

# **Tézisfüzet**

BALOGH PÁL GÉZA

## **A MAGYARORSZÁGI KISÜZEMI SAJTKÉSZÍTÉS NÉPRAJZI – ANTROPOLÓGIAI VIZSGÁLATA**

című doktori disszertációjához

Témavezető:

DR. FARKAS JUDIT

egyetemi docens

PTE BTK Néprajz – Kulturális Antropológia Tanszék

Pécs, 2025.

## 1. Bevezetés, kutatási kérdések

Disszertációmban a *helyi élelmiszer*-jelenség egy jellemző megjelenési formájának, a *kisüzemi sajtkészítésnek* a komplex etnográfiai vizsgálatát tűztem ki célul. A dolgozatban a kutatás tudományos és történeti kontextusának felvezetése, valamint a módszertan ismertetése után ismertettem saját eredményeimet. A terepmunka során összegyűjtött empirikus anyag elemzése alapján először megvizsgáltam, milyen jellemző tendenciák, típusok rajzolódnak ki a sajtkészítők gazdasági gyakorlataiban. Ezután ezeket a típusokat szem előtt tartva végeztem el a gazdasági gyakorlatok általános elemeinek részletes elemzését, a termelés – feldolgozás – értékesítés hármasság mentén. Végül egy földrajzi szempontú elemzés következett, ahol gazdasági gyakorlatok megvalósulásának lokális kontextusokban való különbségeit demonstráltam három példán keresztül: Budapest és térsége, mint a főváros, és egyúttal paradox módon a *helyi termékek* értékesítésének központja; Balaton-felvidék, mint a hazai vidéki turizmus fellelegvára, valamint Baranya megye, mint periférikus térség példáján keresztül. A disszertációt a vidékfejlesztési távlatok ismertetésével, valamint összefoglalással zártam.

A kortárs kisüzemi sajtkészítés vizsgálata mind a néprajz, mind a kulturális antropológia tudománytörténeti hagyományába szervesen illeszkedik, ahol mind a parasztság átalakulása, mind a kortárs mezőgazdaság vizsgálata bevett és sokat vizsgált témáknak számítanak. Emellett a kérdés széles körű interdiszciplináris mezőbe is ágyazódik, melyre szintén jelentősen építettem a dolgozatban.

A vizsgálat során az alábbi főbb kutatási kérdéseket határoztam meg:

- Mi alapján szerveződnek egy sajtkészítő kisüzem gazdálkodási gyakorlatai?
- Melyek azok a belső, illetve külső tényezők, amelyek befolyásolják a gazdasági gyakorlatok alakulását? Hogyan hatnak ezek a gyakorlatra?
- Mik határozzák meg ezen belső tényezők alakulását?
  - Mi alakítja az értékrendet, a gazdálkodás motivációit, és a belőlük fakadó gazdasági stratégiát és gyakorlatot?
  - Hogyan képesek hozzájutni a gazdálkodás egyik legfontosabb belső erőforrásához, a szükséges tudáshoz?

## 2. A kutatás kontextusa

A *helyi élelmiszer és kisüzemi* vagy *kézműves* sajt terminológiai bizonytalanságainak tisztázása után felvázoltam a saját empirikus anyag áttekintéséhez szükséges változatos kontextusokat. Elsőként egy interdiszciplináris tudományos mezőben helyeztem el saját kutatásomat, különösen nagy hangsúlyt helyezve a kérdéssel foglalkozó nemzetközi antropológiai, valamint a magyar mezőgazdaság közelmúltjával foglalkozó változatos háttérű, szemléletű és módszertanú társadalomtudományi munkákra. A szubjektív áttekintés során a saját munkám szemlélete és módszertana során meghatározó művekre helyeztem a hangsúlyt, először a *helyi élelmiszer és az alternatív élelmiszer mozgalmak* kérdésével foglalkozó nemzetközi munkákat, majd az ökológiai antropológia, a többfajú etnográfia és az ontológiai antropológia részkérdésekben fontos inspirációt jelentő műveit bemutatva.<sup>1</sup> Ezután részletesebben bemutattam a témával foglalkozó hazai társadalomtudományi palettát, melynek során felvázoltam azokat a társadalom- és gazdaságtörténeti folyamatokat, melyekre az eddigi kutatások rávilágítottak, és amelynek jelenkori folytatását jelentik a dolgozatban vizsgált jelenségek.<sup>2</sup>

A következő alfejezet a tejtermékek és a sajtkészítés Kárpát-medencei történetét vázolta fel, ezzel megalapozva a jelenkori kisüzemi sajtkészítés történeti kapcsolódásainak felvázolását. Sok egyéb izgalmas részlet mellett három jelentős forrásvidéket állapítottam meg: a pásztorok és parasztok tejfeldolgozási ismereteit, mely a kutatások megállapításai alapján alapvetően a vlach pásztorkultúrában gyökerezik; az uradalmi sajtkészítés hatását, valamint az ezzel összefüggően is kialakuló magyar tejipar jelentőségét. Az áttekintés végén az ipari szemléletű tejfeldolgozás és sajtkészítés kialakulását és az ezzel szemben mintegy ellenkultúraként megjelenő kisüzemi, kézműves sajtkészítés általános, Kárpát-medencei körképét is vázoltam az elérhető szakirodalmi adatok alapján.

