

A nagykanizsai AE Otthon Klubbal való kapcsolatunk kétéves. Lassan megismertük az odajáró emberek személyiségét. Szembetűnő érzékenységük — kedvező körülmények között — az önmomból helyett az önépítés irányába fordítható.

Első közös évünket az *érzelmi hatások sokoldalúsága* jellemezte. Terápiás gyakorlatot végző szakemberek tapasztalataiból kiindulva elsősorban vizuális és zenei hatásokat alkalmaztunk, diaporáma és képzőművészeti műsorokat rendeztünk. A kirándulások és a természetről szóló (Vivaldi, Bach, Mozart zenére komponált etűdök természeti jelenségekről) diaporáma-programok óriási sikert arattak. Ezek terápiás értéke — nézetünk szerint is — értékes, hiszen az éveket zárt terekben töltő ember természethez való kötődése beépült, az elidegenedés ilyen irányú feloldása elősegítheti a gyógyulást.

Hangversenyeken, színházi előadásokon vettünk részt, a Hevesi Sándor Művelődési Központban tett látogatások a *művészi élmény mellett magatartásmintát* is adtak; néhányan így ismerkedtek meg a színházba, hangversenyre, kiállításra járás szokásával.

Megismerkedtünk más művelődő — alkotó kisközösségek életével, baráti találkozókat rendeztünk a Szocialista Brigádok Klubja tagjaival, felváltva vállalva a házigazda szerepét. Emlékeztetések azok a filmvetítések is, amelyek élénk vitát (néha felháborodást) váltottak ki: régebben a Psiché, a közelmúltban a Szabadgyalog című filmek. Ezek a filmek olyan sorsokat mutattak meg nekünk, amelyek lehetőséget adtak a különböző értékrendek, a konformitás és nonkonformizmus, az önépítés és önmomból, a személyiség szuverenitására folytatott kemény, néha tragikus kimenetű küzdelem vizsgálatára — Psiché esetében szenvedélyes vita formájában. A klub életéből nem hiányoztak az ünnepnapok sem: Mikulás, karácsony, nőnap, vagy klubtagunk gyermekének születése, közös dödöllefőzés és vacsora.

A programokon való részvétel, az ünnepi alkalmak megrendezése azonban önmagában nem cél, értelmük az ember kapcsolódásainak segítése.

A kapcsolatépítés alapvető fontosságú eszköze a *beszéd*. Klubéletünk második évében sokat beszélgettünk, vitatkoztunk, megpróbáltunk hol egy-egy témáról koncentráltan, néha csapongva, mindenkit megszólaltatva elbeszélgetni. A spontán, vagy irányított beszélgetés jelentőségét nagyra kell becsülnünk, az igazi klubélet legfontosabb megnyilvánulásának tartjuk. Igaz, klubjainkban elterjedt gyakorlat a rendezvények száma és minősége alapján dönteni a klub értékéről. A rendezvények jelentőségét nem becsüljük le, de az igazi mérce: tudunk, akarunk-e eszmét cserélni, tréfálkozni, panaszkodni, segítséget kérni és segítséget adni szavakkal és cselekedetekkel.

A klubot nem szabad állandóan külső követelményrendszernek alávetni: a *klub nem célorientált közösség* oly értelemben, hogy ezek a célok külső szervezetek által meghatározottak; a célokat az ott együtt levők problémáiból kiindulva kell meghatározni.

Mi, népművelők erről sokszor megfélekedünk, szakmai értékrendszerünk is azt sugalmazza, hogy a klubok belső történéseit külső követelményekhez mérjük, azoknak vessük alá. *Ezzel gyakran súlyos károkat okozunk a közösségek életének alakulásában.*

ban. Úgy érezzük, e tekintetben klubunk *harmónikus*, nem rendezvénycentrikus.

Az Otthon Klub a közeljövőben új klubhelyiségbe költözik. Kialakításában sok segítséget kapunk a klubtagoktól, a kórháztól és a Szocialista Brigádok Klubja építő szakmunkásaitól. Új helyünk az eddigieknél alkalmasabb színtere lesz egy jobb minőségű életvitelnek. Udvara, szobái és tornaterme aktivitásra ösztönöz, lehetőségünk nyílik fizikumunk-szellemünk kreatívabb módon való fejlesztésére.

