

Vélemény, vita

AZ ÉLETMÓD-GAZDASÁGTAN ALAPVONÁSAI

Tomcsányi Pál

az MTA rendes tagja,
Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal
tomcsanyip@OMMI.hu

A szerző által elképzelt életmód-gazdaságtan-konceptió a költséges előállítású és nehezebben megszerezhető anyagi javaktól megkülönbözteti a könnyebben szaporítható és így bőségesebben hozzáférhető életmódtértékeket és szellemi-lelki szolgáltatásokat. Az utóbbi „élményjavak” fogyasztási arányának növelésével kívánja a pazarlók és szűkösön élők társadalmi ellentmondását enyhíteni.

Az elképzelt modell vázlatában a szerző a fogyasztási szokások reformjára építve próbálja megközelíteni a társadalomgazdasági problémák megoldását. A leírt gondolatok és főleg a nem anyagi javakat konkretizáló táblázat tételei közel állhatnak a már mások által leírt, sőt közismert elképzelésekhez. Ezekre utalni is kíván, főleg a töliük való eltérésekre mutatva rá.

A társadalomgazdaság reformja a XIX. század forradalmi reményei és a XX. század eltorzult próbálkozásai ellenére megoldatlan, és a XXI. század feladata maradt. A vállalati, termelői szféra szociális/ta/ átszervezésének sikertelensége, valamint az erőforrásokat tékozló fogyasztói társadalom válságai után, a fogyasztói

tás reformja kínálhat megoldást, egyrészt a túl nagyra nőtt „keserű” szegénység, másrészt a gyakran kérkedő, felesleges fogyasztás megszüntetésével. Ehhez az életmód iránti igények ésszerűsítése vezethet. Ezzel foglalkozhatna az **életmód-gazdaságtan**: a „létharmónia ökonómia”, a fogyasztás-gazdaságtan „új” fejezete, ami az emberek meglegedettségének „öröm-” tényezőit is figyelembe véve a fogyasztás manapság elsikkadó dimenzióira irányítja a figyelmet.

Témánk nyilván összefügg a Gøsta Esping-Andersen által elnevezett „jóléti” (welfare, Wohlfahrt) gazdasággal (állammal), ami a polgárok elemi jólétének megvalósítására törekszik. Kezdetre az Otto von Bismarck által 1883-ban bevezetett munkás-betegbiztosításra tehető, és a tőkés érdekek védelmében akkoriban szervezett munkáskertecskék (Schrebergarten) örömszerző időtöltése már elképzeléseinkre emlékeztet. (De lehet, hogy a szerző mint egykori kertész, ezt eltúlozva látja.)

A fejlett országokban az előző század második felében mindenütt kialakult a szociális piacgazdaság, a jóléti állam (Szentés, 2009,

213.), amelynek jellemzője, hogy adórendszerével és szociális juttatásaival a jövedelmek helyesebb elosztását eredményezi. Berend T. Iván (2003) a *Magyar Tudományban* tekintette át a jóléti állam kérdéseit. E probléma megoldása további lépéseket kíván, igen régi tanítások alapján: Arisztotelész *oikonomiája* „lényegének megértése, a jelenleg domináns növekedés és profitorientált gazdaságszervezet radikális átformálását igényli” (Vasa, 2010, 6.).

E téren az elképzeléseinkkel rokon elemek nagyszámúak, ezért e tanulmány végén a *Kiegészítő megjegyzések* keretében tekintünk be e kérdéskörbe.

Az életmód-gazdaságtan három fő pilléren nyugszik:

- A jövedelem (munkabér és egyéb kereset, nyereség stb.) mint behatároló tényező pénzértékben kifejezve, és e pénz cseréértéke.
- A személyes „fogyasztási kapacitás” korlátai: a rendelkezésre álló idő és az életerő (fizikai képesség).
- A javak (termékek és szolgáltatások) fogyasztói „hasznosság”, ami az ellátottságtól függően a csökkenő élvezetek törvénye szerint nagyobb vagy kisebb.

A javak tulajdonságainak szempontjai

Jellegük
Megjelenésük
Megszerzésük
Hasznosításukat kifejező cselekvés

Hatásuk
Pénzvonatkozásuk (megnyilvánulásuk)
Szerveik (tréfásan)
Egyik lehetséges kódjuk

A javak fogyasztási és termelési szempontból kétfélek:

- „anyagi javak” (materiális jellegűek) el-fogyaszthatók vagy tulajdont képezhetnek, mennyiségük korlátozott.
- „élményjavak” (spirituális jellegűek) kevesebb költséggel, könnyen szaporíthatók, használatuk mennyiségileg korlátozatlan.