## 3. Módszertan

A kutatás során néprajzi – antropológiai módszertannal dolgoztam. Központi módszerem a félig strukturált interjúk készítése volt, melyet megfigyeléssel és résztvevő megfigyeléssel

---

<sup>1</sup> Néhány meghatározó mű az áttekintésből: BOISSARD 2003, BONOW – RYTKÖNEN 2013, FORNEY – HABERLI 2014, GRASSEN 2016, LYSAGH (szerk.) 1994, PAXSON 2013, VAN DER PLOEG 2018, TRUBEK 2008.

<sup>2</sup> Néhány meghatározó mű az áttekintésből: BALÁZS 2012, BALI 2000, 2014; BENEDEK – BALÁZS 2014, BÍRÓ A. – MAGYAR (szerk.) 2014, GAGYI 2007, HANN 1980, JUHÁSZ 2006, KISBÁN 2017, KISS 2016, KOTICS 2006, KOVÁCS 2010, KOVÁCS (szerk.) 2016, KOVÁCH 2012, LOVAS KISS 2006, MÁRKUS 1991, MOLNÁR 2019, NEMES 2000, NEMES – VARGA 2015, SÁRKÁNY 2016, SCHWARZ – SZARVAS – SZILÁGYI (szerk.) 2005, SZABÓ 2013, SZELÉNYI 1992, SZILÁGYI (szerk.) 2002.

egészítettem ki. Az elemzés alapjául a vizsgált három térségben, valamint a sajtókészítés szektor meghatározó szereplőivel összesen 67 helyszínen készítettem interjúkat. A munka során a Balaton-felvidéki esettanulmányt a Lo-Káli kutatócsoport tagjaként készítettem el, mely alapvető hatást gyakorolt vizsgálatomra.

#### 4. Elemzési keret

Az elemzési keret bemutatása során először a *glokalitás* fogalma<sup>3</sup> mentén helyeztem el a vizsgált mezőgazdasági kisüzemeket, felvázolva az őket érő különböző térszintekről eredő hatásokat. Ezután definiáltam a vizsgálat legfontosabb elméleti fogalmait a gazdasággal foglalkozó különböző társadalomtudományos kutatásokra támaszkodva. Elkülönítettem a hosszabb távú, tudatos tervezésre alapuló *stratégia* szintjét, az őket meghatározó *értékrendet*, *mentalitást*, társadalmi *habitus* és egyéni *személyiséget*, illetve a gazdasági *gyakorlatot*. Az utóbbit egy időben folyamatosan változó, dinamikus fogalomként közelítettem meg, mely a külső és belső tényezők mentén előálló helyzetekben hozott *döntésekből* rajzolódik ki – ennek egy aktuális, a teljes folyamatból kiragadott pillanatát képes vizsgálni a terepmunka. A döntések meghozatala során a gazdaságok folyamatosan három kulcstényezőt mérlegelnek, melyek meghatározóak lesznek az elemzésben, ezek az *idő*-, a *penz*-, és az *érzelemgazdálkodás*.

#### 5. Eredmények

A kortárs magyarországi kisüzemi sajtókészítés elemzett mintájának áttekintése során a gazdasági gyakorlatok három nagyobb típusát állapítottam meg, melyeket a későbbi elemzés eszközeként is használtam. A tipológia alapjául az eltérő generációk és a családi háttér szolgálnak, melyek a többi, meghatározó tényezőt is magyarázzák. A rendelkezésre álló tőkék (anyagi, társadalmi és tudástőkék), a gazdaság által vallott értékek, habitus és mentalitás is szorosan összefüggenek ezzel. Szintén tényező az üzemméret és az üzemszerkezet, az üzem és a háztartás kapcsolata, ezek összefonódása vagy különválása nagyon meghatározó szempont lesz az érzelmi és időgazdálkodásban egyaránt, mely szintén összefügg a gazdaságok generációival.

Az első típus a *professzionális agrár vállalkozóké*, akik nagy üzemmérettel, több száz as állatlétszámmal, több száz hektáros gazdasággal működnek. Családjukban több generációs múltja van a gazdálkodásnak, a szülők, nagyszülők generációja általában szövetkezeti vagy állami gazdasági dolgozóként, középvezetőként a privatizáció során alapozta meg a mostani

---

<sup>3</sup> MEYROWITZ 2005.