KÖNCSÖL CSABA:

KÍNÁLAT ROGYÁSIG*

„Az országban a mértéktelenül italozók száma megközelíti a félmilliót” — nyilatkozta az Alkoholizmus Elleni Országos Bizottság szociális szervezője, Fekete János, a Magyar Hírlap 1981. október 8-i számában. Ha tíz és félmillió népegyetemünkhez viszonyítjuk, azt jelenti, hogy minden húsz-huszonötödik állampolgár a betegség határán álló „mértéktelenül italozók” közé tartozik. Még megdöbbentőbb a kép, ha például azt vesszük alapul, hogy ebből a tíz és félmillióból csak ötmillióan aktív keresők. De — ha éppenséggel hatásközös arányokkal akarnánk tölteni az időt — a félmilliónyi „mértéktelenül iszákoskodó” mellé más „leszűkítő” adatot is állíthatnánk. Így önkényes derűlátással föltételezhetnénk, hogy a 10 millió 712 ezer magyar állampolgárból a hárommilliónyi húsz év alatti népesség még nem „rendszeresen mértéktelenül italozó”, ráadásul — újabb önkényes föltételezés — a nők iszákosságát egyelőre még mindig szigorúbban elítélő társadalmunkban a kerek 4 millió 20 év fölötti nő „csupán” fele annyit iszik, mint az azonos korú férfiak. (NB.: A valóságos arány a hivatalos becslések szerint nem 2:1, hanem 7:1, a férfiak „javára”). Így a félmilliónyi mértéktelenül italozó a jóval ötmillió alatti felnőtt férfi és nő közül kerül ki. És ha (új-fent önkényesen) föltételezzük, hogy a húszesztendőnél idősebb férfiak közt is akadnak (például adventisták), akik egyáltalán nem vagy csak elhanyagolható mennyiséget isznak, ha gondosan számolunk azzal a ténnyel, hogy a nők italfogyasztási szintje egyelőre még csupán hetede a férfiakénak, vagy hogy a mintegy másfél milliónyi 65 évesnél idősebb ember „kapacitása” jóval kisebb, mint a hatmillió 20 és 65 év közötti (és még hosszan folytathatnánk a hasonló, leszűkítő hipotéziseket), arra a valósághoz közelebb álló eredményre jutnánk, hogy azok közül, akiknek az iszákoskodását a társadalom természetnek, elfogadhatónak, tolerálhatónak ítéli, minden nyolcadik-tizedik beteget az alkoholnak. Persze, java részük anélkül, hogy ezt tudná vagy elismerné: míg „a vakok közt a félszemű a király”, az ivótársaságok szemében a nem-ivó az, aki kilóg a sorból, ő a „deviáns”, akiből hiányzik a „kollégialis szellem”, aki szánalmat ébreszt, részvéteket kelt, ő a „biztosan-beteg-szegény...”

A helyzet, egyre többen mondogatják, mára túrhettelné, tarthatatlanná fajult. „Valamint” „valakinek” tenni kell — olvashatjuk hallhatjuk mind gyakorlatban. Ám hogy kiknek és mit, ebben a kérdésben nagyon eltérőek a vélemények. A Vöröskereszt képviselői a szakszervezeteket buzdítgatják, a szakszervezetek a munkahelyi vezetőktől várnak több támogatást, a munkahelyi vezetők az egészségügyhöz passzolják vissza a labdát, az egészségügy a tömegközlelési eszközöktől és az oktatásügytől vár hatásosabb „megelőzést”, felvilágosító-nevelő propagandát — és ez az „ec-pec, kimehetsz, te vagy a fogó”-játék így folyik évtizedek óta.

* 1981. november 14-én Salgótarjánban, az Ifjúság az alkoholizmus ellen című tanácskozáson elhangzott előadás szövegét a BUDAPEST 1982. májusi száma alapján közöljük, csatlakoztatva hozzá Kornai János közgazdász kiemelkedő hozzászólását. (Budapest, 1982. szeptember.)