Az előzőket az „anyagi” fogyasztás megsemmisíti vagy „kisajátítja”, az utóbbiak „szellemi” fogyasztása értékővő és másoknak is juttató.

A még nem közismert fogalmak ritkán jellemezhetőek *egy* találó szóval. Fogalmukat több tulajdonságuk együtt már jobban kirajzolja. Még jobban érthető lesz ez, ha két megkülönböztetett fogalomra párhuzamosan adjuk meg jellemzőiket. Ezzel próbálkozunk a javak két típusának megkülönböztetésére alkalmazott jelzők esetében is (*1. táblázat*).

Az „anyagi”, illetve „élmény-” javak a szóhasználatban kifejezőek, de mondanivalónkon nem változtatna, ha egy másik fogalom-párral vagy akár kóddal helyettesítenénk. Mint jelenségek ősidőktől fogva ismertek. Arisztotelészre visszavezethető – amit Vasa László (2010, 95.) könyve alapján idézünk –

Az anyagi javak jellemzői

materiálisak
inkább tárgy
nehezebb
birtokolni
(*haben, to have*)

életviteli
kereset, jövedelem
kéz, száj, has
X

Az élményjavak jellemzői

spirituálisak
inkább cselekvés
könnyebb
lenni
(*sein, to be*)

lélektani
elköltés, vásárlóerő
szem, fül, agy
Y

1. táblázat

hogyan az emberi igények kiegészülhetnek a „jó élet” olyan tényezőivel, mint „az emelkedett hangulatú színházi előadások, hivatalok viselése, korteskedés, ünnepek (örömei), amiket nem lehet felhalmozni, fizikailag birtokolni”.

Az élményjavak fogyasztásának fokozását nehezíti, hogy reklámba, promócióba nehezebben illenek, és kevesebb költség is mobilizálható ilyen célra. Ide tartoznak az olyan értékek, mint az emberi kapcsolatok öröme, ami annyira nem árujellegű és személyes, hogy közönséges propagandával nem, **példamutatással** is csak közvetve ajánlhatók.

A **megelégedettség** (kielégítő életminőség) takarékosabban megvalósítható, ha az „élményjavak” (szellemiek) fogyasztásának arányát növeljük. Ez utóbbiak használata (élvezete) az „anyagi javak” ipari tömegtermelése és a kereskedelem érdeke folytán a háttérbe szorult.

Ez tanulmányunk mondanivalójának lényege, mert célja a tömegek, az átlagember megelégedettségének növelése, általánossá tétele, az ezt nehezítő gazdasági környezet ellenére is. Ez az új megközelítés vezethet az életmód „neoszociális” gazdaságtanához.

Az egy főre jutó nemzeti jövedelemmel nőhet az átlagos reálbér, de az „élményjavak” fogyasztási arányának növelésével a megelégedettség érzete ennél jobban nőhet. Mindehért kell valamit fizetni, de vannak javak, melyek megelégedést kiváltó haszna az áruhoz képest nagyobb. Feltevésünk szerint a **megelégedettség** növeléséről lehet szó, aminek két komponense 1.) a **személyes jólét**, ami gazdasági jellegű érzet; és 2.) a **boldogság**, ami lélektani többlet.

Az ember bírvgánya határtalan, de élvezési (fogyasztási) képessége behatárolt – azonban azt is lehetséges tágítani a szellemiek részarányának növelésével.

A pénzbőséggel rendelkező is gyakran elégedetlen, mert mindig többet kíván, és úgy érzi mások jobban éltek lehetőségeikkel.

A gyakran változatlan vagy lassan növekvő, nagyrészt gazdasági mutatókkal mért **életszínvonal** mellett, az élményjavakat jobban érvényesítő **életminőség** nagyobb fokú növekedése valósítható meg. Ez hosszabb távon is szociális követelmény. Az eseményekben gazdag élet, a cselekvés öröme, az alkotó aktivitás, a „passzívan” élvezett művészet, irodalom, szórakoztatóipari szolgáltatás stb. az „élményjavak” választékába tartozik.

A fiatalokat és felnőtteket egyaránt pozitív, szellemi értékhasználatra szükséges nevelni. Ezt az ismeretadó és az erkölcsi oktatás valószínűsíti meg valamennyi szintjén. Az ilyen értékek előállításának és hasznosításának mennyiségi növelése kívánatos, annak társadalmi (állami) támogatása indokolt.

