

**LOKÁLIS 20
FELMELEGÉDES
MAGAZIN**



GLOBAL WARMING



BERINKEY KATI

Kedves Olvasó!

A kiadványt, amit a kezdedben tartasz, a **Gaja Környezetvédő Egyesület** készítette a **Nemzeti Fejlesztési Ügynökség** támogatásával. A koncepció már korábban megvolt, sőt maga a kampány egy korábbi projektünk folytatása.

Lokális Felmelegedés – ezzel azt szeretnénk érzékeltetni, hogy a globális folyamatok kihívásaira csakis helyi, közösségi szinten lehet érdemben reagálni. Ne akarja senki egyedül megváltani a világot, mert egyedül nem megy. Helyi szinten kell kisöprögetnünk a portánk körül, és tudni kell, hogy a fogyasztói változásokat a helyi szatócsban is el lehet kezdeni. Fontos a tudatosság, hogy megértsük: minden egyes vásárlásunkkal szavazunk valami mellett. És nem csak a boltban történőekre gondolok: mikor nagyra nyitod a fűtés csapot, vagy mikor folyóvízzel mosogatsz, az is egy-egy vásárlás. Tehát neked kell változnod, nem a gyártóknak, kormányoknak stb. A **Föld sorsa** a mi kezünkben van!

Az újság egy sajátos koncepció mentén járja körül a fenti gondolatokat. Ezúttal nemcsak környezetvédő aktivisták írnak róla, hanem más területen tevékenykedő szakemberek is. Mindenki a saját szemszögéből – vagy ahogy Gábor Imre írja, saját szemüvegén keresztül - vizsgálja a témát. Érdekes, hogy egy filozófus, mérnök, romológus, tanár vagy kismama miként vélekedik a dolgokról, és miben látja a megoldást. Erről szól ez az újság, olvasd el, és írd meg a véleményedet. Nagyon számítunk a visszajelzéseidre és az ötleteidre, mert ahogy írtam: rajtad is múlik a Föld sorsa!

Tartalom:

Köszöntő.....	3
Márkus Dóra: „Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan!”.....	4-5
Franz Kafka: K. rémálma.....	6-7
Nagy Gábor: Az ökológiai komplexum.....	8-9
Gadányi Károly: Az utazás.....	10-11
Újszászi Györgyi: Gyorsfalodák és találkozások, avagy Éjszakai csapongásom.....	12-13
Gábor Imre: Globalizáció - esély, vagy fenyegetés? – Lean-szemüveggel a piacon.....	14-15
S.H.: Egy médiatanár környezetbarát füstölgése Sting és az esőerdők ürügyén.....	16-17
Gábor Imre: Miért ? Miért ? Miért ? Miért ? Miért ? – Lean a pazarlásra !.....	18-19
Újszászi Györgyi: Harry Potter Tabakában, avagy szubjektív életkép egy oldalban.....	20-21
Impresszum.....	22

MÁRKUS DÓRA

A globális problémák alattomos betegségek, mert amikor már fájdalmat, észlelhető elváltozásokat okoznak, a beteget (jelen esetben civilizációnkat) nehéz megmenteni.

A globalizáció olyannyira összetett folyamat, hogy képtelenség csak néhány mondatban meghatározni, mit is jelent pontosan, és milyen jelentőséggel bír.

Bonyolultságának köszönhetően a globalizációs folyamatok is igen nehezen érthetőek, sokszor nehéz velük azonosulni, és ezáltal a megoldás is többnyire távolinak tűnik.

Sokan nem érzik magukénak, el sem tudják képzelni, hogy ez őket is közvetlenül érintené, pedig mindez körülöttünk és bennünk zajlik, a hatásait a saját bőrünkön érezzük, csak éppen ennek nem vagyunk tudatában.

Hiszen többnyire külföldi tulajdonban lévő cégeknél dolgozunk, külföldi termékeket vásárolunk, kínai ételt vagy egyéb más távol-keleti csodát eszünk, Facebookon a brazil ismerősünkkel csevegünk, és még

sorolhatnám. A globális folyamatok éppen azáltal erősödnek, hogy ezek a dolgok beépültek a mindennapjainkba, és olyannyira természetesnek számítanak, hogy már fel sem tűnik, hogy az a bizonyos nagybetűs Világ kis hazánkba is betört, és már nem csak a képes atlaszok színes fotóit böngészve, képzeletben jut el hozzánk. A mai fiatal generációnak pedig különösképpen furcsán hangozhat mindez, hiszen számukra ez egy természetes folyamat, mivel ebben nőttek fel.

