

Kinek a jól(l)éte?



Az emberi társadalom és a polikrízis

Kollányi Zsófia PhD, ESSRG, ELTE TÁTK

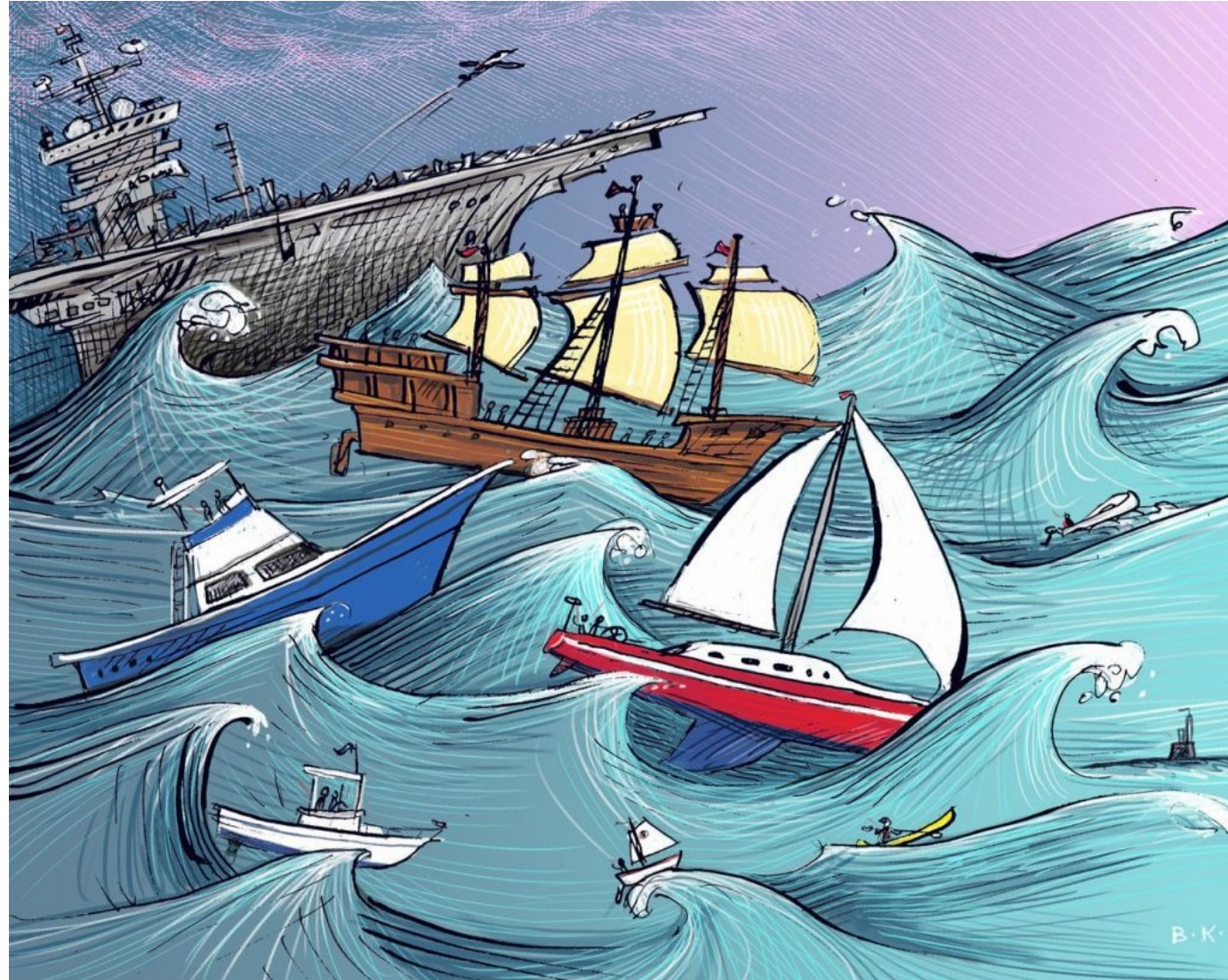
<https://cultureprobe.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/remember-nature.jpg>