Az anyagi tulajdonlás és fogyasztás fokozása viszont az ellátók (termelők, eladók) **profitjának növelését** szolgálja. Erre való törekvésük – és ennek eszköze, a mindent befolyásoló kommunikáció – uralja a gazdasági életet, ami a köztük lévő verseny miatt nélkülözhetetlen.

A verseny szükséges, mert a műszaki fejlődés és a termékfejlesztés mozgatója. Ugyanakkor tudatosan gerjesztheti a fogyasztók káros versengését, a kéréző fogyasztást, a fogyasztási divatok kialakulását és követését még azok számára is, akik nem rendelkeznek elegendő vásárlóerővel. Erre készíti őket a módosabbak luxusfogyasztásának demonstratív hatása is.

Az egyes javak felesleges fogyasztása más javak élvezhetőségét ugyanazon személyek számára korlátozza, ezzel a fizetőképességükkel (vagy szabad idejükkel) elérhető életminőségük színvonalát csökkenti.

A fogyasztói érdekekre figyelő – sőt a fogyasztóvédelmet tudatosan szolgáló – **marketing** lehet a vállalkozások fennmaradásának módja némi profitvesztés árán. Ez utóbbi mérsékelhető, ha az élményeket nyújtó javak és az élőlátás-szolgáltatások forgalmát növelik. A fogyasztásérdekű piaci magatartásnak a javak takarékos használatát, a tartós javak fogyasztói megtartását, fenntartását is elő kellene segítenie, termékei fejlesztésével és ismertetésével. A tárgyakhoz való hűség is érték – mint ahogy a kutyahűség is olykor nagyobb ebünkhöz való ragaszkodásunk.

A feleslegesen nagy értékeket szerző és mutogató kéréző fogyasztás, és a szerényebb vásárlóerővel rendelkezőknek az újdonság és a változtatás iránti túlzott vágyakozása egyaránt az életminőség elérhető színvonalát csökkentheti.

Az ipari érdekek diktálta anyagi túlfogyasztás korlátozása mellett az alapszükségletek kialakultnál teljesebb és biztosabb ellátása nyit új értékesítési lehetőséget, valamint az „élményjavak” piaca is tágítható. Az igények átállítása leginkább a „középosztály” (beleértve a fizikai munkásság elitjét is) élet- és kultúrszínvonalán valósítható meg, de nagy súlyt kell helyezni a lakosság egésze „alapigényének” szerény, de elfogadható kielégítésére, átmenetileg állami áldozatvállalás árán is.

A jobb alapellátás része az élelmiszer kielégítő és hazai forrásokra támaszkodó fejlesztése. Az „élelmiszertermelők” önellátását és helyi piaci értékesítését erősítve alakul ki a helyi adottságok előnyeit élvező termékek közös értékesítése folytán a versenyképes jövedelemszerzés is. Alvin Toffler (1980) jövőképeben egyes agrártermékek terén a piacot elkerülő közvetlen csere, illetve a „szedd magad” és más hasonló munkával fizető megoldások a kisebb vásárlóerővel rendelkezők jobb ellátá-

sát, a termelők jobb értékesítését oldja meg.

A fogyasztók is képesek önszerveződéssel érdekeik védelmére, amire jó példa az Egyesült Államokbeli *consumerism* mozgalom (Hasse et al 2006, 266.), vagy a „tudatos fogyasztók” László Ervin (2008, 108.) *Világváltozás*-ában.

Az anyagi javak fogyasztásának a szükségesre való ésszerű csökkentése megtakarításhoz, felhalmozáshoz, tőkeképződéshez vezet, ami a gazdasági és kulturális fejlődés új lehetőségeit nyitja meg.

Az anyagi fogyasztás önkéntes ésszerű korlátozása emellett morális hatású, és a túlzott befolyásoltság helyett szabadabb élet-szemléletre, a szellemi javak nagyobb értékelésére, jobb megértésére is vezet, ami végső soron az életminőség javulását eredményezi.

Az életminőség növeléséhez vezethet a fogyasztói hasznosság „mítosának” életre keltése is, valamint az „élményjavak” fogyasztásának fokozása, ami vigasz lehet a széles társadalmi igényeket jobban kielégítő szociális piacgazdaság kialakulásának késedelme miatt csalódottaknak.

A fogyasztott javak „hasznosságának” (értékének) összehasonlíthatósága hozzásegíthet az „élményjavak” fogyasztói megítélésének javításához és ezzel a felvázolt koncepció megvalósulásához.

