

EGY 25 ÉVES DOKUMENTUM, AMELY NEM TUD KIMENNI A DIVATBÓL

Tóth Attiláné Dr.

„Ha pénzt akarunk keresni, minden eszköz jó,
bármí módszer megengedett – a lopás, a plágium...-
egyedül az nevetség, ha azt állítjuk, hogy az
emberiség vagy az utókor javára szolgál”

Salvador Dali

„Az ENSZ 1992-es évi Környezet és Fejlődés Konferenciája átfogó programot fogadott el a fenntartható fejlődés jegyében. A „Feladatok a XXI. századra” (Feladatok) részletesen tárgyalja a társadalmak előtt álló főbb problémákat, amelyeket közösen kell megoldaniuk fejlődésük érdekében úgy, hogy közben elkerüljék a környezet maradandó károsodását.” – olvasható a dokumentum magyar kiadásához készített előszóban, majd folytatják: „A fejlődés nem okozhat kárt a jelenlegi és elkövetkező nemzedékek tovább fejlődési és környezeti feltételeiben: a nemzetek szuverén joga az, hogy hasznosítsák saját erőforrásaikat, de közben nem idézhetnek elő környezeti károkat” (Környezet és társadalom közös jövője 1994. 4. o.)

A Feladatok ismertetése részben ez olvasható: „A Feladatok szerint gazdasági növekedésre minden országnak joga van. Ezért minden országnak **törekednie kell a fenntartható fogyasztási szokások és életmódok elérésére**, illetve megtartására. Ebben a vonatkozásban a fejlett ipari országoknak megkülönböztetett szerepe és felelőssége van.

A fentiek szerint változások szükségesek az értékrendekben is úgy, hogy az erőforrások – gazdaságilag is előnyös – ésszerű és takarékos hasznosítására, valamint azon **termelési és fogyasztási szokások** megváltoztatására kell törekedni, amelyek a fenntartható környezethasználattal nem egyeztethetők össze.

Mindezt szükséges, hogy

– **jobban megértsük a termelés, a fogyasztás**, a műszaki fejlesztés, gazdasági növekedés és a népesség fejlődése közötti összefüggést,

– elősegítsük az olyan fogyasztási és termelési szokások kialakulását, amelyek kisebb környezeti terheléssel járnak együtt és lehetővé teszik a mások alapvető szükségleteinek is a kielégítését.

A nemzeti kormányoknak és a nemzetközi szervezeteknek – az egyének, a háztartások, egy térségben vagy országban élő közösségek számára olyan új gazdasági növekedési és jóléti

konceptiókat kell kidolgozniuk, amelyek a fenntartható fejlődés alapelveivel összeegyeztethetők.” (Környezet és társadalom közös jövője 33. o. Kiemelés: Tóthné)

A mindenkire vonatkozó, közös feladatot a dokumentum kijelölte, és meggyőző érveket sorolt fel annak érdekében, hogy megvilágítsa: a fogyasztási szokások és az életmód megváltoztatása fontos, ettől függ az emberiség jövője. Nincs olyan fejlett gazdasággal rendelkező ország, amelynek kormánya vagy egyes állampolgárai közül csak néhány is egyértelműen azt állítaná, hogy felesleges arról gondolkozni, hogy hogyan rendezzük be, okosan saját világunkat és a következő nemzedékekét.

A Feladatok szövegére támaszkodva próbáljuk meg több oldalról megvilágítani a termelés és fogyasztás kapcsolatát annak érdekében, hogy megfeleljünk a dokumentum javaslatának, amely szerint szükség van arra, hogy jobban értsük a kapcsolatukat. Bár „Az előttünk álló feladat olyan, mintha ezer csalánt ragadnánk meg egyszerre.” (King, 1992. 87.o)

Tisztáznunk kell, hogy mondanivalónkat a Feladatok című dokumentumra építettük. Nem foglalkozunk környezetvédelemmel, a maga szokásos, önálló, viszonylag zártnak kezelt rendszerével, ugyan úgy, ahogy most nem tekintjük feladatunknak a fogyasztó védelmével foglalkozni, sem a fogyasztói tájékoztatás igen fontos feladatának az elemzésével. Mind ezekkel rengeteg irodalom, előadás foglalkozik, például az Európai Unióban született akció tervek stb. – ezek közül néhánynak a lelőhelye az Irodalom jegyzékben megtalálható.

A megmaradt probléma, a termelés és a fogyasztás viszonya a fenntarthatóság szempontjából még is nagyon összetett. A termelés és a fogyasztás egy rendszert alkotnak. Szó sem lehet arról, hogy külön foglalkozzunk velünk, egymástól elválasztva figyeljük vagy szabályozzuk a fogyasztást és külön (máskor és máshogy) a termelést.

