

Mohácsek Magdolna–Vitos Katalin

Fogyasztói szokások a magyarfalusi vendégmunkások köreibben

A migrációs folyamatok vizsgálatának aktualitását nehéz lenne tagadni. Hiszen a migráció kísérőjelenségeiként jelentkeznek azok a társadalmi, gazdasági, politikai és nem utolsósorban csoportlélektani problémák, melyekkel mind a célországokban, mind a kibocsátó társadalmakban találkozhatunk. A 2002-es romániai népszámlálási adatok nyilvánosságra kerülését követően egy erőteljes szociológiai és politikai érdeklődés is mutatkozik a demográfiai tényekből kiolvasható folyamatok értelmezésére, stratégiai tervek vázolására. Ezek a fent említett demográfiai adatok arra utalnak, hogy Romániában a ki/elvándorlás erőteljes folyamat.

A kulturális antropológia és a szociológia területén számos elmélet született a migrációnak a kibocsátó- és befogadó társadalomra gyakorolt hatásáról. Ezekben általában a migránsok olyan társadalmi aktorokként vannak meghatározva, melyek különböző földrajzi, politikai és kulturális határokat lépnek át, különböző kultúrák és társadalmi rendszerek ismerői, ugyanakkor számukra az otthon és a befogadó ország a társadalmi cselekvés egységes színhelye.

Számos, a migrációval foglalkozó korai munkát leginkább a modernizációs elmélet befolyásolt. Ez az elmélet egy kétpólusú elemzési keretet nyújt, megkülönböztetve a kibocsátó társadalom taszító és a befogadó társadalom vonzási elemeit. Ebben a megközelítésben a két közeg egymástól eltérő életstílust (tradicionális – modern) képvisel, amelyek a migráció hatására közelnek egymáshoz. Más szóval a migráció társadalmi gyakorlata egy fejlődési egyensúlymodell létrejövetelét valósítja meg, csökkenti a különbségeket az agrár-falusi és urbánus-ipari övezetek között, mivel a migránsok a megtakarításaikon és befektetéseiken keresztül a változtatás, a változás és modernizáció ágenseivé válnak a kibocsátó közösségen belül (ld. Brettel, 2000:99).

Ennek az elméletnek számos gyakorlati kutatás eredménye ellentmond. A penduláris migrációt kutató terepmunkák eredményei szerint a megtakarítások főleg fogyasztói célokat szolgálnak, mintsem gazdasági befektetéseket eredményeznének, mivel a kibocsátó és befogadó társadalom között olyan nagy lehet a kulturális különbség, hogy a külföldön szerzett tapasztalatok itthoni felhasználása szinte lehetetlenné válik.

A modernizációs elmélet főleg a gazdasági erőforrásokra, a gazdasági lemaradottság kiküszöbölésére fekteti a hangsúlyt. Ugyanakkor nem elhanyagolható az a szempont sem, hogy a migránsok a lokális közösségükbe nem csak gazdasági erőforrásokat importálnak, hanem új normákat, értékeket is közvetítenek.

Mielőtt rátérnénk kutatásunk bemutatására, röviden összegezzük néhány, a témával már foglalkozó kutató eredményeit.

Egy – általunk az egyik legjelentősebbnek tartott – kulturális és gazdasági hatásvizsgálat a KAM által végzett egy évig tartó kutatás a székelyföldi migrációról (Bíró, Bodó, Gagyai, Oláh, Túros, 1996). A KAM-osok a vendégmunka beépített környezetre, társadalmi kapcsolatrendszerre, családi szerkezetre, gazdálkodási gyakorlatra irányuló hatásait vizsgálták. Arra a megál-

lapításra jutottak, hogy a családok a vendégmunkán szerzett pénzt felélik családi szükségleteik kielégítése és a tárgyi környezet bővítése révén. A vendégmunka módosítja a családi időbeosztást, a munkarend ideiglenesen megváltozik, a kapcsolathálók felületileg átrendeződnek, változik a család tárgyi környezete, javul az anyagi helyzete. Mindez azonban nem jelenti azt, hogy jelentős változás érte volna a kibocsátó társadalom szerkezetét, vagyis a vendégmunka hatásai a szerzők szerint nem épülnek be e társadalom lokális, regionális szerkezetébe.

A migráció hatásait vizsgálók közül még megemlíthetjük Hegyeli Attila nevét, aki a moldvai csángók vendégmunkáját kutatta egy Szeged melletti településen. Ő úttörőnek tekinthető a csángók migrációs gyakorlatának feltérképezésében, a kialakult hálózatokat, a migráció kibocsátó közegre gyakorolt hatását és a migráns identitást kutatta.

KUTATÁSUNK TÁRGYA ÉS MÓDSZEREI

Kutatásunk tárgyát az képezi, hogy a gazdaságilag jóval fejlettebb külföldi országokban való tömeges vendégmunka hogyan befolyásolja a gazdasági stratégiaépítést, pénzkezelést, a megtakarítások és befektetések rendjét.

