

„...hogy a profit ne csináljon a szegénységből nyomort” – sőt, tömeghalált

A világ, ahol élünk

Időnként cikk jelenik meg arról, hogy kisgyerekekkel bányásztatnak ki a mobiltelefon gyártásához szükséges nyersanyagot. Vérmobil – sokkolja az újságíró az olvasót. „Nahát?” – ámul el a hírre a telefonhasználó.

Időnként cikk jelenik meg arról, hogy gyerekrabszolgák dolgoznak a csokoládé alapanyagát biztosító kakaóültetvényeken. „Ejnye” – berzenkedik a csokoládét majszoló polgár lelkiismerete.

Két osztrák újságíró, Hans Weiss és Klaus Werner, az ezredfordulón nyomába eredt több tucat ismert konzern gazdagodásának. *Márkacégek feketekönyve. A multik mesterkedései* (Pécs, Art Nouveau, 2003) címmel könyvet jelentettek meg, amely összegyűjti és együtt láttatja a különböző „nahát”-okat, „ejnyé”-ket.

Hogyan néz ki – teszik fel a kérdést a szerzők – a világgazdaság „globális szupermarketje”? „A hűtőpultban olcsó kongói nyersanyagot, a turkálóban akciós thaiföldi munkaerőt, a csemegerészlegnél a világ minden részéről származó kutatókat és tervezőket, valamint fantáziadús hirdetési szakembereket, gátlástalan marketingeseket találunk. A pénztárnál pedig csillogó szemmel ott a vásárló” (a 29. oldal alapján).

A könyv magyar kiadása nem váltott ki érdemi visszhangot. Bár a benne hivatkozott számadatok már nem frissek, a tendenciák és összefüggések változatlanul érvényesek.

Mennyi a fizetésed?

Egy salvadori varrodában, ahol 22,5 másodperc van egy trikó megvarrására, napi 12 órás munkáért – átszámítva – 5,12 euró bért fizetnek.

(Aki ennél lassúbb, éjszaka rádolgozik.) Egy thaiföldi, Nike, Adidas, Puma cipőket készítő varrodában 4,8 eurót. A reklámozott divatos sportcipőt 100 és 180 dollár közötti áron lehet tömegesen eladni egy korosztálynak. Előállításra 5 dollárba kerül. Indonéz előállítói napi 2 dollárt keresnek. (Thaiföldön az eladási ár 0,4 százaléka, 40 cent körüli összeg jut a készítőjének.) Egy thaiföldi játéküzemben napi 3,6 euróért dolgoznak. Egy bangkokiban 2,5 euróért. Egy kínaiában ennél kevesebért, 1,49 euróért. Ezek nagyon jó bérek a vietnámihoz képest, ahol némelyek egy munkahétért (10 óra mind a hét napon) kapnak 4,32 eurót.

Havi fizetésekről is vannak adatok. Ennyi idő alatt az USA egyik gyámsági területén, Saipan szigeten napi 14 órás varrodai munkával akár 200 dollárt is lehet keresni. Brazil kakaóföldeken egy hónapra 43 euró (gyerekeknek, időseknek 30 euró) az átlagbér. Egy kínai játékgyárban havonta (napi 18 órás munkával, a hónap minden napján dolgozva) 38 és 63 euró közötti fizetés érhető el. Egy másik kínai játékgyárban viszont csak 26 és 40 euró közötti. (Összehasonlításként: a cég ügyvezető igazgatójának havi 6,25 millió euró a fizetése.)

Szereted a csokoládét?

„50 német márkába (25 euró) kerül egy darab. Ez nem túl sok, így a kakaóültetvényes Amadou Bamba rögtön kettőt vesz belőle. Az első megvásárolt árut Abou-nak, a másikat Adamának nevezzük” (143.). Mindkét áru Maliból származó hétéves kisfiú, akit azután – húsz, 14 év alatti társával együtt – Elefántcsontparton rabszolgaként dolgoztatnak reggel hattól este kilencig, a hét minden napján. Kuttyákkal őrzik, korbáccsal fenyítik őket. A hőségben kéziükkel, mezítláb szántanak. A gyerekrabszolgák munkája a tulajdonosnak napi egy tál kukoricakásába kerül. Ha nem elégedett az áruval, következmények nélkül megölheti.

Ez az „emberi nyersanyag” néhány év alatt használhatatlanná válik. Eldobják és lecserélik egy újra. Elefántcsontparton az 1960-as függetlenné válás óta mintegy 200 ezer gyerekrabszolgát alkalmaztak. „Aki kakaót iszik, az ő vérüket issza” – fogalmaz a *Save the children* nevű szervezet elnöke. „Minden harmadik harapásnak a csokoládéba rabszolgaság-mellékíze van” (34.).