A klasszikus elmélet szerint a piacon derül ki, hogy mire van szüksége a fogyasztónak, azt vásárolja majd meg. Ezen elgondolás szerint a termelés kullog a szükségletek után. Feladata kiszolgálni a szükségleteket, a megfogalmazott (és fizetőképessé vált) igényt. Ha a termelés és a fogyasztás ilyen típusú összekapcsolására szolgálna ma is a piac, akkor a Feladatoknak megfelelni sokkal egyszerűbb lenne. Ezen a klasszikus piacon az észszerűség, a racionalitás uralkodik, más érdekek vagy értékek, sőt érzelmek nincsenek jelen. Egy ilyen rendszerben a fogyasztásnak, mint önálló rendszernek, a szabályozása elképzelhető lehetne. Ha a fogyasztó (vásárló) észszerűen döntene, akkor lehetőség lenne arra, hogy érvekkel, az összefüggések feltárásával, figyelmeztetni lehetne arra, hogy fogyasztásával, miközben saját igényeit elégíti ki (ami számára elsősorban fontos), sok más folyamatba is bekapcsolódik, olyanokba is, amelyek a társadalom jövőjét esetleg károsan befolyásolják. Inkább ne is ábrándozzunk, ma már nincs olyan fogyasztó, aki a piacon kizárólag az észszerűségnek megfelelően dönt, sőt az a gyanúnk, hogy soha nem is volt. A fogyasztók nagy tömegét ma már sok minden befolyásolja a reklámtól, a divattól a barátok véleményéig. Ha a befolyásoló tényezőket rangsorba állítanánk, igencsak hátul lenne az észszerűség, a vásárlók döntéseik során nem követik a racionális megfontolás útját. „A vásárlási döntéseken belül nő az emocionális tényezők döntésre gyakorolt hatásának aránya.” állapítja meg Prónay Szabolcs. (Prónay, 2016. 32. o.) Törőcsik Mária még egy tényezőt emel ki: „Miután napjainkban a sokszínűség, a vállaltan a mainstreamtől eltérni vágyó önmegmutatás, sőt a nárcizmus vállalása divik, így a fogyasztói döntések kifejeződésének tág tere van.” (Törőcsik 2016. 19. o.)

Az ésszerű fogyasztó ideálja akkor született, amikor ennek megvolt vagy meglehetett az alapja. Szűkösen vásároltak, néha évekig kellett várni valakinek, hogy a család engedélyével hozzájusson egy szeretett, vágyott termékhez. A valóságban akkor sem a racionalitás vezette elsősorban a vásárlók tömegét, hanem a szűkösségből származó kényszer, megfontoltság. Abban az időben egy csizmát a férfiak egy életre vettek, ugyan így templomba járó ünnepi ruhája is csak egy volt egy asszonynak.

Ebben a hosszantartó korszakban alakult ki a pénztelenség (ez mást jelentett, mint a mai szegénység) diktálta megfontoltság alapján annak a megértése, hogy mit jelent a fontos és a felesleges fogyasztás közötti különbség, vagyis az, hogy bizonyos dolgokra nincs szükség. A 18.-19. században, ha volt is pénz, akkor sem ünnepi ruhára költöttek, mert voltak fontosabbak, mint például a föld vagy a földműveléshez nélkülözhetetlen eszközök, tárgyak, állatok.

A termelők és az eladók figyelemmel kísérték a környezetüket, tudták, hogy kinek mire van szüksége, és mire mennyit tud költeni. Csak annyit készítettek, amennyit el tudtak adni. Ebben a helyzetben feleslegre nem volt szükség, felesleg gyártása öngyilkosság lett volna. Valóban a szükséglet, sőt az fizetőképes igény szabályozta a termelést.

Hosszú, hosszú évszázadokon keresztül várni kellett az árura, várni kellett a vásárra, amikor meg lehetett venni a cipőt, a messziről érkezett kelmét, prémet, ékszert. Meg kellett rendelni a cipőt a cipésznél, aki majd valamikor elkészítette, de addig várni kellett rá. A varrónő, vagy szabó elkészítette a ruhát, a kelmefestő megfestette a vásznat, sőt megszőtték a vásznat, ha erre szükség volt. A porcelánok valamelyik gazdag embernek készültek, rendelésre. Az emberek türelmesek voltak, hozzászoktak a várakozáshoz, ezt tartották egyedül lehetségesnek, hogy hozzájussanak a termékhez, és csak minőséget vettek át. A rendelés, az elkészítés a vásárlás embert emberhez kötött, a termelő tudta kinek dolgozik, a vevő tudta, hogy ki készíti el a szükséges darabot a számára, bíztak egymásban.

Az ipari termelés kialakulásával és fokozatos fejlődésével lassan átalakult a kapcsolat a termelés és a fogyasztás között. Az ipar jellegű termelés nem vár a majd (majdcsak) megjelenő igények alapján történő rendelésekre és nincs szüksége arra a személyes kapcsolatra, bizalomra se, ami jellemezte az előző századokban a termelő és fogyasztó kapcsolatát. Az ipari termelés a gyár tulajdonosának nemcsak szerény jólétére szolgál (mint ahogy ez a szint megfelelt a kézművesiparban dolgozóknak), hanem egy nagyobb szervezetet lát el. A működő gépek akkor gazdaságosak, ha folyamatosan működnek, termelnek. Ehhez a termeléshez már nem olyan vevő kellett, akinek egy csizma elég egy életre. (Annak emlegetésébe most ne menjünk bele, hogy az iparilag készített csizma – megfontolt okokból – nem is volt alkalmas arra, hogy egy életen keresztül viseljék.)

Tehát megváltozott a kapcsolat termelés és fogyasztás között. Az ipar termelni akar, és termelnie kell, mert csak így gazdaságos és számít a profitra. Nincs más hátra, mint át kell nevelnie a fogyasztót, aki nem nagyon állt ellent, sőt.

A vevő (általában) minden korban imádott vásárolni. Annak az egy ünnepi öltözetnek az elkészítése konkrét korhoz volt kötve, a felnőtt emberré válást jelezték vele, ünnep volt az új tulajdonosnak, azoknak is, akik állták az árát és a termelőnek is. A vásárláshoz kapcsolódó élmény szeretetét ismerte fel, ragadta meg és tette mindennapivá a modern gépi ipar. Egy másik fontos kísérőjelenség: a vásárlást a közösség figyeli és figyelte. A vásárlásra felfigyeltek, a vásárló nem csak az új ruháját, ékszereit mutathatta meg, a vásárlás társadalmi esemény volt,

mert mások számára mutatta, hogy megfelelő lehetőségekkel rendelkezik a vevő, sőt néha azt is jelezhetette, hogy gazdagodtak, magasabb rangra emelkedtek. A vásárlásnak ezt a társadalmi jellegét is felhasználja a modern ipar annak érdekében, hogy vásárlásra biztassa az embereket. Minden eszközzel hirdeti, hogy nemcsak boldogság forrása a vásárlás, de egy jobb, vidámabb, csodálatosabb társaság tagja is leszel a vásárlásod révén.