Mindezt a szerzett pénz elköltési módjainak feltárásával, a *fogyasztói minták, szokások* feltárásával próbáltuk megragadni, s eszerint a vendégmunkásokat különböző kategóriákba sorolni.

Kutatásunk helyszínéül egy moldvai csángó települést, Magyarfalut választottuk, ahol jelentős mértékű az Izraelbe irányuló munkamigráció.

Kutatási módszereink kvalitatív jellegűek, 12 interjú elemzésére támaszkodhatunk, amelyből 10 vendégmunkással és 2 ezek hozzátartozóival készült. Csak olyan személyekkel készítettünk interjút, akiknek már legalább öt éve működő saját háztartásuk van. Ugyanakkor számos kötetlen beszélgetést is folytattunk családokkal, fiatalokkal.

A FOGYASZTÁS JELENSÉGE ÉS A MIGRÁCIÓ

A fogyasztói szokások, a fogyasztói szubkultúrák mechanizmusainak tanulmányozásának aktualitása, fontossága nem szorul bizonyításra. A fogyasztásnak nagy szakirodalma van, ennek a szakirodalomnak a bemutatása nem célunk, de elemzésünkben nagy hasznát vettük ezen elméleteknek, segítettek fogalmaink tisztázásában, eredményeink kategorizálásában. Mint a kelet-európai országok többségében, hazánkban is a szocializmus időszakára a vásárlóerő alacsony szintje, a csekély áruválaszték, a fogyasztás korlátozása volt jellemző. A forradalom után lehetőség nyílik vendégmunkásként gazdaságilag fejlett országokban dolgozni, itt pedig új fogyasztói stratégiákkal (fogyasztást gátló hatások helyett fogyasztást serkentő, fogyasztásra motiváló erők), modellekkel megismerkedni, és így kialakulnak a saját fogyasztási módok. A nyugati jóléti társadalmak életkörülményeitől való elzártság után lassan bejutó ismereteket, valamint a nyugati utakon egyre többek által szerzett személyes tapasztalatokat önmagukban is keresletnövelő és fogyasztási vágyakat alakító erőknek tekinthetjük, melyek a kínálat bővülését eredményezik.

Emellett a fogyasztási cikkek hazai tömegtermelésének kialakulása, hazai piacokon való megjelenése maga után vonta a fogyasztás tömegessé válását, mely jelenségek a fogyasztás egy új szakaszának tekinthetők.

A korábbi árucikkek mellé az identitásépítésre és karbantartásra alkalmas árucikkek sorakoztak fel, jól illusztrálva Robert Bocoock (1993) érvelését, miszerint míg a „modern” viszonyok során a termelésben betöltött dolgozói szerepet tekintették az identitás magjának, ezt a pozíciót az identitás posztmodern konstrukciójában a fogyasztói szokások töltik be (Dessewffy-Hammer, 1997:41).

A fogyasztás kutatása is egyfajta paradigmaváltáson ment keresztül, a szociológia, a kultúrtörténet és a gazdasági antropológia területén a termelésközpontú, individualista, utilitáriánus, pozitívista vagy éppen strukturalista és a rendszerszerűséget hangsúlyozó elméleteket fokozatosan felváltották a fogyasztásközpontú kulturalista, fenomenológiai és interpretatív jellegű tanulmányok (Vörös, 1996: 72).

Az elemzésekben megjelenik a vebleni fogyasztó, aki aktívan részt vesz saját vágyainak megteremtésében, bár ezt némiképpen esetlegesen teszi, a társadalmi státusz mindennél fontosabb fenntartása, illetve a társadalmi felemelkedésre törekvése melléktevékenységeként. A fogyasztás aktusának így szociokulturális jelentősége lesz, tehát nem szabad pusztán gazdasági szempontból vizsgálni (Campbell, 1996:129). A modern korban ugyanis az egyének státuszát nem a termelési viszonyok határozzák meg, hanem a fogyasztásában megnyilvánuló szimbolikus tőke, amely az egyén személyes identitásának is kifejeződése (Vörös, 1997:20, ld. még Vörös, 1996:77).

Egy bizonyos társadalmon belül tehát a fogyasztói szokások renddé szerveződnek, kialakulnak a fogyasztói minták. A fogyasztásra irányuló értékek, attitűdök megszabják, hogy mi az ami szükséges, ami illendő, és mi az ami már luxus.

A javak, tárgyak jelentéseket kapnak, a társadalmi státusz mutatójává, az áruk szimbólumokká válnak. Egy bizonyos termék iránti kereslet rendkívül megnövekedhet a csatlakozási hatás, a sznobhatás következtében.

A szociológiának eszerint a fogyasztást kulturálisan kell megközelítenie, azt kell vizsgálnia, hogy különböző csoportok hogyan használják fel a különböző fogyasztói javakat a társadalmi kötelek és különbségek kiépítésére és fenntartására. Losonczy Ágnes (1977) több évtizedes fogyasztáskutató munkája, az életmód tárgyi és anyagi feltételeiről, az értékorientációk életvitelt szabályzó hatásának elemzéséről szóló műve ennek a paradigmának, kulturális megközelítésnek az egyik legszemléletesebb gyakorlatba ültetése.