A gyerekmunka különösen a harmadik világban igen elterjedt. Ázsiában hozzávetőlegesen 153 millió, Afrikában 80 millió, Latin-

Amerikában 17 millió 5 és 14 év közötti gyerek dolgozik. (Nyolckilencévesek bányákban is.) Közülük 12 millió a világgpiacnak termel. A felnőtteket is figyelembe véve, a rabszolgák száma jelenleg legalább 27 millióra tehető – bár a rabszolgatartás kizárólag Mianmarban legális. (Emlékeztetőül: annak idején a gyarmattartók összesen körülbelül 60 millió rabszolgát vittek Afrikából Amerikába.)

Nem unod a banánt?

1989-ben osztrák politikusok a pozsonyi főtéren banánt osztogattak: „Nézzetek ide, ilyen édes a szabadpiac!” (151.).

Európa és az Egyesült Államok a harmadik világból több mint 11 millió tonna banánt importál. A bő termés biztosítása érdekében a banánültetvényeket repülőgépekről havonta többször permetezik olcsó növényvédő szerekkel. Ez a fajta növényvédelem tömeges mérgezést okoz. Az egyik hondurasi banántermelő körzetben agy nélkül születik a gyerekek egy százaléka. Nicaraguában tízezreket mérgeztek meg repülőgépes permetezéssel. A csontrákos betegnek a kórházban adott útmutatás: menjen haza, és várja a halált. (De mit lehet tenni? A banánnak sok a rovarkártevője.)

Állatokon végzett kísérletek kimutatták, hogy az alkalmazott rovarirtó kis mennyiségben is sterilitást, tüdő-, máj- és vesekárosodást okoz. A gyártói által készített szakvélemény viszont emberre ártalmatlannak tünteti fel.

Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) adatai szerint, évente több mint 2 millió ember hal meg növényvédő szerek okozta ártalmaktól.

Tehát mi is a banán? Élvezetes csemege, politikai szimbólum és gyilkos mérég.

*

A spanyol Almeira tartományban 32 ezer olyan növényház van, ahol zöldséget és gyümölcsöt termesztenek. Az élelmiszerholdingok spanyolországi beszállítója többnyire olyan terméket forgalmaz, amelyet észak-afrikaiak munkájával állítanak elő. Ezek a szüreti munkások „olcsó munkagépek”. Nélkülük megrohadna a termés. Ha emelnék a fizetésüket, az megdrágítaná az árut, amit egyetlen európai élelmiszerkonzern sem vállalhat.

Az intenzív műveléshez emberre is veszélyes műtrágyát és növényvédő-szereket használnak. Egy 1996-os tanulmány 506 súlyos mérgezési esetet vizsgált, amelyek öt százaléka halállal végződött.

Amikor egy emberjogi szervezet felháborodásának komolyabb visszhangja támad, a konszern – jó híre érdekében – tesz egy formális gesztust. Médiapropaganda mellett megváltoztatja a beszállítót: mástól szerzi be az olcsó árut.

Az El Ejidóban uralkodó állapotokat vizsgáló *Európai Polgári Fórum* tagjának következtetése: „Nem lenne szabad ezeket a spanyol paradicsomokat és epreket megennünk. Etikailag nem vállalható körülmények között termesztik őket” (169.).

*

A banánhoz hasonlóan, az észak-amerikai és európai piacokon vásárolható narancs jelentős része is Latin-Amerikából származik. Tizennégy év alatti gyerekek napi 14 órán keresztül cipelik a 25 kilós zsákokat. Brazíliában van olyan régió, ahol minden harmadik szegény családból származó gyermek narancsszüretelőként dolgozik. Egy liter narancslé ára körülbelül egy euró, amiből átlagosan négyszázad rész (0,26 cent) jut a brazil szüreti munkásnak.

„A modern termelési technikák arra készítetik a nemzetközi konszerneket, hogy folyamatosan új mezőgazdasági területeket és olcsó munkaerőt keressenek, viszont tönkretett ökológiai rendszert és életeket hagyjanak maguk mögött” (152.) – összegezi ezt a gyakorlatot az *Élelmiszeripari Szakszervezetek Nemzetközi Uniója*.