A termelés és fogyasztás rendszerében a változás a 19. században és a 20. század elején történt, és a termelés meghatározó szerepét hozta, a fogyasztó a második helyre szorult. A fogyasztó feladata az lett, hogy megfeleljen a termelés igényeinek. Ez nem egyszerű változás, hatalmas lehetőségek tárháza nyílt meg a termelés előtt, felszabadult a kereslet kielégítésének „igájából”. Ez a változás óriási erejével átalakította a világot.

A termelési kényszer egy körkörös rendszer. Sokan termelnek hasonló termékeket. Ahhoz, hogy mindenki el tudja adni a termékeit fogyasztóra van szükség. Minden áron kell a fogyasztó. Háttérbe szorul minden más szempont, nincsenek erkölcsi értékek és racionális érvek, ha a fogyasztó megszerzéséről, illetve az áru eladásáról van szó. Rengeteg közismert példa mutatja, hogy az emberiség, vagy az alapvető erkölcsi megfontolások hogyan szorulnak háttérbe, ha a termelő gazdasági érdekei ezt kívánják.

Ha viszont már rendelkezünk fogyasztóval, vagy felkeltett igényekkel, akkor ki kell azt szolgálni, és megint nem számít semmi más. Nem fontos a környezet, a természet állapota, az állatvédelem, a gyermekmunka felhasználása, fő, hogy a fogyasztó megkapja a lehető legolcsóbban, amit szeretne. Vigyázni kell a fogyasztóra, mert, ha elveszne, óriási munka visszaszerezni.

Hogyan lehet fogyasztót szerezni? Erről több modern interdiszciplináris tudomány szól és rengeteg könyv. Vannak, akik az egyéni, egyedi módszerek kialakításában bíznak (például Richard Branson, Matt Haig, Peter Cheverton, Sheryl Sandberg stb.), mások a szigorú tudományos utat kívánják követni (marketing és menedzser tudományok, például Al Ries és Laura Ries, Prahalad, Philip Kotler-Nansy Lee, Farkas Szilvester, Szabó József stb.). A meglevő fogyasztót ezen kívül még a legkülönlegesebb trükkökkel lehet több vásárlásra bírni. Erről írt már a hatvanas években könyvet Packard Tékozlók címmel, amelyben felsorolta ezeket a trükköket, a minőségrontástól a több háztartás (nyaralók, hétvégi házak stb.) ”divatossá” tételéig. ”Olyan stratégiákra volt szükség, amelyek sok-sok amerikai tesznek telhetetlen, tékozló, megszállott fogyasztóvá.” (Packard 1966, 30.o.)

A befolyásolás az egyéni ötletekkel, a tudományok segítségével és a különféle trükkökkel csak azokra terjedhet ki, akikre számszerűleg lehet számítani. Csak annyira nőhet a termelés, amennyire az adott számú lakosságot fizető képes vásárlóvá lehet tenni. Még a hiteleket is beleszámítva ez nagyon szűkös lehetőség (azért is harcolnak ilyen ádázan érte). Sokkal nagyobb lehetőségekre van szükség ebben a gazdaságilag egyre növekvő igényekkel rendelkező világban. Ha úgy már nem lehet növelni a fogyasztást, hogy mindenki többet vásároljon, akkor a vásárlók, a fogyasztók létszámát kellene növelni. Politikailag is veszélyes területhez értünk. Hazai lehetőségek szűkösek, vagyis minden statisztika azt mutatja, hogy hiába a kormányok rendelkezései, támogatásai, az ebben az irányban való erőfeszítései, a fejlett országokban a népesség nem nő, sőt csökken. (Pedig éppen itt lenne szükség egyre több fogyasztóra a megfelelő fejlődés érdekében). Magyarország születési adatait vizsgálva 1980-ban még 0 éves gyermek 160075 volt, de sajnos már 2018-ban csak 94089. (Népesség..., KSH) Az Európai Unióban 2000-ben 1000 lakosra még 10,6 gyermek született ez a szám 2013-ban 10,0 volt.

Magyarországon a számok a következők: 2000-ben 1000 lakosra 9,6 élve született gyermek esik, 2013-ban már csak 8,6. (Élve születések 2015 1-2.o.)

Ugyanekkor a világ sok országában, területén, a gazdaság más ritmusú működése miatt, eddig nem alakult ki a modern ipar termékeire fizetőképes kereslet. A modern ipar nem hagyhatja veszendőbe ezt a potenciális vásárló tömeget. Csakhogy a vásárláshoz életmód, kultúra, infrastruktúra kell. Ezt vagy „gyorstalpaló” fejlesztéssel, vagy elköltözéssel lehet elérni. Mind a kettőre remek példákat találunk a mai világgazdaságban.

Parag Khanna a következően vélekedik a kereslet és kínálat (a termelés és fogyasztás) jelentőségéről az emberiség életében: „Egy- és csak egy- törvény volt velünk, mióta vadászok és gyűjtögetők voltunk, kiszorítva az összes rivális teóriát, felül írva a birodalmakat és nemzeteket, és így a jövőre nézve a legjobb útmutatóként szolgálva: a kereslet és kínálat.

A kereslet és a kínálat több, mint piaci elv, amely a termékek árát meghatározza. A kereslet és a kínálat olyan dinamikus erő, amely hozzájárul az emberi élet minden aspektusában az egyensúlyra való törekvéshez. Ahogy az univerzális infrastruktúrához és a digitális összekapcsoltsághoz közeledünk, minden kínálat képes találkozni minden kereslettel, bármi vagy bárki képes majdnem bárhová eljutni fizikailag és virtuálisan is.” (Khanna, 2017. 42-43.o.)

