

Liberális–konzervatív zsebek

PUBLICISZTIKA - LVII. évfolyam, 9. szám, 2013. március 1.

A pénznek ugyebár nincs szaga. Lehet, hogy az ideológiáknak sincs?

Ez utóbbit nem vehetjük biztosra. Sok a gyanús jel. Arról kívánunk értekezni, hogy a modern polgár vajon miként cselekszik olyan – gyakran előforduló – helyzetekben, amikor pénzről és ideológiáról egyszerre kell állást foglalnia. Két évtizede rendszert váltott, de permanens átalakítási kényszerek között vergődő társadalmunkban mind többször találjuk magunkat olyan szituációban, amikor nemcsak a pénznek, de az ideológiának is „beszélnie kell” saját döntéseink meghozatalakor. Van-e útmutatás a társadalomtudományokban, kiemelten a közgazdaságtanban, a tipikusan várható magatartásokra e nehéz döntési helyzetekben? Van. Kiderül például, hogy az egyén, ha a saját zsebééről van szó, hajlamos egyszerre liberális és konzervatív is lenni. Általános, netán örök érvényű szabályokat azonban hiába keresünk.

Az állam gazdasági szerepei, a közösségi jóságok (public goods) termelése és általuk a közjó (public welfare) gyarapítása, s közben az egyéni gyarapodás (private welfare) szakadatlan növelésének társadalmi igénye a kapitalizmus kezdete óta számos elméleti és ideológiai konfliktust kreált. A modern piacgazdaságban e konfliktusok száma nem csökkent, bár néhány régi, klasszikus dilemma megoldódott. Újabbak is jöttek azonban szép számban. Van-e ezekben a bonyolult ügyekben valami szilárd álláspont? Egyúttal mit érdemes eltanulni e nehéz kérdésekben a fejlett Nyugat gazdag tapasztalataiból? Van-e mit importálni „szellemi téren” attól a gazdasági és érdekközösségtől, amely ugyan lehet, hogy hanyatlik, és intézményi rendszereiben repedezik, továbbá mindenféle válságban is van, de a gazdasági teljesítményét mégsem sikerült megközelíteni abban a mértékben, ahogy azt reméltük, noha a gazdaság alapelvei és az intézmények jó két évtizede nálunk is megvalósultak. A fő tartalmi kérdések, az ideológiai alapok ismertek, a szellemi/ideológiai import már régóta áramlik. Úgy másfél évtizede elérhetővé váltak azok a közgazdasági, jogi, szociológiai gondolkodási és tudásbeli ismeretek, amelyek a jó közösségi (költségvetési) pénzügyeket (public finance), a jó kormányzást (good governance), a jó vállalatot, a piacorientált gazdálkodást taglalják. Számos sztenderd tankönyvi fejezet íródott a közgazdász-, jogász- és szociológusképzésben, valamint az államigazgatást (public administration) korszerűen leíró tananyagokban. S noha a kapitalizmus, a modern piacgazdaság korszerű ismeretei, ideológiája bő másfél évtizede már egyetemi tananyag is, sőt, régen felnőtt és vezetővé vált egy olyan generáció, amely ebből a modern tudásbázisból táplálkozott, mégis a magyar állami-kormányzati gyakorlatban csak nagy késéssel jelentek meg ezek a friss, „rendszertváltott” ismeretek. A megszerzett sok, korszerű ismeret és készség az elmúlt tíz évben azonban nagyon ritkán fordult termőre, vagyis alig hasznosult sikeres, a társadalom széles rétegei által is elismert közpolitikákban. Ha meggondoljuk, hogy a mai állami vezetők jelentős számban külföldön is magukba szívhatták a hőn áhított modern nyugati ismereteket és gyakorlatot, még inkább nehéz belátni, miért nem sikerült átültetni az üdvöztetőnek hitt modern piacgazdasági tanokat a magyar gyakorlatba, és miért oly kudarcos az állam megítélése az átlagember szemében. Merthogy kudarcos, azt talán nem kell hosszan taglalni.

