odlazilo se u susjedno selo Becsehely i to kod „Farmera“, u privatni poljoprivredni dućan koji je zatvoren početkom 2000-ih:

> „Malo dalje od Letenya, to je isto bil jedan dućan, zval se Farmer, tam je bilo moći kupiti i sjeme, umjetno gnojiva, znači i kuruzu sam čak tam išla isto kupovat kaj si ne smel voziti, isto smo skrivali, za špricati [zaštitna sredstva, op.a.], je bilo jako jeftino, to je bila kao poljoprivredna apoteka. Zval se Farmer i znal je hrvatski govoriti i on je mel isto te mašinice, smesu za piceke, svinje.“ (N. R.)



Slika 6 Zatvoreni poljoprivredni dućan u Letenyu, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Stanovnici Međimurja su u Mađarskoj ponekad nabavljali i lijekove. Za razliku od prethodno spomenutih namirnica i predmeta, kupovina lijekova je i dalje vrlo aktualna praksa, posebice u Letenyu gdje se kupuju lijekovi sa i bez recepta i to po duplo nižoj cijeni u odnosu na onu u Hrvatskoj, kako naglašavaju kazivači. Iako za vrijeme socijalizma nije postojala velika potražnja za lijekovima preko granice, ona je danas na svojem vrhuncu. Još je jedan zdravstveni element, ovog puta zdravstvena usluga u Mađarskoj izrazito zastupljena poglavito u Letenyu, a to su zubarski zahvati za kojima vlada potražnja već od 70-ih godina. Brojni stanovnici Međimurja, ali i šire, odlučuju se za ugradnju novih zubi upravo u Letenyu:

> „Još jedna priča - zobi. Dan danas se zobi ideju v Mađarsku delat, pa i ja sam si dal zobe delati v Mađarskoj, i danas i Nijemci pa i Talijani i Austrijanci hodaju v Mađarsku zube delati jer je na pol cene, tu došla si prek, tu ti ga na tak malo mesto jeno pet, šest zubari. […] kvalitetne zube su delali razmeš me, došel si k njemu, mera, narudžba, dve tri probe i ti si mel nove zobe. Puno zobi je tu napravljeno. I dan danas to kvalitetno delaju, ja sam se uvjeril i još sam mnoge poslal tam kaj su išli, pol Međimurja mađarske zobe nosi.“ (B. Z.)



Slika 7 Putokaz za zubarsku ordinaciju u Letenyu, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Iako je Letenye mali grad s tek nešto više od 4000 stanovnika, u njemu je otvoreno nekoliko zubarskih ordinacija kako bi zadovoljio potrebe svih koji traže ovakvu vrstu usluge. Tako je dentalni zdravstveni turizam u Mađarskoj u proteklih desetak godina dobio na važnosti, a glavni razlog takve popularnosti su niske cijene ugradnje, kvalitetna usluga i pristupačnost usluge ugradnje novih zubnih implantata. Prolaskom kroz grad Letenye primjećuju se putokazi za zubarske ambulante i natpisi ispred ambulanti koji su uvijek dvojezični, na hrvatskom i mađarskom jeziku što svjedoči popularnosti ove prakse među Hrvatima.

Kroz ovo sam poglavlje predstavila specifičnu ponudu koju su mađarski prodavači nudili kupcima iz Međimurja, a za kojom je vladala velika potražnja. Tako se ponuda kretala od namirnica za kućanstvo, aparata za kućanstvo, željeznih proizvoda i strojeva, poljoprivrednih proizvoda, pa sve do danas najpopularnije kupovine lijekova i dentalnih usluga. Međutim, još je jedan segment kupovine bio izrazito tražen i popularan među međimurskim kupcima, a to je kupovina odjeće i obuće, što ću zbog same veličine i važnosti prikazati u idućem poglavlju.



Slika 8 Putokaz za zubarsku ordinaciju u Letenyu, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Kupovina odjeće i obuće na tržnici Adria

Kupovina odjeće i obuće izrazito je raširen element kupnje kojeg se i sama najviše sjećam, a koji je, iako u manjem omjeru, i dalje aktualan među kupcima. Tekstil se kupovao na malim štandovima, na velikim sajmovima ili u robnim kućama, a obuhvaćao je široku lepezu mogućnosti, od svečanih odijela, dječje odjeće i obuće, papuča i čizmi, hlača, krevetnina i zavjesi, deka... Jedno od najpopularnijih mjesta za kupnju odjeće i obuće koje sam u nedavnom posjetu Mađarskoj ponovno posjetila je tržnica pod nazivom Adria koja zauzima veliko područje na istočnom rubu Letenya, a koju karakterizira velika količina robe na štandovima. Razvija se već od početka 70-ih godina pa sve do sredine 2000-ih kada doživljava svoj vrhunac, no u posljednjih 15-ak godina polako se smanjuju njena ponuda i broj prodavača. Prostranost tržnice, brojni artikli razbacani po štandovima, jarke boje i neobični dizajni odjeće i obuće njene su glavne karakteristike. No iako se po samoj kvaliteti ne ističu, glavna prednost tekstila iz Mađarske je, kao i kod većine ostalih predmeta kojima se trgovalo, bila niska cijena:

„Sve je bilo jeftino, ali onda 2000., kak sam bila već malo starija i pametnija sam vidla da je većina toga sintetika i da je ne to ipak ta kvaliteta koju si ti mogel kupiti negdi drugdi, pogotovo v to vreme su tu već počeli dolaziti pri nas [trgovine, op.a.] i neje to bila recimo kvaliteta kakva je bila u Austriji, e i unda pogotovo ve dok sam bila tinejdžerka, ve malo kasnije v srednjoj školi već sam točno vidla na drugim ljudi da je ovo kupljeno na Mađarski, već sam ne morala iti na Mađarsku da prepoznam materijal ili da prepoznam dizajn, točno sam prepoznala da je osoba kupovala na Mađarski i više nije bil pojam Mađarske kao ono 'wow ideš si kupiti nekaj novo' i onak je postalo to posprdno ko 'ma na Mađarski si si kupila'.“ (I. R.)



Slika 9 Tržnica na otvorenom Adria, Letenye, fotografirala Marija R., siječanj 2020. godine

I sam je naziv ove tržnice na otvorenom – Adria – na neki način poveznica sa zemljom iz koje je na tržnicu dolazio najveći broj kupaca, s Hrvatskom. Također su svi natpisi unutar same tržnice uvijek na mađarskom i hrvatskom jeziku, a cijene su izražene u mađarskim forintima i hrvatskim kunama čime prodavači daju do znanja tko su im najčešći kupci. Prodavači na tržnici uz mađarski jezik govore i hrvatski jezik kako bi što bolje komunicirali s

kupcima. Sík i Wallace definiraju ovakve tržnice na otvorenom kao „mjesta (ili institucije) razmjene, u kojima socijalne, kulturne, političke i ekonomske karakteristike aktera utječu na opseg i očitovanje tržišnog načela, koje je nužno prisutno u svim transakcijama“ (1999:689). Ovakva definicija tržnica na otvorenom naglašava kako su njihove neekonomske funkcije temeljene na činjenici da su one „mjesto susreta velike gomile ljudi koji pripadaju različitim etničkim skupinama, a koje nemaju drugih mogućnosti da se okupe“ (ibid.). Ovakva vrsta tržnice u istočnoj je Europi postala značajna točka razmjene informacija i mjesta za maloprodaju robe, a kako se na njima nudi jeftinija roba ili roba koja nije dostupna na mjestu odakle dolaze kupci, one često postaju „nadomjestak, a ne dodatak uobičajenom maloprodajnom sektoru“ (Sík i Wallace 1999:704). Time nam takve tržnice daju uvid u „potrošačke vrijednosti i ponašanje na svakodnevnoj mikro razini“ (Sík i Wallace 1999:712).



Slika 10 Natpis s radnim vremenom na ulazu u tržnicu Adria, Letenye, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Tržnica Adria je planski organizirana, na određenom je ograđenom području te ima svoje radno vrijeme. Iako je prije samo dvadesetak godina bila puna trgovaca te se čak širila na

novo područje i u velika industrijska skladišta u neposrednoj blizini štandova koja su prenamijenjena u improvizirane trgovine (nazvane lokalno *škedej*, odnosno štagalj zbog sličnog izgleda), danas su na tržnici preostali tek rijetki štandovi. Tu napuštenost i zapuštenost prostora, kao i dojam da je vrijeme na tržnici zastalo opisuje sljedeće kazivanje:

> „Bili smo na Adriji lani […] ono tam oni štandi kaj ti sve zgledi, si misliš to je ono ko da je veter donesel, drugo ništ, i mi nekak mi se to zgledi ko da je vreme stalo, vidim da iskren budem, 70-ih godina, to kak sam ja tam prvi put počel hodati sad ne vidim velike razlike, moram iskren biti, ne vidim.“ (D. H.)