Van hasznosság, aminek megítélése mindenkinek egyforma, és áruelemzésünkkel (Tomcsányi – Tomcsányi, 2001) is becsülhető. Van, aminek értékelése mindenkinél más, de ezek a személyes értékek más javak értékéhez viszonyítva rangsorolhatók, sőt matematikai módszerekkel arányosíthatók is. Az így kapott értékarányok és a hasznosság megszerzéséért hozott áldozat (költség, ár) hányadosa az adott hasznosság gazdaságosságát jelzi. Az élményjavak a leggazdaságosabbak, így minél nagyobb hányadát teszik ki a fo-

	A cselekmények formája	„Fogyasztásuk” haszna
I. Kultúra¹		
I.1 Tudás	Tanulás, megismerés	Az ismerethasznosítás öröme
I.2 Tudomány	Kutatás, megoldás, ismeretfejlesztés	Az alkotás és siker öröme
I.3 Irodalom	Költészet, próza	Az olvasás öröme
	Film, színház	A nézés és átélés öröme
I.4 Művészet	Zene	A „művelés”, ismeret és hallgatás öröme, nyugtató hatása
	Képzőművészet (iparművészet, építészet, formatervezés ² stb.)	A megtekintés, a gyönyörködés és ismeret öröme
2. Kultuszok		
2.1 Testkultusz	Sportolás és teljesítménye, testedzés	A siker öröme, egészségmegőrző haszna. Sportérdeklődés mint szórakozás
	Testápolás, alvás, pihenés, öltözés	Jó közérzet, higiéné kényelme, öröme
	Étkezési szokások	Élvezete, kényelm ³
2.2 Természet- kultusz ⁴	Természetjárás	Természetcsodálat
	Tájak ismerete	Vidék- és világélvezet ⁵
	Természetvédelem	eredményei
2.3 Lélekkultusz	Érzelmi élet (személyek, haza stb. iránt)	A szeretet aktív és passzív öröme
	Vallásgyakorlat ⁶	Hit és transzcendens kapcsolat jó hatása ⁷
	Gondolkodás transzcendentálása	Indukált és intuitív tudás és hatás
2.4 Hivatáskultusz és társadalmi betagozódás ⁸	Nem alkotó (reprodukáló) „szellemi” (irodai) munka	A munkasiker és hivatástudat öröme, a munkahely jó hangulata
	Fizikai munka és társadalmi betagozódás	A munkateljesítés öröme, a munkaviszony átélt minősége, a társadalmi emelkedés haszna és elégedettsége
	Szabadidős munka (pl. kertészkedés, barkácsolás, kézimunkázás)	A szabadidős munka (hobby) haszna és öröme
	Háztartási és családi tevékenységek ⁹	A teljesítés haszna és az elismertség öröme

2. táblázat • Az életminőséget (megelégedettséget) fokozó „élményjavak”
(A magyarázó kiegészítéseket lásd a szemközti oldalon.)

gyasztásnak, annál gazdaságosabb lesz a „megelégedettség” elérése, annál többen érhetik el azonos átlagjövedelem mellett. Az életminőség (megelégedettség) meghatározói

- I. Alapigények
 - a.) Ellátottság (nem éhes, nem szomjas, nem

fázik) a minimális igények kielégítésének szintjéig.

- b.) Egészség (nem beteg, nincs testi fájdalom, érzelmi hiányérzet vagy más lelki zavar).
- c.) Biztonság (előzők stabilitása, nyugodt pihenőhely, és nem fél).

Magyarázó kiegészítések a táblázathoz

¹ Fennáll a veszélye annak is, hogy a kultúra tényezői erősen az értelmiség igényeire szabottaknak tűnnek. Ebben van is igazság, az értelmes munka iránti igényt is említhetnénk. Viszont az „élményjavak” fogyasztásának növelése éppen a kétkezi dolgozók, a fizikai bémunkások számára volna fontos, mert nagyobb keresetnövekedés nélkül is életminőség-növelő tényezők. E probléma még kiterjedt kutatást igényel, és számos olyan szokás és közérdekű támogatás felújítását, amivel korábban már próbálkoztak, de ma már elfogadhatatlan ideológiai háttérrel alátámasztva azt.

² A formatervezés (dizájn) örömszerző hatása mellett olykor éppúgy felesleges fogyasztásra ingerelhet, mint a reklám!

³ Az alapigényeket meghaladó vagy luxus élelem- és italfogyasztás öröme, valamint hagyományos kultúráját, a hazai termelést elősegítő irányban kívánatos fejleszteni. Az élelmész munkaterhének csökkentése, ellátó kényelmi szolgáltatásokkal a megelégedettséget fokozhatja.