gazdálkodás infrastrukturális feltételeit. A tejipar felé való beszállítástól fokozatosan fordultak először a közvetlen értékesítés (tejeskocsik), majd a feldolgozott termékek és a sajtkészítés irányába. Az értékesítést általában külön alkalmazott irányítja, nagyobb volumenű terméket értékesítenek nagy számú partner (hotelek, éttermek, kisboltok, pékségek) számára. A *családi gazdaságok* csoportja háttérét tekintve igencsak összetett. Megtaláljuk köztük az *utóparaszti családi gazdaságokat*, akik egykori paraszti háttérű, majd később általában szövetkezeti, illetve háztáji gazdaságokban dolgozó nagyszülők, szülők tevékenységét folytatták a rendszerváltás után, sokszor egyes gazdaságok részeként végeznek tejtermelést, és fokozatosan fordultak a feldolgozott termékek és a sajt irányába. Egyszerűbb, kisebb mennyiségű terméküket professzionális marketing nélkül sokszor informális kapcsolatok révén, háztól, vagy vásárcsarnokokban értékesítik, de a termelői piacokon is megjelennek. Az *újrakezdő családi gazdaságok* esetében a mezőgazdasági tevékenység már nem folytonos a családtörténetben, gyakran a nagyszülők gazdálkodásával való érintkezés jelenti a motivációt, mely után az 1990-es években, általában professzionális agrárképzés után vágta bele az állattartásba. Gyakran már tudatosan magas hozzáadott értékű, feldolgozott termékek értékesítésével indultak, melyeket az első új típusú termelői piacokon kezdtek értékesíteni. Már élnek marketingeszközökkel, de általában kevésbé professzionális módon, legtöbb terméküket alternatív értékesítési hálózatokon (termelői piacok, bevásárló közösségek, webshopok) keresztül adják el. Az *újgenerációs családi gazdaságok* körében szintén csak gyermekkori emlék szintjén van kapcsolódás a gazdálkodás családi gyakorlatához. Általában professzionális agrárképzés nélkül, informális tudásszerzés (tanfolyamok, könyvek, internet) révén jutnak induló tudástökejükhöz, és eleve magas hozzáadott értékű termékekkel indulnak. Marketingjük már kifejezetten professzionális, értékesítésük során szintén az alternatív értékesítési hálózatokra építenek. Ezen típusok szoros kapcsolatban állnak egymással, a versengés, együttműködés és konfliktus egyaránt jellemzik őket. A tudástőke, a kapcsolati tőke és az anyagi tőke mentén is kirajzolódnak körükben meghatározó, csomóponti szereplők, akik erőteljesen alakítják a sajtkészítők közbeszédét, a fejezet végén az ő szerepüket is bemutattam.

A dolgozat következő fejezete az értékrend és motiváció kérdésével foglalkozott, ahol elhelyeztem a gazdálkodók értékrendjét a városról vidékre költözők nagyobb csoportján belül, bemutattam főbb elemeit (a természeti környezettel és az állatokkal való kapcsolatot; illetve a szabadság, önállóság és kreativitás kérdését), valamint az értékek családi háttérbe való beágyazottságát. Felvettem egy speciális, *újparaszti habitus* meglétét körükben,<sup>4</sup> mely a

---

<sup>4</sup> Az újparasztság kérdéséhez ld. VAN DER PLOEG 2018.

gazdálkodás gyakorlatának, mint a természeti környezettel való állandó kapcsolatnak a hatására formálódik. Mindez már a hosszú távú stratégiai célok és elvek kérdésével is összefonódik, melyek közt olyanokat találunk, mint a több lábon állás, az önellátás, a boldogság és szabadság, a szépség, illetve a gazdálkodás átörökítésének kérdése. Ezután azt mutattam be, hogyan élnek meg ezen távlati célokon túl a hétköznapok valóságában; idő, pénz és érzelemgazdálkodás hármasszorításában a gyakorlatok alakításának napi kalkulációit a gazdálkodók.

A következő két fejezetben egy szinttel távolabb lépve, a *sajtkészítők és az állam*, valamint a sajtókészítők hálózatán belül meglévő *együttműködések és konfliktusok* kérdését elemeztem. Kitértem a jogi környezetre és változásaira, a pályázati szektor kínálta lehetőségekre, valamint az adminisztrációs feladatok jelentette terhek szerepére. Az egyes típusok közti kapcsolatokon túl a formális és informális egyesületeket, önszerveződési kísérleteket is áttekintettem, arra is kitérve, az egyes típusok hogyan viszonyulnak ezekhez.

A *tudásszerzésről* szóló fejezetben bemutattam a kortárs kisüzemek által használt tudás különböző rétegeit: a családi, valamint egyéb hagyományos jellegű tudásokat és az előző hivatás tudásainak érvényesülését. Áttekintettem a hivatalos sajtókészítési képzések történetét, melynek révén a kortárs kisüzemi sajtókészítés szintén erőteljesen beágyazott a hazai tejfeldolgozás történetiségébe, valamint azt a folyamatot is, hogyan pótolták ki a különböző specialisták által tartott képzések a hivatalos tejjipari képzések megszűnésével keletkező űrt, és elégitették ki a tudás iránti egyre növekvő igényt. A fejezet végén a gyakorlati tanulás, kísérletezés, az informális tudásmegosztás különféle felületeire (pl. facebook csoportok) is kitértem, melyek kulcsszerepet játszanak a sajtókészítéshez szükséges egyéni, személyes tudás létrejöttében.

A *munkaszervezetről* szóló fejezetben a gazdaságokban dolgozó eltérő státuszú szereplők mentén mutattam be a különböző feladatok megoszlását. A családi munka kapcsán a magánélet és a munka terének összefolyása lesz a legfőbb megoldandó kérdés, mely sokszor erőteljesen próbára is teszi a kapcsolatokat. Az alkalmazottak kapcsán a motiváció volt a kulcskérdés, melyre a gazdaságoknak választ kell találni – a fejezetben bemutattam, milyen változatos módokon lehet megteremteni a gazdaságban dolgozók érdekeltségét a munkavégzésben a tulajdonosi szemlélet hiánya ellenére, milyen feladatokat tud kiszervezni számukra a gazdaság, illetve mi az, ami szükségszerűen a saját kezükben marad.