A magyar ember a „maga módján” szereti a Nyugatot: csak azt csipegeti ki belőle, ami kifejezetten kedvére való, ám a kedvelt nyugati javak születése mögött bábáskodó ideológiákból, intézményekből, elvekből, szabályokból, ha lehet, nem nagyon kér. Idősebb nemzedékek jól ismert magatartása ez: *„szeretjük a lángost, de nem kedveljük a lángossütőt”*. Ennek az idegenkedésnek vannak rendszerváltás után is velünk maradt mémjei: *szeretjük a jó hitelt, de nem kedveljük a bankokat; szeretnénk egy jó hasznáلتautó-fogást, de utáljuk az autókereskedőket*. A hétköznapi életben az ember szinte észre sem

veszi, hogy valahol ő is a „nyugat egyik imádója”, amennyiben ha pénze/hitele van, a saját fogyasztásában az idegen ideológiák által egyáltalán nem korlátozza magát. A kellemesnél kellemesebb komfortokat kínáló, a fejlett Nyugat által kitalált javakból (mobiltelefon, HD-TV, óriási hűtőszekrény, billenő/automata garázsajtó stb.), ha tud, nagyot merít. Ritkán gondol bele, hogy amikor egy újabb darab nyugati komfortot vesz, akkor egy darab kultúrát is vesz vele, és csak jóval később jön rá, nem minden komfortot növelő fogyasztása válik a saját és a köz javára. Abba pedig végképp nem lát bele, mi minden kell ahhoz, hogy egy jó vagy kiváló termék elérhető áron, egy napon, az ő személyes fogyasztásának tárgya lehessen. Természetesnek veszi, hogy bődületes kínálat van mindenből. Pedig nem is természetes.

Régi tapasztalat, hogy az egyén, ha saját magáról van szó, és választhat, akkor tipikusan a jó, a megbízható, a bevált, a már világpiacon is bizonyított (nyugati) termék mellett dönt. Régóta tudjuk azt is, hogy az egyén saját pénzét érintő, a maga szükségleteit kielégítő döntéseiben jobbra racionális és rövid úton belátja, hogy a legfőbb hasznosságot (utility) az egységnyi adott pénzéért jó eséllyel akkor kapja, ha egy jól ismert világmárkát vesz. A kiforrott márka (established brand) ritkán okoz csalódást. Az egyén ekkor érzi ugyanis biztonságban magát abban a tekintetben, hogy – az évszázada ismert közgazdasági alapvetés szerint – maximalizálni tudja az egységnyi pénzzel megvásárolható hasznosságtömeget. Ezért dönt a megbízható, bár drága, ám mégis az értékét tartó német és japán autómárkák vagy éppen az olasz, francia divatcikkek, a svájci gyógyszerek, az amerikai sportszerek mellett. Ezt a maradandó bölcsességet fejezi ki az *Index* (MTI, 2013. jan. 25.) címadása: *Legyen olyan az ország, mint egy Mercedes*, amellyel a hírportál a kecskeméti gyár új CLA modelljét a magyar miniszterelnök futószalagról legördítő, a német márkát és gyárat lelkesen méltató szavait ügyesen tömörítette. Evvel a jelszóval tényleg együtt lehet élni. De hát a jelszavak... azok ritkán teremnek Mercedest. A magyar ember ezt már tudja.

Ha ez a márkaválasztás ilyen erősen determinált a jó pénzköltés szabálya, vagyis a megfelelő ár/érték arány szelekciója által, és a preferencia érvényre jutásának igen gyakori végeredménye egy világpiaci sikertermék melletti elkötelezettség, nos, akkor miért oly nehéz a magyar társadalomban – még 20 évvel a rendszerváltás után is – a termékeket eredményező szisztéma, a modern piacgazdaság (kapitalizmus) sikeresnek mondható elveinek, intézményeinek és gyakorlatainak elfogadtatása? Miért a görcsös és hosszan tartó ellenszenv a „kapitalizmus vívmányai” iránt, amelyek az egyén és vállalkozás szabadságát, az állam gazdasági és tulajdonosi szerepeinek korlátozását hirdetik? A válasz rövid és egyszerű: az állam (az éppen hivatalban lévő kormány) gyakran összezavarta a szerepeket és a szereplők fejét. A kimerítőbb válasz eléggé bonyodalmas, és messzire visz, ám nem lehet előle kitérni.