Annyit azért elmondhatunk, hogy a globalizáció legégetőbb témái közé tartozik: a túlnépesedés, a világméretű szegénység és a fogyasztói társadalom aktuális kérdései. „Az átlagos polgár számára a globalizáció azt jelenti, hogy ki kell nyitnia ajtaját a világ elé, ezzel együtt a világ problémái elé, amelyek gyakran hosszú és bonyolult, nem könnyen érthető történetekről szólnak. Amikor az emberek megismerik ezeket a problémákat, attól félnek, hogy felelőssé

teszik őket megoldásukért.” (Dr. Salvatore Puledda)

Talán azért nem tudunk azonosulni ezekkel a problémákkal, mert túlságosan globálisnak hangzanak. Túl nagy falat ahhoz, hogy ezt meg lehessen emészteni. Főként Magyarországon, ahol az előregedő társadalomról hallunk, és a világméretű szegénységet csak a híradó képkockáiból ismerjük. A globalizáció folyamata azonban egy folytonosan önmagát generáló folyamat lesz mindaddig, amíg a saját életünkben nem kezdjük el a változtatásokat.

Személy szerint fontosnak tartanám integrálni a globális képzést a jelenlegi oktatási rendszer mind formális, mind nem-formális kereteibe, mert ezáltal egy olyan szélesebb körű látóterre tesz szert az ember, amely hozzásegítené az ifjúságot ahhoz, hogy egy tudatosabb élet kialakítására törekedjen. Ez egy olyan képzés, amely felnyitja az emberek szemét és értelmét a világ realitására, és ráébreszti őket, hogy a nagyobb igazságosság, egyenlőség és mindenkinek kijáró emberi jogok világára törekedjenek. Ezek ugyanis nem elérhetetlen és megvalósíthatatlan célok!

A globális képzés ugyanis magában foglalja a fejlesztési- és emberi jogi képzést, fenntarthatóságra, békére és konfliktusmegelőzésre nevelést és interkulturális nevelést, valamint az állampolgársági nevelés globális dimenzióit.

Elkerülhetetlennek tartom továbbá, hogy alakuljanak olyan helyi közösségek, melyek lokális szinten aktivizálják magukat. Hiszen ezáltal egy olyan együttműködés indulhat útjára, amelynek során az emberek szívesebben vesznek részt az őket érintő problémák megoldásában, vagy akár a problémák kialakulásának megelőzésében. Ez egyúttal hozzájárulna a társadalom fejlődéséhez is, hiszen az emberi jogok, a társadalmi bevonás, az egyenlőség és a sokszínűség elfogadását érvényesíti. „Globális problémáink között nem egy akad, amelyre jó válasz csak helyben adható, s ehhez az első lépés a helyi megoldások létjogosultságának helyreállítása.” (Lányi András)

A globalizáció rólunk szól, és folyamata rajtunk, s ezáltal rajtad is múlik!



FRANZ CAFKA

Egy párás és kicsit borongós reggelen K. rosszkedvűen kelt ki az ágyból. Legszebb álmát szakította félbe az a fránya Sony óra, amely ugyan dizájnjal és színével tökéletesen passzolt a Feng-Shui szabályaiba, hangja mégis oly bántó volt ezen a reggelen. K-nak el kellett ismernie, hogy a Cardio-matrac sem biztosít tökéletes alvást, ha az embert olyan súlyos problémák gyötrik, mint őt, választani kell, hogy milyen új autóval tegye boldoggá magát. A német Volkswagen és a távol-keleti Toyota között nehéz volt a választás, hiszen a VW jobban tetszett neki, de a Toyota színválasztéka mégis megnyerőbb volt számára. Pár perc lustálkodás után kelt ki Demko kasmír ágyneműjéből, majd lábát belebújtatta a most oly divatos Crox műanyag papucsba. Napját a konyhában kezdte, egy ilyen álmos reggelen jól tesz a Nesquick gabonapehely, amit némi Coca Cola-val kísér. K néha titokban, amikor senki sem látja, a kettőt összekeveri és úgy kanalazza ezt a multikul-

turális pempőt. Számára ez a bajnokok reggelije. A mai reggelen is ez keltette fel a kínzó félálomból.