Slika 11 Jedan od nekoliko škedji u kojem su se nekada nalazili štandovi, tržnica Adria, Letenye, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Gotovo da nije postojao odjevni predmet ili kućanski tekstil koji se nije mogao pronaći na nekada brojnim štandovima na tržnici. Kupovala su se i svečana odjela, a zanimljiva je i priča kazivača B. Z. o njihovoj kupovini i izgledu:

„Odijela su se kupovala, evo ve jedna priča, tri vrsta odijela su bila, ti si tam mogel odijelo kupiti kaj ti nam sad bez veze rekel za 100 kn, a tri vrste su bile, zeleno, plavo i ljubičasto, to su te boje, onda smo ti ja i moj kum išli v Mađarsku kaj si kupimo odijela, ja sam rekel kaj namo ista, ti si crvenkasto a ja bum si zelenkasto kupil, pa smo išli na neku feštu v hotel i dojdemo v hotel, e ti znaš kad žena dojde pa vidi drugu ženu kad ima istu haljinu, a mi smo došli nutra deset muškaraca je istu boju odijela imalo, to su bila ta jeftina odijela koja smo unda kupovali.“

Razliku u izgledu, ali i kvaliteti odijela, kao i ostale tekstilne robe i obuće u odnosu na onu koja se mogla pronaći u dućanima u Jugoslaviji i kasnije u Hrvatskoj, naglašavaju i drugi kazivači:

„Dvoje si si mogel kupiti, al dobro, to su bile i posebne boje, stil je bil onak, ruski bolje, kičasti, tak je bio, boje su bile kričave, to je mom bilo kak poznati, ve Varteksovo je bilo poznati i mađarsko je bilo [moguće prepoznati, op. a.] […] ko je mel mađarsko te je već odudaral.“ (A. P.)



Slika 12 Trgovina odjećom na tržnici Adria u Letenyu, unutar bivše CBA samoposluge, fotografirala Marija R., siječanj 2020.

Upravo se na spomenutom primjeru kupovine odijela, ali i ostale odjeće i obuće može primijetiti kako predmeti, prelazeći granicu, dobivaju novu razinu značenja. Anna Wessely tako u svojem radu naglašava kako:

> „Putujuće ideje i putujući objekti imaju tendenciju doživjeti karakteristične promjene tijekom njihove migracije. Oni dobivaju nov značaj tako da su ispunjene lokalnim značenjem. U ovom obliku oni mogu postati relevantni rekviziti za redefiniciju lokalnih grupnih identiteta.“ (Wessely 2002:13)



Slika 13 Tržnica na otvorenom Adria, fotografirala Marija R., siječanj 2020. godine

Predmeti kupljeni u Mađarskoj prelazeći granicu dobili su novi značaj kao oni predmeti koji su kupljeni „na Mađarskoj“, preko granice. Ti se predmeti ističu ili svojom kvalitetom po pitanju primjerice metalne robe ili po nedostatku kvalitete i osebujnom stilu poput odjeće. Kupljeni predmeti ili usluge ulaze i u svakodnevnu komunikaciju putem priča o odlasku preko granice ili putem priča o samim predmetima te postaju dijelom svakodnevnog narativa kako trenutnih, tako i potencijalnih kupaca. Predmeti i roba mogu se tretirati u društvu kao ključni za društveni status, u njih se upisuje određena simbolična vrijednost, dok drugi imaju „moć isključivanja, s posljedicama koje bi ponekad mogle daleko premašiti puku društvenu sramotu“ (Shevchenko 2020:259). Kroz kazivanja vidimo kako posljedice nisu bile drastične u tolikoj mjeri da bi premašile tek pojedine negativne komentare koji se tiču kvalitete i izgleda mađarske robe. Tako se odjeća i obuća kupljena na sajmovima u Mađarskoj vrlo često isticala svojim dizajnom i bojama te je stoga vrlo često bila izložena brojnim pogledima i komentarima poput ovog kojeg nam kazuje kazivač J. S.: „Odijelo si mogel kupiti bogme. I mom su te ljudi vidli i rekli: ve je pak bil na Mađarski“. Tako se i sama sjećam, a i dalje koristim u određenim situacijama, izraz „izgleda kaj da je kupljeno na Mađarski“ kada opisujem određeni odjevni proizvod koji je izrazito loše kvalitete ili je kičast.



Slika 14 Tržnica na otvorenom Adria, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Na temelju ovog pregleda temeljnih predmeta i usluga koje su se mogle, a neke koje se mogu i dalje pronaći u Mađarskoj, možemo ustvrditi kako je ponuda bila uistinu raznovrsna te se protezala od svakodnevnih potrošačkih namirnica poput hrane i pića, preko svakodnevne i svečane odjeće i obuće do metalnih alata, strojeva i poljoprivrednih potrepština. Temeljni su razlozi odlaska u prekogranični šoping bili razlika u cijeni, odnosno činjenica kako su traženi proizvodi bili duplo jeftiniji nego na prostoru Međimurja, dok neki predmeti jednostavno nisu bili dostupni u jugoslavenskim trgovinama, ili su bili izrazito skupi kod preprodavača.



Slika 15 Robna kuća Zlatna košara u Letenyu, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Prelazak granice

Osim momenta kupovine i druženja, prekogranični šoping pratili su i pojedini stresni trenuci. To se u prvom redu odnosi na prelazak granice. Ono što je činilo taj prelazak stresnim su prije svega brojne zabrane uvoza namirnica poput mesa i sjemenja biljaka koje su ljudi prevozili u svoju domovinu. Također bio je zabranjen i uvoz deviznih valuta u državu i iz nje, te su se one tako vrlo često mijenjale i kod ilegalnih prodavača deviza, što je nerijetko znalo rezultirati prijevarama ili pak neugodnim osjećajem koji se javljao kod pojedinih kazivača. Same devize su se znale i potajno prenositi preko granice :

> „A to ti je bilo svakojakih situacija, menjali su se na banki negda, onda su švercali pa su ostali bez penez, sikak je bilo, svakakve događaje mogu ljudi ispričati, čak su i papere novinske dobili za devize, vele 'policija, policija!' on ti cukne peneze [brzo istrgne novce, op.a.] i onda vidiš da je novinski paper nutri, tak da je svašta bilo, moral si baš

paziti, lokalnih švercera je bilo, ali mogel si i v službenoj mjenjačnici zameniti […] a većinom si mogel i doma kupiti na banki.“ (J. S.)

Još jedan od kazivača prisjeća se slične priče o tome kako su ilegalni prodavači deviza znali prevariti kupce:

„Oni su znali fkaniti [prevariti, op.a.], meli su ih pretrgjene [preklopljene, op.a.] i ve su ih brojili i unda je zakričal [viknuo, op.a.], 'policaj, policaj' pa je dbežal [otrčao, op.a.] ovome je dal peneze, a niti pol mu je ne dal.“ (J. J.)



Slika 16 Jedna od mnogih zatvorenih mjenjačnica u gradu Letenye, smještena na samom ulazu u grad, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Sjećanje na novčanu granicu do koje je bilo dopušteno prenositi robu variralo je od kazivanja do kazivanja, no okvirno se može procijeniti na nešto više od 50 maraka po osobi, okvirno 300 kuna. Upravo su iz tog razloga u šoping odlazile cijele obitelji i grupe prijatelja, što je također uključivalo pojedince koji nisu bili zainteresirani za šoping kako bi u autu bilo