Vannak azonban ebben a játékokban olyanok, akik megsejtődnek, vagy hallgatnak. Holott érdekeltségük megtekinthető nyilvánvaló. Azokról van szó, akik mindenkor korlátlan mennyiségben és bőséges választékban bocsátják a fogyasztók rendelkezésére az „árut” ami körül az egész említett felelősségáthárítási játék zajlik: az alkoholt. A termelőkre (például a Szeszipari Országos Vállalat, Likőripari Vállalat, ÁG-pincészetek, borászati vállalatok, sörgyárak) és forgalmazókra, a kereskedelmi vállalatokra és szövetkezetekre gondolok. Továbbá, a tevékenységüket összehangoló koordináló szervre: „A szeszgyárakban termelt szesz felhasználási területekre történő elosztása tekintetében az országos tervehivatali tervszámok figyelembevételével a Szeszipari Országos Vállalat diszponál.” (Dr. Szalai János: Az alkohol- és a gyümölcspálinka-termelés közigazgatási és pénzügyi problémái Magyarországon. Kandidátusi értekezés.) A felelősség kérdését évszámra egy roppant egyszerű érveléssel hárítják el: az alkoholfogyasztás növekedése Magyarországon a növekvő anyagi jólét következménye („jóléti alkoholizmus”); a termelés és a kereskedelem nem ösztönzi a kínálat bővítésével a lakosság szeszigenyét, hanem csupán követi annak növekedését. Az igények mind teljesebb mennyiségi és minőségi kielégítése pedig — hangzik az érv — a szocialista kereskedelem alapvető feladata.

Valóban olyan magától értetődő, hogy a kereslet mintegy rákényszeríti a passzívan igazodó termelést a kínálat szélesítésére? (Akkor miért nem érvényesül ez a kényszer minden áruféleség esetében?) A kérdés korántsem elméleti szörszálhasogatás. Ha ugyanis nem eleve abszurditás a kínálat aktív, keresletalakító szerepéről beszélni, akkor a sokat emlegetett hazai alkoholepidémia visszaszorításában sokkal nagyobb szabályozó szerepet kell tulajdonítani a termelésnek és a kereskedelemnek, mint eddig. Márpedig a szesz kínálat fogyasztásformáló szerepe sok szakember szerint alapvető evidencia. Lássunk erre példát.

Az Alkoholológia 1980/3. számában két nyugati szakember, R. Müller és U. Tecklenburg írja:

„Az alkoholizmus története egyben az alkoholos italok termelési és fogyasztási viszonyainak a története is. Olyan viszony ez, amely végső soron a társadalomban mindig jelenlevő alkoholkinálatban csúcsosodik ki.”

Perdöntőnek tekinti a kínálatot a kérdés egyik hazai szakértője, *Boór Károly* is:

„Az alkoholfogyasztás ütemét, mértékét lényegében három tényező, a jövedelmi helyzet, a *kinálat* nagysága és a fogyasztási szokások határozzák meg.”

Ami még a Boór említette három tényező közül az elsőről és a harmadikról sok szó esett és esik, a kínálat egyik fontos (közgazdasági) oldaláról dr. Szalai János idézett kandidátusi értekezésében ezt olvashatjuk:

„A felszabadulás utáni időben a hazai szesztermeléssel kapcsolatban átfogó közgazdasági és pénzügyi elemzés nem készült...” — ami, tekintettel arra, hogy ma már 40–45 milliárd forintos tételről van szó, igencsak különös.*

A kínálat aktív voltával kapcsolatban idézhetjük *Marxot és Engelst* is, akik az áru (ezen belül a szesz, az „európai ópium” — lásd: Marx: A filozófia nyomorúsága, MEM, 4. kötet, 1959, Budapest, 88—89. old.) egyik legfontosabb jellegzetességének tekintik, hogy a termelés az áru „dologi oldala” mellett megtermeli a kedvező eladáshoz nélkülözhetetlen szükségleteket is. Nemzetközi tekintélynek örvendő közgazdászunk, *Kornai János* pedig — éppen mai viszonyainkról szólva — így ír A hiány című (órak alatt önmagának is tárgyává vált) könyvében (1980):

* Nagy György, az AEOB Gazdasági és Jogi Albizottságának titkára, az Alkohológia 1982/2. számában már 45.2 milliárd forintról ír. (Szerk.)

„A kereslet elsősorban a kínálat függvénye. Az emberek igényeit az alakítja ki, hogy milyen termékeket és szolgáltatásokat bocsát rendelkezésükre a termelés...” (478. old.).

