

Dr. Kadosa Marcel: A vevőközönség nevelése.

Hírt adtunk legutóbbi számunkban arról a 3000 márkás pályadíjról, amelyet a német szabadkőművesek szövetsége tűzött ki egy, a vevőerkölcsök szociális jelentőségét tárgyazó mű jutalmazására.

Abban a két nagy ágazatában a társadalom gazdasági életfolyamatának, amelyet termelésnek és fogyasztásnak nevezünk, eddigelé úgyszólván teljesen elhanyagolt terület volt a fogyasztás. A kapitalizmus problémái, amelyek az elmúlt félszázad közgazdasági és társadalomtudományi irodalmát lefoglalták, majdnem kizárólagosan a termelés oldaláról foglalkoztak a kérdésekkel. Annak úgyszólván az eszméje se merült fel, hogy igen sok kérdést meg lehet oldani emerről az oldalról, a fogyasztás oldaláról is. Csak újabban, amikor amazon az oldalon, a termelés oldalán talán minden kérdés ha nincs is megoldva, de kereszttül-kasul van dolgozva, most kezd a világ komolyabban foglalkozni a fogyasztóközönsséggel és azokkal az eszközökkel, amelyekkel erről az oldalról lehet hatni a gazdasági életre.

Felületes szemlélettel is meg lehet állapítani és épen ezért köztudomású is például, hogy vannak egész társadalmak, amelyek nagyobb ellenállást fejtenek ki az indokolatlan drágítások és ellenszolgáltatás nélkül való igényekkel szemben, mint mások. Így egészen közmondásos Európában a németek ebbeli szívós magatartása. A németektől valósággal irtóznak mindenütt azokon a helyeken, ahol a fogyasztóközönsség fosztogatása önálló termelési ággá fejlődött, de a németek azért mindenütt keresztülviszik a maguk elveit és kierőszo-ko-lják a megfelelő berendezkedéseket és viselkedéseket. A borraivalótullicitálás, a koldulás, az észszerű árártól való egészen hihetetlen eltávolodás a fogyasztó érdekeivel ellenkező irányba: ez mind megszűnik ott, ahol a német megveti a lábát. És ez a hasznos vevő-erkölcs egész sereg parazitának a megélhetését teszi lehetetlenné és megszünteti egyszersmind azt az eszte-len pazarlást, amely a parazitassággal rendszerint együtt szokott járni.

De ez csak egyik és pedig picike területe a vevő-erkölcsök nevelésének, amelynek rengeteg működési

köre van. Amerikában már hatalmas szervezetei vannak a fogyasztóknak, amelyek jelentékeny eredményeket tudnak felmutatni. Csak néhányat akarok azon irányelvek közül említeni, amelyek érdekében e szervezetekben az agitáció és oktatás folyik.

1. Küzdelem a silány áru ellen. A silány holmi olcsó árában hogy tulajdonképpen nagy drágaság rejlik, ezt már régebben is tudták az emberek, sőt ki is fejezték az „olcsó húsnak híg a leve”, „nincs elég pénzem ahhoz, hogy olcsó holmit vásároljak” és egyéb ilyen mondásokban. De a kérdés mélységeibe csak most kezdünk leereszkedni. A silány holmi fogyasztása óriási pazarlást jelent a nemzetgazdaság és a jövőendő nemzedékek szempontjából is. Az anyag korlátolt mennyiségben áll rendelkezésünkre és a legvilágosabb közérdek, hogy a nyersanyag, amely egyszer megszűnt ilyennek lenni feldolgoztatása által, minél hosszabb ideig szolgáljon a társadalomnak és minél későbbben tűnjön el végképpen az emberi rendeltetés köréből. A háromszáz éves szekrénynek e háromszáz évében fontosabb érdeke is van az emberiségnek, mint amit a régiség furcsasága és tanulsága képvisel és más okból is magasan fölötte áll a silány vásárló tömegmunka-szekrénynek, amely tíz év múlva tűzre fog kerülni. De az anyag és a feldolgozás silánysága még a maga mivoltában rejlő okon kívül is siettetni a pusztulását az ilyen holminak. Nemcsak azért megy tönkre, mert silány, hanem azért is, mert értéktelensége, olcsósága és silánysága miatt a gondosság is sokkal kisebb mértékben nyilvánul meg vele szemben, mint avval a holmival szemben, amelynek a megszerzése olyan áldozat, hogy egy életben csak egyszer vagy egyszer se engedheti meg magának az ember.

2. A vevőközönség szociálpolitikai érzékének nevelése és hasznosítása a dolgozó társadalom érdekében. Egy hatalmas és öntudatos fogyasztószervezet meg tudja azt akadályozni, hogy emberek minden cél nélkül kizsákmányoltassanak és kínoztassanak senki és semmi másnak, mint eliminálható rossz szokásoknak az érdekében. Ilyen az üzleteknek bizonyos órákon túl nyitva tartása, a vasárnapi munka, gyermekeknek a hajnali órákban való hajszolása stb., amire semmi szükség sincsen, mert különösen a közvetítésben hosszabb munkaidő egyáltalában nem jelent több eredményt is, hanem csak ugyanolyan eredménymennyiségnek az elosztását hosszabb időegységre. Az amerikai szervezetek különben nem csupán a kereskedelemnek, hanem magának a termelésnek a szociálpolitikájába is belenyúlnak, amennyiben nem emberséges körülmények között dolgoztató termőhelyek árúit bojkottálják, avagy az ellenkező körülmények között készültet favorizálják és ezzel máris pompás eredményeket értek el.

3. Küzdelem az újdonsághajhászás ellen. Ennek szoros összefüggése van az áru silányságával, mert minden évadban újabb és újabb formákat, sőt néha egy-egy saisonban két-három változatot is piacra hozni : ezt csak az áru silánysága teszi lehetővé. Kiváló minőségű, hosszú életűnek szánt holmi mellett ilyen gyors változata a formáknak és kiszorítása a réginek nem lehetséges, mert ekkora pazarlást semmiféle társadalom nem tudna elviselni.

Látnivaló: nagyon sok oldalról közelítheti meg a gazdasági élet irányítását a fogyasztás: a vevőközönsség. De hogy elkezdődjék ez a beavatkozása, ahhoz minde-nekelőtt az kell, hogy folytonos ismétlés, folytonos tárgyalás és hangoztatás által ennek az akciónak a jelszavai és igazságai épen úgy a vérebe oltassanak a nagyközönsségnek, mint ahogyan a vérebe mentek át a termelés oldalán folytatott akció jelszavai és igazságai. Akik a társadalom dolgaival foglalkoznak nem zárko-zhatnak már sokáig el ennek a mozgalomnak a felkaro-lása elől.