Az életmódkutatás azért fontos tartalmilag és módszertanilag, mivel emberközpontú. A mindennapi lét legelemibb folyamatából elindulva elemzi az emberi célokat. Azt, ahogyan az ember a társadalmi feltételrendszerhez alkalmazkodva újratерemti önmagát, s önmaga viszonyaival együtt a társadalmat, hogy céljainak megfelelően és a lehetőségekhez képest fenntartsa, megerősítse vagy változtassa (Losonczy, 1997:32).

Az életmódkutatásokban olyan alapvető tényekből indulnak ki, mint az adott tárgyi-társadalmi feltételek, és azt vizsgálják, hogy ezek között a feltételek között mit jelent a mindennapi létfenntartás gondja. Az életmódot a cselekvések olyan rendszereként határozzák meg, amelyet az emberek életük fenntartása érdekében szerveznek meg különböző szintű szükségleteik kielégítése érdekében. Az életmód a fogyasztásban tárgyasul, és ennek egy jó mutatója az anyagi ellátottság szintje.

Az anyagi-tárgyi környezet, a társadalmi viszonyok rendszere az, ami lehetővé tesz különböző életszervezési célokat, az anyagi-tárgyi környezet által is meghatározott társadalmi struktúrában elfoglalt hely határozza meg az emberi cselekvést, gondolkodást (ld Losonczy, 1997: 30–46).

Kutatásunkban a tárgyak jelentését, társadalmi osztályozási megnyilvánulásait próbáltuk feltérképezni mi is a magyarfalusi migráns közösségen belül.¹

Ennek során a tárgyak birtoklására, a tárgyak megszerzésének sorrendiségére, ezek társadalmi értéktartalmára koncentráltunk.

Tanulmányunkban a fogyasztás két típusát különböztetjük meg: *a termelő* fogyasztást, ami alatt a technológiák importját, befektetéseket, újításokat értünk és a *személyes fogyasztást* (jóléti fogyasztás, improduktív fogyasztás), ami az életmód javításába való beruházásokat jelenti.

Ha a migráns család a vendégmunkából szerzett jövedelmét tőkésítette, azaz befektetette valamilyen profithozó tevékenységbe, vállalkozást indított be, újszerű technológiákat vezetett be valamilyen tevékenységi területen, gazdasági szektoron belül, akkor az ebbe a csoportba tartozó személyeket *vállalkozóknak* neveztük el és a jelenséget gazdasági importként definiáltuk. Ha ez az eset nem áll fenn, és a tőkésítés nem következik be, és a szerzett pénz az életvitel, életszínvonal feljavítása vagy egyéb cél érdekében költődik el, akkor kulturális importról beszélhetünk.

Hipotézisünk az volt, hogy a vizsgált társadalom esetében inkább jellemző az életszínvonal növelésébe való beruházás, mint a gazdasági, technológiai import.

AZ IMPRODUKTÍV FOGYASZTÁS

A továbbiakban rátérünk a *jóléti, improduktív fogyasztás* bemutatására, az életmód tárgyi és anyagi feltételeinek vizsgálatára. A vizsgált családok a vendégmunkán szerzett pénzt elsősorban étkezésre, ruházkodásra, gyereknevelésre, lakásfenntartásra, valamint a tárgyi környezet bővítésére fordítják.

Ahhoz, hogy teljes képet nyújthassunk a személyes fogyasztási mintákról, együtt tárgyaljuk a vállalkozók csoportjába sorolt embereket is, hisz termelő fogyasztásuk, tényleges pénzbeli befektetéseik jövedelmükhöz képest csekélyek, és a fennmaradó összegeket, jövedelmük nagyobb részét – mint ahogy a későbbiekben erre bővebben is kifejtjük – ők is az életkörülményeik javítására fordítják.

Adatközlőink megoszlának aszerint, hogy milyen tárgyak megvásárlásáról számoltak be, de – mivel a fogyasztás lehet az én megkülönböztetésének eszköze, az elkülönülés, a státusz jelölője, ugyanakkor lehet az elfogadott értékekhez való igazodás is – különbséget tehetünk közöttük aszerint is, hogy hogyan értékelik ezeknek a tárgyaknak a meglétét, vagyis egybeesik-e az ellátottság szintje az igényszinttel.

Erre felállítottunk egy tipológiát, amely nem egészen elméleti megalapozottságú, inkább operacionális szempontból könnyítette meg munkánkat.

Egyik fontos mutatónk a pénzhez való viszonyulás. Megfogalmazódott az a kérdés, hogy a pénzszerzés *cél* (biztonság megteremtése, gyűjtés, felhalmozás, és emellett csak a szükséges élelem és ruha beszerzése jellemző), a *tárgycentrikus fogyasztás eszköze* (nemcsak létfenntartás, ru-

¹ Érdemesnek tartjuk annak a vizsgálatát is, hogy a vendégmunka következtében létrejön-e életmódbeli változás a fent említett településen. Azonban hogy ezt vizsgálni tudjuk, több adat kellene a rendelkezésünkre álljon, ugyanakkor ez több terepmunkát és longitudinális vizsgálatot igényelne.

házkodás, hanem presztízstárgyak beszerzése, lakásbővítés stb.) vagy már lehetőség (a luxus, a gondtalanság, utazás stb. jelképe).