Máshol ezt olvashatjuk a könyvében: „A globális szállításnak, a kommunikációnak és az energiahálózatoknak – autópályák, vasutak, repülőterek, vezetékek, elektromos hálózatok, internetkábelek és még számos egyéb – köszönhetően a jövő alapelve: az összekapcsoltság a végzetünk.

Az összekapcsoltság lencséjén keresztül vizsgálva a világot, új képet kaphatunk arról, hogyan is szervezzük magunkat fajként. A globális infrastrukturális hálózatok átformálják világrendszerünket, megosztottságból kapcsolódást, nemzetekből csomópontokat alakítanak ki.” (Khanna 2017. 29.o.)

A keresletnek és a kínálatnak (a mi elnevezéseink szerint: a termelésnek és a fogyasztásnak) az utóbbi évszázadban bekövetkező változása, amikor is a termelés húzza maga után a fogyasztást, képes arra, hogy ekkora változást hozzon létre a világban, amiről Khanna ír. A fogyasztó keresése teszi lehetővé, értelmessé a globalizációt, és viszont, a globalizáció teszi lehetővé a fogyasztók létszámbeli jelentős növelését, növekedését.

A világ 15-20 éve teljesen tisztában van azzal, hogy a globalizáció fogja jellemezni a jövőt. Keresték, kutatták az okát, a történelmét, mert voltak, akik megszerették volna állítani, mások elfogadták, de akarták tudni, hogy hogyan működik. Az egyik legszélsőségebb nézet szerint a világ egy összeesküvés következtében sodródik a nemzeti sajátosságok megszüntetése irányába. Mások úgy vélekedtek, hogy a Római Klub világmodelljei indították el ezt a folyamatot. Beszéltek elfogadható kulturális globalizációról és elfogadhatatlan politikai globalizációról. A kezdeti időkben a gazdaság meghatározó szerepe nem merült fel, bár egy elemét, a technikát, mint fontos és megkerülhetetlen tényezőt említették. A technika meghatározó szerepe eléggé feltűnő volt, hiszen a fejlett technika működése a világ minden szegletében egyforma infrastruktúrát követelt. Például az autónak szüksége van üzemanyagra, szervízhálózatra, utakra mindenütt a világban, sőt kell megfelelő technikai műveltség, és etikai felkészültség.

Ma már tudjuk, a globalizációnak jelentős történelme van és sok oka, de megerősödése és felszámolhatatlansága a kiterjedt fogyasztásnak köszönhető. Khanna szerint – és ebben egyetértünk – a kereskedelemhez béke szükséges, ha azt nagymértékben, biztonságosan, sok ember számára és eredményesen akarjuk lebonyolítani. A globális világban el kell kerülni a kereskedelmi láncok veszélyeztetését, megbénítását. Nem fordulhat elő (ne forduljon elő), hogy egy ember vagy egy állam politikai érdekei következményeként megsérül a hálózat és rengeteg ember ellátása kerül veszélybe, vagy válik lehetetlenné. Ma már nem az a cél, hogy területekhez jussanak az országok, hanem az, hogy el tudják adni az áruinkat, hogy részese legyenek a világ új rendszerének, a hálózatnak. Ez hordozza a városunk, az országunk, a környezetünk, családjunk felemelkedését. A globális összefonódottság korában senkinek sem lehet érdeke a termék pusztulásával járó háború, harc.

Az objektív folyamat és a technikai felkészültség mellett László Ervin a következőkre hívja fel a figyelmet: „Ma egy olyan világban élünk, amelyben az emberek globálisan kölcsönhatásban és összefüggésben vannak egymással. A jelenlegi tudatosságunk azonban még mindig szűklátókörű, korlátolt és nem képes a nagyobb egészet látni. Ezen változtatni kell. El kell mozdulnunk a planetáris tudatosság irányába!” (László 2016.) Ezért szoktuk azt mondani, hogy a világ jövőjét nem a pénz, nem a technika és nem az olaj, és még csak nem is az információ fogja meghatározni, hanem az, hogy mi emberek milyen morálitással viseltetünk a világ problémái iránt, legyenek azok környezetiek, politikaiak, technikaiak stb.

A fogyasztás és termelés ilyen szoros együttműködése a globális világban nemcsak ebből a két tényezőtől áll, vannak előzmények és következmények. A termeléshez alapanyag (+ ipari háttér) és energia, valamint munkaerő kell. Az alapanyagot és az ipari háttér meg kell termelni, ahol szintén számíthatunk a munkaerőre, vagyis a termelés célja nemcsak a fogyasztó kiszolgálása, hanem a munkaerő felhasználása is, vagyis fizető képes fogyasztóvá tétele. A termelés során lesz a munkaerőből fizetőképessé fogyasztó. A felhasznált alapanyagot, ipari háttér és energiát meg kell termelni, ami nemcsak a munkaerő célirányos foglalkoztatását jelenti, hanem alapanyag- és energia készletünk fogyasztását is. Az egymást erősítő, fejlődő termelés- fogyasztás nagy ütemben használja fel a rendelkezésre álló anyagokat, energiát és a munkaerőt.