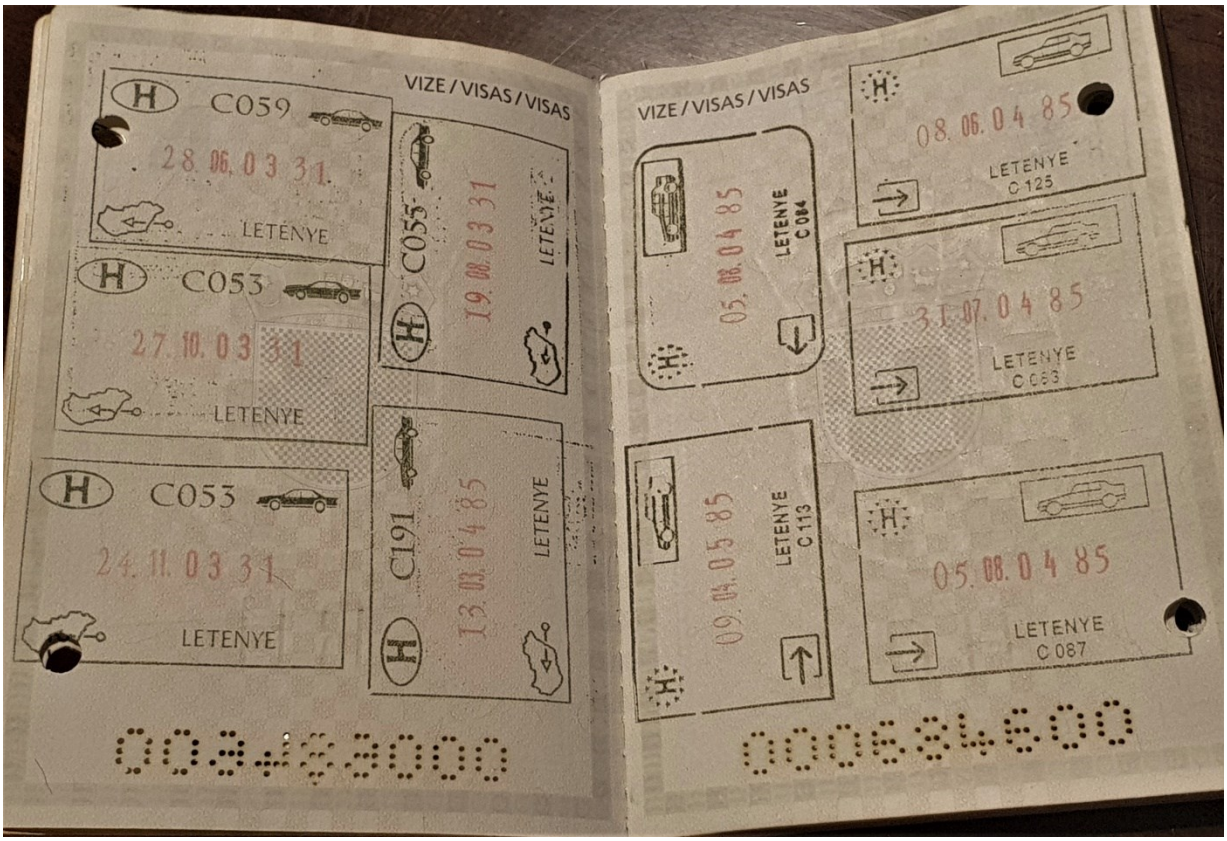
moguće prevesti robu za što veću vrijednost. Trgovci su vrlo često znali i podijeliti račune kako bi izgledalo da svatko od njih nosi dozvoljenu vrijednost robe:

> „S obzirom da se smelo nositi za 300 kn po osobi, onda bi mi decu natrpali v auto sam zato jer smo onda i od svakoga od njih mogli za po tristo kuna kupiti, to je onda bilo 1200 pa ti je to već bilo 150 eura, tak da nam je to bilo bitno da čim više dopelamo, išli smo tak z decom, natrpaš v auto i tatu sam si znala zeti još, 'odi tata kaj bum mogla i na tebe dopelati' makar je on retko kad u Mađarskoj nekaj kupil ali znal je ići z menom, ja reko odi sam s menom kaj se buš pelal.“ (S. D.)

Devizne valute su se, kao i kupljena roba vrlo često „švercali“ na razne, vrlo inovativne načine:

> „Dok smo trebali nekaj skriti to je već bilo ve mašta, to smo uglavnom prepuštali mašti, znam da su neki kaj su meso skrivali kud sve ne, pa bi onda na nekaj kaj su švercali gore stavili nekaj kaj je smrdelo pa je to onda bilo, 'aha ovo smrdi, ovo nejdem ni glet'.“ (S. D.)

Neki od najčešćih načina skrivanja robe bilo je u kapute, u skrivene dijelove auta, ispod sjedala... Novci su se vrlo često znali skrivati u lažne potplate od cipela, a kupljena odjeća oblačila se u nekoliko slojeva kako bi izgledalo da je nošena. Kazivačica N. R. spominje da su ponekad toliko dobro sakrili da nisu ni sami znali gdje se nalaze novci ili roba. Ako su carinici uočili nedozvoljene namirnice ili robu u većoj vrijednosti od dozvoljene, ona se bacala ili je bila plaćena carina, a novce su znali, prema navodima kazivačice A. J., staviti na čuvanje te su se oni mogli preuzeti pri izlasku iz zemlje, uz određenu naknadu koji su službenici preuzeli za uslugu čuvanja. Kazivač J. S. jednostavno objašnjava kako si granicu „negda si prešel, negda si ne“ na što je nekad utjecalo i to koji je carinik bio na dužnosti. Kako su vrlo često odlazili preko granice, te kako su imali i prijateljske ili rodbinske veze sa službenicima, nerijetko su točno znali tko taj dan radi te kako će službenik reagirati na njihov prelazak granice. Tako su odlasci u prekogranični šoping važna društvena događanja koja su u pravilu uključivala obitelj i prijatelje, a posebni oblik zbližavanja postignut je kroz sudjelovanje u skrivanju robe kupljene s druge strane granice kako bi se izbjeglo plaćanje carine. No iako je ova praksa bila stresna i mogla je uključivati kazne i dodatna plaćanja, ona se redovito obavljala prilikom prelaska granice, te je pozitivna strana nadvladavala onu negativnu, kao što kaže i kazivač J. J.: „samo jampot sam platil carinu, al odma sam se drugi pot nadoknadil“.



Slika 17 Pečati za prelazak granice u putovnici, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

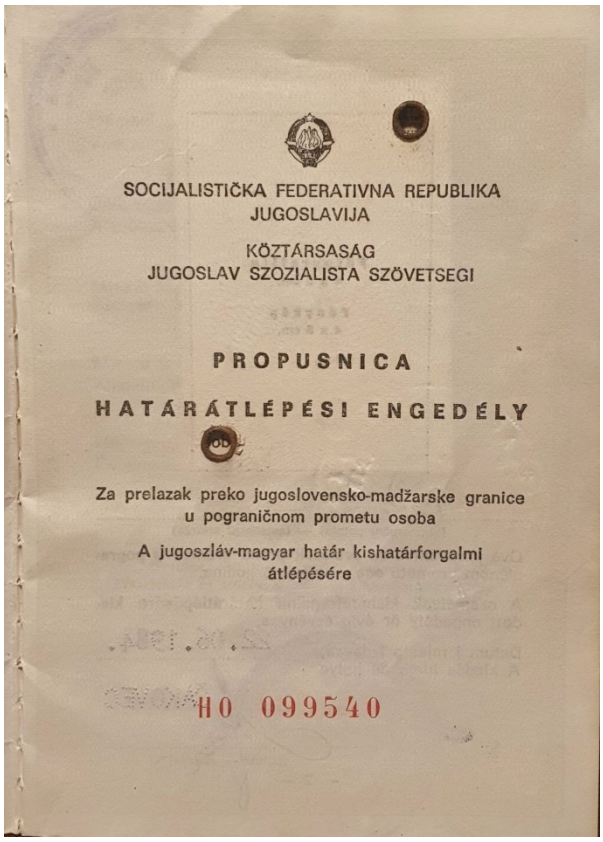
Do zbližavanja s drugim sudionicima u šopingu znalo je doći i tijekom čekanja u kolonama na graničnom prijelazu Goričan. Kazivači se prisjećaju kolona u kojima su čekali i po pet sati, što se znalo događati u samom vrhuncu prekograničnog šopinga 80-ih godina. Tada su bili primjećivani i veliki brojevi varaždinskih i zagrebačkih registarskih oznaka, što potvrđuje da je ova vrsta šopinga poprimila šire razmjere od onih regionalnih:

> „To je bilo ludilo, velim te sirevi, salame, ta roba sumnjive kvalitete, to je ludilo bilo, to su ti na granici bile kolone, ako gledaš od stare ceste, kolona ti je bila do Hodošana na granici, naročito vikendom, subota, to je bilo ludilo, ljudi iz Zagreba to su tablice bile, to je ludilo bilo, tam negde 80-ih godina.“ (D. H.)