Nagy kölcsön, nagy függés

Latin-Amerikában nem ritka, hogy amerikai konszernnek közalkalmazottak megvesztegetésével hatalmas földterületet sajátítanak ki, birtokba veszik a közlekedést, ellenőrzik a hírközlést, sőt, kormányokat is megbuktatnak. Gyakran nagyobb politikai befolyással rendelkeznek, mint az ország politikusai.

Fontos szerepet játszik ebben egy ipari méretű tanácsadás-üzlet, amely számos esetben döntően hozzájárul az ország eladósodásához. A megcélzott kormányt hatalmas bankkölcsönök felvételébe hajszolják. A hitelek „nagy részét olyan projektekre használták, amelyeket nyugati tanácsadók találtak ki, és az adott országoknak alig hoztak némi hasznot” (31.). Az eladósodott országoknak az Egyesült Államok által irányított pénzügyi szervezetek diktálnak. Amikor a *Világbank* és a *Valutaalap* arra kényszeríti Ázsia, Afrika, Latin-Amerika, Európában a volt keleti blokk eladósodott államait,

hogy a létminimum alatt tartásuk a minimálbéreket, az ott befektető nyugati cégek érdekeit képviseli.

Egy „gazdasági bérgyilkos” (bennfentes szóhasználatban, EHM, az *Economic Hit Man* rövidítése) nyilvánossá tette azt az Egyesült Államok által szisztematikusan használt nagyhatalmi módszert, amelynek alkalmazása országokat mind gazdaságilag, mind politikailag kiszolgáltatottá tesz (John Perkins: *Egy gazdasági bérgyilkos vallomása*. Budapest, Ráció Kiadó, 2006.). Ennek lényege a következő. Államilag támogatott amerikai nagyvállalat manipulált fejlesztési programot kínál fel nyersanyagokban gazdag országok kormányzatának. Vezető politikusaik korrumpálásával eléri, hogy a program megvalósítására hiteleket vegyenek fel. Ezekből tudják kifizetni a beruházást végző amerikai cégekkel szembeni tartozásokat – közben pedig az ország tartósan eladósodik. „Valamennyi ilyen programtervezetnek az volt a kimondatlan célja, hogy a beruházásban részt vevő cégek nagy profithoz jussanak, a fogadó ország néhány gazdag és befolyásos családja hasznot húzzon belőle, ugyanakkor biztosítsa a világ különböző országainak hosszú távú pénzügyi függését és így politikai lojalitását” (39.). A módszer sikerét az ún. *korporatokrácia* (vállalatok, bankok és kormányok együttműködése) garantálja. Ha egy politikus nem a játékszabályoknak megfelelően viselkedik (külföldi nagyvállalatok helyett országa javára cselekszik), élete hamarosan véget ér repülőgép-balesetben (mint ez pl. az ecuadori Jaime Roldós vagy a panamai Omar Torrijos esetében történt). „Latin-Amerika történelme tele van halott hősökkel. A közszereplők korrumpálásán alapuló rendszer nem tűr meg olyan közszereplőket, akik nem hajlandók korrumpálódni” (121.).

Profit vagy halál – profit és halál. (Gyógyszeripar az egészség ellen)

Dél-Afrikában a felnőtt lakosság 20 százaléka AIDS-fertőzött. Naponta 1700 ember – köztük 200 csecsemő – meghal. Mivel a gyógyszer a szegények számára megfizethetetlenül drága, Nelson Mandela kormánya – a szabadalmi jogokat csorbítva – belefogott olcsóbb szer előállításába. A Clinton-adminisztráció (különösen Al Gore alelnök) nem maradt tétlen a konszernnek védelmében.

A gyógyszeripar az egyik legmagasabb profitot hozó terület. A gyógyszerkutatások és gyógyszerkísérletek jelentős részét a nagy gyógyszergyártó vállalatok finanszírozzák. Azért tesznek bele pénzt,

hogy profitot vegyenek ki belőle. Hatalmas profitot. Ez magyarázza, hogy olyan nem „divatos” betegségek gyógyításával kapcsolatban, amelyekről nem várható nagy nyereség (pl. malária, kolera, tuberkulózis, álomkór), jellemzően nem végeznek kutatásokat.

A cégek a profit növelése érdekében rendszeresen lefizetnek orvosokat, kísérleti állatoknak használnak betegeket, meghamisítanak kísérleti eredményeket.