A fogyasztás rohamos fejlesztésében és fejlődésében nemcsak az a probléma, hogy a fogyasztás túl lépi a racionalitás határát, és bizonyos esetekben erkölcstelenné válik, az igazán ijesztő a jövőre nézve egy nem gyarapodó alapanyag mennyiség rohamosan növekvő felhasználása, és ugyanez az energiára is vonatkoztatható. Amíg az emberiség nem tudja megoldani ezt a problémát, addig zavaró, sokszor felháborító a fogyasztás növekedésére való felhívás, biztatás (például a kormányok által, akik szereplésük egyedüli elfogadható mutatójának tartják azt, hogy a polgárok számára egy „gazdagabb” életet biztosítanak, amely mennyiségi adatokkal fejezhető ki). Ha a fogyasztás már nem fogja veszélyeztetni az alapanyag készletet és ezzel a következő generáció lehetőségeit, akkor mindenki fogyaszthat azt, amit akar és annyit, amennyit akar, (ha meg tudja fizetni).

A másik súlyos probléma a termelés-fogyasztás rendszer kivezető folyamatával, a következményekkel kapcsolatos. A termelés-fogyasztás egy hatalmas hulladék termelő rendszer is. Minden szakaszában különös, esetleg veszélyes hulladék keletkezik. Ez megint olyan része a problémának, amely ritkán kerül együttes vizsgálatra a termeléssel-fogyasztással. Még az 1972-ben kiadásra került I. Világmodell is (a vizsgált öt tényező között) külön

tényezőként (bár elsőként tekintette fontosnak) sorolta fel a világ szennyezettségének szintjét, mint amiktől függ a világ jövője. Akkor lehet majd a termelés és fogyasztás rendszerét harmonikussá tenni, amikor a környezet védelme nélkülözhetetlenné válik (+ gyermekmunka stb.) és felhasználása beépül a termék árába, és ezzel a fogyasztási cikkek ára jelentősen megváltozik. Ha a természet védelme értékke válik, alaposan megváltozik a gazdaság szerkezete, a profit nagysága és helye a gazdaságban. Most még ez utópiának tűnik, de a fogyasztókért folyó könyörtelen, irracionális, vad harc során ész nélkül felhasznált értékek fogása kikényszeríti utópiánk megvalósulását.

Az utóbbi két probléma megakadályozza, hogy megpihenjünk Khanna által leírt békésen kereskedő jövő gondolatánál. Miközben folyik a békés kereskedelem, folyik a lehetőségeink felélése és a környezet egyre szennyezettebbé válik. Térjünk vissza a bevezető gondolatokhoz! Mit lehet tenni a Feladatok megvalósítása érdekében, ha a világ legfontosabb folyamata a kereskedelem, amit ki kell elégíteni áruval, és ahhoz termelni kell, ami azzal jár, hogy fognak a lehetőségek és szemetes lesz a világ? A Feladatok javaslata, hogy változtassunk az életmódunkon és a fogyasztási szokásainkon. Igen ám, de pont ez a felfokozott fogyasztás, amit igazán szeretünk, és talán ez hozza el majd a békét is a Földre Khanna szerint. A termelők számára pedig ez a profit növelésének lehetősége. Egy olyan helyzetben vagyunk, amiről tudjuk, hogy meg kellene változtatni, sőt azt is tudjuk, hogy hogyan, de egyik szereplő sem kívánja ezt a változtatást. Lássuk be, hogy ez zsákutca. Rengeteg konferencia, előadás, könyv, felhívás születik nap-mint nap arról, hogy hogyan kellene élnünk, de előfordulhat (elnézést), hogy az elméleteket kidolgozókat is a gyakorlatban elkerüli az alkalom, hogy cselekvéssel járuljanak hozzá a Föld pozitív jövőjéhez. És nemcsak ők a hibásak, hanem olyan társadalmi környezetben élünk, ahol nem mindig és nem mindenütt van lehetőség a megfelelő cselekvésre.

A Feladatok dokumentumban megtaláljuk az indoklást és kapunk tanácsokat is. Az indoklásra most ne térjünk ki. A tanácsokat leginkább A környezet védelme fejezet tartalmazza, amelynek 14 alfejezete részletesen tárgyalja a szükséges és sürgős tennivalókat. Egy másik fejezetben felsorolja a dokumentum azokat a csoportokat, amelyek tagjait felelőssé lehet tenni a fenntartható fejlődés pártolásáért. Ha ezt végig nézzük, akkor kiderül, hogy minden ember, mint a társadalom tagja, több szerepben is felelős a világ jövőjéért. A következő csoportokat említi a dokumentum (sorrendben): a nők, a fiatalok, bennszülött népek, nem-kormányzati szervezetek, önkormányzatok, dolgozók és szakszervezetek, az üzleti élet és az ipar, a tudósok és a műszaki közösség, a mezőgazdasági dolgozók. Mindannyian több csoporthoz is tartozunk egyszerre.

Fontos tudnunk, hogy a dokumentum szerint nemcsak pénzre van szükség a sikerhez, hanem nemzetközi összefogásra, nemzetközi jogra, megfelelő nemzetközi intézményekre és egy olyan szemléletmódra, amely az eddigi tevékenységeinket új tényező figyelembevételével a fenntarthatóság irányába tereli. Jellemezze a településfejlesztést, a szegénység leküzdését, a népesedés alakulását, az egészségvédelmet a fenntarthatóságra való törekvés! Szolgálják új technológiák a termelés beilleszkedését a fenntarthatóságért kialakított folyamatba! Az oktatás és a tudományok törekedjenek a társadalmi tudatosság erősítésére!