Kazivačica koja živi u blizini državne granice napominje da je u bivšoj Jugoslaviji bilo uobičajeno izdavanje propusnica svim stanovnicima pogranične zone s Mađarskom. Propusnice su nalikovale na putovnice, no one su bile dostupne samo stanovnicima pograničnog područja i samo mogle biti korištene za prelazak u Mađarsku. Pogranična zona bila je široka otprilike 20 kilometara od granice sa svake strane, a s propusnicom je bilo lakše prijeći granicu jer se

unaprijed znala svrha putovanja što je u većini slučajeva bio upravo šoping. Propusnice su tako olakšavale prelazak granice u svrhu ekonomskih, socijalnih, obiteljskih ili drugih razloga. Kako je stanovništvo tog područja često prelazilo granicu propusnicama im se omogućio brži prelazak. Također, iako je bio dopušten odlazak samo do 20 kilometara, službenici su gotovo svaki put naglašavali kako je moguće otići i do Nagykanizse, koja je udaljena 8 kilometara dalje od dopuštenog:

> „Mi smo bili pogranična zona, ne smo išli s putovnicama nego smo meli propusnice, propusnice su sive tak bile i to smo mi samo dobili određeni [svi stanovnici pograničnog područja,, op.a.], to je bilo za vreme Jugoslavije, ali si s tom propusnicom mogli samo do Nagykanisze, niti to smo ne smeli, prešlo je to kilometražu, 20 kilometri od granice mogel si iti, dalje smo ne smeli iti, već ne bi meli dokumente, ve kak mi moremo s osobnom ili putovnicom, to svi moreju iti ali smo mi meli te propusnice, Varaždin je već ne mogel dobiti te propusnice […] oni su to ne niti tak gledali, već su znali da smo mi tu domaći i meli smo kak nekšu privilegiju, ne su nas tak jako kontrolirali kak ove Zagrepčance i ove Varaždince koji su bili tak dalje znači da su oni išli po nekaj malo više, a mi smo često išli pa smo ne tak puno nosili.“ (N. R.)



SOCIJALISTIČKA FEDERATIVNA REPUBLIKA
JUGOSLAVIJA

KÖZTÁRSASÁG
JUGOSLAV SZOZIALISTA SZÖVETSEGI

PROPUSNICA

HATÁRÁTLÉPÉSI ENGEDÉLY

Za prelazak preko jugoslovensko-madžarske granice
u pograničnom prometu osoba

A jugoszláv-magyar határ kishatárforgalmi
átlépésére

HO 099540

Slika 18 Propusnica, fotografirala Marija R., prosinac 2017.



Stranice za stavljanje pečata o prelasku preko granice

A határátlépést igazoló pecsét oldalai

— 13 —

Slika 19 Pečati u propusnici, fotografirala Marija R., prosinac 2017

Kazivači se prisjećaju šopinga kao putovanja koja su bila vrlo iscrpljujuća i koja su oduzimala puno vremena, gotovo cijeli dan. Međutim mnogi od njih opisuju ove izlete kao vrlo uzbudljive, posebice kada opisuju prelazak granice i iako su se u pojedinim razdobljima poduzimali iz potrebe, kazivači se sjećaju tih izleta kao društvenih događaja u kojima je sudjelovala cijela obitelj ili skupina prijatelja. Gotovo se uvijek nakon obavljenog šopinga odlazilo u neki od mnogobrojnih restorana i štandova s hranom kako bi se počastilo ili se potrošio sitan novac koji je ostao nakon obavljene kupovine. Među poznatom gastronomskom ponudom izdvajale su se kobasice s kiselim zeljem, tripice, krvavice, mađarski kotleti i mađarski gulaš, koje je vrlo često karakterizirala specifična mađarska ljutina:

> „Je tam su se čurke [krvavice, op.a.] jele, klobasi oni dogi, to smo obavezno išli jest tam […] A na tim punktovima dok smo jeli unda smo pitali klobase i unda smo pitali je hudo [ljuto, op.a.], je hudo? I unda je negda bil srdit kaj nas je puno pa nam je se hude nametal, kaj smo ne mogli jesti.“ (A. P.)

Usprkos karakterističnoj ljutini hrane u Mađarskoj „to se tam moralo pojesti nekakvi gulaš, ljuti kak vrag je bil, cigansko pečenje isto ljuto.“ (D. H.) Ponekad su se i zbog povoljnih cijena pojedine obiteljske zabave, poput proslave rođendana, znale održavati u mađarskim restoranima, međutim najpopularniji je bio odlazak na ručak poslije obavljenog šopinga:

> „Tak smo išli tam v restoran, to nam je obavezno bilo posle šopinga dok nam je ostalo kaj forinti, čak smo onda znali dati i par forinti i ostaviti im i oni su tak bili veseli kaj smo im ostavili bakšu, i znali su da budu Hrvati navek nekaj ostavili za par forinti, stvarno nam je to bilo, i najel si se jako dobro, opće si ne moral doma kuhati.“ (N. R.)

Međutim u novije je vrijeme, kako su i samo odlasci u šoping sve rjeđi, prestao i odlazak u restorane i štandove s hranom u potrazi za jeftinijom ponudom jer su se cijene u Hrvatskoj i Mađarskoj i po pitanju hrane izjednačile. No, neki od kazivača odlazili su u Mađarsku ne samo u kupnju jeftinije robe, već su birali Mađarsku i kao destinaciju za jednodnevne izlete, što je i u današnje vrijeme vrlo čest slučaj. Glavne destinacije za posjet su tako jezero Balaton, toplice Zalakaros i toplice u Lenti:

> „V toplice, toplice su bile, i tam je bio jedan krasan restoran, to smo znali, Lenti ti je oko 60, 70 kilomentri dalje, pa smo išli na izlet tam na ručak, čuda su Međimurci išli v Lenti na kupanje, ulaznice su bile u odnosu na naše kupalište puno jeftinije, i kaj se tiče higijene to je tu negde bilo, nesu v tim toplicama nikaj zaostajali.“ (D. H.)

Tako su nedostatak svakodnevne robe ili povoljnija kupnja nedvojbeno utjecale na društvene mreže u Međimurju. Društveni se život Međimurja tako selio preko granice u Mađarsku, gdje je gastronomska ponuda bila pristupačnija, kao i cijene jednodnevnih izleta. Prelazak granice vrlo je ključan moment u ovakvoj vrsti putovanja jer se nerijetko nosilo mnogo više namirnica i robe nego što je to bilo dopušteno, kao što su se i određeni predmet „švercali" preko granice. Danas se stanovništvo Međimurja sjeća prelazaka preko granice kao vrlo uzbudljivih trenutaka te se prisjećaju brojnih događaja koji su se zbili pri prelascima granice.

Prelazak u drugačiji društveni i politički sustav

Svi kazivači naglašavali su i veliku razinu strogoće, temeljitosti i autoritativnosti koju su mađarski službenici pokazivali pogotovo za vrijeme komunističke vlasti u Mađarskoj koja je trajala do 1990. godine. Međutim, čak ni to nije obeshrabrilo kupce u kupovini, iako se prisjećaju službenika uspoređujući ih s vojskom:

> „Onda su te strašni, te jaki milicajci, te strogi režimi […] Išli smo s respektom, bumo prešli, namo prešli, švercali, ali to je bil adrenalin, događaj. Samo se došlo s posla i idemo, unda smo se zišli tam rodbina, a jan drugome je ne povedal, to se tak na ho-ruk spakovalo ali to je bilo tam strogo, tam te most, te šmajseri, te bunkeri, baš ruski sistem." (A. P.)

Pogled na mađarske službenike izazivao je vrlo često i strah kod kupaca te se tako kazivač prisjeća:

> „Jemput sam stal polek i odjemput ga ih pet bilo s automatima, bi me lefko bili zaprli, mislili su da sam špijun, ovo drugo sam ih ne razmel, dobro či sam i razmel nekvu reč sam niti ne štel razmeti." (J. J.)

Strogoću koju su mađarski službenici provodili kazivači su apostrofirali i opisima velikih kazni za nepoštivanje prometnih pravila, od kojih su se neka razlikovala od prometnih pravila u nekadašnjoj Jugoslaviji:

> „Znači kaj je bil problem, znači vožnja sa upaljenim svjetlima kaj je tam došlo puno prije nego kod nas, onda recimo kazne su im bile dosta visoke za prekoračenje brzine, onda su nam rekli di stoje, tak da smo se upozoravali na to, budući da smo imali takve aute tipa fićek, stojadin i tak dalje, onda bi nam se znalo dogoditi da smo ta svetla

pozabili vgasnuti pa su nam se akumulatori spraznili v Mađarskoj [...] mislim bilo je tu dosta ovak inventivno ići, u takav nekakav šoping nepripremljen jer onda je navek bil problem kak sad natrag, pa di parkirati, pa ne na zelene površine, pa ne sim pa tam, tak da je dosta i u tom prometu bilo putokaza koje si moral slijediti da se pridržavaš njihovih pravila, a oni su tu dosta trenirali strogoću i bilo je dosta kazni.“ (S. D.)