Onnan ide – a társadalmi
egyenlőtlenségek és a polikrízis

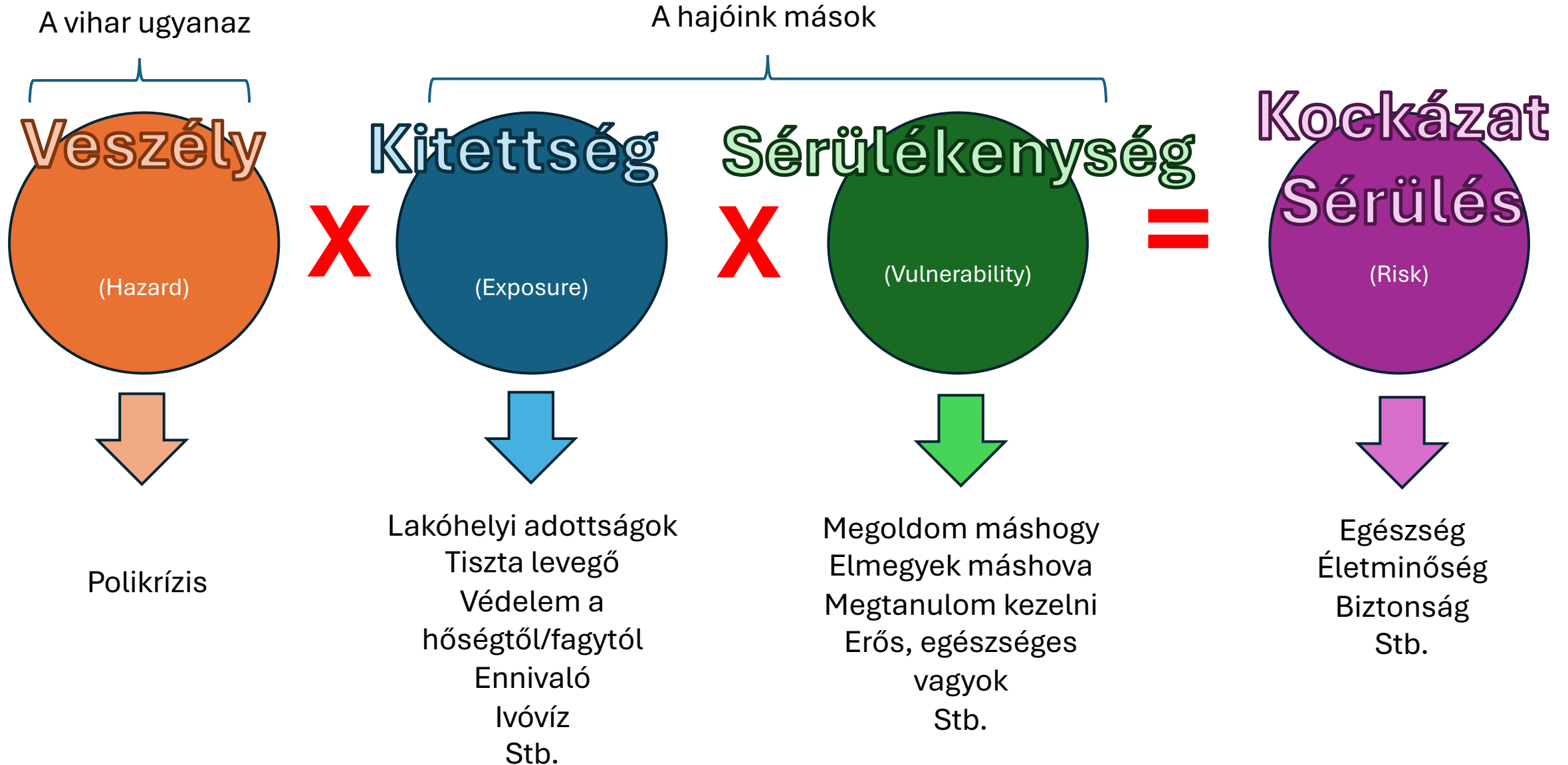
A társadalmi egyenlőtlenségek

- Társadalmi dimenzió
 - A társadalom egyenlőtlen, ezt tudjuk
- Egészség-dimenzió
 - Egészség-egyenlőtlenségek ~ Társadalmi egyenlőtlenségek
 - Egészségi állapot ~ Társadalmi pozíció, ezt is tudjuk
 - ... de a gyakorlatban szeretjük ezt elfelejteni, és kizárólag egyéni döntésekre redukálni pl. az életmódot
- Környezeti dimenzió

