

# **Gazdaságfilozófia esszé az ideológiák kiegyensúlyozottságáról**

**Mártér Rajmond<sup>1</sup>**

## **I. Bevezetés**

A XXI. században egyre nyilvánvalóbb, hogy a klasszikus ideológiai modellek, legyenek akár neoliberais, konzervatív vagy marxista jellegűek, önmagukban, egyedülként nem képesek átfogó és fenntartható válaszokat adni a globális és lokális gazdasági és társadalmi kihívásokra, kérdésekre, illetve nem is szabad teljes mértékben az egyikre vagy másokra hagyatkozni, mert abban az esetben torzulhatnak. Az emberi méltóság, a közösségi összetartozás, kapcsolódás és az identitás iránti igény újra előtérbe kerül, nem dogmatikus és erőltetett módon, hanem reflektív módon. Ezért úgy vélem, hogy az ideális gazdaságfilozófiai világkép nem egy egyetlen ideológián alapuló rendszer, hanem egy kiegyensúlyozott értékalapú szintézis, amely a nemzeti identitást, a közösségi szolidaritást és az egyéni szabadságot emeli be egy komplex, mégis élőhető sémába.

## **II. A szintézis alapjai**

A gazdaságfilozófiai világvázlat alapja az, hogy az ember nemcsak potenciális fogyasztó, hanem értékhordozó és kultúrahordozó közösségi lény. Ezt a szemléletet támasztja alá Müller Andor gondolata is: „A nemzeti öntudat ugyanis nem azonos a 'mások' kirekesztésével”, hanem olyan komplex fenomén, amely többek között érzelmi, történeti és kulturális rétegeket hordoz, sőt, kreatív potenciállal bír (Müller, 2022: *A nemzeti identitás, mint fenomén*, 3. sk.).

A gazdaság célja nem pusztán az anyagi javak előállítás, hanem a közösség fenntartása és a kulturális örökség megőrzése. Ennek megfelelően a gazdasági struktúrákban is hangsúlyt kell kapnia a közjó fogalmának, amely, ahogy Páll Imre Borisz hangsúlyozza „a nemzeti értékek és teljesítmények továbbadásában valósul meg, s ezáltal a nemzeti identitást szilárdítja meg” (Páll 2022, 5. old.).

Ebben a modellben az állam nem kizárólag piacszerző, hanem kultúravédő és szolidaritás-alapú szereplő, amely támogatja a hagyományos közösségeket, az identitásalapú vállalkozásokat és az értékalapú termelést. Ez nem valamiféle konzervatív bezárkózást jelent, hanem egy újfajta identitásörző kapitalizmust, amely elutasítja a kizsákmányolást a gyökerektől való (teljes)elszakadást, de nem tagadja a piaci mechanizmusokat sem és ezeket szem előtt tartva vesz részt a versenyben.

## **III. Realista kritika**

Ugyanakkor az ilyen világkép megvalósításának számos akadály van. Először is, a globális kapitalizmus rendszere, amely (mellék)termékei sok esetben elidegeníti az embereket saját hazájuktól és hagyományaiktól, egyfajta „amerikanizmust” generálva, amiből kitekinteni és kiválni főként a fiatalabb generációnak nehéz, mivel a rohamosan változó trendek, az online

---

<sup>1</sup> Neumann János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar hallgatója (2025)

térben való megfelelési kényszer és a FOMO-hatás<sup>2</sup> miatt öntudat nélkül hajszolják ezeket a viselkedési, megjelenési formákat.

Másrészt a politikai ideológiai tér is túlságosan polarizált. Müller (2022) szerint az ideológiák természetüknél fogva hajlamosak egymást kiszorítani – pedig egyensúlyra van szükség a diktatúrák kialakulásának megelőzése érdekében. Ez az egyensúly azonban sokszor illúzió marad, amikor a gazdasági racionalitás politikai hatalomvágyba megy át.