Tipológiánkban, elkülönítési stratégiánkban a migránsok lakáskörülménynek feltérképezése is jelentős szerepet játszott, hiszen leginkább a lakásban fejeződik ki az elkülönülés, a társadalmi rend tudott és gyakorlott elosztási rendszere.

A lakáskülönbségek az egyének múltbeli státusát is jelzik, hiszen ez egy olyan tényező, ami nehezen alakítható át. Fontos a lakás alakja, stílusa és belső felszereltsége. Ezért mutatóként kezeltük a ház építőanyagát, stílusát, a folyóvízzel való ellátottságát, a fürdőszoba és angolvécé meglétét.

A referenciarendszer az adatközlőink szempontjából a városi, és nem a külföldi életstílus, emellett a többi Izraelben dolgozó vendégmunkás is referenciacsoportként minősíthető. Ezekhez hasonlítva mutatják be az emberek saját háztartásukat, többször tesznek utalást a többi „izraelesre”.

Az említett mutatók alapján négy típust különböztettünk meg.

Az első a „*tradicionális típus*”, amire hiánypótló fogyasztás, egy- két olyan tárgy (általában tévé, hűtőszekrény) beszerzése a jellemző, ami a lemaradást hivatott csökkenteni. A házak földből épültek, nincs bevezetve a víz és nincs fürdőszoba. Az említett tárgyak csak rátétek, valójában stílusukban különböznek a lakberendezéstől.

Ezt az S. Nagy Katalin (1997:50) által csatlakozási hatásnak², sznobhatásnak nevezett jelenséget csak két esetben figyeltük meg és inkább az idős korosztályt jellemezte.

A többség esetében ez a hatás nem figyelhető meg. Már létezik egy kialakult fogyasztási rend, amihez igazodtak, mindenki tudja, hogy mi az, ami „kell” egy háztartásba, ezeket a javakat már be is szerezte, és ezek nem tűnnek ki a lakásbelsőből.

Ebbe a második, „relatív deprivációt megelőző” csoportba tartoznak azok, akik számára a *parabola, színes tévé, videó, kazettafőn, új konyha és szobabútor, perzsa szőnyeg, mikrohullámú sütő, kávéfőző stb.* cikkek már nem presztízstárgyak, legalábbis veszítettek presztízstértékükből. Ezen javak megvásárlása inkább a konformitás jeleként értelmezhető, vagyis nem más, mint a normalizált fogyasztói szokások elsajátítása, az ezekhez való igazodás.

Adatközlőink többsége, miután kérésünkre felsorolták, hogy milyen tárgyakat vásároltak az utóbbi öt évben, ezeket a háztartási cikkeket, berendezéseket a legszükségesebbeknek titulálták.

„[pénz] Az az ide, deci în casă jött: frigider, televizor, congelator, aur... strictul necesar [tehát a házba jött: hűtőszekrény, televízió, fagyasztó, arany... a legszükségesebb] hogy mondjam” „[gépvásárlás?] hamarabb kell valami strictu necesar az életbe” „egyelőre parcă volt pentru strictul necesar, aztán még elgondolnád hogy...” (B. S.)

„... în casă ce trebuie, televizorul, frigider... ne-am tras telefon, cablu” (T. M.) [a házba ami kell, televízió, hűtőszekrény, telefon, kábeltévé]

² 1–2, a hovatartozási osztály szempontjából reprezentatív tárgy jelenléte a lakásban, mely stílusban különbözik a többitől.

„A pénz mindig kell, a gyerekek kell tanuljanak” „[Még mit vettek?] Egyebet semmit, mondom csak házat építettünk, fürdő, csempe, kályha, minden, minden, tévé, videó...” (C. V.)

„Hát hazahoztuk, s né, csináltuk ... a lakást” (G. D.)

„Kocsit vettem, garázst csináltam, kutat építettem, konyhát... mosómasin, frigider, színes tévé, kazettafon, videó, ..., szekrény, kávéfőző, mikrohullámsütő Németországból, deci [tehát] minden ami kell” (B. I.)

Az ebbe a típusba tartozó családok jellemzője az, hogy a saját státusuknak megfelelő életmód fenntartása, a referenciacsoporthoz való igazodás sokba kerül, nem veszik észre a beruházások jelentőségét, nem érzékelik a fejlődést.

Vannak olyan életmódbeli befektetések is, amelyek kevesebb családra jellemzőek, kevesebb háztartásban fordulnak elő, ilyenek az *autóvásárlás* (csak Dacia), *víz bevezetése a lakásba*, *fürdőszoba építése*, *kőből épült ház*, mely tárgyaknak, felszereléseknek már észlelhető presztízisértéke van a faluban.

„Mennyi kocsi van itt a faluban, nincs az egész comunában [községben].... Kijött a ziarul local [helyi újság] Bákóból s a polgármester mondta, hogy Ariniban [Magyarfalu] 30 új kocsit jegyeztek be.” (F. R.)