A *termelés* elemzése során a legfontosabb termelési feltételeket elemeztem: a földet (legelőt, takarmánytermelést), valamint az állatokat. A földviszonyok vizsgálata során megállapítottam,

hogy az egész magyar mezőgazdaságra jellemző földkoncentráció, és az ebből következő, a kistermelőket súlyosan érintő földszűke a sajtkészítéssel foglalkozó gazdaságok számára is erőteljes korlátozó tényező. Emiatt a gazdaságok jelentős része marginális, vagy degradált területeken kezd gazdálkodásba. Az állatok megválasztása ezzel is összefügg: ezek a területek a kecskék alkalmazásával használhatóak ki a legracionálisabban, miközben ezen állat esetén a kész termékek is magas áron értékesíthetőek. A szarvasmarhák körülményesebb takarmányozása mellett nagyobb termetük is elriasztó számos kezdő kistermelő számára. Az állatokhoz való viszony elemzésekor egy komplex folyamatot találtam: az állatok viselkedését a termelők az emberi viselkedés analógiái mentén értelmezik, folyamatosan antropologizálva állataikat, valamint a folyamatosan zajló háziasítás során alakítva is viselkedésüket (pl. a szelíd állatokat előnyben részesítve az élménygazdálkodás szempontjai miatt). Ugyanakkor a természet radikális másságával való szembesülés élményén keresztül saját viselkedésük, más létezőkhöz való viszonyuk is átalakulóban van. A körülöttük lévő tájhoz az állatokon keresztül kapcsolódnak a legeltetés során, mely révén egyszerre ismerik meg a tájat, annak növényzetét, és alakítják is azt. Ennek során a természettudományos ismeretekre is építenek, ugyanakkor igénylik, illetve hiányolják is annak meglétét saját tudásukban.

A feldolgozás, vagyis a konkrét sajtkészítés elemzése során azt a kérdést jártam körül számos oldalról, hogy milyen tényezők alakítják ki a termelők által készített *termékkört* és a használt recepteket. Az egyik ilyen tényező az egyéni kreativitás és alkotás igénye, mely azonban sokszor nem piacképes termékek felé vezet a termelőket, így szükséges egyensúlyba hozni a vevői igényekkel. Egy másik tényező a kézművesség és a technológia közti viszony, melyben számos, eltérő megfogalmazása van a *kézműves*, vagy *kisüzemi* termék dimenziójának, és ahol technológiai eszközök és gyakorlati, testivé tapasztalatok szoros összefonódása alkotja a végső terméket. Fontos kérdés a lokális és a globális receptkészlet közti egyensúlyozás, melyben nagyfokú útkeresés tapasztalható. A saját adottságokhoz adaptált nemzetközi sajtok és a Kárpát-medencei tejfeldolgozás múltjához való kapcsolódás egyaránt megjelenik. Kulcskérdés lesz a lokalitás, a helybe illeszkedés, melyet azonban számtalan módon értelmeznek a termelők. A fejezetben mutatom be a nyers tejes sajtészítés kérdéskörét, mely egyre meghatározóbb témája nem csak a magyar, de a nemzetközi szintérnek is. A láthatatlan mikrobákkal való egyre tudatosabb együttműködés a kész termék létrehozásában számtalan szinten befolyásolja a termékkört: aktívan alakítja a termelők környezetükhöz való viszonyát, mentalitását, ugyanakkor az értékesítés során is megoldandó kérdést jelentenek. Kitértem a terroir kérdésére is, vagyis a táj jellegzetességeinek megjelenésére is a tejtermékekben, mely szintén egyszerre

jelent szemléleti elemet és marketingeszközt, itthon azonban még csak most indul az ezzel kapcsolatos diskurzus.

Az *értékesítésről* szóló fejezet két nagyobb részre tagolódik. Az egyik során bemutattam a termékek fogyasztókhöz való eljuttatásának általános kérdéseit, a kistermelőket jellemző értékesítés főbb jellegzetességeit. Felvázoltam, milyen utakat járnak be az egyes típusok termékeik eladása során, hogyan jutnak el a tejipartól a közvetlen értékesítés módjaiig; illetve az informális hálózatok használatától a piacokon át a háztól értékesítés számos egyedi módozataig. Bemutattam a személyesség és bizalom funkcióját az eladásban, mely minden értékesítési mód mögött megjelenik, valamint a vevőkkel való személyes kapcsolat számos hatását a gazdasági gyakorlatra. Az árak alakításának vizsgálatánál a piaci viszonyok konstans figyelésén túl ez is meghatározó lesz – mindez egy személyes térben történik, ahol a termelőnek közvetlenül kommunikálni is kell árait és a mögötte lévő értéket vásárlóinak. Emellett a professzionális marketing is megjelenik a termelők körében, mely sokszor szintén a személyesség, valamint a vidéki idill, illetve egyfajta *poszt-pasztorális idill* kommunikálásával ruhazza fel a gazdaság termékeit.<sup>5</sup> A fejezet második nagyobb része az értékesítési csatornák jellegzetességei mutatja be a sajtkészítők szempontjából. A piacok között mind a hagyományos, fedett vásárcsarnokok, mind az új típusú, általában szabadtéri termelői piacok szerepet játszanak a sajtkészítők esetében. Ezekben a helyszíneken az állandó jelenlét jelentette időt és a bolt, vagy termelői pult bérleti díját kell egyensúlyba hozni a bevételekkel. Új lehetőségeket jelentenek a bevásárló közösségek, ahol az időgazdálkodás szempontjából előnyös, heti egyszeri átadásokon jut el a termék a fogyasztóhoz, és ami szintén sok sajtkészítő számára jelent megoldást, néhol pedig legfőbb értékesítési csatornát – máshol azonban kevésbé sikerült megbízható, kalkulálható eladott mennyiséget biztosító állandó csatornát létrehozni. Számos termelő indítja el a háztól értékesítés különféle módozatait, mely néha csak a gazdaság kulisszái között létrehozott termelői boltot, máskor komplex élménygazdasági programkínálatot is jelent. Az éttermeknek való értékesítés az erre specializáló családi gazdaságok számára nagy potenciált, ugyanakkor veszélyeket is hordozó forma, hiszen egy újabb külső tényezőt iktat az értékesítésbe a maga saját szempontjaival és kalkulációival, kiesése esetén pedig nagyobb termékmennyiség számára kell új csatornát keresni. A delikátok, kisboltok, pékségek felé való értékesítés inkább a professzionális agrárvállalkozások számára működik, akik képesek számos, egyenként kisebb mennyiséget felvevő viszonteladót is kiszolgálni.