Volt olyan eset, amikor sokkal több beteg halt meg a kísérleti gyógyszerrel kezelték közül, mint akik csak placebót kaptak. De a befektetett pénznek – az elvárt haszonnal – mindenáron meg kell térülni. A hivatkozott konzern (a Bayer) tudományos cikkeket finanszíroz, amelyek a szer hatékonyságáról szólnak. Az ártalmasnak bizonyult (úgymond, „halált okozó”) kísérleti gyógyszert ma is nagy tételben alkalmazzák.

Az Egyesült Államok egészségügyi hatósága engedélyezett (és állami szervei finanszíroztak) egy már betiltott gyógyszerrel végzett kísérleteket gyermekeken. Fekete és latin-amerikai családok gyermekein.

Azt a kísérletet is egy amerikai szervezet pénzelte, aminek során Kínában maláriával fertőztek meg HIV-betegeket, hogy tanulmányozzák a malária HIV-re gyakorolt hatását.

Magyarországi példák is szóba kerülnek. Budapesti kórházak vezetői vállalták pszichiátriai (köztük skizofrén és mániás) betegeken végzett, tiltott kísérletek csoportos lefolytatását. A kísérletre vállalkozó egyik kórházi professzor igénye: „nekem fizetnek 3500 dollárt betegenként és ezenkívül 350-et a kórháznak” (96.). Mi áll az illegális (és embertelen) orvosi ügyletek hátterében? „A gyógyszercegek olyan anyagi ajánlatokat tesznek, amelyekkel teljesen megszédítenek bennünket” (86.).

Kis ajándék – nagy függőség

A tejpor nem gyógyszer, de tud ártalmas is lenni.

Szegény országok szülészetein a tejpormarketing propagandát fejt ki – amire lefizetett gyermekorvosokat is felhasznál – a természetes szoptatás hátrányairól, és ajándék tejport küld a kismamáknak. Körülbelül addig látja el őket tejpormal, míg elapad a tejük. Innentől rákényszerülnek a – nem olcsó – mesterséges tápszer megvásárlására.

A WHO adatai szerint, a világon évente több mint másfél millió gyerek azért nem marad életben, mert nem szoptatják. Például

Pakisztánban is gyerekek ezrei halnak meg a tejporos táplálás következtében.

Ismerjük a kötelezővé tett figyelmeztetést: „A dohányzás súlyosan károsítja az ön és a környezetében élők egészségét.” Egészségvédő szervezetek tiltakozásainak hatására a tejpor csomagolására is felkerült: „A csecsemő legolcsóbb és legegészségesebb tápláléka az anyatej.” Mellékesen: csak minden negyedik pakisztáni nő tud olvasni.

A gyerekjáték nem gyerekjáték

Az európai gyerekeket játékok veszik körül. Ezek jelentős részét – főleg Ázsiában – gyerekek készítik. „Vérrel, izzadsággal és könnyekkel” (173.).

A nagyobb vállalkozások oda mennek, ahol a munkaerő olcsó és a termelés üzletileg biztonságos. Az összes játékszer egyharmadát Kínában állítják elő. „A multinacionális konszerneknek Kína maga a paradicsom. Politikailag stabil rend uralkodik, a szakszervezetek be vannak tiltva, a hatósági követelmények minimálisak, a hivatalnokok lefizethetőek, és alacsony az életszínvonal” (178.).

Egy olasz játékkonzern Kínában működteti a Zhili nevű gyárát – 1993-ban 472, többségében 16 év alatti alkalmazottal. A vezetőség – nehogy a dolgozók ellopjanak valamit – minden ablakra rácsot szereltetett, és a vészkijáratot lezáratta. Amikor tűz ütött ki, és a gyúlékony vegyi anyagokban gyorsan terjedt, 87-en bennégtek, továbbá 47-en súlyosan megsérültek, megnyomorodtak. (Ugyanebben az évben hasonló történet játszódott le Bangkokban. Itt is bezárt ajtók és berácsozott ablakok voltak. 188 a halottak, 469 a sérültek száma.)

McDonald's étterem a világ 118 országában működik, és állítólag négyóránként nyílik egy új. A hamburgerbirodalom az európai gyerekek fantáziáját ajándékokkal is megcélözva csalogatja őket az éttermeibe: sok helyen kis csomagokban játékokat osztogat. Ezek nagy részét valamelyik kínai üzemben állítják elő. A City Toysban például – napi 12 órát dolgozva – 12-13 éves gyerekek is készítik. (A kétezer munkásból négyszáz gyerek.) A dolgozók – havi 4 eurót fizetve – a gyár 16 fős hálókameráiban matrac nélküli fapadokon alszanak. Nem ritka az acetonos mérgezés. A benzol nevű vegyi anyag 1992 januárjában halálos áldozatokat is követelt.