Primjećivanje pojedinih stereotipnih opažanja i, kako kazivači tumače, staromodnih elemenata i činjenice kako su oni u pojedinim segmentima bili nazadni i zastarjeli u odnosu na stanovništvo Jugoslavije, naglašava i svojevrstan osjećaj veće vrijednosti koje možemo primijetiti u brojnim kazivanjima, poput onog kazivača J. S.: „meni je tolko odvratna Mađarska bila zbog samih boja i fasada […] one zelene boje, to je katastrofa bila, pri nas je to bilo puno nježnije, tak da sam ja ne obožaval hoditi v Mađarsku radi toga“. Kazivač D. H. nam također govori i o specifičnom izgledu fasada kuća i specifičnim bojama koje su odudarale od onih kod kuće:

„Zanimljive su nam bile fasade, lese [ograde, op.a.], zanimljive su nam te različite boje, ono zelena je bila, ta zelena i črlena [crvena, op.a.] skupa [zajedno, op.a.], žota, one jarke boje, njihove žene su se isto znale fejst [jako, op.a.] nekak tim jarkim bojama oblačiti, ono bilo je zanimljivo, ali imali smo osjećaj u ono vreme celo vreme ko da te neko prati, pogotovo za vreme Rusa, nekak si imal, jedna nelagoda je bila kaj smo celo vreme se promatrali i gledali i tak dalje, taj osjećaj, ma apsolutna nesigurnost.“

Tako osim onog dijela kupovine koji se sastoji od ekonomskih transakcija nailazimo i na prvi pogled nevidljivu sferu kulturne razmjene koja je „uključivala čitav niz praksi, društvenih odnosa, interakcija, oblika komunikacije u mikro-situacijama, novih prostora za utvrđivanje moći i novih oblika hijerarhija (Luthar 2006:237). U tom smislu Maja Mikula naglašava da neki Jugoslaveni „u zemljama kao što su Mađarska, Čehoslovačka i Poljska mogli su iskusiti osjećaj superiornosti jer je njihova kupovna moć bila očigledno veća od kupovne moći lokalnog stanovništva“ (2013:231), što svakako možemo primijetiti i na primjeru prekograničnog šopinga iz Međimurja u Mađarsku. Stvarao se i pogled prema stanovnicima i sustavu u komunističkoj Mađarskoj na temelju hijerarhije vrijednosti na kojoj su kupci iz Jugoslavije bili u povoljnijem položaju glede životnih standarda i sloboda te u financijskom pogledu, o čemu svjedoči kazivanje kazivača D. H.: „znaš, mi smo to prema njima imali jedan osjećaj da smo mi daleko iznad njih“. Tako se u naracijama stvorila vrlo jaka opozicija u odnosu Jugoslavije i komunističke Mađarske koja se najviše isticala sve do promjene političko-ekonomskog sustava 90-ih godina.

Prelazak u drugačiji društveni, ekonomski i politički sustav kazivači tako, prije svega, primjećuju u autoritativnosti mađarskih graničnih službenika i policije. Elementi koji su se isticali pri stereotipiziranim opisima Mađarske kao nazadni su primjerice stare kuće, karakteristična zelena boja koja prevladava na fasadama i odjeći stanovnika, ali i specifičan stil odjeće koji se mogao pronaći u trgovinama i tržnicama u Mađarskoj kojeg smo spomenuli u prethodnim poglavljima. Potrošačka je moć kupaca iz Jugoslavije bila veća od one mađarskog stanovništva, što je utjecalo na pojavu svojevrsnog osjećaja superiornosti nad stanovništvom i prodavačima u Mađarskoj te se tako javlja vrlo istaknuta razlika među kupca i prodavača.

,



Slika 20 Pročelje trgovine Granica, Letenye, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Nostalgija za prekograničnim šopingom

Pojam nostalgija obično opisuje slike prethodnog vremena kada je život bio „dobar“, a danas se ona najčešće smatra emocijom. Dok se nostalgična sjećanja mogu pozivati na „ugodna ili dobra vremena u prošlosti, činjenica da je pojedinac uklonjen iz te idealne situacije može

potaknuti tugu i osjećaj gubitka“ (Wilson 1999:297). Nostalgija se može definirati kao „gorko slatki opoziv emocionalnih prošlih događaja“ (Mills i Colleman prema Wilson 1999:297). Kada govorimo o nostalgiji, bitno je napomenuti kako se ona ne bazira samo na prošlosti kao vremenu, ona se također nalazi i u prostoru. Nostalgična su iskustva usidrena u prostoru i kako ih se prisjećamo, tako se iskustvo nostalgije utjelovljuje. Naime, „sjećamo se i mjesta i vremena, a također se prisjećamo našeg življenog iskustva povezanog s pamćenjem. Sadašnjost je 'ovdje i sada'; prošlost, 'tada i tamo'“ (Wilson 2015:479). No, ne možemo stati samo na prostoru i vremenu, u ovom kontekstu bitno je napomenuti i kako se „pamćenje ukorjenjuje u konkretnom, u prostoru, činu, slici i predmetu“ (Nora 2006:25). Mnoga su sjećanja koja smo spomenuli u prijašnjim poglavljima usko vezana i za same predmete koji su se kupovali, na njihovu kvalitetu, njihov okus, njihov miris. Nostalgiju za prekograničnim šopingom u Mađarsku možemo povezati s nostalgijom za prostorom koji se prolaskom vremena mijenja i prošlim vremenom života u socijalizmu za vrijeme Jugoslavije. Tanja Petrović naglašava kako su narativi koji su nostalgični po svojoj prirodi okarakterizirani prostornom dimenzijom, te se ovakve vrste zajedničkih mišljenja i stavova „temelje na percepciji jugoslavenskog prostora kao teritorija, bilo geografskog ili kulturnog“ (2007:264) što možemo primijeniti i u slučaju prekograničnog šopinga u koji su odlazili Jugoslaveni sa prostora koji je u mnogočemu odstupao od onog mađarskog što su primijetili i sami kazivači.

Kako su se navike potrošača mijenjale tijekom godina, tako se mijenjala i sama ponuda, ali i prostor. Govorimo li točnije o gradu Letenye može se primijetiti koliko je samo sjećanje na zlatno doba šopinga od 80-ih godina pa sve do početaka 2000-ih godina upisano u sam izgled i prostor mjesta. Najviše su se mijenjala sama mjesta na kojima se šoping obavljao, trgovine, mesnice, robne kuće, tržnice, kako bi se prilagodile potrebama inozemnih kupaca. No kako se i dolazak kupaca posljednjih dvadesetak godina vidno smanjio tako je došlo do promjena u vidu zapuštanja prostora. Kako sam posjetila Letenye u sklopu istraživanja moglo bi se reći kako je vrijeme tamo stalo. Prolaskom kroz grad primjećujem brojne napuštene trgovine i šoping centre s natpisima na hrvatskom i mađarskom jeziku, te se gotovo može i zamisliti kolika je gužva u svim trgovinama vladala na tim prostorima na vrhuncu prekograničnog šopinga, iako je danas sve ostalo prazno. I sama tržnica Adria, iako je i dalje u funkciji, napola je prazna i napuštena, a pogled na vidljive ostatke nedavne prošlosti poput napuštene tržnice, napuštenih trgovina i izloga izaziva nostalgičan osjećaj i želju za povratkom u vrijeme kada su trgovine i tržnica bile pune kupaca.



Slika 21 Pročelje kuće koje upućuje na blizinu trgovine Zlatna košara u Letenyu, fotografirala Marija R., prosinac 2017. godine

Kazivačica I. R. odlazila je u šoping u Mađarsku od svog djetinjstva 90-ih godina do 2000-ih, a sjećanja koja veže uz šoping uglavnom su izrazito pozitivna. Kazivačica je naglasila kako je odlazila u kupovinu sa svojom obitelji od malih nogu te je već onda zapazila razlike u ponudi između trgovina u Međimurju i Mađarskoj. Također kazivačica primjećuje brojne konstantne promjene u izgledu trgovina i tržnice koje su se javljale kroz vrijeme:

> „Ali ono kaj je bilo puno zanimljivije je da s moje perspektive sam ja vidla kak se mijenja, znači išlo se tam od da se ja zmislim, ali prije dok smo išli s dedijom, prije 90-ih smo išli v tu ABC samoposlugu i to se zmislim baš jer je to bil veliki pojam tog supermarketa kojega tu uopće neje bilo, niti ga ne bilo samoposluge tu unda niti ga ne bilo supermarketa definitivno, i unda dok si došel tak na te velike police di si moreš sam uzimati stvari je bil onak wow, pojam, ali to kaj je zanimljivo je to da su se z godine v godinu dućani novi otpirali, stari zapirali i stalno se nekaj menjalo, kužiš ve mama kak je tu nabrojila apsolutno hiljadu i jednu stvar to se išlo onak, jedno leto se išlo samo po

ovo, pa se splatilo, pa se otprlo nekaj drugo i tak, *duty free shop* je bil par let otprti, i taj kineski dućan kod granice je isto bil samo par let otprti, ništ je ne da je jako, jako dugo bilo otprto.“ (I. R.)