Környezeti egyenlőtlenségek – A hajók és a vihar

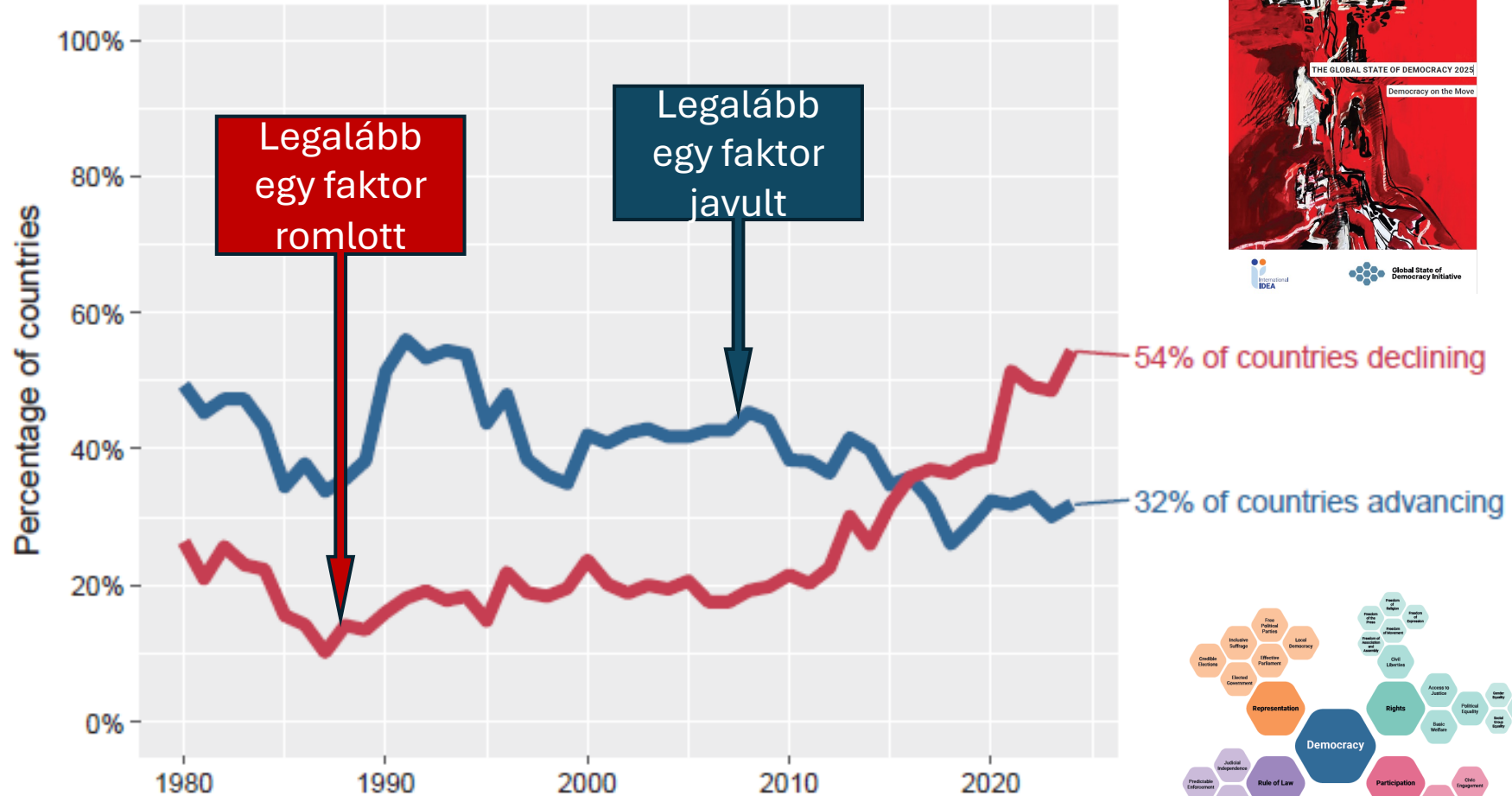


Környezeti egyenlőtlenségek – A hajók és a vihar



Az egyénitől a társadalmi / globális szintig

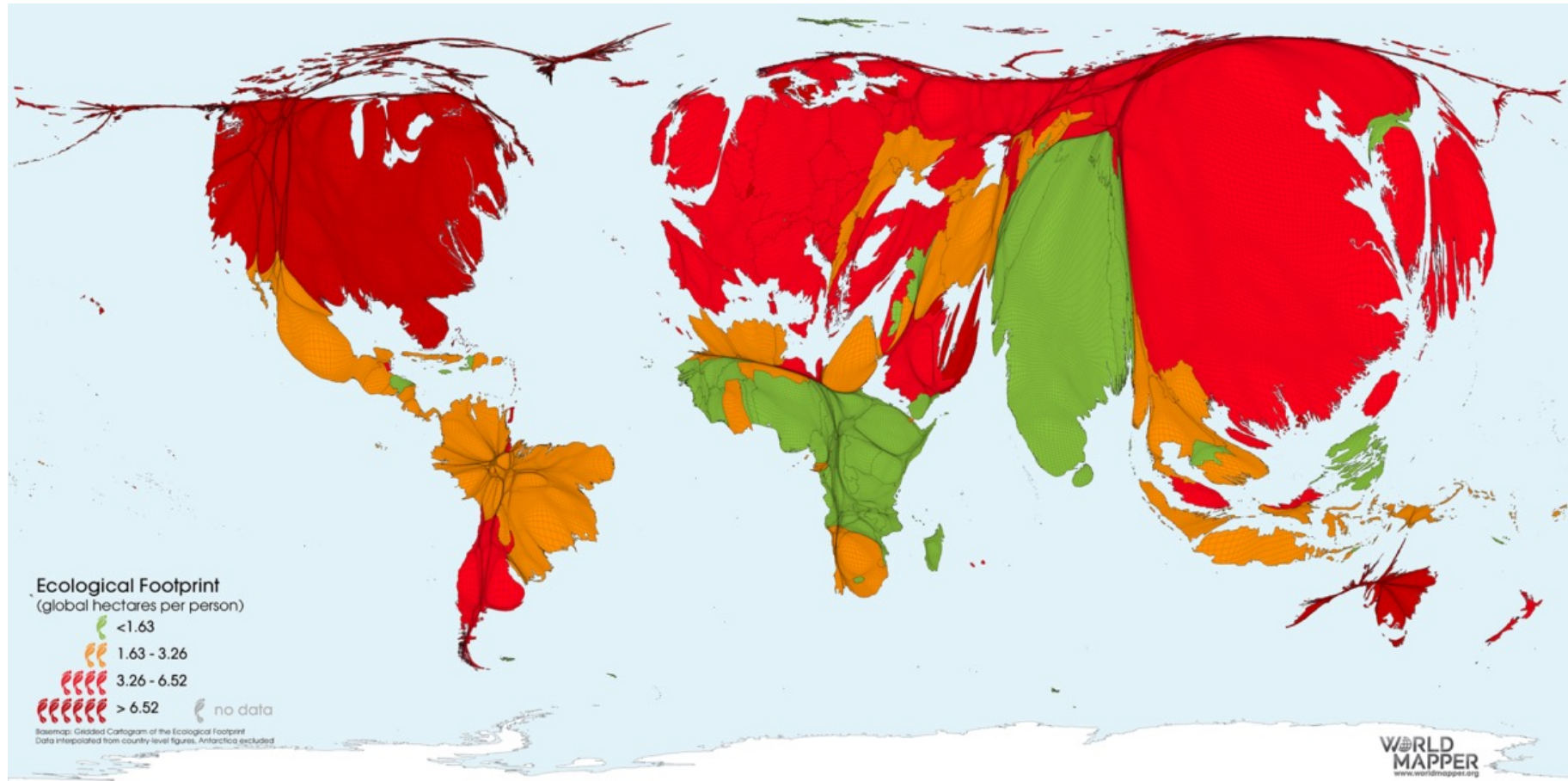
A demokrácia globális trendjei



International IDEA. (2025). *The Global State of Democracy 2025: Democracy on the Move*. Stockholm:
International IDEA. <https://doi.org/10.31752/idea.2025.53>

Innen oda: A fogyasztói
magatartás mint a polikrízis
gyökere – Vagyis: mi!

1. A szegénység „környezettudatos” Globális ökológiai lábnyom (fogyasztás, 2019)



<https://worldmapper.org/maps/grid-ecologicalfootprint-2019/>

2. (Környezet)tudatosnak lenni privilégium

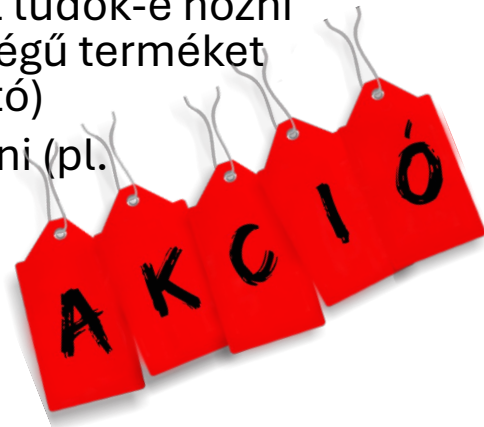
- Tudás
- Hozzáférés
- Pénz
- Egyébként szegénynek lenni drága is
 - Van-e információm
 - El tudok-e jutni, el tudok-e hozni nagyobb mennyiségű terméket (város vs. falu, autó)
 - Tudom-e hol tárolni (pl. mélyhűtő)



Ár: 8000 Ft
Élettartam: ~ 2 év



Ár: 200 000 Ft
Élettartam: ~ 100 év



Kinek jó valójában a (fogyasztói) jól(l)ét? – A fogyasztói társadalom hivatalos sztorija