A kereskedelmi és marketingszakemberek jól ismerik azt a jelenséget (brand recognition), amelyben a nagy márkanév megteszi a hatását: hosszú időre magához láncolja a fogyasztó lelkét és pénztárcáját egyaránt. Ám a márkaépítés fáradságos és drága dolog. Ráadásul intézmények is kellenek hozzá (pl. erős szellemi tulajdonvédelem). A termékválasztás s vele a vásárlás aktusa maga – általában – nem túlmorfondírozott, hanem meglehetősen ösztönös. Ennek ellenére mégis jobbra helyes irányú a választás, amennyiben kiszűri a „gagyit” vagy a kisebb hírnévvel megáldott márkákat. Sőt, minél nagyobb értékű termékről van szó (autó, utazás vagy valami komoly orvosi, műtési beavatkozás), annál valószínűbb a nagy márka, a biztonság vagy a hírnév preferenciája: hasznos hüvelykujjszabály szerint itt is azt az árut keressük, amelyben egy jó ár/érték arány alakítható ki. Ez az arány lényegében ugyanazt a viszonylagosan kielégítő – persze soha nem tökéletes – megelégedettséget jelenti, amikor a vásárló „éppen elég” értéket kap egységnyi pénzéért (fajlagosan jól vásárolt). Ekkor, legalábbis a halványabb fényű márkákkal összevetve, a pénzt jobban költötte el.

Érvelésünk lényege egyrészt az, hogy nagyon nehéz az ellenséges „ideológiát” becsempészni a fogyasztói döntésbe úgy, hogy az elriasszon nagyobb értékű portéka vásárlásától: „azért nem veszek japán autót, mert eleve nem szeretem a japánokat” vagy „azért nem veszek kínai selymet, mert utálok a kínaiakat”, esetleg „azért nem veszek francia autót, mert a franciák nem kedvelik a nyelvüket nem beszélő külföldieket”. Ilyen és hasonló ideologikus alapon – talán belátható – ritkán korlátozzuk a személyes fogyasztást. Az ideológiának sincs mindig szaga. Már a rossz emlékű kommunista pártállam vezetői sem

restelltek nagy értékű, akkor kirívóan elegáns, csúcs-Mercedesben furikázni azokban az időkben, amikor a „Nyugat”, a NATO még kifejezetten ellenség volt. Eközben a hazai utakon a keletnémet technológiai csodák, a kétüteműek (Trabant, Wartburg), a rossz emlékű Daciák és a némi nyugati „feeling”-et adó, olasz Fiat-licenz alapú Ladák jelentették a kínálatot (azok is csak korlátozott számban). A nyugati mágnes vonzásának már akkor sem lehetett ellenállni. Az állampárt kiválasztottjainak a jó ár/érték arány megtalálása nem okozott gondot, pedig ők nem a modern tankönyveken nevelkedtek. De az utca embere sem rejtette sokáig véka alá valódi igényeit, legalábbis a nagyon korlátozottan kínált nyugati komfortok tekintetében. A divat, a farmernadrág, az élvezeti cikkek, a Kent és a Marlboro cigaretta vagy a skót whisky és a magyar lélek hamar beleszeretett egymásba. Ez máig is tart. Pedig hol vannak már ezek a nyomorult és kiszolgáltatott idők! A vásárlási szokások, a vásárlás térbeli és értékbeli terei hihetetlen mértékben kitágultak, sőt, a szó legszorosabb értelmében világméretűvé váltak. Az összehasonlítás, a jó vétel lehetősége hirtelen nagyon nagyra nőtt, az internet jóvoltából szinte fizikailag is és az árumennyiséget tekintve is mesés szintekre jutott. De a fogyasztásban mintha az ideológiának már az átkosban sem lett volna szaga. Ma, a válság szaggatta nehéz időkben, a fizető/hitelképes fogyasztó a király!