Beszélgéseink során számos falubeli az izraeli vendégmunkával, és az előrehaladottsággal asszociálják ezen tárgyak meglétét.

„Olyan házuk volt, hogy volt ottan minden mint a városon, gresia, fiantă, baie,... [homokkő, fajánsz, fürdőszoba], ezek már előbbrehaladtak, izraelesek.” (I. F.)

Nemcsak a kívülállók, hanem az ebbe a csoportba tartozók is érzékelik ezt a fejlődést, ezért őket „fejlődőknek” neveztük el.

A többiektől teljesen elütő volt egy háztartás *újító* jellege miatt; a ház méreteiben is kitűnik a többi közül, *központi fűtéssel* van felszerelve, két *színes televízióval* és egy *számítógéppel* is rendelkezik. (A számítógépet csak játszásra használja egy hat éves kislány.) Ez a háztartás az általunk vállalkozóknak sorolt személyek egyikéé, aki házat egy magyarországi katalógusból vett tervrajz alapján építette. Csak ez a család rendelkezik *nyugati autóval*, itt már megjelenik a *kocsisere* igénye is.

„Központi fűtés van itt, minden, garázs van a ház alatt..., hát ilyen nincs senkinek. Az embereket nem érdekli vagy nem értenek hozzá... Mindenki úgy csinálja a dolgokat, ahogy a feje viszi.” (F. C.)

„Az én álmom mindig az volt, hogy legyen egy nyugati jó kocsim. Úgy döntöttünk, hogy elmegyünk és veszünk egy újat, és az idén vettünk egy új kocsit, ugyanilyent, Volkswagen Golf.”

TERMELO' FOGYASZTÁS, VÁLLALKOZÁSOK

A vállalkozók csoportjába a vizsgált esetek közül három szolgáltatás jellegű vállalkozás sorolható. Ezekről fontos megjegyezni, hogy egyik sem minősíthető kiterjedt vállalkozásnak, a vállalkozók nem mozgósítanak falun belüli munkaerőt, a vállalati tevékenység nem igényel magas képzettséget, szaktudást, nincs szükség működési stratégiák kidolgozására.

Tehát a vállalat létrehozása, megtervezése nem bonyolult folyamat. A vállalkozók olyan piacokra lépnek be, amelyeken nincs számukra konkurencia, lokális szükségleteket elégítenek ki. Tőkebefektetésük alacsony – vagy nagyon kevés tőkeeszközzel működnek vagy csak a kapcsolati tőkére épülnek –, kockázatvállalásuk minimális, annyiban nevezhetők vállalkozásnak, hogy profitorientált tevékenységek. Mindhárom vállalkozó egyéb megélhetési forrásokkal is rendelkezik, és célja nem a vállalkozás fejlesztése, a tevékenység bővítése.

Ez a típusú önfoglalkoztatás³ (kisvállalkozás), természetes is, hiszen a vállalkozók képzettsége, anyagi erőforrásai, piaci lehetőségeik ezt teszik lehetővé.

Hogy alátámasszuk a vállalkozások jellegéről nyújtott képet, mellékeljük ezek részletesebb bemutatását is.

A vállalkozók közül ketten (apa és fia) azzal foglalkoznak, hogy jutalék fejében megszervezik a magyarfalusi férfiak csoportos kimenetelét Izraelbe, munkavállalási engedélyt szereznek, valamint munkahelyet biztosítanak ezeknek. Mindezt egy már látott modell alapján működtetik.

„... mennyi kezen értem bé, hogy ismerte ez Bákóból, Bukarestből s aztán azon keresztül beértem. Aztán megismerkedtünk azokval a zsidókkal, mondjam úgy... s nem még mentünk senkin keresztül. S jobban nyertünk mint amikor viszen úgy valaki.” (F. R.)

Ez a tevékenység elsősorban a kapcsolati tőke mozgósításán, minimális anyagi- és időbefektetésen alapszik, és helyi szükségletet – a munkaerő-felesleget – aknáz ki.

„tartom a kapcsolatot mindenkivel, minden héten beszélünk telefonon”, „nekem nagyon sok haverom van ott, aki telefonál állandóan, be szoktak jönni állandóan, bárki idejött hozzánk, meglátogatott, szóval örömmel fogadtuk” (F. C.)

Úgy néz ki, hogy elsősorban azok próbálnak vállalkozni, akik gyakoribb, szorosabb kapcsolatokat alakítanak ki a befogadó közösség tagjaival.

A kezdeményezők viszont nem értékelik vállalkozásként ezeket a tevékenységeket. Számukra a szervezői tevékenységük nem olyan fontos, mint az ott végzett fizikai munka, ezt is jelölik meg fő jövedelemforrásukként.