Promjena se nije morala očitavati samo u cjelokupnom izgledu grada, već se može pratiti i promjena na primjeru jedne građevine koja je promijenila svoju svrhu i izgled kroz godine, od samoposluge do trgovine i štandova s odjećom i obućom. O jednog takvoj promjeni u idućem kazivanju vidimo primjer kako je jedna samoposluga u centru tržnice koja je radila od samih početaka 70-ih godina postepeno i tijekom nekoliko godina tijekom 2000-ih postala tek natkriveni prostor unutar kojeg su sami štandovi za prodaju odjeće i obuće koji su prethodno bili samo vani na otvorenom:

„Isto tak je zanimljivo tam na placu, na sredini, de je prvo bila samoposluga za hranu, onda se v jednom trenu to prepolovilo z desne strane je bila samoposluga, a z leve strane je bila oprava [odjeća, op.a.] i onda je nakon nekog vremena i to propalo, e tam su došli i Fornetti po prvi put, to smo na kraju zbirali kaj nam je ostalo za sitniš i na kraju je ispalo da su dosta skupi, ne su bili tak jeftini, bila je ista cena kak je i tu danas. Unda se proširilo da je sve oprava nutri pa se i to meknulo, pa je onda bilo da moreš apsolutno sve nutra kupiti i plastično i dalje je to tak, v korpi nahitane [nabacane, op.a.] cipele koje moraš spariti sama i na takve načine se čak ta jedna zgrada menjala iz godine u godinu.“ (I. R.)



Slika 22 Prenamijenjena CBA samoposluga, fotografirala Marija R., siječanj 2020. godine

No kako postepeno u novije vrijeme sve više slabe odlasci, tako se napuštaju trgovine, mjenjačnice i štandovi na tržnici, te ostaju tek vidljivi znakovi na fasadama ili putokazi i table na kojima se može vidjeti što se sve nudilo kupcima. Sama promjena mjesta i zapuštene zgrade i štandovi između ostalog utječu i u određenoj mjeri na pojavu nostalgije za vremenima kada su dućani i ulice bile pune ljudi. Tako su tijekom godina promjene u potrošačkoj kulturi i postupno slabljenje odlazaka u šoping preko granice utjecale na razvoj nostalgije koja se javlja u naracijama za vremenom kada je prekogranični šoping bio popularan. Smatram kako je do nostalgije doveo izostanak samih praksi odlaska i kupovine preko granice te sjećanja na brojne pozitivne strane ovakvih putovanja kao i brojnih priča koje su ostale u sjećanju stanovništva Međimurja. Također je na razvoj nostalgije utjecala i promjena društvenog konteksta i nedostatak društvene komponente u odlascima preko granice na što pak je utjecala i promjena u potrošačkim navikama stanovništva te izjednačenje ponude za kupovinu s obje strane granice. Iako sam nedavnim posjetom Letenyu uvidjela kako se prodaja na sajmu i u ljekarni i dalje održala, ostaci koje sam primjećivala koji upućuju na zlatne godine šopinga definitivno su me potaknuli na razmišljanje o nostalgiji koja se javlja u gotovo svim provedenim intervjuima i neformalnim razgovorima. Na to upućuje i iduće kazivanje u kojem možemo primijetiti kako

se nostalgija javlja pogledom na prostor koji je nekada toliko značio u svakodnevnom životu kupaca iz Međimurja:

> „Dok sam ja išla je bilo već tu tih stvari ali je bilo tam puno, puno jeftinije, i onda s vremenom sam skužila da se nejde tolko iz potrebe nego se ide z nostalgije, znaš kao onak 'joj kao mogli bi iti na Mađarsku' i u biti se išlo kak bi često znali reći 'idemo po nikaj', ono, ajde možda ti trebaju cipele, traperice, vestica ali preživel bi i da si nejdeš kupiti nikaj, to mislim da smo često išli baš zbog te nostalgije jer nam je bilo jako lepo dok smo išli na Mađarsku. To je onak jedno vreme koje je prošlo, bilo je lepo, ali ve isto imamo neke stvari koje budu nam za deset let isto tak falile. Al znam da je bilo dosta žalosno par put dok smo išli tam pa je doslovno delalo tri dućana, mislim tri štanda na otvorenom.“ (I. R.)



Slika 23 Napuštena robna kuća u samom središtu Letenya, fotografirala Marija R., prosinac 2020. godine

Sljedeće kazivanje također svjedoči nostalgiji koja se javlja za tim vremenima i tim prostorom, te nam i govori koliko je društvena dimenzija odlaska u šoping preko granice bitna u nastanku nostalgije vezanoj uz prekogranični šoping:

> „Pa malo mi fali, to nam je bilo glavno, puno put smo se na Mađarski sreli s ljudima koje sam uopće tu ne vidla, 'joj pa ti si tu', reko, pa gle kak smo se sreli v drugi zemlji, i poznati, iz sela, saki put dok smo išli obavezno smo nekoga sreli, sa sela koje sam možda ne celi tjedan vidla.“ (N. R.)

Promjena prostora na kojem se obavljao šoping kao i prostora gradova u koje se odlazilo također utječe na nastanak nostalgije, kao i već spomenuta želja za povratkom u prošlost te nestanak mjesta na kojima su bila stvarana pozitivna sjećanja:

> „Je, zlatno doba Nagykanizse, to je legendarno bilo [...] voljel bi stvarno to ve videti kak je tam. Neki dan sam z mamom razgovaral, mama veli da više nema starog pijaca, da nema onih štandi, da nema onih klobasi, tak autohtonih kak je bilo, ve je to navodno nestalo, a to je povijest, naročito za Međimurce.“ (B. Z.)



Slika 2422 Brojni prazni štandovi u centru tržnice Adria u Letenyu, fotografirala Marija R., siječanj 2020. godine

Iz prethodnih kazivanja mogu se izdvojiti neki od osjećaja nedostajanja i težnje za prošlim vremenima, ponajprije u vremenima kada je šoping u Mađarskoj bio na samom vrhuncu. Iako postoje i određena negativna sjećanja, poput dugih čekanja na prelazak granice, velike gužve, strah, osjećaj potencijalne prijevare i nelagodnost prilikom isprobavanja odjeće u hladnim, improviziranim kabinama na sajmu, njih nadvladava upravo taj vremenski odmak od čestih odlazaka u šoping, a i vrlo vidljiv društveni aspekt, dobra gastronomska ponuda i uzbuđenje koje se javljalo. Kazivači i kazivačice naglašavaju kako se u današnje vrijeme, posebice u proteklih 15-ak godina ne odlazi više toliko u šoping „na Mađarsku" jer je on izgubio svoj prijašnji smisao, međutim on nije potpuno nestao, što svjedoči koliko je ova praksa duboko ukorijenjena u svakodnevicu i način života stanovništva. Ponuda i cijene su se, osim pojedinih artikala, kupovine lijekova i dentalnih usluga, uravnotežile s onima u Hrvatskoj. Međutim sjećanja i priče o razdoblju odlaska u šoping u Mađarsku i dalje žive među stanovništvom Međimurja te se svi vrlo rado prisjećaju svih anegdota koje su proživjeli „prek granice".

Trgovina na području Međimurja

Prekogranični šoping doveo je do specifičnih trgovinskih praksi i na području Međimurja, poglavito na sajmu u Čakovcu. Tamo su od 70-ih godina svake srijede dolazile prodavačice *Mađarice* iz pograničnih gradova s traženim asortimanom robe koji se mogao kupiti na štandovima i trgovinama u Mađarskoj. Tako se nije ni trebala prelaziti granica kako bi se obavio „prekogranični" šoping:

> „V Čakovcu je sako sredu sejem i onda su znale Mađarice dolaziti, to si odma znal da je Mađarica, mele su robca [rubac, op.a.] onak posebno svezanog i s onim širokim kikljama [suknjama, op.a.], one su znale na sajmu si stolčeka jadnoga deti ili stolce i tam robu meti, orahe, papriku i neke stvari, mašinice su isto tak znale za orehe meti, ono kaj smo mi tam kupovali one su znale donesti, i bile su i neke jako jeftine marame i ropci za glavu […] mogel si si čak i naručiti za sljedeću sredu, znači v sredu je ona došla pa si si naručil, ja znam da se moja s kolegica s kojom smo išli i na Mađarsku, rekla 'to bu mi ve Mađarica donesla, to sam si ve ne kupila ali drugo sredu bu mi donesla' i stvarno donesla je to, to su bile žene, isto su hrvatski znale govoriti." (N. R.)