Maradva a gyorséteremláncnál: a világ legnagyobb marhahús-felvásárlója. A világon 1,3 milliárd marhát tenyésztenek a húsáért iparszerűen, és az összes megtermelt gabona felét állati takarmánynak használják. Egyidejűleg növekszik az éhezők száma. (Ez – a könyv adatai szerint – a világ összlakosságának mintegy 15 százalékára tehető.)

Annakidején, az angliai bekerítések korában Thomas Morus még úgy szörnyülködött, hogy „a juhok felfalják az embereket”. („Éltem veszed, Ha attól fosztasz meg, mi által élek” – tudatosította kicsit később Shakespeare.) A harmadik világban – az üzleti szempontoknak megfelelően – többnyire a legjobb minőségű földeket vonják ki a helyi élelmiszer-termelésből, hogy állati takarmányt termesszenek az európai uniós országoknak. „A gazdagok tehene megeszi a szegények kenyérét” (156.).

Ha megszólal a telefonod...

Nincsen mobil tantál nélkül. A tantál olyan nagyon kemény, rendkívül tömör, hő-, rozsdá- és saválló fém, amelyet döntően Kongóban bányásznak – gyémánt, arany, réz, kobalt mellett. Itt koltánnak is nevezik. Fegyveres lázadók által uralt területen található. A nyersanyagokért folytatott háborúban nagy számban harcolnak gyerekkatonák. A háborúskodásnak 1998 és 2000 között – olvasható a könyvben – 2,5 millió halottja volt. Körülbelül egyharmaduk gyerek.

A körzetből több mint 2 millió családot elűztek. Éhezés és betegség 16 millió életet követelt. Az Orvosok Határok Nélkül nevű szervezet adataiban az áll, hogy a körzetben négy gyerekből három nem éri meg a kétéves kort. Alultáplált gyerekeket azért lehet csak ritkán látni, mert már nem élnek.

Kofi Annan, ENSZ-főtitkár 2001-es jelentése szerint Kongóban mindennaposak a tömegmészárlások. Az egyik, többszáz áldozattal járó vérfürdőben „egyeseket leszúrtak, másokat lefejeztek. A tetemeiket a csatornába dobták” (47.).

A koltán kitermelése primitív kéziszerszámokkal történik – gyakran gyerekmunkával. Százával halnak meg bányáomlásokban. Egy helybeli munkanélküli tanár szavai: „Gyermekeinket a halálba küldik. Az európaiak és az amerikaiak vásárolják a koltánt, és ők hozzák a fegyvereket is. Elviszik országunk kincseit, és a profitjuk

érdekében hagyják gyermekeinket a bányákban meghalni” (a 66. oldal alapján).

Mindennek köszönhetően megszólal a telefonod.

Aki az autózást szereti...

Aki autózni akar, annak egyelőre akarnia kell tankolni is.

„Egy iparágban sem tiporják annyira az emberi jogokat, mint a kőolajüzletben. A fekete aranyból származó profit érdekében egyes üzemanyag-gyártó cégek háborúkat finanszíroznak, bérgyilkosokat fizetnek és egész vidékeket tesznek lakhatatlanná” (115.).

Angolában a függetlenség elnyerése óta szinte folyamatosan háborúznak. A kormányzat kőolajbevételekből, a lázadók pedig gyémántbányák bevételeiből vásárolják a fegyvereket. A kőolaj kitermelésében mintegy húsz olajkonzern vesz részt. Az olajmultik egy humanitárius katasztrófa tettestársai – fogalmaz a Global Witness nevű környezetvédő és emberjogi csoport.

Az angolai lakosság több mint 80 százaléka szegénységben él. Tíz gyerekből három meghal az öt éves kora előtt. Továbbá van 2,5 millió menekült. A kitermelési jogból származó bevétel mintegy felét a háború emészti fel, a maradék elszivárog a korrupció – fegyverkereskedelem jutaléka stb. – útvesztőiben.

*

Miután Szudán déli részén olajat találtak, népiirtás kezdődött – mintegy 2,5 millió áldozattal. A lelőhely környékén a központi kormány katonái falvakat semmisítettek meg, lakosait rabszolgává tették. Keresztény közösségeket a templomukba tereltek, majd rájuk gyújtották a templomot. Bentiu város környékét bombázták, az embereket helikopterekről célzottan géppuskázták. Tömeges kivégzéseket hajtottak végre. Egyes falvakban úgy gyilkoltak, hogy a férfiak homlokába szöveget vertek, a gyerekeknek elvágta a torkát. Máshol a nőket és a gyerekeket vasszögekkel fákhöz szögezték.