A másik vállalkozás is a lokális szükségletek kielégítésére épül – a falu gyenge infrastruktúrája miatt a közlekedést biztosító mikrobuszjáratot indított a vállalkozó (B. I) – és szintén egy

³ Rossz munkaerőpozíciójú, munkanélkülivé vált emberek kevés tőkével, minimális beruházással munkahelyet teremtenek maguknak. Kuczi Tibor (1998) meglátásában ezek nem vállalkozók abban az értelemben, hogy valójában munkájuk értékesítése képezi a jövedelmüket, nem pedig a vállalkozói tevékenységük (munka és tőke kombinálása).

már meglévő modellt követ (már létezik egy buszjárat, amely egy másik közeli városba szállítja az embereket).

Megállapíthatjuk, hogy tulajdonképpen technológiák áramlatáról, termelő fogyasztásról, jelentős befektetésekről nem beszélhetünk, hiszen ritka az olyan eset, hogy a kilépés során szerzett jövedelemmel egy család vállalkozásba fogjon; a legtöbben teljesen elhatárolják magukat a vállalkozás gondolatától is, úgy tűnik, hogy teljesen idegen nekik ez a mentalitás, életforma.

„nem viszen rá a fejem”, „nincsen rá para és ahhoz kéne egy îndrumător [irányító]” (B. S.).

A már bemutatott vállalkozásokból az is kitűnik, hogy ezek csak próbálkozások, és a létrehozók csak „másodlagos kereső tevékenységként” látják ezeket.

Tehát a vendégmunkások között nem figyelhető meg az a kapitalizálódási, „polgárosodási” folyamat, amely a vállalkozások kialakulásában, termelő fogyasztásban (tőkebefektetésekben) nyilvánulna meg.

Az általunk tárgyalt „vállalkozások” (próbálkozások) alkalmi jellegűek, ráépülnek a már meglévő társadalmi modellekre. Mégis érdemesnek tartottuk külön tárgyalni őket azért, hogy érzékeltesük azt az árnyalatnyi különbséget, ami köztük és a többi interjúalany között fennáll.

A MEZŐGAZDASÁGI TERMELÉSHEZ VALÓ VISZONYULÁS

Meghatározónak tartottuk a mezőgazdasági termeléshez való viszonyulás vizsgálatát is, az ehhez kapcsolódó mentalitások, társadalmi gyakorlatok mérését.

A kommunizmus idején el volt hanyagolva a mezőgazdasági szektor, Moldvában – akárcsak az egész országban – 1965-től 1989-ig a mezőgazdasági termelés jelentősen visszafejlődött. A rendszerváltás után az új politikai hatalom megpróbálta visszaszolgáltatni az elvett földeket. Habár gyakorlatilag megvalósult a mezőgazdaság privatizálása, jogilag még nem tekinthető befejezettnek. Moldvában a privatizáció következtében oly mértékben felaprózódtak a földek, hogy nem tudják biztosítani a családok megélhetését. Jelenleg a moldvai családok átlagosan 0,5–5 ha nagyságú földet birtokol, ezek több parcellából állnak, nem alkotnak egységes területet (Pozsony Ferenc, 2002:165–166).

Mint a romániai falvak többségében, Magyarfaluban is egyik fő megélhetési forrás a családi munkaerőre támaszkodó, természetes, önellátásra berendezkedett mezőgazdasági termelés, s a legelterjedtebb életforma a paraszti-, vagy paraszt-munkás életforma.

Vizsgálatunk arra irányult, hogy megjelenik-e valamilyen formában a nyugati minta eltanulása, használnak-e a falu mezőgazdasági potenciálja függvényében új mezőgazdasági technológiákat, gépeket, művelési módszereket, elképzeléseket, és megpróbálnak-e átállni egy modernebb, ipari mennyiségben termelő mezőgazdaság művelésére.

Ilyen esettel nem találkoztunk interjúalanyaink körében; egy próbálkozás létezett: F. R. vásárolt egy traktort, „hogyan valamibe verje a pénzt”, de nem azzal a céllal hogy vállalkozásba kezdjen és ezt migráns mivoltával indokolta: „...mert hiába tartottam, mert máshol dolgoztam”.

Egy speciális esettel is találkoztunk, egyik interjúalanyunk (F. C.) *teljesen elhatárolja magát* a mezőgazdasági tevékenységtől.

„...én nem szeretek foglalkozni az ilyennel, nincs [föld]... nem foglalkozunk az ilyennel, s hogy megmondjam őszintén miért nem is érdekel a dolog, mert itt az emberek még a marhával szántanak, meg csinálják a dolgokat. Ezelőtt 2000 évvel ugyanígy csinálták... Én azt mondom, hogy 2000 év múlva ugyanazt a dolgot csinálni nem érdemes. Nem is lehet csinálni. Vannak olyan helyek, ahol nem is lehet elképzelni aztat, hogy még így lehet csinálni a mezőgazdaságot.” (F. C.)

F. C. a továbbiakban is az izraeli építkezéssel vagy más nyugati államban való munkával akar foglalkozni. Ez magyarázható azzal is, hogy ő a legfiatalabb, rugalmasabb. Emellett belenőtt ebbe a migráns életformába, 10 éve külföldön dolgozik, és mikor ebbe belekezdett, még nem volt saját működő háztartása.