Izgalmas – egyben nehezen megválaszolható – kérdés, hogy vajon veszünk-e saját pénzünkből ideológiát, politikai meggyőződést, és ha igen, milyen gyakran és mekkora összegben? Hiszen az állam is ugyanarra utazik, amikor ideológiát kínál, a pénzünkre és lelkünkre egyaránt apellál. Az intuitív válasz az előbbi kérdésre az, hogy viszonylag ritkán, és akkor is csak szimbolikus összegekkel vagyunk hajlandók ideológiát vásárolni: akár újság, folyóirat, könyv, esetleg film formájában. De kifejezetten jelentős összegekkel, pláne rendszeresen, csak nagyon-nagyon ritkán érzünk késztetést arra, hogy mélyebben a zsebbe nyúljunk (itt az átlagos jövedelmű fogyasztóra gondolok, mert a nagyobb jövedelmű ember más, az nosztalgiából vagy hobbiból/mániából másképpen is költ, szakzsargonban: neki a pénz határhaszna más értéket képvisel).

Akkor, amikor az ideológiai piacon vagyunk, és nem az urnához járulunk, akkor a vállalatok, az egyének nem kifejezetten adakozóak. Ha az ember meggondolja, hogy mire jutott az alapvetően civil összefogásnak indult, 2011-ben született *Összefogás az államadósság elleni civil kezdeményezés* (amely még mindig hirdeti honlapján a kamatkiadások csökkentésének szükségességét!), amely 263 millió forintot tudott összegyűjteni az államadósság elleni harcban, nem kell hozzá nagy képzelőerő, hogy belássuk, ezen összeg a ledolgozandó kb. 23 ezer milliárd forintos teljes adósságtengerhez képest cseppeket jelent a tengerben. Na jó, kisebb tavat. Nagyon úgy tűnik, hogy az egyén, amikor a közügyeket érintő, közpénzügyi szolidaritásról van szó, kifejezetten visszafogott, majdnem azt mondtam: konzervatív, alaposan megfontolja, mielőtt a zsebébe nyúl. A 2008-as tandíjról, vizitdíjról szóló népszavazás és az államadósság szolidaritásalapjához való hozzáállás ezt látszik igazolni. Mindegyikben közös, hogy nagyon sok ember ideológiai érzékenysége azonnal más alakzatot vagy méretet vesz fel abban a szent pillanatban, ha pénzügyileg is élesben kell állást foglalnia, és saját véleményét a saját pénztárcájához is igazítania kell. Erről kellő őszinteséggel illik beszélni, mert a vonatkozó statisztikáknak nincs ideológiai elhajlásuk.

Hogyan kapcsolódik ez a gondolatmenet a bevezető kérdésfeltevésünkhöz, ahhoz, hogy miért is kudarcokkal teli az állam megítélése a magyar ember fejében? Miért érzi azt évtizedek óta, hogy elérhetőségben, méltányosságban, időbeli hozzáférésben és – főleg – helyettesítésben rendre nem megfelelő állami szolgáltatásokat kap a befizetett adójáért cserében. A minőségi deficitektől terhes állami szolgáltatások sora bizony nagyon hosszú, a kielégítőnek nevezhető szolgáltatásoké pedig igen rövid (akár az egészségügyet, akár az oktatást, akár a jogbiztonságot, akár a környezetvédelmet tekintjük). Ezt még boncolgathatnánk, ám nem tesszük.

Sietünk leszögezni: az állami szolgáltatói kínálatokkal a fejlett országokban is sok gond akad, na és persze, ennek nyomán, elégedetlenség. Van várólista és kritikus helyzet is (pl. az angol egészségügyi ellátásban). No de a problémák nagyságrendje, az elégedetlenség és a kifogások természete! Nos, ezek egészen más dimenzióban mozognak. A jóléti jelzőt kiérdemlő társadalmakban, ahol az egyén életét drámaian befolyásoló, azt ellehetetlenítő körülmények valóban ritkák, a szolgáltatások nagy tömegét emberi szintű