Tagadhatatlan, hogy a Feladatok tisztos mennyiségű megoldandó gócpontra mutatott rá. Tagadhatatlan az is, hogy sok kisebb nagyobb lépést tettünk az élhetőbb Föld irányába. Hogy a fogyasztásnál maradjunk, aki teheti (korára gondolunk) emlékezzon vissza a 30 évvel ezelőtti áruk minőségére, jellegzetességeire, a ma használt elvárásokkal összevetve. Az interneten

bolyonganak olyan összeállítások, amelyek megmutatják a régi fogyasztási cikkeket, csomagolásukat, mosolyra, nevetésre készítetnek. A villanyvilágításunk csillogó-villogó és gazdaságosabb mint 30 évvel ezelőtt. Ha most éppen nem is vagyunk megelégedve az autónk üzemanyag fogyasztásával, de gondoljunk arra, hogy volt idő, amikor egy autó 42 liter benzint fogyasztott 100 km-en. A technológiának, a technikának óriási szerepe volt, van és lesz. A változás iránya jó, a gazdaságosság, de a célban már nem vagyunk olyan biztosak. Most a cél a több fogyasztó megszerzése, ezért a fenntarthatóság megvalósításával helyben topogunk. Eredményt akkor fogunk elérni, ha a fogyasztó kiszolgálása második helyre szorul a fenntarthatóság mögé.

Annak érdekében, hogy felmérjem a gondolkodó emberek álláspontját a fogyasztás, termelés, fenntarthatóság kölcsönösségével kapcsolatban, a kilábolás reményeit és útjait keresve, 8 mélyinterjút készítettem. Kiválasztottam néhány kiemelkedően közismert, gyakorlatilag fontos témát és ezekről, előre megfogalmazott kérdések mentén, beszélgettünk.

Az egyik téma az étkezés, az élelmiszerek. A beszélgetések egyik legfontosabb témájának tekintettük ezt, mivel sokaknak a véleményét foglalta össze Csutora Mária és Vetőné Mózner Zsófia az Élet és Tudományban 2015-ben megjelent cikkükben, amelyben saját kutatásaikról számolnak be. Összefoglalva ezt írják: "A kutatás rávilágított arra, hogy hazánkban is nagy szerepe lehet a fogyasztóknak az élelmiszer fogyasztásból származó környezeti terhek mérséklésében. Magyarországon a kalória bevitel 13%-kal meghaladja az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet által ajánlott mennyiséget. Az élelmiszer-fogyasztás egészségügyi ajánlásoknak megfelelő csökkentése kettős előnnyel járhat: egészségügyi és környezeti szempontból is kívánatos." (Csutora-Vetőné 2015 13.o.) Minden beszélgetőtárs egyértelműen rossz véleménnyel van az étkezési szokások utóbbi évtizedekben bekövetkezett változásairól. Az élelmiszeripar kihasználja, hogy az emberek számára egyre csökken az az idő, amit az élelmiszerek elkészítésére szánhatnak, vagy kényelmi okok miatt szánnak, és valószínűleg az olcsó előállítás (alapanyag-beszerzés, munkaerő stb.) érdekében a nem egészséges táplálkozás irányába tolták el az élelmiszer fogyasztás irányát. Divatossá váltak a csomagolt és biztonságosan tárolható, melegíthető élelmiszerek, amelyeket tartósítószerrel ellátva kell forgalomba hozni. A tartósítást eredményesebbé tevő édes és sós ízek elterjedtek és kedvelté váltak. Az egyének az utóbbi néhány évben próbálnak az élelmiszerek káros hatása ellen védekezni, de kis hatásfokkal. Sok esetben a tájékoztatást, az ismereteket, sőt az orvosok intelmeit is figyelmen kívül hagyják. Többen említették, hogy az étkezés sok ember számára ma már az önkifejezés luxus szintjéig emelkedett, aminek negatív kicsengése van az ember önértékelésével kapcsolatban.

A megoldással kapcsolatban sokféle javaslat született. Különböző mértékig, de többen egyértelműen felvetették, hogy fel kellene idézni régi idők étkezési szokásait, ami egészen a hazai mezőgazdaság növénytermesztési ágának erősítését igényelné. Volt, aki szerint a keleti emberek étkezéshez való viszonyából kellene tanulnunk (ha nem is a konkrét ételek elkészítéséből)

Felmerült az alternatív étkezési szokások például a vegetarianizmus és a veganizmus stb. problémája. Úgy véli az egyik megkérdezett, hogy ezen irányzatok gyors elterjedése a világban azt mutatja, hogy emberek hajlandók a változásokat előtérbe helyezni. Ezen étkezési szokások terjedése mind alulról jövő kezdeményezés eredménye, elterjedtségük azt bizonyítja, hogy lehetne változásokban gondolkodni, olyanokban, amelyek biztosan támogatást nyernének az

emberek körében, de úgy tűnik, hogy a gazdaság profitorientált szerkezete ezt még nem tudja, vagy nem akarja elfogadni.

Nem nyert támogatást művi körülmények közötti élelmiszer készítés.

A fenntarthatóság, mint fontos szempont, valamit az emberi egészség érdekében új szerkezetre van szükség az iparban és az egyes emberek életében is, és az alulról jövő kezdeményezések lehetőséget és befogadó készséget is jelentenek. A témánk elméleti részéhez való csatlakozásként meg állapíthatjuk, hogy az volt a beszélgetések kicsengése ezen a területen, hogy az emberek és a gazdasági szereplők együttes munkája szükséges. Nagyon fontosnak tartották a tájékoztatást, amely legyen egyértelmű és tudományos, ne képviseljen gazdasági érdekeket, csupán a fenntarthatóság legyen a cél, (persze az egészséges ember is, ha a jövő generációjára is gondolunk)

