

ÚJRA DIVAT A SPÓROLÁS...

Pár éve gyakran smucig alaknak nevezték, aki csak szódát kortyolt a kávézóban, hazait vitt be ebédre a munkahelyére, netán cipőt sarkaltatott. Mára ez megváltozott. Jó húsz éve nagyanyám egyik születésnapomra sárgult füzetet adott ajándékba, amelybe a két világháború alatt felgyűlt tippjeit jegyezte fel. Hogyan lehet a már hordott ruhákat vállfán szellőztetve ritkábban mosni, hogyan készül főtt babból gesztenyepüré-pótlék, sárgarépából sárgabarack-lekvár-helyettesítő, mi a stoppolthatatlannak hitt harisnya foltozásának a titka, hogyan menthető a zsizsikes borsó java, mennyi a legkevesebb liszt, amivel a nagycsaládnak egy levest be lehet rántani... csak mosolyogtam annak idején az archaikusnak vélt tudáson. Ha ma előveszem a füzetet, nem azért teszem, hogy szó szerint betartsam, hiszen háború sincs (szerencsére), és szidoloznom sincs mit (hálistennek). De a szemlélet, amivel az egyéni gazdálkodás a makro-válság mikro-léptékben is jelentkező hatásaira felelhet, aktuális és integrálható. Hiszen beszélgetéseinkben egyre gyakrabban merül fel a téma: ti hol, hogyan, mivel spóroltok? A válasz nemegyszer arról szól, hogyan értékeljük át igényeinket. A vonal, amely elválasztotta nélkülözhetetlenek hitt használati tárgyainkat és luxuscikkeinket, eltolódóban van. S nemcsak Magyarországon: tízből nyolc amerikai megpróbál spórolni.

A Pew Research közvélemény-kutató intézet eredményei szerint ma jóval kevesebben tartják nélkülözhetetlenek a ruhaszárító-gépet, a légkondicionálót, a televíziót és a házimozit, a kábeltévét vagy a mikrohullámú sütőt, mint korábban. Jobban vigyáznak a meglévő masinákra, mert a "hipp-hopp lecserelem" divatja visszaszorulóban van. De a tartós cikkeken túl más dimenziókban is megjelenik a takarékoság attitűdje: a válaszadók közel hatvan százaléka márkaboltok helyett diszkont áruházakban vásárol, és a drága, de márkás termékek helyett az olcsóbbat választja. A választásokat váltások is követik: olcsóbb kábeltévét és mobiltelefon-előfizetést eszközölt a megkérdezettek negyede, pedig ezekről a szolgáltatásokról tudjuk, hogy ha lecövekelt" az ügyfél, nehezen moccan. Az amerikaiak harmada visszafogja az alkohol- és cigarettafogyasztást, ötödük pedig önkezeléssel lát neki ama ház körüli munkáknak, amelyekhez korábban szakembert hívott. Nem spórolunk, hanem racionalizálunk. Mi, magyarok, az áram- és gázfogyasztást fogjuk vissza a Nielsen piackutató felmérése szerint, s ruhára költünk kevesebbet. Igyekszünk olcsóbban szórakozni, nyaralni, csökkentjük a telefonköltségeket, halasztjuk a háztartási elektromos gépeink cseréjét, és kevesebb készített veszünk. A válság nem attól fog elmúlni, hogy igyekszünk megfelelni róla. Mégis, a Szonda Ipsos kvalitatív kutatásának április közepén lezajlott fókuszcsoport-résztvevői sajnos ezt a stratégiát követik, védve kellemes belső világukat, s mint a gyermekek, kívülről remélve a megoldást: valaki tegyen már valamit, hogy kimásszunk ebből. Pedig attól, hogy hártjuk, még itt a válság, sőt, ki is hat mindannyiunk életére. De szeretnénk hinni, hogy pont a mienkre talán nem annyira, s ha látjuk is, hogy a környezetünkben romlik az életszínvonal, próbáljuk nem észrevenni.

Elvégre mi nem szorongunk, hanem megfontolunk, és nem spórolunk, hanem racionalizálunk. A Szonda Ipsos kutatói kétféle válságkompenzáló stratégiát tártak fel: mindenből jutnia kell ugyanúgy, mint korábban, csak most az olcsóbb terméket választja a lakosság, és ez gyakran a minőségvesztés érzését kelti. A másik út a tudatos vásárlás, a közép- és hosszú távú gondolkodás megjelenése. A magyar gyümölcs nem rohad el olyan gyorsan, mint az agyonvegyszerezett tengerentúli változat, a házi tejből készíthetők aludtjeget, míg a dobozosok nagy része alkalmatlan erre. Felfedezzük a nagykiszerelést, kezdjük hanyagolni az eldobhatót, és egyre többen, egyre lelkesebben piacolunk a nagyvárosokban is. Sokak szerint a takarékoság vezethet ki a válságból, de meggyőződésem szerint a takarékoság nem erre való. Mint amikor az elhanyagolt kedvesre kétségbeesve figyelni kezd a másik, mint amikor a kamasz súlyos problémái láttán fejéhez kap a szülő - a baj eljövetelekor nem a megelőzés receptjei fognak segíteni.

De azért nem szabad megfelelni róluk. Apróságok, amelyeket mostanában lesünk el egymástól: egy frufu-igazításért már nem szaladunk be a fodrászatba, öt perc alatt megvan a tükör előtt, cikkcakkosra ritkítva pláne! Sikkes lett tusolni, húsz perc helyett három alatt - ugyanolyan tiszták leszünk, mintha órahosszat áznánk a drága vízben, és feleannyi sampon is épp elég. A ledek már nem világítanak éjszaka: akinek eszébe jut, lemond a háztartási eszközök standby-üzemmódjának áramfogyasztásáról. A tejfölös pohár alján már nem marad ott az a fél kanálnyi, mielőtt kihajítanánk a szemétkébe, a kiürült öblítő flakonba vizet töltve nyerünk egy kézzel mosott darabra egy utolsó adagot.

Ahelyett, hogy feltekernék a fűtést, előveszünk egy pulóvert, a rostos gyümölcslevet felesben hígítva isszuk odahaza. Máshol meg nem is, hisz ki a csuda tud manapság adni pár deciért több száz forintot...