A többség viszont megőrzött egy tradicionális gondolkodásmódot. Közöttük felismerhető azoknak a csoportja, akik nem tartják nyereségesnek az általuk folytatott mezőgazdasági tevékenységet, de ez a *modernitás csak mentalitás szintjén jelenik meg, cselekvéseik ezt nem tükrözik.*

Ez abban nyilvánul meg, hogy, habár belátják hogy a föld megművelése nem gazdaságos, befektetés-nyereség modellben kalkulálnak, felszámítják a saját munkaerejüket „ha megdolgoznom s eladnám, plusz a saját munkaerőm, akkor nem veszem ki az árát” (F. R.) mégis ragaszkodnak visszakapott földterületeikhez, nem adnak el belőle, és nem vagy csak nagyon keveset hagynak megműveletlenül.

„Vannak marháink, disznyóink, van amivel foglalkozunk” „[a földet] megszántjuk marhákkal.”; „nevelem a disznyót, van két koca s hat kisebbbecske, de minék kell nekünk a disznó?! De ha úgy szoktuk, hogy kínlódjunk...” (F. R.); „van egy tyúk, van egy réce..., van egy lúd, egy disznó... mennyi nekünk kell. Én nem adtam el semmit... Mindsem megvegyed... én nem veszek se kukoricát, se pityókát, mert van nekem.”

„Tehént befogni, ez már csak csudalátni.”, „Nem nagyon is éri meg, mert nincs mivel megdolgozzuk ezeket a földeket.”, „Drága a műtrágya, most vettem három zsákot... ha megvenném a gabonát, olcsóbban kijönne.” „Jobban megéri gabonát venni, mert akkor eléfelé megyek.” (C. V.)

„Mennyit elköltesz, cam [körülbelül] annyit kiveszen, többet nem vesz ki. Amennyit elkölt, szántó, kapáló, vető, ez drága.” (B.)

Ezek az interjúalanyok nincsenek rászorulva a mezőgazdasági termelésre, ez nem létfeltétel számukra. Mobilisak, többször hangoztatják is, hogy akármikor elmehetnek és ott nagyobb a jövedelmük is.

„Hogyne, akkor megyek mikor akarok, s ha nem oda, akkor máshova.” (B. I.)

Egy másik elkülönülő csoporthoz tartoznak azok, akik a föld megművelését *követendő normának, a földet értéknek tekintik*; számukra a „jó ember”, „dolgos ember”, „ügyes ember” az aki nem hagyja megműveletlenül a földjét.

- „Ej, nem marad nekünk megműveletlenül, mert megdolgozzuk mind.” (T. I.)
„[Hagyott-e földet megműveletlenül?]... melyik nem szeretett dolgozni, az hagyott.” (B. I.)
„Traktor? Nem. Nekem van két tehenem, bornyú, disznó. Megszántjuk, megkapáljuk, termel... Ha nem adunk, akkor nem ad ő.” (T. I.)
„Hát milyen gépekvel? Tehenyekvel” (B. I.)
„[Gépet nem akar venni?] Nem érdemes, drága. Mennyi földünk van, azt már még megbírjuk dolgozni.” (B. I.)

A feldolgozott interjúkból arra a következtetésre juthatunk, hogy a családok nem változtatnak a földművelési módszereiken, továbbra is állatokkal szántanak, kézi munkaerőt alkalmaznak, nem szakosodnak.

A mezőgazdasági termelésben nincsenek lényegi változások, a hazatérők nem vesznek olyan gépeket, eszközöket, amelyek átalakítják strukturálisan a termelést (traktor, vetőgép, kaszálógép stb.), csak kiegészítő eszközöket (fúrógép, cirkula, druzsba), melyek megkönnyítik a ház körüli mindennapos tevékenységeket.

A kommunizmus időszakában az általunk vizsgált magyarfalusi férfiak, valószínűleg az iparosítás és kollektivizálás kettős nyomása alatt, felhagytak a teljes munkaidejű mezőgazdasági tevékenységgel és nagyrészüket az iparban vállalt állást, ingáztak a környező városokba és, egyikét kivételtől eltekintve, az építkezésben dolgoztak. A forradalom után a visszakapott földek, a nagyméretű elbocsátások az ipari munkahelyekről a családi mezőgazdasági termelés újraalakulásának kedveztek. A hagyományos önellátó tevékenységre való berendezkedés a jelenben is fennmaradt, amikor ez már nem létszükséglet, mivel a jövedelmek jelentősen megnövekedtek (a munkások havi 400-600\$-t küldenek haza). A mezőgazdasági tevékenység folytatása ellenére az általunk vizsgált magyarfalusiak elsősorban bérmunkások. Megélhetésük fő forrása továbbra is a bér és a fizetés, amit jelen esetben külföldön végzett munkával szereznek meg és ez a bér jóléti fogyasztói szükségletek kielégítését szolgálja.

Magyarfalu mezőgazdasága – mint az egész régióé – gyengén fejlett, és a mezőgazdaság fellendítésére tett kísérletek jogi és adminisztratív akadályokba is ütközhetnek. Másrészt, mint ahogy Pozsony (2002:167) megállapította a moldvai falvak gazdasági életére vonatkozóan, a földek intenzív (gépesítés, új technológiák stb.) és extenzív fejlesztése Magyarfaluban is olyan anyagi erőforrásokat és szakmai képzettséget igényelne, amelyekkel a földet birtokló idősebb és középkorú népesség nem rendelkezik.