---

<sup>5</sup> Ennek bemutatását ld. PAXSON 2013, 15–20.



A következő nagy fejezetben *földrajzi esettanulmányokban* vizsgáltam meg a helyi élelmiszer jelenség e speciális szegmensét. Először Budapest és a környező agglomeráció térségében elemeztem a sajtkészítők tevékenységét. A termelés szempontjából a földszüke a térségben fokozottan érvényesül, kevés a legelőnek, illetve takarmánytermelésnek alkalmas terület. Ugyanakkor a főváros a fogyasztók és a megszólításukra alkalmas értékesítési lehetőségek bőségét hordozza, mely folyamatosan bővülni is képes, így nem csak a környező területekről, de az ország számos vidékéről értékesítenek itt sajtkészítők. Az átalakulóban lévő, termelők által is sokszor használt vásárcsarnokok mellett mind Budapesten, mind az agglomerációban számos sikeres formája alakult ki a termelői piacoknak. Az agglomerációs településeken egyre jellemzőbb, hogy a helyi fogyasztók kiszolgálására rendezkednek be a háztól értékesítés és az élménygazdálkodás valamilyen sajátos formájával, és a főváros nyújtotta lehetőségekkel már alig élnek. A fővárosban viszonteladóként jelen lévő pékségek, kisboltok, delikátészek és éttermek sokaságával főleg a professzionális agrárvállalkozók élnek, akik akár távolabbról is beszállítanak számos helynek. A Balaton-felvidéki esettanulmány a turizmus által átalakított élelmiszer-rendszerek jellegzetességeit mutatja be. Az ingatlanok és mezőgazdasági területek ára itt is rohamosan emelkedik, sokan még korábban, a család által pl. a privatizáció idején szerzett ingatlanokkal indítják el gazdaságukat. Az újonnan nekiinduló gazdaságok egyre inkább a térség turizmus által kevésbé érintett peremein kezdenek gazdálkodásba, ahonnan azonban az értékesítési lehetőségek ugyanúgy elérhetőek. Az értékesítés minden formája mögött felfedezhető hajtóerőként a turizmus és a helyi termékek iránt erőteljes keresletet képező, a városról vidékre költöző réteg. Ezek más-más lehetőségeket jelentenek a sajtkészítők számára, mind a tőkeképzéshez, mind folyamatos bevételekhez hozzájárulva. A térség legnagyobb piaca, a káptalanóti Liliomkert Piac, és a térség más meghatározó piacai, illetve az éttermek, borászatok, kisboltok és a háztól értékesítés formái mentén mutatom be, milyen dilemmákat jelent a termelők nézőpontjából a turizmus és város – vidék migráció által meghatározott értékesítés. Az utolsó térségi esettanulmány Baranya és központja, Pécs esetén mutatja be, hogyan boldogulhat egy periférikus térségben és annak városközpontjában egy sajtkészítéssel foglalkozó gazdaság. Bár a térségben sokkal könnyebb parlagon lévő területekhez jutni arányaiban kisebb tőkebefektetéssel, értékesítési lehetőségekben jóval kisebb a kínálat. Ezek zömében a városközpontokhoz, valamint a turisztikai központokhoz kötődnek. Az esettanulmányban bemutattam, hogyan hatott egy nagymúltú vásárcsarnok átalakulása a sajtkészítőkre, hogyan játszhat kulcsszerepet egy város termelői értékesítésében egy bevásárlóközösség, valamint milyen sajátos változatai alakultak ki a háztól értékesítésnek ilyen periférikus helyzetben.

Az utolsó nagy fejezetben a disszertáció elkészítésének legnagyobb kihívását igyekeztem a kutatás hasznára fordítani. A kutatás idején kitört COVID-19 világvilágjárvány bár huzamosabb ideig megakasztotta a terepmunkát, annak folytatása idején éles fényvel világított rá a sajtókészítéssel foglalkozó gazdaságok jellegzetességeire. Ennek megfelelően a fejezet számos, korábban felmerült kérdést mutat be ismét akcióban, a *reziliencia* fogalmát középpontba helyezve. A gazdasági stratégiák számos eleme illik ebbe a fogalomkörbe, közülük például a több lábbon állás elterjedt stratégiájáról bebizonyosodott, hogy válsághelyzetek esetén valóban hozzá tud járulni a túléléshez és a válság utáni újrendeződéshez, míg a kevesebb bevételi pillér valóban komoly válságokat tud okozni. A személyesség és bizalom értékesítésben játszott ambivalens szerepét szintén számos érzékletes történettel mutatom be. A fejezet zárásaként a 2022-es nagymértékű infláció árakra gyakorolt hatását elemeztem, ahol az árak alakításának és a személyességnek a konfliktusához nyertem fontos adalékokat.