Možemo uočiti kako su određene predmete koji su već bili u ponudi u trgovinama ili tržnici u Mađarskoj one donosile u Međimurje, a postojala je mogućnost i narudžbe za idući tjedan. One su tako donosile širok raspon artikala, od jeftine kupovne robe do svojih rukotvorina, kao i mašinica za krpice:

> „Znači oni dolaze s rukotvorinama, to imaju dosta često, to nisu čipke kak naše, znači to nije u tom smislu heklano, to ti je više našivavanje, više u tim bojama ko neki nadstoljnaci, pa onda te njihove jeftine kape, rukavice, šalovi to znaju te Mađarice donijeti ali i od tih tehničkih stvari, ona kuhala za kavu su nekad bila popularna, pa smo si i mi znali kupiti, pa za čajnike i tak dalje i to i te mašine za krpice i rezance." (S. D.)

Ova je praksa u potpunosti nestala na samom početku 2000-ih godina, kada zbog izjednačavanja mogućnosti kupnje u Hrvatskoj prestaje potreba za ovakvom vrstom kupovine kao što je bio i slučaj s prekograničnim šopingom. Potrebno je i napomenuti kako su tijekom socijalizma, 70-ih i 80-ih godina, brojni mađarski državljani dolazili na područje bivše Jugoslavije kako bi kupili primjerice kvalitetniju bijelu tehniku i zlato, što je pak bilo isplativije kupovati na ovim prostorima:

„Oni su tu dolazili kupovati belu tehniku, zlato zato jer ga tam toga ne bilo, siromašno tržište, oni su uglavnom imali robu z Istočnog bloka, imali su nekvalitetnu robu, prije '91. od 70-ih godina, '75. oni su hodali tu v Čakovec, Međimurje, puno, to je isto bitna razlika, puno njih ne znaju ali to je istina, da su dolazili tu frižidere, televizore koji su kvalitetni onda bili Gorenje, Končar oni su tu kupovali jer smo mi za njih bili Zapad, mi smo za njih Beč bili.“ (B. Z.)

Vidimo kako su pojedini predmeti, u prvom redu odjeća i manji kućanski aparati, bili u ponudi i u Međimurju, i to tako da su prodavačice i prodavači dolazili u Čakovec kako bi ponudili svoje proizvode. Također željeni asortiman mogao se i naručiti od njih te tako kupiti mađarske predmete ne prelazeći granicu. Određenu je robu, prije svega bijelu tehniku stanovništvo Mađarske kupovalo u Jugoslaviji, jer je ona, prema prosudbi kazivača, bila mnogo kvalitetnija i isplativija na ovom području nego kod njih čime možemo zaključiti kako je određeni oblik prekogranične trgovine postojao i na području Jugoslavije, u ovom slučaju Međimurja.

Zaključak

Na temelju provedenog kvalitativnog istraživanja nastojala sam prikazati fenomen prekograničnog šopinga koji se javlja na području Međimurja i Mađarske. Cilj rada bio je prikazati i analizirati ovaj fenomen kroz sjećanja kazivača te obrazložiti razloge zbog kojih se on razvio u Jugoslaviji, zašto je postao toliko popularan, ali i što je uzrokovalo njegov prestanak. Otvaranjem jugoslavenskih granica sredinom 60-ih godina započeo je prekogranični šoping i odlazak u pogranične gradove u Mađarskoj. Stanovnici Međimurja u velikom su broju dolazili u potrazi za jeftinijim proizvodima i proizvodima koje nisu mogli pronaći kod kuće. Kupovalo se gotovo sve, od tekstila do željezne robe, od namirnica do usluge ugradnje novih zubi. Trgovački odlasci u prekogranične gradove, poglavito u Letenye i Nagykanizsu nisu bili samo društvena praksa usmjerena na dobivanje potrebne i željene robe, već i kulturni fenomen. Broj ljudi koji su prelazili granicu kako bi obavili kupovinu povećavao se iz godine u godinu, sve do prije 20-ak godina. Dugo čekanje na graničnim prijelazima, autoritarno i nepredvidivo ponašanje granične policije te ilegalno prenošenje stranih valuta i zabranjene robe nisu ni u kom segmentu obeshrabrili kupce. Oni koji su odbijali sudjelovati u prekograničnom šopingu bili su izuzetno rijetki jer je sam šoping upravo kroz razdoblje socijalizma, njegov segment jeftinijih namirnica i robe te široke ponude značio mnogo za sam život stanovništva Međimurja.

Svaki od aspekata priča vezanih uz sjećanje na odlazak u prekogranični šoping, od same pripreme, prelaska granice, suočavanja s promjenom valute, komuniciranja s prodavačima, druženja i na kraju švercanja robe u raznim se kazivanjima podudaraju. Kulturna praksa kupovine u Mađarskoj bila je izrazito učestala i od izrazito velike važnosti za sve stanovnike Međimurja da je postala određenim elementom povezivanja ljudi, markerom identiteta zajednice čiji su članovi iz sličnih pobuda i potreba odlazili u kupovinu preko Mure. Sjećanja koja se javljaju možemo opisati ne samo kao individualna, već kolektivna sjećanja na razdoblje odlaska u kupovinu za vrijeme socijalizma u Jugoslaviji koja se javljaju u samom društvu, gledana iz perspektive stanovništva Međimurja te koja se stvaraju u današnje vrijeme. Oni su čestim posjetima, društvenim vezama i stvaranjem određenih narativa vezanih za kupovinu u Mađarskoj stvorili spomenuto kolektivno sjećanje koje shvaćamo i kao zajedničke značajke svakodnevnog života jer predstavljaju društveni okvir u kojima su ona nastala. Sjećanja se temelje na življenim iskustvima i stvorena su kroz društvene situacije unutar raznih aspekata šopinga i zajedništva koje se javljalo u šopingu preko granice. Prolaskom vremena sjećanja su dobili na važnosti u odnosu na političko-ekonomske promjene koje su se zbivale tijekom brojnih godina odlaska u šoping i pogledom na to vremensko razdoblje s današnje pozicije. Možemo spomenuti i kako su sjećanja na prošlost aktivno proizvedena u sadašnjosti, te nisu utemeljena tek na pojedinačnim sjećanjima, već na sveukupnim jednakim iskustvima koje je stanovništvo Međimurja doživljavalo u vrijeme socijalizma na ovim prostorima i potrebama zbog kojih se odlučuju za prekogranični šoping.

Bitno je naglasiti kako su se kroz razgovore s kazivačima otvarale u potpunosti iste teme i sjećanja te kako se naglašavala važnost pojedinih elemenata odlaska poput prelaska granice, problema promjene deviza i švercanja, hrane koja se jela u Mađarskoj, robe i usluga koje su se kupovale (pogotovo vrlo popularne „mašinice za krpice“) te promjene koje su u novije vrijeme nastupile. Također, jedan od aspekata koji se izrazito često javljao pri razgovoru o prekograničnom šopingu je i sjećanje na osjećaj veće kupovne moći nad stanovništvom u Mađarskoj, te samim time i osjećaj veće superiornosti nad njima, a kazivači se prisjećaju i stereotipnih obilježja koja opisuju kao nazadna i zastarjela u odnosu na ona u Jugoslaviji.

Prekogranični šoping bio je na samom vrhuncu upravo 70-ih i 80-ih godina, no promjenom političkih sustava u obje zemlje on se smanjuje, te osim pojedinih elemenata šopinga poput kupnje lijekova, obavljanja dentalnih zahvata i kupnje odjeće i obuće gotovo u potpunosti nestaje početkom 2000-ih godina. Ovaj društveni aspekt i priče koje su formirane odlaskom u prekogranični šoping ostavili su neizbrisiv trag u zajednicama koje su bile

uključene. Javlja se i osjećaj nostalgije vezan za nestanak ovakve vrste potrošačke prakse, ali i za društvenim aspektom koji se javljao za vrijeme odlazaka u šoping. Priče koje se povezuju s odlascima preko granice izrazito su nabijene emocijama i prepričane s entuzijazmom. Iako se i danas u manjem broju odlazi u šoping, sam doživljaj grada Letenya kao šoping centra u velikoj je mjeri oslabio, te je nastupio osjećaj čežnje i nostalgije. Sam fenomen ostavio je izrazito velik utjecaj i na razvoj gradova koji su bili centri šopinga, te je tako sam grad Letenye prožet napuštenim trgovačkim centrima, dućanima i dvojezičnim natpisima na pročeljima nekadašnjih trgovina.