Az Amnesty International rámutat: mindebben bűntársak a nagy külföldi olajvállalatok, amelyek a kormánycsapatok atrocitásait tapasztalva „egyszerűen másfelé néznek” (136.).

*

A Niger folyó deltavidéke korábban turisztikai paradicsom volt. Plusz az ogoni törzs mezőgazdasági területe. Mindez már a múlté. A deltavidéken kőolajat találtak. A nemzetközi olajkonzernek katonai kormányzatot segítettek hatalomra, megteremtve az utat a régió természeti kincseinek zavartalan kifosztásához. A katonai rendszer idején 2000 ogonit megöltek, 80 ezer ember házat leromboltak. A diktatúra a tiltakozásokat vezető író, Ken Saro Wiwát 1995-ben nyolc társával együtt fölakasztatta.

1960-ban Nigéria lakosságának 30 százaléka élt a szegénységi küszöb alatt, ami 1999-ig 70 százalékra emelkedett. Egyidejűleg felerősödött a korrupció és a politikai vezetők meggazdagodása. Például az ország 1993 és 1998 között uralmon levő katonai vezetője és családja 3 milliárd amerikai dollárt helyezett el európai bankszámlákon.

A deltavidéken – hagyományosan mezőgazdaságból – élő lakosságot elűzték. A kőolajipar a területet hosszú távra terméketlenné teszi: a mezőgazdaságot és a halászatot ellehetetleníti, a talajt, a levegőt, a tengert és az ivóvizet megmérgezi.

A finomítóknál melléktermékként keletkező gázt elégetik – évente 20 milliárd köbmétert. (Ez – az üvegházhatás egyik legnagyobb forrásaként – 12 millió tonna metánt juttat az atmoszférába.) Sok lakóház közvetlen közelében napi 24 órában gázfáklyák égnek. Az égő gáz és olaj következtében lehulló savas eső nemcsak a talajt teszi használhatatlanná, hanem olyan betegséget is okoz, amely három nap alatt végez az áldozattal.

Mivel a profitszempontra megköveteli, hogy a kitermelés költségeit minimálisra szorítsák vissza, négy évtizede nem cserélik és nem tartják karban a mocsaras földben fekvő vezetékeket. Ezért gyakoriak a repedések, olajkitörések, robbanások. Egy hivatalos adat: évente mintegy 300 olajszenyezés történik, és 2300 köbméter olaj elfolyik. (Világbanki becslés szerint ezt tízzel meg kell szorozni.)

A karbantartás elmulasztása nem nigériai specialitás. A vezetékek egyharmada Oroszországban is harmincévesnél öregebb. Ezekből – a Greenpeace számításai szerint – évi 15 millió tonna olaj folyik el. Ahhoz, hogy 50 liter üzemanyagot tankolhassunk, a tönkrement vezetékekből mintegy 10 liter kőolaj elszivárog. Csak az európai Komi város körzete 220 ezer tonna kőolajjal szennyezett – olvasható a hivatalos állami adatokban. Egy szentpétervári orvosprofesszor

és rákszaktörő tudósítása: „1995 és 1997 között Komi lakóinak 90 százaléka beteg volt. Az ivóvízben és az élelemben megtalálható folyamatos olajszenyezés veszélyezteti a lakosság egészségét. Sokan lettek rákosak, illetve szenvednek tüdő- és vérbetegségekben, továbbá az emberek immun- és idegrendszere károsodott” (a 140. oldal alapján).

Arculatok arcucsapása

A márkacégek – azon túl, hogy megkeresik/megteremtik a legkedvezőbb beszállítót – közvetlenül szinte csak az áruik reklámozásával foglalkoznak. Ezért nem meglepő, hogy üzleti filozófiájuknak – a legolcsóbban beszerezhető áru biztosítása mellett – fő pillére a vásárló számára vonzó arculat kialakítása. Magukat korszerűnek, modernnek, szociálisan érzékenynek, gyerekszeretőnek, nő-, család-, egészség-, környezetbarátnak stb. tüntetik fel és propagálják.

Az arculatipar magával a terméket előállító iparral szemben is előbbséget élvez: „a márkák hatalma a reklámmilliárdokkal felépített arculaton nyugszik” (37.). „Nem termékeket árulunk, életstílust adunk el. [...] Így élünk, így viselünk ruhát, így csinálunk valamit” – nyilatkozik az egyik tulajdonos. A könyv szerzői pedig kommentálják: „a konszernek reklámüzenetei a modern kommunikációs technika segítségével a hagyományos szellemi központok, az iskolák, az egyházak, a társadalmi közösségek és a kulturális intézmények szerepét veszik át” (38.).