A disszertációt a vidékfejlesztési tanulságok levonásával zártam. A kutatás rávilágított a sajtókészítők önmagukon túlmutató jelentőségére, a jogi – szabályozási rendszer számos kritikus pontjára, a kistermelők támogatásának hatékony beavatkozási lehetőségére, valamint az élelmiszer-rendszer termelőkön túlmutató, civil és önkormányzati szereplőinek, az alternatív élelmiszer-hálózatok szervezőinek jelentőségére. A dolgozat a kutatás termelői nézőpontú értelmezéseivel, valamint összeggzéssel végződik.

### **A téziszűzetben hivatkozott szakirodalom**

BALÁZS Bálint 2012. Local Food System Development in Hungary. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 19 (3), 403–421.

BALI János 2000. Parasztok, farmerek, vagy agrárvállalkozók? A vidéki társadalom és gazdaság lokális tapasztalatai a rendszerváltás után. In: KUTI Klára – RÁSKY Béla (szerk.): *Azonosságok és különbségek. Mai néprajzi kutatások Ausztriában és Magyarországon*. MTA BTK Néprajzi Kutatóintézete – Osztrák Kelet- és Délkelet-Európa Intézet Budapest Kirendeltsége, Budapest. 85–114.

BALI János 2014. „Újparasztok.” Párhuzamos modellek a magyar falusi mezőgazdasági kistermelésben. In SCHILLER Katalin – TÓTH-KIRZSA Fruzsina (szerk.): *Mwomboko. Köszöntő kötet Sárkány Mihály 70. születésnapjára*. MAKAT – ELTE BTK Néprajzi Intézet, Budapest. 72–79.

BENEDEK Zsófia – BALÁZS Bálint 2014. Az élelmiszertermelés relokalizációjának térbeli-társadalmi különbségei Magyarországon. *Tér és Társadalom* 27 (4), 63–76.

BÍRÓ A. Zoltán – MAGYAR Ferenc (szerk.) 2014. „Mindig arra kell törekedni, hogy egy lépéssel előbbre legyünk...” *Agrárinnovációs kezdeményezések a székelyföldi térségben*. Státus Kiadó, Csíkszereda.

BOISSARD, Pierre 2003. *Camembert. A national myth*. University of California Press.

BONOW, Madeleine – RYTKÖNEN, Paulina 2013. Small-scale Farm Dairies in Jämtland. Ancient Practices in Modern Forms. In: LYSAGHT, Patricia (ed.): *The Return of Traditional Food. Proceedings of the 19th International Ethnological Food Research Conference, Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University, Sweden, 15-18 August, 2012*. Lund University, Lund. 81–93.

FORNEY, Jérémie – HÄBERLI, Isabel 2014. Introducing ‘Seeds of Change’ into the Food System? Localisation Strategies in the Swiss Dairy Industry. *Sociologia Ruralis* 56 (2), 136–156.

GAGYI József 2007. *Földosztók, önellátók, gyarapodók. A dekollektivizáció emberei*. Mentor Kiadó, Marosvásárhely.

GRASSEN, Christina 2016. *The Heritage Arena. Reinventing Cheese in the Italian Alps*. Berghahn Books, New York – Oxford.

HANN, Chris M. 1980. *Tázlár: a Village in Hungary*. Cambridge University Press, Cambridge.

JUHÁSZ Pál 2006. *Emberek és intézmények. Két zsákutca az agráriumban*. Új Mandátum Kiadó – Jelenkutató Alapítvány, Budapest.

KISBÁN Eszter 2017. Termelők a piacon, termelői piacok. In: Fodor Péter – Gyöngyössy Orsolya (szerk.): *Sodrásban: Tanulmányok Dr. Szűcs Judit köszöntésére*. Csongrádi Információs Központ Csemegi Károly Könyvtár és Tari László Múzeum, Csongrád. 300–313.

KISS Márta 2016. A helyi termék-előállítás szerepe és típusai szatmári és zalai LEADER programok alapján. In: KOVÁCS Katalin (szerk.): *Földből élők. Polarizáció a magyar vidéken*. Argumentum Kiadó, Budapest. 255–278.

KOTICS József 2006. *Gazdasági stratégiák és magatartások. A tradicionális gazdálkodói magatartás továbbélése mai gazdálkodási formákban*. Ethnica Kiadó, Debrecen.

KOVÁCS Katalin (szerk.) 2016. *Földből élők. Polarizáció a magyar vidéken*. Argumentum Kiadó, Budapest.

KOVÁCS Teréz 2010. *A paraszti társadalom és gazdálkodás átalakulása*. L'Harmattan Kiadó, Budapest.

KOVÁCH Imre 2012. *A vidék az ezredfordulón. A jelenkori magyar vidéki társadalom szerkezeti és hatalmi változásai*. Argumentum Kiadó – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont (Szociológiai Intézet), Budapest.

LYSAGH, Patricia (szerk.) 1994. *Milk and Milk Products from Medieval to Modern Times*. Canongate Academic, Edinburgh.