Egy másik téma a csomagolás kérdése volt. Az áruhoz illő és szükséges csomagolás nélkülözhetetlen, különösen akkor, amikor a globalizáció következtében hosszú utakon érkezik az áru a fogyasztóhoz és közben védeni kell a majdani használhatóság érdekében. Az utóbbi évek az mutatják, hogy a csomagolás az alapanyag felhasználás területén nagyfokú fegyelmezetlenséget mutat, és a gondatlanság megjelenik abban is, hogy nem veszik figyelembe a környezetet, pedig mindenki tudja, hogy a csomagoló anyag végső rendeltetése: szemét. Úgy vélik, hogy ezen a téren lehet jól kifejezni leginkább, hogy milyen fontos a fogyasztó, a fogyasztó biztonság érzete, annak bizonyítása, hogy a fogyasztót megkülönböztetett, fontos embernek tekintik. A fogyasztót tekintve a neki szánt áru is megbecsülést érdemel. A fogyasztó anyagi és érzelmi megnyerése érdekében egy olyan iparág jött létre, amely a beszélgetőtársak szerint nagymértékben túl lépett a racionalitás körén. Többen hevesen meséltek történeteket, amelyek szerint már előfordul, hogy többbe került a csomagolás, mint az az áru, amire ráhelyezték. A csomagolás ilyen jelentőségét, és a csomagolóipar felduzzasztását károsnak és meggondolatlannak tartják a nyersanyag feldolgozás, a szemétermelés oldaláról is. A megkérdezettek szerint sokkal takarékosabb módszerek kialakításában minden fogyasztó belenyugodna, különösen, ha az áruja ára negatív irányba változna. Ebben a vonatkozásban az egyén nem tud tenni semmit, a pozitív, környezetet védő intézkedések az ipar szereplőire hárul, és azokra az önkormányzatokra és hivatalos szervekre, akiknek a szemét gondozása a feladata. A tengerek és más területek szennyezettségéről szóló megdöbbentő hírek azt mutatják, hogy a világnak van olyan területe, ahol a környezet védelmét nem tekintik feladatnak (egyelőre), és az ott összegyűlt szemét nagy része a csomagoló anyagokból kerül ki.

A megkérdezés fontos területét jelentette a közlekedés problémája, aminek lényege a tömegközlekedés és a magán autózás viszonya. A 20. század nagy eredménye az autózás egész világon való elterjedése. Az autózás kiszolgálásából él a Föld lakosságának több, mint az egyharmad része. Az autó fogyasztja a véges mennyiségű, vissza nem pótolható nyersanyag és energia készletét a Földnek, óriási intenzitással szennyezi a környezetet, sőt átalakította a környezetet (utak, autópályák, parkoló házak, kisváros szintű parkolók, nagy értékű ipari szállítás stb.) de nagy mennyiségű embernek ad munkát, és teszi őket saját maga számára, és más iparágak számára fizetőképes fogyasztóvá.

Az ember ősidők óta szereti a sebességet, Ázsia nagy pusztáin régóta tartanak lóversenyeket, vagy gondoljunk az antik világ híres kocsiversenyeire. Legtöbbször óriási szabadságnak élik meg, hogy versenyezhetnek az autópályán, élvezik, hogy van egy olyan eszközük, amelyik

segítségével úgy érzik, hogy uralkodnak a körülményeiken. A szabadság mindenféle korlátozását, amely a közösségi autózásból, vagy más felvetett módozatokból következne, nem tartották bevezethetőnek Európában és hazánkban. Ebből az is következik (és összevetve az előzőekben sokat hivatkozott emberi kényelemmel), hogy a tömegközlekedés elfogadására akkor számíthatunk, ha az biztosítja a kényelmet, esetleg a gyorsaságot és azt, hogy anyagilag is megérje igénybe venni. Ez túl sok feltétel egyszerre. A tömegközlekedés elfogadottságát csak a fenntartható világ érdekében kialakítva lehet elérni. Ha a tömegközlekedésnek anyagilag magát kell eltartani, nem lesz vonzó alternatíva az emberek számára (az autózással szemben), tehát ezt társadalmi feladatnak kell tekinteni – hangzott el.

A közlekedéssel kapcsolatban felmerült az alternatív anyagok és energiaforrások kialakításának lehetősége és szükségessége, sokkal nagyobb kutatási ráfordítással és műszaki támogatással, mint ahogy mostanában tapasztalható. Ezt a támogatást természetesen csak a kormányok tudják megadni, mert az ipar a „tehetetlenség törvénye” szerint erre alkalmatlan, hiszen a kezdeti időszakban esetleg veszteségesek lennének a vállalkozásaik. Fontos az új megoldások felhasználási következményeinek kutatása, valamint megfelelő tájékoztatás. Ebben a kérdésben is az egyének esetében a mértékletesség fontosságát emlegették a megkérdezettek.

Az eddigiekhez képest is sokkal konkrétabb problémákról beszéltünk a következő csomagban. Gyakorta felmerül, hogy vannak eszközeink, amelyekre talán nincs is szükségünk, vagy a felhasználásuk nem ad akkora segítséget az ember mindennapjaiban, mint amennyi anyagot elhasználunk az elkészítésükhöz, sőt meghibásodásuk és a forgalomból való kivonásuk esetén hatalmas összegbe kerül a megsemmisítésük, esetleges hosszantartó káros hatásuk ellensúlyozása. Ezek esetében is Packard gondolatait emlegethetnénk. Egyeseknek úgy tűnik, hogy a sok segítő gép nem más, mint a trükkök halmaza azzal kapcsolatban, hogy állandó vásárlásra késztesse. Példák között említették, hogy külön van vízmelegítőnk és kávéfőzőnk, vagy a szendvics készítés legkülönbözőbb formáihoz külön-külön vannak megfelelő eszközeink. Ezek az eszközök nagyon népszerűek, elterjedtek, és úgy használjuk, hogy nem gondolunk arra, hogy legtöbbjük veszélyes hulladékká válik (legtöbbször elég gyorsan).