⁴ A természetkultuszba illeszkednek az olyan sportágak, mint a horgászat, vadászat, amelyeknek örömszerző hatása a hasznos szenvedélyek szintjén boldogíthat.

⁵ Ide sorolható az utazás, a tágabb világ megismerésének öröme, bár az jelentős költségkihatása miatt más jellegű. Más a természet közelségében élő ember, nálunk leginkább még a falun gazdálkodó, akire a természet hatásai nagyobbak.

⁶ A betegség, létbizonytalanság, az elmúlás sejtése a közérzetet rontja, ennek ellensúlyozására alakultak ki a kultúrkörök szerint eltérő mítoszok és vallásgyakorlatok, amelyek ezeket a rossz hatásokat közömbösítik, csökkentik. A böjt és más fogyasztáskorlátozó szokások az egészség és gazdálkodás érdekét is szolgálták egykor (pl. vetőmag megóvása, állatok átteleltetése).

⁷ A világ gazdasági és erkölcsi krízissel küzd. Mindenütt keresik az emberibb és természetesebb alternatív életmódot, ami mind a kommunista, mind a kapitalista rendszerekkel szemben áll (Griffiths, 1982). A természetes erőforrások kimerülése már maga is a társada-

lom reformjára kényszerít. Bede Griffiths a keleti vallások „végső valóság megtapasztalása” alapján látja lehetségesnek a nyugati tudományban és gazdaságban ma is uralkodó, XIX. századi egyoldalú materialista szemlélet továbbfejlesztését a szellemiek irányába (Griffiths, 1982, 28.). A transzcendens misztériumokról is szavakkal szólunk, hogy „túllépünk a szavakon és eljussunk a szavak nélküli lényeghez” (megértéshez), ahogy egy buddhista mondás tanítja (Griffiths, 1982, 65.). Erre utaltunk a táblázatunk következő sorában a „gondolkodás transzcendentálásáról” szólva. Elképzelhető, hogy az alkotó gondolkodás forrásai, és talán az elméleti fizika és matematika egyes sejtései a hagyományos anyagelvűség határain túl eredeznek. Bede Griffiths atya, Indiában élő brit bencés könyvből idézve próbáltuk megvilágítani azt az örömet, megnyugvást, bátorítást, amit a halandó ember valamilyeni vallás révén a transzcendenssel való kapcsolatból nyerhet.

⁸ A megelégedettséget Szlavicz Ágnes (2010) a munkavállalók munkahelyi elégedettségén vizsgálta az emberi erőforrás-gazdálkodás (HRM) keretében, míg életmód-gazdaságtanunk a személyek, családok fogyasztási, tárgyhasználati, életviteli szokásaiból következő megelégedettség növelésére irányul. A hivatás (foglalkozás) összefügg a társadalmi betagozódással. Témánk szempontjából a fizikai dolgozóknál a legfontosabb, hogy a nagyobb kereset „pénzöröme” mellett a „sikeröröm” nagyobb szerepet játsszon megelégedettségünkben. A testi munka mellett szellemi „agytermékek” (gondolataik): munkás újításokként és a vállalkozáshoz adott észrevételekként a munkahelyük életképességét is növeli. A fizikai dolgozók ilyen önálló alkotó gondolkodását a szakmunkásképzés, a mesterszintre történő és más továbbképzés támogatásával elő kell segíteni.

⁹ Fritjof Capra (1987, 289.) a ciklikusan ismétlődő, marandó hatás nélküli háztartási munkák (mosogatás, sövénynyírás, sepregetés stb.) esetleges szellemi hatását értékeli, amikor azokat a Japánban kedvelt *zen buddhizmus* lelki tréningjeivel hozza összefüggésbe.

Az alapigényeket nélkülözők világszerte szaporodva „emberi szökőárral” (humán cumamival) dönthetik romba civilizációikat. A hiányok megszüntetése a felesleget halmozó és tékozló gazdaságok nyereségének méltányos lefölözésével nyerhető pénzzel megoldható országos, majd világszinten. Kivétel az éhezés, ami az élelemtermelés összes lehetőségének kihasználását kívánja meg, az agrártermelés említett forrásokból „kifizetődő szintre” történő támogatása által.

II. Az öröm (élvezet, siker) élményei

Az élményjavakkal elérhető, inkább szellemi hatások eredményei tartoznak ide, amelyek ésszerűen lehetséges legnagyobb fokú növelést érdemelnek, azonban csak az alapigények kielégítése esetén érvényesülnek.