LOVAS KISS Antal 2006. *Piaci túlélés – kisüzemi lavírozás. A rendszerváltozás gazdálkodásra gyakorolt ihatásának néprajzi vizsgálata Dél-Biharban*. (Studia Folcloristica et Ethnographica, 49.) Kossuth Lajos Tudományegyetem, Debrecen.

MÁRKUS István 1991. *Az ismeretlen főszereplő. Tanulmányok*. Szépirodalmi Könyvkiadó, Budapest.

MEYROWITZ, Joshua 2005. A globális hajnala: A hely és önazonosság új élménye a globális faluban. *Világosság* 46 (6), 29–36.

MOLNÁR Ágnes 2019. *Alkalmazkodó polgárosodás. Család és gazdaság Kiskanizsán a 20. században*. (Néprajzi Értekezések, 8.) Magyar Néprajzi Társaság, Budapest.

NEMES Gusztáv 2000. *A vidékfejlesztés szereplői Magyarországon. Intézmények, megközelítések, erőforrások*. MTA KTK, Budapest.

NEMES Gusztáv – VARGA Ágnes 2015. Régi intézmények, új kihívások - a mezőgazdasági tudásrendszer (MTR) Magyarországon. *Gazdálkodás* 59 (6), 506–516.

PAXSON, Heather 2013. *The Life of Cheese. Crafting Food and Value in America*. University of California Press, Berkeley / Los Angeles.

VAN DER PLOEG, Jan Douwe 2018. *The New Peasantries: Rural Development in Times of Globalization*. Routledge, London.

SÁRKÁNY Mihály 2016. *Társadalom és gazdaság. Válogatott szociálintropológiai írások*. L'Harmattan Kiadó, Budapest.

SCHWARZ Gyöngyi – SZARVAS Zsuzsa – SZILÁGYI Miklós (szerk.) 2005. *Utóparaszti hagyományok és modernizációs törekvések a magyar vidéken*. MTA Néprajzi Kutatóintézet – MTA Társadalomkutató Központ, Budapest.

SZABÓ Á. Tőhötöm 2013. *Gazdasági adaptáció és etnicitás. Gazdaság, vidékiség és integráció egy erdélyi térségben*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Kriza János Néprajzi Társaság, Kolozsvár.

SZELÉNYI Iván 1992 (1988). *Harmadik út? Polgárosodás a vidéki Magyarországon*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

SZILÁGYI Miklós (szerk.) 2002. *Utak és útvesztők a kisüzemi agrárgazdaságban 1990–1999*. MTA Néprajzi Kutatóintézete – MTA Társadalomkutató Központ, Budapest.

TRUBEK, Amy B. 2008. *The Taste of Place. A Cultural Journey into Terroir*. University of California Press, Berkeley / Los Angeles.

### **A szerző témában megjelent publikációi**

#### **Önálló szerzőként:**

2018. Kisebb-nagyobb termelők: a kistermelők antropológiájától a részvételi vidékfejlesztésig: Szubjektív gondolatok a gazdasági antropológia vidékfejlesztési hasznáról egy esettanulmány apropóján. In: BENCZE Norbert – ANTALFFY Zsófia (szerk.): *I. Absolute Alkalmazott Bölcsészettudományi Konferencia. Az ELTE BTK HÖK Magyar Intézetek Képviselete által 2017. november 23-án rendezett tudományos hallgatói konferencia előadásainak tanulmánykötete*. ELTE BTK HÖK Magyar Intézetek Képviselete, Budapest. 63–78.

2018. Disznótoros töprengések. *Antro-Pólus* 1, 9–15.

2019. Alternatív értékesítési hálózatok – gazdaszemmel: Egy alternatív mezőgazdasági kisüzem sikeres értékesítési stratégiájának antropológiai vizsgálata. *Intercisa Múzeum Évkönyve* 3, 37–56.

2022. Sajtőkészítők a Balaton-felvidék helyi élelmiszerrendszerében. Táj és gazdaság összefüggései jelenkori kistermelői gyakorlatokban. *Szociológiai Szemle* 32 (1), 114–144.

2023. „It is Possible to Work with Them and Develop such a Mutually Good Relationship...” Ecological knowledge and the raw milk method among contemporary Hungarian cheesemakers. *Hungarian Studies Yearbook* 5 (1), 79–102.

2023. „De hát most jött egy olyan helyzet, amire senki nem számított...” Külső válságok hatása magyarországi sajtókészítők gazdasági gyakorlataira. *Ethno-Lore* 40, 243–263.

#### **Társszerzőként:**

BALOGH Pál Géza – MICHELS Ambrus – NEMES Gusztáv – SZEGEDYNÉ FRICZ Ágnes 2021. A hiányzó láncszem – termelők és fogyasztók összekötésének dilemmái a rövid élelmiszerláncokban. *Fordulat* 29, 109–147.

BENEDEK Zsófia – BALOGH Pál Géza – BARÁTH Lajos – FERTŐ Imre – LAJOS Veronika – ORBÁN Éva – SZABÓ G. Gábor – NEMES Gusztáv 2020. Kistermelői sikerek a COVID-19 járvány első hullámában: a személyesség szerepe az értékesítésben. *Statisztikai Szemle* 98 (12), 1398–1415.

BENEDEK Zsófia – BALOGH Pál Géza – BARÁTH Lajos – FERTŐ Imre – LAJOS Veronika – ORBÁN Éva – SZABÓ G. Gábor – NEMES Gusztáv 2020. The Kings of the Corona Crisis: The Impact of the outbreak of Covid-19 on Small-scale Producers in Hungary. *Eurochoices* 19 (3), 53–59.