Danas stanovnici Međimurja nemaju potrebe za čestim prelascima granice budući da su veliki trgovački lanci otvorili svoja prodajna mjesta u većini gradova, a uvozna je roba dostupna posvuda. Ipak, fenomen prekogranične trgovine i dalje predstavlja fascinantan dio novije povijesti, jer je izrazito duboko ukorijenjen u sjećanje stanovnika Međimurja. Kako je ovim istraživanjem obuhvaćen samo pogled kupaca Međimuraca, smatram kako bi idući korak u nastavku istraživanja mogao ići u smjeru istraživanja stanovnika pograničnih gradova u Mađarskoj, trgovaca i vlasnika dućana kako bi se dobila što šira slika fenomena prekogranične trgovine na relaciji Međimurje-Mađarska.

Literatura

ASSMANN, Jan. 2006. "Kultura sjećanja". U *Kultura pamćenja i historija*, ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, 47-77.

BOYM, Svetlana. 2001. *The future of nostalgia*. New York: Basic Books.

BRUNS, Bettina, Judith MIGGELBRINK i Kristine MÜLLER. 2011. "Smuggling and small-scale trade as part of informal economic practices Empirical findings from the Eastern external EU border". *International Journal of Sociology and Social Policy* 31/11/12:664-680.

DI MATTEO, Livio i Rosanna DI MATTEO. 1996. "An Analysis of Canadian Cross-border Travel". *Annals of Tourism Research* 23/1:103-122.

DUDA, Igor. 2010. *Pronađeno blagostanje: Svakodnevni život i potrošačka kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih.* Zagreb: Srednja Europa.

HALBWACHS, Maurice. 1992. *On Collective Memory*. Chicago: The University of Chicago Press.

HANN, Chris i Keith HART, 2011. *Economic Anthropology*. Cambridge: Polity Press.

LUTHAR, Breda. 2006. "Remembering Socialism: On desire, consumption and surveillance". *Journal of Consumer Culture* 6/2:229-259.

MICHALKÓ, Gábor i Dallen J. TIMOTHY. 2001. "Cross-border Shopping in Hungary: Causes and Effects". *Visions in Leisure and Business* 20/1:4-22.

MICHALKÓ, Gábor i Tamara RÁTZ. 2006. "Typically Female Features in Hungarian Shopping Tourism". *Migracijske i etničke teme* 22 1/2:79-93.

MICHALKÓ, Gábor, Tamara RÁTZ, Mátyás HINEK i Mihály TÖMÖRI. 2014. "Shopping tourism in Hungary during the period of the economic crisis". *Tourism Economics* 20/6:1319–1336.

MIKULA, Maja. 2013. "Magistrala žudnje: Prekogranični šoping u bivšoj Jugoslaviji (od 1960-ih do 1980-ih)". U *Sunčana strana Jugoslavije: povijest turizma u socijalizmu*, ur. Hannes Grandits i Karin Taylor. Zagreb: Srednja Europa, 225-249.

MORRIS, Jeremy i Abel POLESE. 2014. "Introduction: Informality – enduring practices, entwined livelihoods" U *The Informal Post-Socialist Economy: Embedded practices and livelihoods*, ur. Jeremy Morris i Abel Polese. London – New York: Routledge, 1-18.

MÜLLER, Kristine i Judith MIGGELBRINK. 2014. "'The glove compartment half-full of letters' – informality and cross-border trade at the edge of the Schangen Area ". U The Informal Post-Socialist Economy: Embedded practices and livelihoods, ur. Jeremy Morris i Abel Polese. London – New York: Routledge, 152-164.

NEWMAN, David. 2006. "The lines that continue to separate us: borders in our 'borderless'world". *Progress in Human Geography* 30/2:1–19.

NORA, Pierre. 2006. "Između pamćenja i historije. Problematika mjesta". U *Kultura pamćenja i historija*, ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, 23–43.

PETROVIĆ, Tanja. 2007. "The Territory of the Former Yugoslavia In the" Mental Maps" of Former Yugoslavs: Nostalgia for Space". *Sprawy Narodowościowe* 31:263-273.

PRUSIK, Monika i Maria LEWICKA. 2016. "Nostalgia for Communist Times and Autobiographical Memory: Negative Present or Positive Past?". *Political Psychology* 37/5:677-693.

REPE, Božo. 1998. "The influence of shopping tourism on cultural change and the way of life in Slovenia after World War II: paper at the conference Culture with frontiers: shopping tourism and travelling objects in postwar Central-Europe". Budimpešta.

SASUNKEVICH, Olga. 2014. "'Business as casual' – Shuttle trade on the Belarus-Lithuania border". U The Informal Post-Socialist Economy: Embedded practices and livelihoods, ur. Jeremy Morris i Abel Polese. London – New York: Routledge, 135-151.

SHEVCHENKO, Olga. 2020. "Strange bedfellows? Consumer culture and the moral order in the post-socialist world – An afterword". *Journal of Consumer Culture* 20/2:255–262.

SÍK, Endre i Claire WALLACE. 1999. "The Development of Open-air Markets in East-Central Europe". *International Journal of Urban and Regional Research* 23/4:697-714.

ŠVAB, Alenka. 2002. "Consuming Western Image of Well-being - Shopping Tourism in Socialist Slovenia". *Cultural Studies* 16/1:63-79.

XHENETI, Mirela, David SMALLBONE i Friederike WELTE. 2012. "EU enlargement effects on cross-border informal entrepreneurial activities". *European Urban and Regional Studies* 20/3:314 –328.

WESSELY, Anna. 2002. "TRAVELLING PEOPLE, TRAVELLING OBJECTS". *Cultural Studies* 16/1:3-15.

WILLIAMS, Allan M. i Vladimir BALAŽ. 2002. "International Petty Trading: Changing Practices in Trans-Carpathian Ukraine". *International Journal of Urban and Regional Research* 26/2:323 – 342.

WILSON, Janelle Lynn. 1999. "'REMEMBER WHEN...': A Consideration of the Concept of Nostalgia". *ETC: A Review of General Semantics* 56/3:296-304.

WILSON, Janelle Lynn. 2015. "Here and Now, There and Then: Nostalgia as a Time and Space Phenomenon". *Symbolic Interaction* 38/4:478-592.

Sažetak / Summary

Autorica kroz rad istražuje kulturni fenomen prekograničnog šopinga iz područja Međimurja u pogranične gradove u Mađarskoj. Istražuje se društveno sjećanje na spomenuti fenomen te se pronalaze razlozi popularnosti i utjecaj koji je on ostavio u društvu te nostalgija koju njezin nestanak izaziva. Istraživanje se također bavi problematiziranjem ekonomskog aspekta ovakve vrste kupovine. Osobne priče i sjećanja kazivača nastojat će pružiti bolji pogled na kulturu prekograničnog šopinga kroz mnogobrojne društvene, ekonomske i političke aspekte kupovine.

Ključne riječi: prekogranični šoping, ekonomija, društveno sjećanje, Mađarska, Međimurje

Through her work, the author researches the cultural phenomenon of cross-border shopping from the area of Međimurje to border towns in Hungary. The social memory of the mentioned phenomenon, the reasons for its popularity and the influence it left on the society are examined, as well as the nostalgia caused by its disappearance. The research also deals with the issue of the economic aspect of these types of purchases. Personal stories and memories of the interviewees will seek to provide a better view of the culture of cross-border shopping through many social, economic and political aspects of shopping.

Keywords: cross-border shopping, economy, social memory, Hungary, Međimurje

Zahvala

Zahvaljujem se profesorici dr. sc. Neveni Škrbić Alempijević na mentorstvu, svakoj konstruktivnoj kritici te pomoći tijekom studija.

Hvala i mojoj kolegici i prijateljici Rei Drvar na nesebičnoj podršci, savjetima i prijateljstvu.

Hvala Stipe na svakoj riječi podrške tijekom istraživanja i pisanja ovog rada.

Veliko hvala mojoj obitelji, roditeljima Nevenki i Dragutinu, sestri Ivani i teti Ružici na bezuvjetnoj potpori i ljubavi. Najveće hvala mojoj majci bez koje ovo istraživanje ne bi bilo moguće. Hvala na entuzijazmu i pomoći oko realizacije istraživanja i hvala za sve uspomene koje imam na odlaske u šoping u Mađarsku zbog kojih sam se i odlučila upravo za istraživanje ove teme.