Az alapigények kielégítése minden embernél követelmény, ezt Bolyai János *Üdvözlés*-a és Toffler (1980, 343.) – *basic human needs*-e – egyaránt kimondja. Szerintünk az alapigények kielégítése a társadalmi környezetben elfogadható minimumnak feleljen meg. Az azt meghaladó többlet értéke már mint „örömtényező” is érvényesülhet (például a minőségi evés-ivás élvezete), de az a vásárlóerő-igényes „anyagi termék” jellegét megőrizve, nála sokszor nagyobb örömhatalmú élményjavak megszerzését akadályozza meg, amivel a fogyasztó életminőségét csökkenti. Az alapigények kielégítése esetén az életminőség javítása annál gazdaságosabb, minél nagyobb mértékben és minél „gazdaságosabb” élményjavakkal történik.

Az „élményszerű javak” vázlatos (nem teljes) áttekintését a 2. táblázatban foglaltuk össze. Az olvasó azt értelemszerűen kiegészítheti. (A táblázat Szücs István szerint a „nem anyagi értékek” rendszerezését fejezi ki.)

Közgazdaságilag ritkán értékelt a nagy mennyiségű és időigényes háztartási munka.

A téma klasszikusa Margaret Reid (1934, Cit. In: Vasa, 2010) „háztartási termelésnek” azt tekinti, amit más is elvégezhet; a „harmadik személy” a háztartásban, azaz amit a háziasszony fizetetlenül végez (Vasa, 2010, 60.).

Örömszerző lehet viszont a gyermekgondozás és az olyan házi tevékenység, amit hobbyként, szabadidő-foglalkozásként végeznek (virággondozás, kézimunkázás, műkedvelő kézművesség stb.). Örömkeltő tényező lehet a munkakönnyítés a háztartási munkában.

Ugyancsak örömszerző „élmény”-javnak tekinthetők szerintünk azok a berendezések, amelyek a háziasszony munkáját megkönnyítik. Különösen: a gépesítés (mosógép, porszívó, mikrosütő stb.). Hasonló hatású az élelemellátás, ill. az élőmunka-segítség szolgáltatásként való igénybevétele is. A háztartási munkáról a KSH „Szatellit számla” vizsgálatai adnak információt (Szép – Sík, 2001).

Kiegészítő megjegyzések

A szerző a vitatémát korábban így vetette fel: „Egy nem létező nonprofit virtuális piacon először azt lehetne „elosztani” olcsón, olykor ingyen, ami korlátlanul, könnyen szaporítható. Ez mindenekelőtt a tudás, (ami anyagi javulást is hoz, morálist is) és hozhat örömet, több boldogságot is. De ennél százszor többet adhatunk oktató munkánkkal, és ezerszer többet, ha megtanítunk másokat, mindenkit a művészetek és a természet csodáinak felismerésére, élvezetére (Tomcsányi, 2004).

A hazai szakirodalomban Sebestyén Tibor (2005) foglalkozott az „életminőség”, az „élettel való megelégedettség” problémájával, bepillantást adva a külföldi eredményekbe is. A Polgári Magyarország Alapítvány megbízásából készült kutatásukkal létrehozott ASHLY- (*Adjusted Happy Life Years*) index, a lakosok által valószínűleg megérhető boldog évek

számát hasonlítja össze az országok közt, és nem a személyes „öröm”-tényezőkkel foglalkozik. Elemzése során azonban több olyan jelenséget említ, amire magunk is utaltunk.

Mivel az életmód-gazdaságtan a jövő problémája, így a futuroológusoktól tanulhatunk leginkább. E téren Alvin Toffler (1980) a választott mesterünk, aki várja a „harmadik hullám” bekövetkeztét; a „második” után, amely a nagyrészt önellátó falusi népességet városba csábította, hogy az ipari tömegtermelés munkása és fogyasztótömege legyen. Ez egyaránt érvényes volt a takarékos életvitelből meggazdagodott tőkés és a szegénység és gazdagság ellentmondását erőszakos kisajátítással megoldó szocialista iparosítás számára.

A termelés és fogyasztás elválása folytán jött létre az őket összekötő piac, ami nélkülözhetetlen, mind a szocialista, mind a kapitalista „industrialista” fejlődés esetén (106, 282 pp). Az egyiknél ennek hiánya, a másiknál ennek túlhatalma vezetett katasztrófához.