minőségben kínálják, egy átlagos jövedelmű állampolgár számára körülbelül elfogadható ár/érték arányt képviselnek. Ha valaki látott belülről egy amerikai, angol, német, osztrák iskolát vagy egyetemet, netán kórházat, az bizonyára meg tudja ítélni, hogy miről is van itt szó. Alapvetően arról, hogy csak azért, mert valami állami kézben és állami tulajdonban van, vagy netán helyi adófizetői pénzből működik, nem szükségszerűen igénytelen és silány, hanem lehet emberi léptékű, a szolgáltatás színvonala – kelet-európai mércével mérve – kifejezetten jó, időben elérhető. Az állami intézményekről kialakított kedvező kép persze számos tényező egyidejű meglétének az eredménye. Ezek között vannak kulturális, intézményi, pénzügyi és nem utolsósorban helyi, szigorúan országspecifikus, a mentalitással összefüggő, sajátos elemek is. A siker titka, hogy nincs titok: a legfontosabb a szerepek, az érdekeltségek és a felelősségek tisztázása, és ezen elrendezések megtartása, védelme. Ennél is fontosabb azonban az állam és a polgárai közötti kölcsönös bizalom fenntartása, abban az értelemben, hogy nagyon nagy méltánytalanságra, pláne átverésre egyik félnek sem kell számítania. Ez a nyílt titok. Az ilyen bizalmi struktúrák felépítése persze nem könnyű, és főleg nem gyors. Mégis, minden bizonnyal, ez az egyetlen olyan út, amely olyan kötések és kölcsönös bizalmat teremt az állam és az adófizetők között, amelyet csak rendkívüli esetekben lehet opponálni vagy megkérdőjelezni. Ez ugyanis a nyugati fejlődés egyik eltanulandó, jó tapasztalata, amely – és ezt újra és újra ismételjük! – az egyén gondolkodásának alapos ismeretén nyugszik. Tévedés azt hinni, hogy a fejlett nyugati ország polgára, ha saját pénztárcája a tét, eleve erélyesebb, belátóbb, becsületesebb vagy jóhiszeműbb a saját államával szemben. Nem az. A tipikus nyugati polgár is szereti és hajlamos megtalálni a kerülőutakat, a kiskapukat, és ha a szabályozás ezt engedi, meg is találja, és emiatt nem szégyenkezik. A sorbanállásnál az azonnali besorolás a gyorsabb sávba (fast lane), az alacsonyan függő gyümölcs szégyen nélküli leszedése (low hanging fruit principle) természetes magatartás. A dolog ugyanazon logika által fordul meg, vagy válhat kifejezetten nehezen kezelhetővé: az egyén nyugaton is hajlamos nagyobb körültekintést mutatni akkor, amikor kifejezetten a saját pénzét költi a saját céljaira, ahhoz képest, amikor más pénzét költi saját céljaira; és főleg akkor, amikor más pénzét mások (a társadalom) igényeinek a kielégítéseire költi. Nem nehéz kitalálni, hogy az állami adóbevételek tervezése, illetve a költsége vajon melyik kategóriába esik.

A privát pénz megszerzése a fejlett országokban is mindig nehezebb és kényelmetlenebb (több macerával, érzékeny kérdések megválaszolásával jár), mint az állami pénzek megszerzése. Sietünk tehát leszögezni, hogy az állami pénz viszonylagos puhasága nem kelet-európai találmány! A korrupciós botrányok arrafelé is mindig az állami büdzsével, az állami pénzekhez köthető költési és elosztási visszasságokkal vannak összefüggésben. A különbség nem a gyakoriságban, hanem sokkal inkább a méretben (ti. arányaiban kisebb) és a szigorúbb jogi következményekben van.

Ám hogyan kapcsolódik ez az érvelés bevezető kérdésünkhöz, hogy ti. miért nem tudjuk eltanulni és átvenni legalább a jól vagy kielégítően szolgáltató állam működését a fejlett Nyugattól? Olyan működést keresünk, ahol az adófizető minimum neutrálisan érez, tehát nem elutasító a véleménye a kapott állami szolgáltatásokról. A nagy pénzügyi mozgásokat is eredményező kritikus helyzetekben, mint amilyen például a magánnyugdíjpénztárak államosítása volt, különös óvatosság lett volna indokolt, mert a legtöbb tulajdonos pénztártag számára nem volt valódi választási helyzet; ugyanis jelenlegi helyzetük értékét egy sor tényező hiányában egyáltalában nem tudták jól megítélni. Kényszerhelyzetbe kerültek az információhiány és a jövőbeli jövedelmük jelenbeli értékének megítélését nehezítő tényezők sokasága miatt. Itt a jó egyéni döntésnek még a lehetősége is szinte kizárt volt. Az állam kényszerítő ereje elsöprőnek bizonyult, de ez az erő a felépült bizalom maradékát is elsöpörte.