Vagyis vannak olyan közgazdászok, akiknek álláspontja szerint cseppet sem félváltól kezelhető, „másfél évszázada elavult tudománytalan álláspont” (*Hovanyecz László*: Megvan a bűnös? Kritika, 1981. 4. sz.), hogy a szesz, a bor, sör előállításával és eladásával foglalkozó ágazatok és alágazatok a fogyasztói igényeknek a kínálat közvetítésével történő manipulálása révén befolyásolják (a növekedés jelenlegi tényéből és viharos üteméből ítélve: ösztönzik) az italvásárlási kedvet.

„Az alkoholizmus elleni konkrét (nem szömlajellegű) harc megköveteli — írta dr. Várady Géza orvos — az alkoholprobléma megoldása körül érvényesülő hazai érdekcsoportok, erőviszonyok és nézetek pontos elemzését, valamint (...) a jelenlegi szabályozás megfontolt továbbfejlesztését.” Ennek ellenére (vagy éppen ezért?) a különböző, ún. „alkoholizmus elleni” rendszabályok (többnyire áremelések) bevezetését megelőző vitákban kutatásokban az elmúlt két évtizedben ezekről az érdekcsoportokról és erőviszonyokról esett a legritkábban szó. Vajon nem épp „az alkoholprobléma megoldása körül érvényesülő hazai érdekcsoportok közötti erőviszonyok” tükröződnek-e ebben a tényben? S nem ezek adnak-e magyarázatot arra, hogy miért bizonyult lehetetlennek még a legenyhébb rendszabályok következetes betartatása is?

Legfeljebb egy-két orvos vagy közíró veszi a bátorságot, hogy nevén nevezze az egyik-másik részérdeket vagy annak közvetlenül tetten érhető képviselőjét. Például a már idézett dr. Várady Géza:

„A kocsmáktól a közérteken át az eszpresszókig (...) kínálják és reklámozzák a legkülönbözőbb szeszese ita-
lokat, mintha szándékosan próbára akarnák tenni az
amúgy is gyenge akaratúakat, az ivásra hajlamosa-
kat (...) A vendéglátóipar bevételi tervei túlymó-
részt a szeszarusításra épülnek. Az alkalmazottaknak
ott is kötelességük és érdekük a tervteljesítés (...)
Sok helyen a talponálló beszüntetését hiába szorga-
lmazzák a jóakarátú emberek, az üzleti érdekek bizo-
nyultak erősebbeknek...”

Gergely Mihály pedig így fakad ki Röpirat az öngyilkosságról című emlékezetes, 1981-ben másodszor is kiadott könyvében:

„Az alkoholizmus elleni propaganda, kijózanító álmások és elvonókúrák szenteltvíz maradnak, amíg az italboltok minden lehetséges üzleti ravaszágo megengedhetnek maguknak, hadd ihassa le magát a gyöngö akaratú, amúgy is kispénzű ember rögtön, a műszak után (...) Amíg társadalmunk mindezt tétlenül nézi, addig (...) újságcikkek, előadások, felszínes megoldást hozó intézkedések, az alkoholizmus problémájáról rendezett országos és megyei tanácskozások farizeuskodásnak, érthetetlen és elfogadhatatlan társadalmi skizofréniának látszanak a közösséget felelősséget viselő emberek előtt.”

Érdekes módon az érdekeltségről, a „piac” fogyasztást ösztönző hatásáról a közgazdászok csak elvétve ejtenek szót (vagy mert ez számukra túlságosan magától értetődő, vagy mert...).

Így Boór Károly: „A fogyasztásnövekedés az elmúlt években hullámzó volt, attól függően, hogy az *érdekeltség és a piaci viszonyok* miként alakultak. Általában az volt a jellemző, hogy a gyümölcs szesszé való földolgozása jövedelmezőbb, mint étkezési célú felhasználása.” Ugyancsak ő hívja föl a figyelmet az állami borgazdaságoknak és pincészeteknek egyik, az „alkoholfogyasztás szempontjából kedvezőtlen” gyakorlatára is: „A *magasabb árbevétel érdekében* a bór-nál fokozottabban terjed a szeszrel történő avinálás, növeli a bor szeszfokát.” (A finoman „avinálásnak”,