Ha folt esik egy márka – hatalmas pénzzel megszerzett – hírnevén, a cég lemarad az arculatok versenypiacán. Aminek a profit látja kárát. Az „imidzs” megőrzése, fenntartása még az olcsó termelésnél is fontosabb. Az árueledés akadozása, megbénulása magát a termelést teszi funkciótlaná (bármilyen gazdaságos is legyen az egyébként).

A multik – üzleti megfontolásból – folyamatosan törekszenek az emberbarát és környezetbarát arculat megteremtésére.

A McDonald’s propagálja, hogy újrahasznosítható dobozokba csomagolja a hamburgert.

A Shell szociális és ökológiai felelősségtudatáról biztosít. Óriásplakátokon hirdeti „zöld-politikáját”. Egyik reklámnyaga szerint „csak azok a vállalkozások lehetnek sikeresek, amelyek három célt tűznek ki maguk elé: versenyképesség, társadalmi felelősség és környezeti tuda-

tosság” (15.). A cég Nigériában 60 millió euróval támogatott szociális projekteket. Apró pötty: 1992-ig mintegy 4 milliárd eurós környezetkárosítása árán valószínűleg meg a 35 milliárd euró értékűre becsült ottani kitermelést. (Ez az adat nem kap helyet a reklámanyagaiban).

A Siemens olyan duzzasztógátákat és atomerőműveket épít a harmadik világban, ahol a terep megtisztításakor emberek millióit telepítik ki. („Az erőművek közül több bizonyíthatóan veszteséges, és csak az eladósodott országok költségvetését terheli, míg a konszern tetemes nyereséget könyvel el” [18.].) Viszont 2000-ben – nagy médiahírveréssel – felépített egy 24, hátrányos helyzetű gyerek nyaralását lehetővé tevő tábort.

*

Az arculatépítés az üzleti befektetés (profitszerzés) eszköze, szerves része. Valamennyi márkacég kínosan igyekszik elkerülni arculatának bármilyen sérelmét, hiszen ez rontja az üzletet. Minden titkos ügyeskedésének kiszivárgása, minden vele kapcsolatos tiltakozó demonstráció kisebb-nagyobb arculatrombolással jár. Ilyen arculati veszteség volt a Shellnek Ken Saro Wiwa kivégzése. Ilyen volt annak a tervnek a nyilvánosságra kerülése, hogy a fölöslegessé vált északi-tengeri Brent Spar fúrótornyot – megspórolandó a szétszerelés költségeit – 130 tonna olajszappal, nehézfémekkel, radioaktív hulladékkal egyszerűen a tengerbe akarja süllyeszteni. 1995-ben Németországban a fogyasztói tiltakozás (benzinkútjainak bojkottja) 80 százalékkal csökkentette a konszern forgalmát.

A McDonald’snál sem örültek, amikor éttermei előtt tiltakozó aktivisták borzalmas körülmények között levágott állatokról készült fényképeket osztogattak a gyerekeknek. Ennek hatására a cég bejelentette, hogy ügyelni fog a hamburger „állatbarátabb előállítására” (157.).

Lehet-e megoldás a nem-megoldás?

A könyv nem hagy kétséget afelől, hogy a globális emberi jogok és a természeti környezet védelmének szándékával íródott. Elsősorban azt rója fel a multiknak, hogy tevékenységük ezek sérelmére történik: a természet és az ember a profitcentrikus termelés áldozatává válik.

A természetpusztítás csökkentésére két lehetőséget lát:

– részesítsük előnyben a helyben előállított, illetve a biotermékeket;

– minél többször válasszunk más közlekedési eszközt, mint az autót vagy a repülőgépet.

Az „emberpusztítással” kapcsolatban a szerzők egyik nagy bánata, hogy kevésbé rázza meg az európai országok polgárait a harmadik világban mindennapos nyomor és tömeghalál. Azt tapasztalják, hogy inkább vált ki felháborodást az állatkínzás és a környezetrombolás, mint az alapvető emberi jogok harmadik világbeli érvényesülésének hiánya. „Nem különös – teszik fel a kissé naiv kérdést –, hogy 1995-ben több millió autóvezető nem a nigériai emberi jogok megsértése miatt bojkottálta a Shell-kutakat, hanem azért, mert az olajkonzern el akart sülyeszteni egy olajfúrótornyot az Északi-tengerben? Még az interneten is sokkal több olyan bojkottfelhívást olvashatunk, amely állatkísérleteket végző cégek elleni tiltakozásra szólít fel, mint olyant, amely emberek kizsákmányolásából hasznot húzó konzernek ellen irányul” (11–12.). Érdektelenségünkkel, passzivitásunkkal – úgymond – társtettesekké, az embertelenségeket elkövető multik bűntársaivá válunk.

