

1993. június 26. - Illemhelyektől a kulcsra kész lakásokig

Azt tartják, hogy a lakásoknak, a házaknak megvan a jellegzetes illatuk, szaguk. Így van ez a városokkal és országokkal is. Amerika illatai is „sokszínűek”, mint minden más. Friss és jóindulatú ország. Még a legzsúfoltabb New York-i utcán sem éreztem a kipufogógázokat, nem köhögttem, nem fuldokoltam. A gyermekkocsiban tolt kicsiket sem kellett attól féltetni, hogy elborítja őket a mérgező fekete dízelfelhő. Hát, igen, ők már régóta katalizálnak, és nem kétüteműznek.

Egy-egy kikötői halpiacon persze megülte a levegőt a jellegzetes szag. Aki nem szereti a tengeri herkentyűket, az persze nem állhatja. Vizuális élménynek akkor is megéri. Mifelénk ilyen nem látni, csak a tengerrel megáldott boldogabb országokban.

Ha betérünk egy-egy áruházba, a fogadó szinten, a bejárat közelében először az illatszer és kozmetikai cégekkel találkozunk. Pontosabban azok reklámembereivel. Majd mindenhol fölajánlották, hogy megismertetnek cégük legújabb illatkreációjával. De még ha nem is éltünk a lehetőséggel, akkor is kellemesen érintette szaglószerveinket az illatoknak az a kavalkádja, ami betöltötte a teret. Ráadásul a legtöbb helyen nem elégedtek meg a légkondicionálás frissítő hatásával, hanem kellemes adalékanyaggal tették marasztalóvá a klímát. Mivel érzékszerveink közül az orrunk a legfáradékonyabb, a hatás csupán percekig tart, de az érkezés kellemes benyomása megmarad.

Az éttermek, de még a gyorsétkezők is, annál diszkrétebbek: nyoma sincs ételszagnak – még a tengeri csemegékkel csalogató Red Lobster-ben sem. Nem is engedhetné meg magának ez az 1968 óta működő óriási étteremhálózat, mely ma már 38 államban 445 egységet üzemeltet. A garnélarákra, homárra, más rákokra és mindenféle halra épülő választék minden ínyencet kielégít. Akárcsak a felszolgálás: a fekete pincér bemutatkozik, a csemetéknek gyerekszékét és kifestő-könyvet hoz, és még a homárt is kiveszik az akváriumból, hogy a gyerekek közelről tanulmányozhassák. Évente több mint százmillió vendég keresi fel ezeket az éttermeket, mint ahogy mi is tettük az óceánparti Atlantic City-től vagy nyolcvan mérföldnyire nyugatra.

A kávéüzletek fantasztikus illata teljesen levett a lábamról. Ha nem röstelltem volna, a legszívesebben hosszan üldögélek a sötét kávészemekkel telt zsákok és dobozok társaságában. Mindenesetre végigkóstoltam a gőzölgő, sötétbarna repertoárt. Aromájuk izgalmas, de a mi jó erős kávéinkhoz képest csak üdítőitalok.

Itthon a reprivatizáció először az illemhelyeket találta meg. Gondolták, abból baj nem lehet, még ha bűdösek is. Az első bérlők már valahol kamatoztatják millióikat, a felügyelők pedig kúrálják a reumájukat. Odaát egyetlen helyen fizettem – akkor is jószántamból: a New York-i Central Park elegáns éttermében, a Tavern on the Green-ben. A névtáblát viselő szmokingos fekete alkalmazott kézbe adta a törülközőt és meghajolva, halkan köszönte meg az aprót. Máshol ingyen könnyebbülhettem meg, pedig a légkondicionálás hűvöse, a hosszú kávék, és egy-két pohár sör megtették a hatásukat...

És természetesen ezek a vécék tiszták voltak – még a pályaudvaron is. Ha nem is mindenhol működteti a férfiak „műszerfalát” fotocella, kézzel öblíthető, s a vécécsésze amerikai szabvány szerint úgy készül, hogy csordultig tele van vízzel, s így megakadályozza a légszennyezést. A kézmosás-szárítás feltételei is adóttak, s többen élnek vele, mint a kultúra bölcsőjének tekintett Európában.

Az amerikai orvosok tapasztalatai szerint az európaiak kevesebb gondot fordítanak testápolásra, mint kellene. Ez ma már talán nem kulturális különbség, hanem életszínvonalbeli.

A magánházak már régóta úgy épülnek, hogy minden hálósobához külön fürdőszoba csatlakozzék. És nemcsak a több száz négyzetméter alapterületű villákban, hanem a száz körüli kisebb lakásokban is.

Valamikor, évekkel ezelőtt, amikor az idegenforgalmat az olasz fiatal emberek nagymértékben föllendítették nálunk, az aktív „digózó” ifjú hölgyek egyike elmesélte, hogy – többek között – miért él-hal az olasz férfiakért. A titok: azok olyan jó illatosak! A tisztaság tehát több mint fél egészség: siker és jó közérzet is. És ez nagyon fontos egy olyan társadalomban, ahol még az illat is termelőerővé válik.

Ami a lakásokat illeti, nagyon sok vevőre váró lakást látni szerte az országban. Lehet, hogy ennek is a gazdasági visszaesés az oka. Épülő, új házak elsősorban az elővárosokban sorakoznak. Nagy táblák hívják föl a figyelmet a vásárlási és a bérleti lehetőségekre. A kész házak közül egy teljesen berendezve, tárva-nyitva áll, várva az érdeklődőket. Washington Wood-ban, egy útkereszteződésben, megnéztük az egyiket. A jellegzetesen újszerű épületben minden a helyén volt: A konyhában az evőeszközök, az ágyban az ágynemű, a fürdőszobában a szappan és a törülköző, a vázában a művirág. Az ablakon függöny, a falon képek. A hallban pedig ott az írásos tájékoztató, amiből megtudható, hogy egy délkeleti fekvésű, két hálósobás, két fürdőszobás, plusz zuhanyozós lakás – beépített kandallóval és természetesen tízéves jótállással – csupán 142 930 dollárt kóstál. Ráadásul az árban benne foglaltatik a faltól falig szőnyeg a választott színben, a fűtőszekrény, a telefon- és tévékabel (természetesen hívószámmal), a mosó- és szárítógép, a hűtőszekrény, a mosogatógép, a tűzhely, a légkondicionáló, a vízmelegítő, és minden külön kívánságnak is eleget tesznek. Egy kétszintes, 100—150 négyzetméteres lakás már elég kényelmet nyújt egy fiatal párnak vagy egy kis családnak is. Nagy parti rendezésére persze nem alkalmas...

A komoly érdeklődők még egy vendégregisztráló és marketingfőlmérő lapot is kitölthetnek, név, cím és telefon megjelölésével. Ebben azt tudakolják, milyen foglalkozási ágba tevékenykedik az illető, mennyi a család bevétele, hány éves, milyen a családi állapota, hány gyermeke van, milyenek a lakáskörülményei, hány fürdőszobás lakást keres, milyen árfekvésben, végül hogy honnan szerzett tudomást erről a lehetőségről. Ezek a felmérések óriási értéket képeznek a hozzáértő adatelemzők számára, akik ebből pontosan tudják: bizonyos ajánlatokkal kiket érdemes megkeresni. Felmérés és adatgyűjtés lépten-nyomon – pedig az amerikai polgárok a középosztálytól fölfelé mindent megtesznek, hogy lehetőleg senki semmit se tudjon meg róluk...
Kép és szöveg: **Zétényi Zoltán**