a bor finomszesz hozzáadásával történő „vizezésének” Engels a *Porosz pálinka a német Reichstagban* című, 1876-os tanulmányában még brutális egyszerűséggel a „borhamisítás” nevet adta, *Zám Tibor* pedig a „szesz-mesterekéről” írott szociográfiájában az eljárás „házi” formáját „borpancsolásnak”, „csigerezésnek” hívja.) Dr. Szalai János szeszipari szakember szintén kitér arra, hogy a hazai szeszfelhasználáson belül „számottevő (???) a boravináláshoz szükséges finomszesz mennyisége (...) Ennek túlnyomó részét az erre kijelölt pincészetek használják fel.” (Vagyis bizonyos pincészeteket az állam kijelöl arra, hogy folyamatosan, nagy mennyiségben készítsenek olyan termékeket — amelyeknek előállítását államunk büntetőtörvényeibe ütközik ? !)

A KSH egyik (száz-egynéhány példányos, belső, „szolgálati használatra” készült) kiadványa, amely az ital- és dohánygyártás fejlődéséről szól, több helyen is fontos népgazdasági pozitívumként emeli ki a szeszipar „átlagot meghaladó termelékenységnövekedését”, azt, hogy „igen magas társadalmi tiszta jövedelmet hoz létre”; amely 1968-hoz képest öt év alatt 35 százalékkal (!) emelkedett. (NB.: Az MSZMP KB 1960-ban kongatta meg az alkoholizmus elleni küzdelem ügyében a vészharangot, ezután alakította meg az Egészségügyi Minisztérium az Alkoholizmus Elleni Országos Bizottságot.) A szeszipar „a ráfordítások hatékonyságát tükröző mutatók alapján a legkedvezőbb hatékonyságú” és „az élelmiszeripari kivitelben a szeszipari kivitel nyújtotta a legnagyobb fedezeti hányadot” stb. (Az *ital- és dohánygyártás fejlődése*, KSH, 304—45/73. sz. kiadványa, készült 152 példányban.)

Am a kínálat nem csupán az alkoholválaszték és a hozzáférhetőség bősége révén növelheti a vásárlási és fogyasztási kedvet, hanem azzal is, hogy a másfajta árú kínálatának növelése sem a termelő, sem az eladó nem törekszik hasonló serénységgel. Dr. Füzéki Bálint orvos sokak véleményét foglalta össze, amikor az 1981-es alkoholizmus-sajtóvita egyik fordulójában megjegyezte: a belkereskedelmet egyetlen más árucikk hiánya sem aggasztja annyira, mint például a nyári söré (netán nyaranként a többi, sok ezer áru lekerül a hiánycikklistáról?).

Az alkoholkínálat bővítésével azt a vákuumot akarja a kereskedelem csökkenteni, amit hasznos, egészségre nem ártalmas, a fogyasztók által igényelt árufeleségekkel nem tud kitölteni. Afféle áruoptlékot, könnyű pénzalköltési lehetőséget, „kényszerköltségi” vagy „kényszerhelyettesítési” tárgyat (Kornai János) biztosít — ráadásul sok ezer százalékos haszonnal! — az üzletben hiába keresett másféle áru hiánya fölött bosszankodó vevőnek. „Sokszor az árukínálat nem megfelelő volta ösztönöz italozásra, mulatásra, alkoholvásárlásra” — írta pár éve Boór Károly. A *Magyarország nemzetközi idegenforgalma* című mű (1980) szerzői szintén a lakosság szabad jövedelme egy részének lekötésében látják a vendéglátóipari szeszkínálat egyik alapvető gazdasági funkcióját. Dr. Várady Géza is kiemelten hangsúlyozza: „A fogyasztási árualap jelentős részét képezik az alkoholféleségek.” (Ez a „jelentős rész” 1981-ben óvatos becslések szerint 45—50 milliárd forintot tett ki. Az összes egyéb élelmiszerre fordított lakossági kiadások ugyanebben az esztendőben körülbelül 90 milliárd forintba rúgtak.) Egyszerűbben: a lakosság *jobb híján* költi jövedelmének tetemes részét alkoholra. Azt helyettesíti vele (harisnyanadrágot, 42-es férfiinget, márkás farmert stb.), amire van ugyan pénze, azonban hiába keresi a boltokban. Vagy — egy másik lehetőség — elkölti rá azt a pénzt, ami a zsebében van, és elköltésre vár, csak éppen semmi nem kínálhatja magát az üzletekben *annyira*, semmi nem olyan kíváncsú, mint a pultokon tolakodóan magát reklámozó pálinka, bor, sör (mivel-hogy nálunk csupán a szesz italok reklámozásának ösdi, ügyetlen, rámutogató „direkt” formája tilos — persze, az egyre szaporodó borozó és sörbár-cégek-