Napi rutinját a fürdőszobában folytatja, a tükörbe nézve nem tud mást tenni, csak köp egy kiadósat, mert ilyenkor mindig nehéz elfogadnia az öregedés jeleit és azt a tényt, hogy a ranglétrán még mindig nem vitte odáig, hogy egy BMW-t tudjon birtokolni. Túljutva az önsajnálaton K. megmossa az arcát, majd belekezd a szépítkezésbe. Arcára tenyerével simítja fel a Gillette borotválkozó gélt, - mely a reklám szerint kétszer olyan simává teszi a bőrét - majd kecses mozdulatokkal szánt végig sárga borostáján a négypengéjű Wilkinson borotvával, amiben elemes motor segíti a pengéket a tökéletes munkában. Könnyed mozdulatokkal húzza át borotváját a folyó forró víz sugara alatt, majd a folyamat gyakori ismételtetése után végez a feladattal, és megkönnyebbülve helyezi le az úrhajós technikával készült eszközt a kagyló szé-

lére. Arcát átkeni Amway csodatermékekkel, amit Amerikából rendelt termékügnökén keresztül.

A felfrissülés után a toalett rendbeszedése következik, nehéz a választás, mert hiába tele a szekrény, az embernek egy gönce sincsen. Végül K. kiegyezik egy Tommy Hilfiger nadrággal, ehhez csak a Ralph Lauren pólóing passzol, így a kérdés már szinte megoldott, vállára vet még egy olasz zakót és irány a konyha. Saeco kávéfőzője egy pillanat alatt darálja, tömöríti és főzi a kedvenc olasz pörkölésű Mexikói kávéját, amit jól eső érzéssel kortyolgat el. Majd egy gyors fogmosás a Colgate nagyszerű zsályás fogfehérítő termékével. Ebben a pillanatban pillant rá K. a svájci Doxa karórájára és látja, hogy késésben van munkahelyéről. Így hipergyorsan húzza magára argentin marhabőr cipőjét, és táskáját felkapva rohan ki az ajtón a lifthez.

K. egy lakóparkban lakik, így lifttel indul a teremgarázsba, ahol várja a már szerinte csotrogány kétéves autója, amitől már bizonytalan szeretne megszabadulni, de hát a nagy dilemma... Távirányítással nyitja ki Peugeot-ját, majd a bőrülésekbe huppanva, az ülésfűtést bekapcsolva hagyja el a lakópark kapuját. Késésben van, így türelmetlenül fékez a piros lámpáknál és szitkozódik, hogy mért mindig akkor kell

dugónak lennie, mikor ő az utakon van. Végül nagy nehezen beérkezik a munkahelyére. K. egy amerikai cég leányvállalatának sales managere Magyarországon. Feladata, hogy az Indonéziában megtermelt árut eladja a cseh, szlovák és lengyel piacra. Nap mint nap megnyugvással végzi munkáját, mert úgy gondolja, mindenkivel jól tesz. Az indonézeknek lesz munkájuk, rengeteg embernek ad munkát a szállítás során. A vevők meg örülhetnek, hogy pár évvel a rendszerváltás után minőségi amerikai termékekből válogathatnak Prága, Varsó vagy Pozsony boltjaiban. Tehát ez mindenkinek nagy tituság.

Túlóránzia kell, így már sajnos semmi ereje boltba menni. Újra négykerekűjével teszi meg az alig tíz perces távot az amerikaiak által működtetett irodaháztól az izraeli cég által építtetett lakóparkig. Aznap posztját átfutva, csak számlákat talál olyan cégektől mint az E-on, vagy az Allianz illetve T-mobile. A paksaméta alján egy helyi környezetvédő egyesület kiadványát találja, a címlapon olyan szavakkal, mint globalizáció, klímaváltozás. Taknyát felszívva röhög fel, és hajítja ki a kukába a kiadványt, majd ennyit mond magában: Mit képzelnék ezek a senkiháziak, felveszik a vastag lóvét erre a maszlagra, de bizonyítsa be nekem bárki, hogy van itt bármiféle globalizáció meg klímaváltozás, meg fogyasztói sz. ság, legyen ez az amerikai problémája.