KÖVETKEZTETÉSEK

Tanulmányunk egyik végkövetkeztetése az, hogy a migránsok megtakarításai inkább a személyes fogyasztást szolgálják, mintsem gazdasági befektetéseket, mivel a külföldön tanult minták alkalmazása az otthoni kontextusban nehézségekbe ütközik. Ez lehet az egyik ok, amiért az általunk vizsgált településen nem valósulhat meg a modernizációs elmélet által hangoztatott egyensúly modell, amelyben a migráció a periférikus területek fejlődését, szerkezeti átalakulást eredményezné.

A fogyasztási módokat figyelve elmondhatjuk, hogy létezik technológiai fejlődés, anyagi gyarapodás, de az emberek többsége nem tudja ezt megfelelően befektetni. Ez egy fennálló tradicionális mentalitásra utal, melynek egyik megnyilvánulási formája az aranyvásárlás⁴, a teaurizáció jelensége.

A pénz az emberek számára inkább biztonsági funkciót lát el, a cél nem a kamatoztatás, hanem félretevés a rosszabb időkre, és / vagy a tárgyak felhalmozása. A magyarfalusiak egy olyan lehetőségként látják a migrációt, amely háztartásuk fenntartását, sőt inkább ennek gazdagítását szolgálja.

⁴ Pontosabban nem mértük, hogy milyen jelentéseket fűznek az aranyhoz, de úgy véljük, hogy az aranyvásárlás egy tradicionális fogyasztási gyakorlatnak tekinthető.

FORRÁSJEGYZÉK

Bíró A. Zoltán–Bodó Julianna–Gagyí József–Oláh Sándor–Túros Endre: „Vándormunka – otthonról nézve. A Székelyföldről Magyarországra irányuló vendégmunka hatásai a kibocsátó közegre”. Összefoglaló tanulmány. In *Elvándorlók? Vendégmunka és életforma a Székelyföldön*. Csíkszereda, 1996, Pro-Print Könyvkiadó.

Bíró A. Zoltán–Bodó Julianna–Gagyí József–Oláh Sándor–Túros Endre: „Gazdasági elit a Székelyföldön”. In *Változásban? Elemzések a romániai magyar társadalomról*. Csíkszereda, 1995, Pro-Print Könyvkiadó.

Bodó Julianna: „Az időszakos migráció hatása az egyéni és a családi életvezetésre”. In *Elvándorlók? Vendégmunka és életforma a Székelyföldön*. Csíkszereda, 1996, Pro-Print Könyvkiadó.

Brettel, B. Caroline: „Theorizing Migration in Anthropology. The Social Construction of Networks, Identities, Communities and Globalscapes”. In Brettel B. Caroline–Holliefield, F. James (szerk): *Migration Theory. Talking Across Disciplines*. London, 2000, Routledge.

Campbell, Colin: „A modern fogyasztói éthosz rejtélye”. In *Replika 1996. 21–22*, p.117–139

Hammer Ferenc–Dessewffy Tibor: „A fogyasztás kísértete”. In *Replika 1996. 26*, p.31–47

Hárs Ágnes: „A nemzetközi migráció néhány problémájáról. Szakirodalmi áttekintés”. In *Szociológiai Szemle 1999. 2.*, p.123–137.

Hegyeli Attila: „*Mint a gomba, ide benőttek...*” *Moldvai csángók vendégmunkája Magyarországon*. Kézirat, 1998.

Kuczi Tibor: „Vállalkozói kultúra – az életutak finalitása”. In *Replika online*. www.replika.hu, 1998. 29.

Losonczi Ágnes: *Az életmód az időben, a tárgyokban és az értékekben*. Budapest, 1977, Gondolat.

Magyari Nándor: *Az erdélyi kivándorlás háttérének összetevőiről*. Kézirat, 2002.

Massey, Douglas S.–Arango, Joaquin–Hugo, Graeme–Kouapuci, Ali–Pellegrino, Adela–Taylor, J.Edward: „Theories of International Migration: A Review and Appraisal”. In *Population and Development Review*. 1993. 19. 3., September, p.431–466.

Ozsváth Gábor Dániel: *Székelyek és csángók a csölyospálosi homoki gazdaságokban*. Kézirat, 1999.

Pozsony Ferenc: *Ceangăii din Moldova (A moldovai csángók)*. Kolozsvár, 2002, KJNT.

S. Nagy Katalin: „Fogyasztás és lakáskultúra Magyarországon a hetvenes években”. In *Replika* 1997. 26., p.47–55.

Vörös Miklós: „Fogyasztás és kultúra”. In *Replika* 1996. 21–22., p.77–81.

Vörös Miklós: „Életmód, ideológia, háztartás. A fogyasztás politikuma az államszocializmus korszakában”. In *Replika* 1997. 26., p.17–31.