NEMES Gusztáv – BENEDEK Zsófia – LAJOS Veronika – ORBÁN Éva – BALOGH Pál Géza 2020. Helyi élelmiszer a korona idején - látélet a világjárvány helyi élelmiszerrendszerekre gyakorolt hatásáról. In: FOKASZ Nikosz – KISS Zsuzsanna – VAJDA Júlia (szerk.): *Koronavírus idején*. Replika Alapítvány, Budapest. 175–182.

#### **A szerző témához kapcsolódó konferencia-szereplései:**

SIEF 24th International Ethnological Food Research Conference. Living Eating Habits, Revitalized Foodways and the Concepts of Tradition and Food Heritage. Néprajzi Múzeum, Budapest, 2024. szeptember 18–20. Előadás címe: „*Why are we stuck at the level of the »gomolya« in cheesemaking? The Carpathian Basin dairy heritage and contemporary artisanal cheesemakers.*”

X. Falukonferencia – Az elmúlt negyven év regionális és vidékfejlesztési folyamatai. HUNREN KRTK RKI, Pécs, 2024. május 28. Előadás címe: „*A magyarországi kisüzemi sajtókészítés jelene – egy antropológiai kutatás fényében.*”

A krízis antropológiája. A Magyar Kulturális Antropológiai Társaság (MAKAT) V. vándorkonferenciája. Pécsi Tudományegyetem BTK, Pécs 2023. október 27–28. Előadás címe:

„»Mindig úgy szeretnék egy pillanatra mikroorganizmus lenni.« Emberek és mikrobák kapcsolata a magyarországi sajtőkészítésben.”

Társadalmi és kulturális reziliencia a Kárpát-medencében. HUN-REN BTK Néprajztudományi Intézet Társadalomnéprajzi Osztálya, Budapest, 2023. május 25. Előadás címe: „»De hát most jött egy olyan helyzet, amire senki nem számított...« Külső válságok hatása magyarországi sajtőkészítők gazdasági gyakorlataira.”

Brno – Pécs Environmental Humanities Conference. Department of Environmental Studies, Masaryk University, Brno, Csehország – PTE BRK Néprajz – Kulturális Antropológia Tanszék, Pécs. Pécs, 2023. március 29. Előadás címe: „A non-traditional ecological knowledge? The relation of contemporary Hungarian cheesemakers with their ecological environment.”

Rethinking the urban-rural relations/migrations in Europe. Scientific Symposium. Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Ljubljana, Szlovénia, 2022. május 26. Előadás címe: „Farmer – consumer relation in Hungary. A case study of artisan cheesemakers.”

Tanszéki hagyományok és változó világok. Néprajz és kulturális antropológia szakos hallgatók konferenciája. Szegedi Tudományegyetem, Szeged, 2022. április 29–30. Előadás címe: „Agrárnéprajz és vidékfejlesztés. A néprajzi – antropológiai szemlélet és tudás relevanciája a helyi fejlesztésekben.”

IX. Falukonferencia. A vidéki Magyarország a pandémia korában. KRTK Regionális Kutatások Intézete, Pécs, 2021. szeptember 22–24. Előadás címe: „»Itt azért olyan turizmus van, és olyan minőségű vevőkör, akit tényleg érdekli ez, hogy tiszta kaját kapjon...« Termelői gyakorlatok a Káli-medencében.”

Social dynamics. Inequalities, integration, mobility and migration. Conference at the Centre for Social Sciences. MTA TK, Budapest, 2020. november 16–17. Előadás címe: „Local food and the Locality. The case-study of the artisan cheesemakers of the Balaton Uplands.”

munka a XXI. században. A Magyar Szociológiai Társaság 2019. évi vándorgyűlése a Kodolányi János Egyetemen közös rendezésben. Budapest, 2019. október 26. Előadás címe: „Kényszerek és innovációk. Magyarországi kézműves sajtőkészítők gazdasági stratégiái és döntési mechanizmusai.”

Ruralitás és gazdasági stratégiák a 21. században. A Kriza János Néprajzi Társaság Vándorkonferenciája. Nagykároly, 2019. október 11. Előadás címe: „*Gomolya és gömölye. Hagyomány és hagyományteremtés a magyarországi kézműves sajtok jelenében.*”

Családi stratégiák az agglomerációban, Szimbiózis Fesztivál Kulturális Antropológiai Napok. Budapest, 2018. május 11–12. Előadás címe: „*Alternatív kistermelők az agglomerációban.*”

Tavaszi Szél Konferencia. Doktoranduszok Országos Szövetsége, Győr, 2018. május 4–6. Előadás címe: „*Kecskétől az asztalig. Termelés, feldolgozás és munkaszervezet két jelenkori alternatív mezőgazdasági kisüzemben.*”

Társadalom Tükrében konferencia, Eötvös József kollégium, Budapest, 2018. április 23. Előadás címe: „*Alternatív gazdaságok – alternatív piacok. Jelenkori alternatív kistermelői gazdaságok értékesítési stratégiáinak antropológiai vizsgálata.*”

AbSolute, Alkalmazott Bölcsészet Konferencia. ELTE BTK, Budapest, 2017. november 23. előadás címe: „*»Kisebb-nagyobb termelők.« Alternatív kistermelők gazdasági antropológiai kutatásának vidékfejlesztési tanulságai.*”