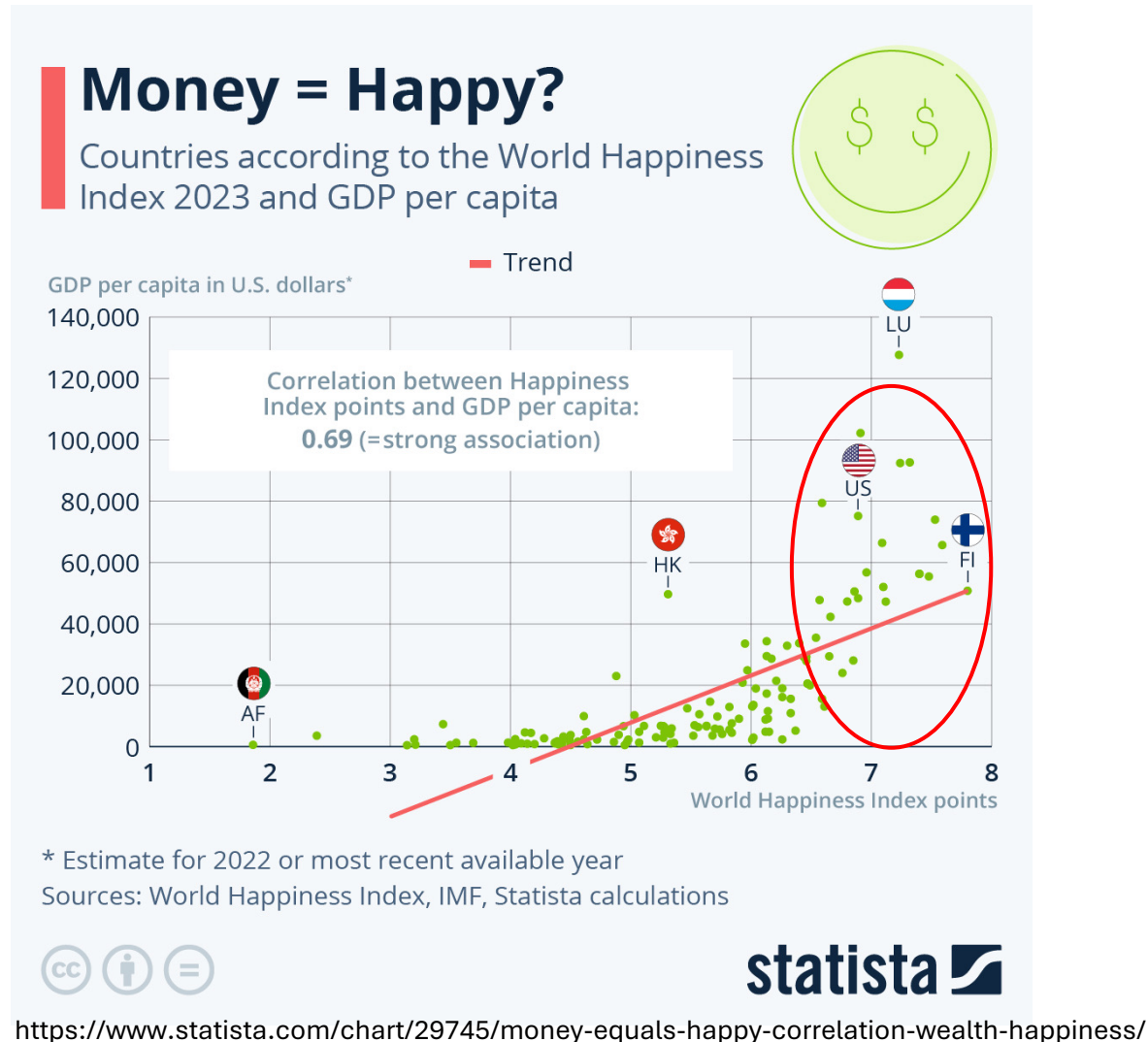
- Neoklasszikus közgazdaságtan
 - a történet, amit kb. minden egyetemista megtanul szerte a világon (1890, Marshall: Principles of Economics tankönyv)
 - A több jobb – alapvetően mohók és szertelenek vagyunk
 - Homo economicus – racionálisak és önzők vagyunk
 - A legtöbb piac jól működik, tehát a „gazdaság” a mi jólétünket termeli
- GDP-modell (1946) (a teljesítmény kizárólagos története)
 - Csak a piaci termelés számít
 - A nem-anyagi „jó” nem mérhető, tehát nem mérjük, tehát nem létezik
- Mindkettővel szemben fundamentális, de sokszor obskurus kritikák – a mainstreamet nem befolyásolják
 - Vagyis: az anyagi jólét mindenek felettsége kitartóan megkérdőjelezhetetlen

SUMMA: Az emberek minél több anyagi javat akarnak (és kész)

Kinek jó valójában a (fogyasztói) jól(l)ét?