K-ra már csak egyetlen dolog vár a mai napon. Legyűri magáról ruháit, majd svéd dizájnerek által megálmodott Klippan 3-as számú kanapéján eldőlve benyomja Panasonic tévét. Amíg Falludzsa, India és Oroszország híreivel kábítják a jó népet a híradóban, addig kitölti magának a jól megérdemelt skót whiskey-t majd ledől kedvenc filmje elé, melyben olyan óriások játszanak mint Pierce Brosnan és Halle Barry. A film vége előtt elszenderedik, és álmában autómárkák, színek, kárpitok változnak rémálomba illő módon.

Jó éjszakát K.!



Mi történt? Mi történt az emberrel? Az nyilvánvaló, hogy az emberrel történt valami. Senki nem gondolja azt, hogy mi egyszerűen egy peches nemzedék vagyunk. Most, amikor a világ végre kezd jól menni, megvan a liberális demokrácia, az alkotmányos jogállam, a tudományos-technikai forradalom, és a bevásárlóközpontot is megnyitották két sarokkal odébb, most, amikor az emberiség végre jólétre szenderült, pont most üti fel a fejét a túlnépesedés, a természeti erőforrások kimerülése. Nem, ezt nem gondoljuk. Sejtjük azt, hogy a technikai forradalom és ennek a jóléttel kapcsolatos fogyasztói elképzelései tették az embert egy mérhetetlenül pazarló, ön- és közveszélyes, természeti erőforrásokkal rettenetes módon, ostobán bánó, túlszaporodó lényvé. A szegény ember szaporodik, a gazdag szűkületet szabályoz. Ahol csökken a túlnépesedés, ott viszont nő az anyag- és energiapazarlás. A népesség és a fogyasztás szorzata, ha

úgy tetszik az ökológiai lábnyom rohamosan növekszik. Jól belátható időn belül végtelen katasztrófák elé nézünk. Félreértés ne essék: nem az fogjuk észrevenni először, hogy az állatok és növények elfogynak magunk körül – egyrészt mert már rég elfogytak, - leszámítva a plüssmackókat -, másrészt mert ezek távol élnek a várostól és észre se vesszük hiányukat. Társadalmi válságok fognak a szokásos módon megnyilvánulni: háborúk, tőzsdekrachok, népvándorlás formájában.

Az ökológiai társadalomtudományok első klasszikusai találták ki az ökológiai komplexum fogalmát, ami az emberi népességből, az általuk alkalmazott technológiából, az intézményrendszerből, - amelyben ez az adott népesség megszervezi önmagát -, és a természeti környezetből áll, mely létfeltételeit biztosítja. Minden civilizációs katasztrófa nem egyéb, mint a négy elem közötti egyensúlynak a megbomlása.



Azok az országok, ahol a technológiai és társadalmi fejlődésnek köszönhetően a jólét megvalósult, ott a népességnövekedés megállt. A harmadik világban azért nem tud megállni, mert a világ gazdasága és a világ politikájának rendje úgy működik, hogy ne következhessek be náluk a javakban való bővelkedésnek az az állapota, amely a műveltség fejlődésével és egyéb intézményekkel együtt a népességnövekedési spirált meg tudná állítani. Az afrikai ember nem tudatlanságból szüli rakásra a gyerekeket, hanem mert ez az egyetlen termelőeszköz, amit maga tud előállítani. A vetőmagot a Monsanto-tól (világ legnagyobb mezőgazdasági multija) veszi, a földjét már rég el kellett adnia, valószínűleg bémunkásként él vagy nomadizál a pusztaságon, ahol egyre nehezebb, egyre több munkát jelent a napi tűzifát és ivóvizet összeszedni, hogy a leveskét este megfőzhesse. És már csak azért is több gyereket kell szülnie, mint a szomszéd



törzsben, mert különben a legelőkről a szomszédok kiszorítják. Tehát kifejezetten egyenlően racionális az a döntés, aminek a következtében a harmadik világ szegény országaiiban egyre több gyerek születik.