A „Feketekönyv” nem foglalkozik elméletileg végigvitt kiutak, megoldások keresésével. A profitéséget a cégek magányos rosszindulatából eredezteti. (Ezen egy kicsivel még Perkins is túlmegy, amikor arról ír, hogy amerikai titkosszolgálatok ügynökeit nemzetközi nagyvállalatok alkalmazottainak álcázzák. „Így aztán ha piszkos munkájukra fény derült, azt a nagyvállalatok mohóságának a számlájára írták, nem hozták összefüggésbe a kormánypolitikával” [43.]) A szerzők tisztában vannak azzal, hogy „változatos formákat tud ölteni az embert semmibe vevő profitorientált gondolkodás” (10.), de nem látják (legalábbis nem mondják ki), hogy a nagyvállalatok gátlástalan mohósága nem pusztán szubjektív választás következménye; hogy a „szegénységéből nyomor projekt” végső forrása nem szubjektív. Úgy tűnik, nem veszik észre, hogy nem egyszerűen egy-egy divatba hozott márka „sáros”; hogy a harmadik világbeli nyomor és tömeges halál nem egyes cégek gonoszságából, hanem magából a világkapitalizmus rendszeréből, annak struktúrájából fakad. Hogy nem egy-egy cég önkényes üzleti politikájával van dolgunk, hanem az egész szisztéma ilyen. Így működik, és ettől működik. Ez a lényege.

Ennek az alapállásnak és hozzáállásnak megfelelően a könyv nem tekint túl az apró javítások horizontján: a sérelmek mérséklésének

(a „kisebbik rossznak”) a stratégiáját követi. Célja olyan javaslatokat megfogalmazni, melyek megvalósítása esetén kevésbé rossz lenne embereknek, állatoknak, természetnek. Mit kellene tenni ahhoz, „hogy a profit ne csináljon a szegénységből nyomort” (36.)? A cégek érik be kisebb profittal – így több bért tudnak fizetni és jobb munkakörülményeket biztosítani.

A nyugati világ polgárainak közönye mellett a szerzők másik nagy bánata, hogy a márkacégektől szinte lehetetlen akár apró béremelést kicsikarni. Beszállítók, leányvállalataik jövedelempolitikáját nem befolyásolják. Pedig csak ez tudna a dolgozók életlehetőségein valamicskét javítani.

A „Feketekönyv” kiindulópontja szerint „a márkák hatalma egy reklámmilliárdokkal felépített arculaton nyugszik. Pont itt sebezhetőek” (37.). A márkacégek arculatát érő pofonokkal. (Amely pofon annál hatásosabb, minél nagyobbat csattan.) Úgymond: a fogyasztói tiltakozások hatására a cégek – arculatuk és ezzel üzleti nyereségük védelmében – végrehajtanak kisebb változtatásokat. Tehát befolyásolhatók. „Ahogy a politikus is a néptől kapja hatalmát, úgy a konszernnek hatalma is a vevőtől függ. Minden egyes gyermekrabszolgáról készült képpel, minden megkínzott munkásról szóló adalékkal, minden kihasznált páciensről vagy tönkretett természeti szépségről szóló hirdással lehullik egy-egy darab a vakolatból” (39.). Ez az optimizmus persze erősen mérsékelt: egy komolyabb irányváltásig „még sok kép járja körbe a világot éhező gyerekekről, és még sok, globalizáció ellen tiltakozó embernek kell kivonulnia az utcára” (32.).

A könyv tartózkodik attól, hogy levonjon bármilyen radikális következtetést. Az itt és most kiszolgáltatottak nézőpontjára helyezkedik. Rajtuk szeretne segíteni: a kisebb nyomor és kevesebb halál lehetőségét keresi. Elméletileg is beéri a „tűzoltással”. Ezért koncentrálna a néhány centtel magasabb jövedelemre és a munkakörülmények javítására. Előrelépésként említi, hogy a tüzeset után helyreállított üzemben elhelyeznek néhány poroltókészüléket.