A felsőoktatási rendszer átalakítása – ha lehet – még nehezebb és pénzügyileg sem triviális döntési helyzetet állított elő, amennyiben a különböző – részleges – finanszírozási, illetve hitelkonstrukciók által segített keretek, a jövőbeli terhek cipelhetősége megítélésének feladata nagyon sok, „éles” döntési helyzetben lévő családot hozott kifejezetten nehéz helyzetbe. A kérdés itt is ugyanaz, hogy a polgárok az ideológiai mellett hajlandóak-e pénzügyileg is elkötelezettséget vállalni. És főleg úgy, hogy ezen ideológia voltaképpen a saját jövőbeli pénzügyi sorsukat is nagyban érinti. Nos, ezekben az ügyekben a kialakult

nyugati türelmes gyakorlat átvétele, a nagyon korai felvilágosítás és előkészítés, a hosszú döntési periódus kínálata a követendő út. Ahol ugyanis az egyén pénzügyi felelősségvállalása jelentős, ott az állam nem kényszerítheti az adófizetőt hirtelen kanyarokra. Az átlagos magyar „felsőoktatás-fogyasztó” hirtelen olyan döntési helyzetbe került, amelyben nagyon sok értelmezhetetlen, bizonytalanságot takaró tényező mellett kellett súlyos döntéseket meghoznia. Tehát a jelen és jövőbeli pénzügyi tetteket egyaránt tartalmazó, jelentős közösségi pénzügyekben a jól ismert nyugati követelmény, a fokozatos átalakítás és az egyének pénzügyi érdekeltiségének megértése elengedhetetlen. Ez a tapasztalat, mint alapkövetelmény, nos, ez bizonyosan nem teljesült.

De hasonló logika mellett lehet értelmezni az egészségügy átalakítási kísérleteit is, amelyek a rendszer valamilyen módon mégiscsak a magánszférán és a statisztikai alapokon nyugvó, azaz biztosítási elven alapuló finanszírozását veszik célba. Annak a nehéz kérdésnek az eldöntésére, hogy mi az állam minimális kínálati felelőssége és az egyén minimális pénzügyi elvárása a jóléti szociális nagyrendszerek alanyi jogon járó működtetésében, a legfontosabb mozzanat talán az, hogy az egyénnek muszáj nagyjából jól megítélnie azt, amire számíthat, nem teljes bizonyossággal, de nagyjából. Az egyénnek ahhoz, hogy végül egy érték vagy ideológiai kérdésben ugyanakkor pénzügyi döntésre és véleményre is jusson abban, hogy befizetett adója fejében a számára felkínált állami szolgáltatások milyen minimumértékével lenne elégedett, bizony anyagi, időbeli és saját jövedelméhez képest is szilárd viszonyítási alapokat kellene kapnia. Ha ma bárki elmegy egy magánorvoshoz, ezzel lényegében tisztában is van.

Az alapgondolatunkat tehát újra elismételve: muszáj az államnak, illetve a mindenkori kormánynak a felvilágosult egyén tipikusnak vélt pénzügyi magatartásait ismerni, az ő fejével is gondolkodnia kell. De ezt a gondolkodást nemcsak a kampányidőszakban, hanem az azok közötti periódusokban is – demonstráltan – fontosnak kell tartania. Ám mi az, ami ezt a felelős magatartást kikényszeríti vagy kikényszerítheti? A kampányidőszakon túli felelős kormányzati magatartásra leginkább a közvélemény átalakulása, a sajtó és – szélsőséges esetekben – a tömeges felháborodás, esetleg az utca figyelmeztethet.