Ez volt Toffler szerint a társadalomgazdasági fejlődés „második hulláma” (Toffler, 1980, 331.), ami szegénységet és gazdagságot hozott létre, míg az „első hullám” jellemzője az alapszükségletek terén való paraszti önellátás volt (Toffler, 1980, 335.), ami nyilván a helyi piaccal és a kisiparral való közvetlen cserével is járt. A gyártástechnológiák és iparcikkek szédületes fejlődése még az industrialista útnak kedvezett, de a biotechnológiával megerősödő élelmiszertermelést Toffler már az elsőhöz hasonló harmadik hullámba sorolja (Toffler, 1980, 343.), aminek jellemző alakja a „producer×consumer=prosumer”, a saját céljára termelő. A harmadik hullám eleme a nem sorozatban történő tömeges, hanem a személyi igényekhez igazodó gyártás (az egykori szabó helyén az öltönyt testreszabó autómata), a „do it yourself” barkácsolás (Toffler,

1980, 270.), a gazdaságilag nem értékelt családi házimunka (Toffler, 1980, 273.). De az elektronikus úton otthon végzett „részmunkaidős” bér munka vagy vállalkozás, a fogyasztó bevonása a terméktervezésbe (Toffler, 1980, 280.), mind ezt az új hullámot jelzik.

Ez a gazdasági magatartásforma már kevésbé felel meg a *homo oeconomicusnak*, aki a közgazdasági törvények szerint él, és a természeti világ adottságaihoz csupán alkalmazkodik cselekményeivel. Közelebb áll az egykor általunk leírt, kis birtokán gazdálkodó „homo agrariushoz”, aki a természettel való szoros kapcsolata folytán nem mindig a közgazdaságilag okszerű életírányt követi, de gyakran a gazdaságosság elveivel ellentétet is, a szubjektív testi és lelki tulajdonságainak megfelelően, amit az tesz lehetővé, hogy munkájának termékei primer élelszükségleteit így is fedezni tudják (Tomcsányi, 1946, 11.). Ezzel előképe a prosumernek, ami viszont magatartási irányt mutat a ma kis földjén gazdálkodóknak. De fontos az, amire már Adam Smith is rámutatott, hogy „a mezőgazdaságban a természet együtt dolgozik az emberrel” bár az ember csinál mindent, gazdálkodása életforma is, ami az „élményjavak” élvezetét munkája mellett nagyobb mértékben lehetővé teszi, mint az a gyári munkás esetében lehetséges.

Vasa László (2010, 84.) is utal arra, hogy a vidéki térségekben az életminőséget negatívan befolyásolhatja a munkanélküliség, a szabadidő kulturális eltöltésének hiánya; de ezt ellensúlyozza pozitív hatásával a természet közelsége, a nyugalom, az olcsóbb lakás, és az „immateriális” kötődés a tájhoz, a tradíciókhoz, a kis közösségi hálózatokhoz. Ezt a családi gazdaságok előnyeként is értékeli. A korszerű technikával nagyobb területen folyó versenyképes mezőgazdasági termelés megtartása azonban ettől függetlenül szerintünk változat-

lanul létkérdés, a lakosság élelmiszer-ellátása és a külkereskedelmi mérleg szempontjából.

A saját célra (fogyasztásra) való értékelőállítás (termelés), a „prosum” is már nemcsak szabadidős foglalkozás, hanem nemzetgazdasági tényező lesz. A tulajdon helyett a tevékenységet értékeli legtöbbször e korszak gazdaságétikája (Toffler, 1980, 386.). Nagy feladata a nevelésnek, hogy erre irányítsa a fiatalságot (Toffler, 1980, 349.), és a média feladatai is nagyok ebben a fogyasztást befolyásoló reklám mellett (Toffler, 1980, 388.), vagy olykor annak ellensúlyozására. Az új hullám emberének többször kell magának dönteni (Toffler, 1980, 376.), nem elég a nyáját követni. Elképesztően nagy feladat David Riesmann „kívülről irányított” újabb nemzedékét, illetve Erich From „marketing oriented” típusát legalább részben „belülről irányítottá” tenni. Vagyis morális célok, értékek követésére visszavezetni az egykoriakhoz hasonlóvá téve, de ugyanakkor a művészet, zene, sport, természet stb. iránti érzékenység megtartásával, ami az újabbakra jellemző.

A harmadik hullám nem Aldous Huxley *Szép új világ*-a, vagy George Orwell *1984*-e, hanem a gyakorlatban megvalósítható utópia: **praktópia** (Toffler, 1980, 360.). Az ismert „utópista szocialisták”, Morelly abbé, Robert Owen, Saint-Simon gróf, Charles Fourier, Pierre-Joseph Proudhon, Étienne Cabet,

Louis Blanc, Edward Bellamy elgondolásait áttekintve nem találtunk átfedést az általunk ajánlottakkal.