További realista kritika, hogy a nemzeti identitás erősítése, ha nem világos elvek mentén történik, könnyen átcsúszhat a dogmák világába. Ezért különösen fontos Müller (2022) azon figyelmeztetése, hogy a nemzeti öntudatnak nem lehet célja a régi alakzatok kritikátlan másolása, hanem filozófiai újra-alapításra van szükség. Az embereknek tudniuk kell azonosulni azokkal a lépésekkel, amelyek mentén megvalósulhat a nemzeti identitás fejlesztése. Ez lehet az egyetlen igazán hatékony iránya a nemzeti identitás megerősítésének, aminek a megvalósítása nagyfokú finomhangolást igényel.

## IV. Tovább-gondolás

A Páll Imre által bemutatott értékpiramis-rendszer, amely a hungarikumokat rendszerezi települési, megyei, ágazati és külhoni szinteken, kitűnő példája annak, hogyan lehet strukturálni az értékmegőrzést gazdasági és jogi keretek között is. A cél nem csupán az értékek védelme, hanem azok gazdasági és kulturális hasznosítása is: „a hungarikum tanúsító védjegy célja a hazai kis- és középvállalkozások megerősítése” (Páll, 2022, 4. old.).

Ez a rendszer egy „gazdasági identitásplatformként” is értelmezhető, amely lehetőséget nyújt a társadalom sokféle szereplőjének az aktív részvételre és értékteremtésre. A gazdasági rendszer így nem pusztán a tőke logikáját követi, hanem „a szívbe írt törvényekre” is figyelemmel van. ahogy Rousseau is fogalmazta: „Nem márványba vagy ércbe, hanem a polgárok szívébe vésve áll [...] az állam igazi alkotmánya” (Rousseau, 1762/1997: *A társadalmi szerződésről*, 42. p. In: Müller 2022, 6. old.).

## V. Összegzés

Az ideális gazdaságfilozófiai világvázlat tehát számomra nem egy „tech” vállalatokkal teli utópia vagy egy *Black Mirror* epizód világa, hanem egy erkölcsi, kulturális és közösségi alapokon nyugvó, többelvű rendszer, amely értékként kezeli a nemzeti identitást, a szabadságot és a szolidaritást. Ez nem zárja ki a globalizációt, hanem abba helyi értékeket integrál, „nemzetiesíti” a kapitalizmust.

Nem elég gazdasági eszközöket alkalmazni: szükség van egy új, gazdaságfilozófiai arculatra, amely nem elégszik meg azzal, hogy „működik”, hanem meg is kérdezi: „miért, hogyan és kinek?” Ezt az új látásmódot nem lehet sem konzervatív, sem liberális kalitkába zárni, sokkal inkább nyitva kell hagyni az ajtaját és hagyni, hogy időről időre kedve szerint kitekintsen, és egy olajággal a szájában visszatérjen az origóba.

Ahogy Müller fogalmaz, a filozófiai megközelítés célja nem dogmák rögzítése, hanem a valóságtapasztalat értelmezése az értelem, észlelés és érzélem regiszterein keresztül (Müller, 2022).

---

<sup>2</sup> <https://hu.wikipedia.org/wiki/FOMO> (Letöltés: 2025-05-11)

Ez lehet a gazdaságfilozófiai gondolkodás új iránya: emberközeli, értékközpontú és jövőbe mutató.

### **Források:**

- Müller Andor (2022): Nemzeti identitás, mint fenomén – logikai tábla és példák. Letöltés: [https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-6/03\\_Muller.pdf](https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-6/03_Muller.pdf) In: Müller Andor (2022): Identitásmenedzsment. GAZDASÁGFÖLDRAJZI ÉS TELEPÜLÉSMARKETING MŰHELY (MGTM) 6.kötet. ISBN: 978-615-6435-22-4. Letöltés: <https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-6/>
- Páll Imre Borisz (2022): Magyar nemzeti értékek és hungarikumok a magyarságtudat szolgálatában – esszé
- Rousseau, Jean-Jacques (1762/1997): *A társadalmi szerződésről – avagy a politikai jog elvei*. Klett Kiadó (PannonKlett, Matúra bölcselet), Budapest.
- <https://hu.wikipedia.org/wiki/FOMO> (Letöltés: 2025-05-11)