Összegzésként kimondhatjuk, noha a kelet-európai polgár sok mindenben más, mint nyugat-európai társa, ám az állammal szemben mutatott viselkedésében – higgye el a kedves olvasó – elég közel állnak egymáshoz. Miért? Mert az egyén a saját sorsát befolyásoló – főleg pénzügyi-jövedelmi viszonyaival összefüggő – döntésekben tipikusan polgári, konzervatív, óvatos, ugyanakkor viszont a jó, előnyös választási lehetőségeket kereső alany, amely majdnem azt jelenti, hogy konzervatív és liberális is egyszerre. Ez a „végeredmény” – elismerem – kissé meglepetésnyilvánító a mai zűrzavaros politikai térben. Mindenki maga döntse el, túlzás-e, ami az óvatosságot vagy a bizalmatlanságot illeti. Mert bizony-bizony, ha saját magunkról van szó, akkor hajlamosak vagyunk eléggé, sőt, túlzóan konzervatívak és liberálisak lenni, főleg abban a tekintetben, hogy a számunkra leginkább kedvezőbb változat kiválasztására a több választási lehetőséget és a több időt biztosan jobban szeretjük, mint a kevesebbet. Ugyanakkor, az átlagos polgár már egyáltalán nem olyan ügybuzgó, fáradságot sem kímélve körültekintő akkor, amikor a közösséget érintő liberális vívmányokat bántják úgy általában, pl. a szabadságjogokat, a véleménynyilvánítást, a szolidaritást vagy az állammal szembeni eredendő bizalmatlanságot büntetik. Nos, ezeknek a liberális vívmányoknak az értékét – legalábbis azonnal – csak akkor hajlandó a tipikus többség számításba venni, ha kifejezetten a saját dolgáról van szó. Ez az ellentmondás az egyén ideológiákkal szembeni magatartását és pénzügyi döntéseit tekintve semmiképpen nem biztató fejlemény, de arra bizonyosan jó, hogy az ideológiáktól szinte végletesen túlfeszített társadalmunkban többet gondolkodjunk róla.

Az egyén és a közjó viszonyáról való gondolkodás, sietünk leszögezni, nem ma kezdődött. Adam Smith bölcsessége máig érvényes. Erről győzheti meg a ma emberét a Cambridge közgazdasági iskola egyik prominens kortárs képviselője, Sir Dennis Robertson, amikor így ír: *„Economics is addressed heroically to showing how man's basest instincts not his noblest, can be harnessed through appropriate institutional design to produce public good. Adam Smith would surely have died as unsung hero if he had peddled the pedestrian argument that altruism led to the public good.”* (A közgazdaságtan hősieles küzdelmet vív akkor,

amikor azt kívánja megmutatni, hogyan lehet megfelelő intézményi keretekkel járomba fogni az ember legalapvetőbb, ám nem legnemesebb ösztöneit, úgy, hogy ezen elrendezés egyben a közjót is szolgálja. Ha Adam Smith azzal a gondolattal házalt volna, hogy hogyan vezet az önzetlenség a közjó növekedéséhez, akkor bizonyosan nem egy ünnepelt, hanem névtelen hősként halt volna meg.) [saját ford. M. I.]

¹ *A globalizációs folyamatok még jobban felerősítették azt a konfliktust, amely az egyéni érdekkövetés és közjó-teremtődés között termelődik újra azáltal, hogy a nemzetállamok feladatát a belföldi közjó biztosításában a nemzetközi kereskedelmi és pénzfolyamatok mind jobban megnehezítik, torzítják. Mégis, globalizáció nélkül szegényebb lenne a világ: erről értekezik, Jagdish Bhagwati, a Columbia Egyetem professzora, amikor A globalizáció védelmében (In Defense of Globalization) c. könyvében [Oxford University Press, Oxford, New York, 2004] idézi az eredeti Adam Smith-gondolatot máig érvényesnek ítéelő D. Robertsont.*

Robertson legfőbb tézise: a világot meghódító kapitalizmus, és vele a globalizáció gazdasági értelemben jóindulatú (economically benign), de társadalmilag igazságtalan (socially unjust). Ennél frappánsabban nehezen lehetne megfogalmazni a több száz éve újratermelődő konfliktusok természetét.