– A fogyasztói társadalom igaz története

- A „fogyasztás” nem alaptermészete az embernek
 - Repair, reuse, refurbish, repurpose
 - Max Weber: A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme – szerény, takarékos, csak a szükségletekre korlátozódó életvitel szerepe az eredeti tőkefelhalmozásban
- „A pénz nem boldogít”
 - Csökkenő határhaszon elve (Gossen)
 - Szükségletek (Maslow)
 - A pénz az egyetlen jó, amiből nem árt a sok (Fülig Jimmy)
- Miről szól a „fogyasztói” választás?
 - Jólét (fogyasztás) vs. a jólét hiánya?
VAGY
 - Munka (fogyasztás) vs. szabadidő?



Kinek jó valójában a (fogyasztói) jólét?

– A fogyasztói társadalom igaz története

- ~1920-ra a polgári főzés, a hásszerelés termelési mennyisége elérte a keresletet
 - A teljes amerikai társadalom szükségletei kielégíthetőek
 - Megvalósulhat a John Stuart Mill-féle „stationary state” („nem mozgó” állapot)
 - Lehetséges lenne pl. a munkaidő-csökkentés
 - De: Profit és növekedésorientáció, a közgazdasági elmélet a háttérben
- 1921-22, „*What's the Use of Money?*”
 - „Hacsak a fogyasztó nem tud megvásárolni, ha meg is van a vásárlóerő???”
rádiók, cigaretták, arcpirosítók, automos hűtők áradata fog a raktárainkban porosodni.”
(Victor Cutter, a United Fruit Company elnöke, 1927 - Benjamin Hunnicutt történész gyűjtése. A brief history of consumer culture, MIT Press, <https://thereader.mitpress.mit.edu/a-brief-history-of-consumer-culture/>)

USA	Termelés	Népesség
1860	100	100
1920	1200	300

Kinek jó valójában a (fogyasztói) jól(l)ét? – A fogyasztói társadalom igaz története

- ELKÖLTHETŐ JÖVEDELEM
 - Magasabb bérek (a több szabadidő helyett – mentális egészség, társas kapcsolatok, elidegenedés)
 - A munka kultúrájának megteremtése (mint erkölcsi kategória)
- FOGYASZTÓI VÁGY
 - Marketing, PR, a fogyasztói kultúra megteremtése
- „SZÜKSÉGLET”
 - programozottan rövidebb termékélettartam
 - szükségletek feltalálása (pl. a női szőrtelenítés és a használhatatlan női zsebek, hogy borotvát és retikült vásároljunk)
 - Stb.

„Az 1948-as életszínvonalunkat most [1991-ben] kevesebb, mint fele annyi idő alatt tudnánk előállítani. Lehetne négyórás a munkanap, vagy hat hónapos a munkaév. Ehelyett többet dolgoznak az emberek ma, mint 1948-ban, és több mint kétszer annyit fogyasztanak.”

Juliet Schor: *The Overworked American* - The Unexpected Decline in Leisure (USA: BasicBooks, 1991). Idézi: Sharon Beder: Consumerism: an Historical Perspective. <https://pacificecologist.org/archive/consumerhistory.html>

„Rendkívül produktív gazdaságunk megköveteli, hogy a fogyasztás az életmódunkká váljon, hogy a termékek vásárlását és használatát rituálékká alakítsuk, hogy a fogyasztásban keressünk spirituális kielégülést, az egónk kiteljesedését. [...] Arra van szükség, hogy a dolgokat egyre gyorsabb ütemben vásároljuk, „elégessük”, pótoljuk és eldobjuk.”

(Victor Lebow kereskedelmi elemző, 1955. A brief history of consumer culture, MIT Press, <https://thereader.mitpress.mit.edu/a-brief-history-of-consumer-culture/>)

Kérdések

- Kié a felelősség
- Mekkora hatalma van az egyes embernek
- Hogyan tudunk mégis hatást gyakorolni
- Mi a tudomány dolga, felelőssége, mik a lehetőségeink
- Empowerment, demokrácia, edukáció, elfogadás, kommunikáció

Kép: Részlet a Mátrix c. filmből
– Humán akkumulátorfarm



**Köszönöm a
figyelmet!**