ből ítélve túl komolyan azért ezt a tilalmat sem kell venni). És — mint Kornai János írja erről a fogyasztói magatartásról — „ha az alkalmi kényszerhelyettesítés sokszor ismétlődik, előbb-utóbb szokássá rögzítődik (...) Ahogy az új termék részokat az új keresletre, a hiány leszoktat a régi keresletéről.”

A „szokássá rögzítődés” a szesz italok esetében még könnyebben kialakulhat, mint más áruciknál.

Az italvásárlás egy idő után már nemcsak vásárlási szokás, hanem rászokás a rendszeres ivásra, majd minden egyebet elnyomó fiziológiai szükséglet, alkoholfüggőség — tehát súlyos betegség — lehet. S hogy ez az elvi lehetőség milyen arányban vált napjainkra gyakorlattá, azt mindennél beszédesebben mutatja a 200 ezer súlyos alkoholista (hogy mennyi a föl nem ismertek vagy ekképp diagnosztizáltak száma, nem tudjuk) és a közel félmillió, betegség határán levő, rendszeresen „mérték-telenül italozó” (napi hat féldeci töménynek megfelelő szeszmenyiségnél többet ivó).

1982-ben ismét a kormány elé kerül az alkoholizmus kérdése. Feltehetőleg szóba kerül majd, hogy az öt éve hozott korlátozó intézkedések (a féldecis palackok betiltása, a 9 óra előtti részleges italmérési tilalom stb.), az 1978-as, 1979-es (25 százalékos) áremelés és a többi kisebb, be nem jelentett „árkiigazítás”, az 1981. novemberi újabb 20 százalékos töményital-áremelés nem hozta meg a kívánt és várt eredményt. (Csak föltételezzük, hogy az intézkedések célja a fogyasztás korlátozása vagy visszaszorítása volt, mivel ez az 1981. november 8-i áremelés bejelentéséből nem világlik ki.) A sikertelenségnek talán az a legfőbb oka, hogy a kínálat felelősségének túl enyhe vagy semmilyen a mérlegelése. S ez éppen úgy érinti a szesz italok önmagukat minden „direkt” reklámnál harsányabban propagáló bő választékát, mint a kereskedelmi kínálat másik oldalát: az egyéb áruk „versenyképtelenségét”, gyenge „megkísértőképességét”, a választék szűköségét, esetenként teljes hiányát, minőségüknek a fogyasztók igényeitől lemaradó színvonalát. Az „aktív” és „passzív” ösztönzők együtt serkentenek alkoholvásárlásra, mint „kényszerköltségre” („mit csináljak a pénzemmel?”) vagy kényszerhelyettesítésre („mit vegyek rajta, ha arra, ami leginkább kell, úgysem telik belőle?”), ha a fogyasztó nem látja értelmét a takarékoskodásnak, mert tudja, hogy a „távlatosabb” célokra, a nagyobb beruházásokra (lakás, nyaraló, kocs stb.) akkor sem tudja összeszoprolni a szükséges összeget, ha minden garast a fogához ver. Az a pénz, amit a kínálat a „rövidebb távra” szóló fogyasztási cikkekkel lekötött már nem tud, ami viszont még messze alatta marad annak a szintnek, ahol már lehet reménykedni a takarékoskodás távlati eredményességében, az a termeléssel és a kereskedelemmel szemben mint bármilyen módon, sürgősen lekötendő „pénzfelesleg” jelentkezik. Áremeléssel ennek az árufedezet nélküli „pénzfeleslegnek” egy része mindig lekötendő. Am ez az eszköz ma éppoly alkalmatlan a fogyasztás korlátozására, mint kerekben egy évszázaddal ezelőtt volt, amikor egy jeles szeszügyi szakember a következő sorokat írta:

„A szeszfogyasztásra való hajlam sokkal nagyobb, mint ama gátló hatás, melyet a szeszadó (s így a szeszár) emelésével annak megnehezítésére gyakorolni lehet. Azt tapasztaljuk, hogy a fogyasztás folyton constans marad, és csak annyiban van befolyásolva, amennyiben a fogyasztók olykor kereslet hiányában nem bírtak annyit fogyasztani, mint azt máskor tették (...) A szeszadók történetében alig találunk példát arra, hogy az adóteher esetében a fogyasztás számbavehetőleg csökkent volna. A fölemelt adó rendszerint biztosan megtalálja útját a kímérestől a fogyasztókhoz, s alig képzelhető el az az eset, hogy a kíméresi ipar az adó többletet át ne hárítaná a fogyasztásra...” (Sigmond Dezső: A szeszmonopólium alkalmazása hazai viszonyainkhoz és az általa elérhető pénzügyi eredmények. Budapest, 1880-as évek.)

„Gyanígy eleve kétséges minden olyan korlátozó intézkedés eredményessége, amely a szesztől bódult egyént akarja visszatartani az ivástól — nyereségrészesedésének megvonásával, korholással, igazolatlan hiányzással, pénzbírsággal —, ám azokat, akik megkísértik — a kereskedelmet, a vendéglátóipart, és a legtágabb értelemben vett alkoholkínálatot — vagy sehogy, vagy csak nagyon kíméletesen korlátozza, sőt, ugyanazért, amiért a megkísértett egyéneket (akik között 200 ezernek épp a megkísérthetőség a betegsége!) bünteti, a csábítót megdicséri és jutalmazza.

Schwartz József írta 1905-ben:

„Vannak-e a rokonszenvnek gyakran megnyilvánuló jelein kívül olyan kétségtelen, kézzelfogható bizonyítékok arra nézve, hogy az államnak komolyan szándékában van küzdeni az alkoholizmus ellen? *Nincsenek.* Az állam a platonikus rokonszenv-nyilvánításokon kívül nem tett eddig semmit és nem is fog valamit tenni (...) Ugyanúgy viselkedik itt az állam, mint a párbajnál: egyrészt súlyos büntetés terhe mellett megtiltja, másrészt azonban megparancsolja tisztjeinek és hivatalnokainak, hogy meg kell verekedniük, különben kiteszi a szűrűket, s a társadalom bojkottjának adja át őket.”

Azóta majd' nyolcvan év telt el...

KORNAI JÁNOS:

HOZZÁSZÓLÁS

Könczöl cikke intelligens: nemcsak szenvedélyes, de az érzelmek mellett valóban az értelemhez is szól, igen jó érvekkel. Az írás engem meggyőzött arról, hogy az alkoholizmus terjedésében fontos szerepet játszik nemcsak a különböző tényezők hatására növekvő kereslet, hanem a kínálat is. Egyrészt azzal, hogy *növeli a kísértést*, s bizonyos fokig *manipulálja a vevőket* a nagyobb alkoholfogyasztás érdekében. A bőséges kínálat mindig alkalmat ad arra, hogy a vevő éppen a szeszes italt válassza a *kényszerhelyettesítés-kényszerköltség* tárgyául. Igaznak tűnik, hogy a kínálat ebben az esetben is hat a keresletre. Ugyancsak igen fontos az a megállapítás, hogy *sokan* — intézmények és személyek — *érdekeltek a szeszfogyasztás növelésében*, kezdve a csaposnál vagy az eszpresszósznál és végezve a pénzügyi hatóságoknál.

Nem tudok állást foglalni abban, hogy *mi ennek a tényezőnek* — mármint a kínálati hatásnak — *a relatív súlya*, a többi magyarázó tényezőhöz képest. Ezek a relatív súlyok eltérőek lehetnek áru-fajtánként, országonként, kultúránként, történelmi periódusonként. Nagyon bonyolult kérdés a kereslet és a kínálat egymásrahatása; melyik mennyire aktívan alkotó vagy passzívan igazodó; melyik jár elől és melyik követi a másikat. Ezt az alkoholtermelés, -kereskedelem és -fogyasztás közgazdasági, szociológiai, szociálpszichológiai és közegészségügyi szakértőinek együttesen kell tisztáznuk, a tények konkrét elemzése alapján. Talán a nemzetközi összehasonlítás is segít.