A felesleges felhasználás problémája merült fel a fa alapanyaggal, az erdőirtásokkal, az erdőgazdálkodással kapcsolatban is. Az erdőknek közvetlenül nagy jelentőségük van egy terület, sőt az egész Föld éghajlatának, a levegő minőségének kialakításában. Meggondoltabban kellene felhasználni. Sokkal aktívabb nemzetközi együttműködésre lenne szükség ezen a területen. Az erdők nem „tisztelik” a határokat, a megőrzésük és megfelelő erdővédelem, erdőgazdálkodás érdekében az erdők elhelyezkedéséhez kellene alkalmazkodni, nem a politikai határokhoz.

Felmerült a fa felhasználásának lehetséges helyettesítése megfelelő minőségű műanyag eszközökkel, aminek nem váltak híveivé a beszélgetőtársaim.

A beszélgetéseket összefoglalva elmondható, hogy a megosztott felelősség kérdésének sokkal nagyobb jelentőséget kell tulajdonítani, mint ahogy ezt tesszük. Ugyanakkor azt látni kell, hogy vannak olyanok, akikre több felelősség hárul, mint másokra, mert a társadalomban betöltött helyükből ez következik. Megállapítható az is, hogy az emberek, mint fogyasztók általában világosan látják a termelés és a fogyasztás kritikus pontjait. Ezek feszültséget okoznak érzelmileg, különösen az, hogy egyénileg keveset tehetnek a fenntarthatóság érdekében. Szeretnék, ha a kormányok gondosabb és következetesebb szerepet vállalnának. A

beszélgetések során az derült ki, hogy általában szigorúbb szabályozást is elviselnének a cél érdekében.

Az egyes embernek három feladata lehet, amit nem szabad minimalizálni, egyrészt a meghozott törvényeket, szabályokat, amelyek a fenntarthatóság, egyben a fogyasztás átalakítása, érdekében születtek, be kell tartani. Folyamatosan ellenőrizniük kell, hogy a kormányzati szervek, a gazdasági szereplők teljesítik-e megfelelő színvonalon a rájuk háruló feladatokat, és a harmadik tennivalójuk, hogy saját és a társadalom érdekében kezdeményezzenek mozgalmakat a fenntarthatóság, a fogyasztás és termelés észszerűsítése érdekében az élet különböző területein.

Az egyes embernek az elkényeztetett fogyasztó rangjáról kellene lemondania, aminek két feltétele van. Az egyik, hogy a felelősség vállalás alulról jövő kezdeményezés legyen, azért, mert, ha törvényként fogalmazódik meg, akkor a kiskapuk keresésével lesz elfoglalva mindenki (ennek következményeit tapasztalhatjuk, amikor a vállalatoknak a környezet károsításért kirótt díjaikról van szó). A másik feltétel, hogy a lakossági, vagy az egyéni szinten kialakult alternatív javaslatokat a megfelelő hivatalos szervek, ipariak vagy kormányzatiak, vegyék komolyan, támogassák, segítsenek elemezni, hiszen a tudományos háttérrel ők tudják biztosítani. Mindenkinek, akár egyén, akár mint valamely szervezet tagjaként legyen közös érdeke a környezet megvédése, még akkor is, ha ezzel a profit nagysága csökkenne és fogyasztás szépségei háttérbe szorulnának.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Cheverton, Peter: A kiemelt ügyfelek meghatározása. Alexandra, 2005.
2. Csutora, Mária-Vetőné Móznér Zsófia: Az élelmiszer fogyasztás környezeti hatása In: Élet és Tudomány, 2015. 05.
3. Európai fenntartható fogyasztási és termelési politikák.
http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp_en.htm (letöltés 2018. január 10)
4. Élve születések és termelékenység az Európai Unióban. KSH Statisztikai Tükör, 2015/35
5. Des Dearlove: Üzleti siker Richard Branson módra. Alexandra, 2009.
6. Farkas, Szilveszter – Szabó, József: A vállalati kockázatkezelés kézikönyve. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, Pécs 2005.
7. Haig, Matt: Online stratégia kialakítás. Alexandra, 2005.
8. Jólét bolygónk felélése nélkül
<http://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/hu.pdf> (letöltés: 2019 január 12.)
9. King, Alexander és Schneider, Bertrand: Az első globális forradalom, COLORTECHNIK KFT.1992
10. Khanna, Parag: Konnektográfia. HVG Könyvek, 2017.
11. Kotler, Philip: Vállalatok társadalmi felelősségvállalása. HVG könyvek, 2007.
12. Környezet és társadalom közös jövője Az ENSZ Környezet és Fejlődés konferenciáján elfogadott „Feladatok a XXI. századra” című program áttekintése és megvalósításának első eredményei Fenntartható Fejlődés Bizottság 1994.
13. Fenntartható termelés és fogyasztás http://ec.europa.eu/environment/basics/green-economy/sustainable-development/index_hu.htm (letöltés 2019. január 20.)

14. László Ervin: Globális világ kihívásai. 2016 január 9.
https://issuu.com/exopolitika/docs/a_glob_lis_vil_g_kih_v_sai_- (letöltés 2018 február1)
15. Népeség korév és nem szerint, január1 (1980-)
www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wdsd009.html (letöltés 2018. február 7)
16. Packard, Vance: Tékozlók. Kossuth Könyvkiadó, 1966.
17. Prahalad, C. K.: Esélyek a piramis alján. HVG könyvek, 2006.
18. Prónay, Szabolcs: Új megoldások a fogyasztói magatartás tendenciáinak vizsgálatára In: Vezetéstudomány, Marketingtudományi különszám XLVII évf. 2016.
19. Reis, Al – Reis, Laura: A pr tündöklése, a reklám bukása. Geomédia Szakkönyvek, 2005.
20. Sandberg, Sheryl: Dobd be magad! HVG könyvek, 2013.
21. Törőcsik, Mária: A fogyasztói magatartás új tendenciái In: Vezetéstudomány, Marketingtudományi különszám XLVII. évf. 2016.