Ám büszke örömmel ismerhettünk fel hasonlatosságot a Bolyai Marosvásárhelyen kéziratban fennmaradt, befejezetlen *Üdvtan*-ában leírtakkal. Bolyai az általános egyenlőség alapján jól szervezett munkával az alapszükségletek megtermelése után megmaradó, megtakarított idő „tanra” (szellemiekre) való fordítását tartja kívánatosnak. Felismeri a „közösségi munka” örömét, és elképzelhetőnek tartja a „közös” (-en szervezett) fogyasztást is. A nevelés, oktatás szabályozását kívánja, de még az életmódot és fogyasztást érintő női divat helyes mederbe terelését is szükségesnek tartja. A „kellemes érzetek” megbecsülését is ajánlja, melyek a jó zene, a szép vidék, a sétálás, lovaglás, hintázás... örömeiből fakadnak.

Dolgozatunkat gondolatébresztőnek szántuk, amelynek szűkebb és tágabb körű megvitatása a társadalmi célok újraértelmezéséhez vezethet, és így sor kerülhetne a gyakorlati megvalósításra érdemes részek programjának kidolgozására, aminek néhány eleme már e tanulmányban olvasható volt.

Kulcsszavak: *életmód-gazdaságtan, életminőség, életstílus, fogyasztási szokások, megelégedettség, élményjavak, jóléti állam, hivatáskultusz, sport, alapigények (basic human needs)*

IRODALOM

- Berend T. Iván (2003): A jóléti állam: válság és kiutak. Magyar Tudomány. 10, 1273–1278. <http://www.matud.iif.hu/03okt/06.html>
- Bolyai János (1850 körül): *Üdvtan*. In: Benkő Samu: *Bolyai János marosvásárhelyi kéziratok I. Fogalmazványok a Tanhoz, illetőleg az Üdvtanhoz*. Erdélyi Múzeum-Egyesület, Kolozsvár, 2003.
- Capra, Fritjof (1987): *Uncommon Wisdom. Conversations with Remarkable People*. Bantam Books, Toronto–

- New York német kiadás: (1988): *Das Neue Denken*. Scherz Verlag, Bern–München–Wien
- Griffiths, Bede (1982): *The Marriage of East and West*. Fount (*Kelet és nyugat házassága*). Filosz, Bp., 2006
- Hasse, Rolf H. – Schneider, H. – Weigelt, K. (szerk.) (2006): *A szociális piacgazdaság lexikona*. Magyar Almanach, Budapest
- László Ervin (2008): *Világváltozás – A változás harmonikus útja*. Nyitott Könyvműhely, Budapest

- Sebestyén Tibor (2005): *Életminőség és boldogság*. Polgári Szemle. I, 5, http://polgariszemle.hu/app/interface.php?view=v_article&ID=35
- Szentes Tamás (2009): *Ki, mi és miért van válságban? A leegyszerűsítő nézetek és szemléletmód kritikája*. Napvilág, Budapest
- Szép Katalin – Sík Endre (2001): *A háztartási termelés pénzürtéke*. Statisztikai Szemle. 79, 7,
- Szlávicz Ágnes (2010): *A „Dolgozó magyarok 2006” dolgozói elégedettség felmérés módszertani elemzése*. SZIE doktori (PhD) értekezés. Témavezető: Nemes Ferenc http://www.szie.hu/file/tti/archivum/Szlavicz_Agnes_tezis.pdf
- Toffler, Alvin (1980): *Die Zukunftschance. (The Third Wave)* C. Bertelsmann, München

- Tomcsányi Pál (1946): *A földművelő ember boldogulásának erkölcsi és természeti tényezői*. Egyetemi doktori értekezés. Kézirat
- Tomcsányi Pál (2004): *Általános kutatómódszertan a doktorképzésben, távoktatási, szaknyelvi, tananyagfejlesztési tapasztalatok és testamentum*. Bevezető előadás a szerző 80. születésnapján tartott tudományos konferencián. In: Tomcsányi Péter (szerk.): *A kutatási módszerek fejlesztése a piactudományok tapasztalatai alapján*. MTA Marketing Bizottság, 9–19.
- Tomcsányi Pál – Tomcsányi Péter (2001): *Piaci áru-elemzés és marketing termék-stratégia elméleti háttér és gyakorlati alkalmazása*. (PHARE-támogatással) Eszterházy Károly Főiskola, Eger
- Vasa László (2010): *A háztartás-gazdaságtan elméleti alapjai*. Műegyetemi, Budapest