Kellő szakismeret híján nem tudnék egyértelmű véleményt kialakítani a teendőkről. Inkább néhány sejtésemet mondanám el és egy-két ötletet vetnék fel, a teljesség igénye nélkül.

Nem hiszem, hogy az alkoholizmus elleni harc hatásos eszköze lenne az, ha mesterségesen inten-

zív szeszesital-hiányt hoznánk létre. Ahhoz túlságosan „hiányellenes” vagyok, hogy ezt lássam a fő kiútnak. Ez csak fokozná az illegális szeszesitaltermelést, a korrupciót, felhajtana az ital fekete-piaci árát stb. Növelné a kísértést arra, hogy az alkoholt más kábítószerekkel helyettesítse az, aki nagyon kívánja a mesterséges kábulatot.

Meg kell találni valami *ésszerű középsávot* egyfelől az alkoholkínálat erőltetett visszaszorítása, a szeszesital-hiány mesterséges megteremtése, másfelől a kísértésbe vivő túlkínálat, a szeszesitalvásárlás növelésére rábeszélő manipulatív tevékenység között.

a) Talán bizonyos fokig korlátozható a kísértés a szeszesital-árúszításra jogosult *eladóhelyek korlátozásával*. (Svédországban — a könnyű sör kivételével — csak az erre specializált állami monopolüzletek árusíthatnak bolti forgalomban szeszt. Ezek szombaton és vasárnap zárva tartanak.) Ne kapjon minden vendéglátóipari egység szinte automatikusan szeszesital-árúszítási jogot, s különösen ne utcán át való árusításra; az ivás kapcsolódjék jobban az evéshez a vendéglátóiparban.

b) Adótechnikai és kereskedelmi szakértőkkel meg kellene tárgyalni: hogyan lehetne *csökkenteni az élelmiszer-kereskedelem és a vendéglátóipar érdekelttségét* a szeszesital-árúszításban. Pl. a felszámítható haszonkulcs ezen az árucsoporton lehetne talán sokkal kisebb, mint a többi árun.

c) A szeszes italból származó állami tisztajövedelem ne folyjék be „címkézés nélkül” a központi költségvetésbe, hanem képződjék belőle egy *külön kezelt alap*, amely közvetve és közvetlenül az alkoholizmus elleni küzdelmet szolgálná. Finanszírozható belőle az alkoholelvonó kúrák stb. költsége. S ami talán ennél is költségigényesebb: finanszírozható lenne a szeszes itallal versenyző egyéb italok gyártásának fejlesztése, forgalomba hozatala, reklámozása és áruk alacsony szinten tartása, dotációk révén. Talán még a hűtés jó megszervezése is ide sorolható. Ha hideg, jóízű és olcsó gyümölcslevek és egyéb üdítő italok bőségesen rendelkezésre állnának, akkor talán sokakat elcsábíthatnának az alkoholfogyasztástól. E megoldásnak jó hatása lenne az alkoholizmus veszélyeit átérző közvéleményre is. A pénzügyi szervek így mentesülnének az alól a vád alól, hogy érdekeltek a szeszfogyasztás növelésében, az államkincstár érdekében.

d) Megfontolható a *szeszesital-árak további emelése*. Ennek azonban *össze kellene kapcsolódnia az előbbi intézkedésekkel*, pl. a b) és c) pontokkal. Tehát ne következzen be az, hogy a szeszesital-ár-emelkedésen az élelmiszer-kereskedelem, a vendéglátóipar és az állami költségvetés „keres”. Az ár-emelkedésnek azzal kell egyúttjárnia, hogy egyrészt csökkenti a keresletet, másrészt további direkt és indirekt pénzügyi forrást teremtsen az alkohol elleni küzdelemhez, beleértve az alkohollal versenyző áruk bővebb, teljesebb kínálatának biztosításához.

Biztos vagyok benne, hogy megjegyzéseimmel nem mondtam újat, hanem mindez már felvetődött a kérdés szakértőinek körében korábban is.