Kínában, az ott bevált diktatórikus módszerekkel sikerült megfékezni a népességrebbanást, viszont valamit valamiért, ők meg a nagyléptékű, pusztító technológiák átvételében járnak az élen. Úgy gondolják, hogy a felzárkózás azt jelenti, hogy ugyanazt a technológiát alkalmazhatják, amit mi, s követelik maguknak az energiapazarlást és minden egyéb jogot, amit senki nem vitat el tőlük, kivéve a természetet. Az ökológiai katasztrófa oka az, hogy a Föld eltartó képessége nem áll arányban a népesség és a technológia szorzatával.

A civilizáció történetében ritka az, hogy egy ennyire alkalmatlan társadalmi rendben éljen az ember. Általában egy civilizáció olyan tudással, jogrenddel, emberi kapcsolatrendszerrel rendelkezik, amely képes egy neki megfelelő technológiát kordában tartani és célszerűen alkalmazni annak érdekében, hogy a terület eltartó képességének megfelelő nagyságú népesség – ne több és ne kevesebb – legyen ott, amely megtalálja a megélhetését. Modern, euró-amerikai civilizáció, ipari társadalom, jóléti állam, világkapitalizmus, demokratikus jogállam – ez mind vagyunk, csak egy valami nem: FENNTARTHATÓ. Ez a rendszer az egész világra kiterjesztette mintázatát, az egész Földgolyón – néhány jelentéktelen zárványtól eltekintve – a nyugati civilizáció technológiai és erkölcsi viselkedése hódít rohamosan. Abban az értelemben fenntarthatatlan, hogy nem képes globális szinten összhangba hozni az alkalmazott technológiát, a népesség számot, és a természet eltartó képességét.

Nem az emberi élet kihalásától kell félni, hanem azoknak a dolgoknak az eltűnésétől, amelyek az emberi életet érdemessé teszik. Az élet minőségének a látványos romlása az, ami belátható következménye az ökológiai katasztrófának.

„Minden utazás az első lépéssel kezdődik” kezdte promócióját az 1999-es Star Wars: Baljós Árnyak című eposz első része. És valóban, Anakin Skywalker és a rajongók itt kezdték meg kronológiai utazásukat a Csillagok Háborúja univerzumában. Utazásról álmodik az emberiség, mióta léteznek történetiség. A régi ősi barlangvázlatok, melyek pálcika embereket ábrázolnak egy mamut elfogásáról, negatív kezek, melyek tengert jelképezhetnek, és az Istenekhez való imádkozás, mely egy jobb világba való utazást ígérnek.

Homérosz Odüsszeiája egy eposzi utazás, mely egy egzakt nyelven át vezet a megértéshez, és a Biblia, mint a legősibb összetett kódrendszer, mely az emberiség szakaszát hivatott elmesélni, függetlenül hittől és vallástól.

Az emberiség mindig vágyott az utazásra, az ismeretlen felkutatására, de egészen a mozi megszületéséig ez mind csak a képzeletben létezett. Ám azon az estén - több mint száz évvel ezelőtt -, mikor a Lumiére fivérek kinyitották a kapukat a Grand Caffé kávézó bejáratánál, hogy bemutassák legújabb közönségcsalogató számukat, egy lépéssel közelebb hozták a képzeletet a valósághoz. Megjelent az illúzió igazi varázsa.

Az első film, a „Vonat érkezése” is már az utazással kapcsolatos vágyainkat töltötte ki.

Az emberek fejvesztve rohantak ki a kávézóból, félve, hogy elgázolja őket a vonat. A mai IMAX mozikban vetített 3D-s filmekről nem igen menekülnénk ki.

Talán az utazással kapcsolatos vágyainknak a moziban tükröződő hatását Neil Jordan: Interjú a Vámpírral c. filmjében fejezi ki a legtisztábban, mikor Brad Pitt a moziban ülve meghatárolja, hogy újra láthatja a naplementét.

A film születésének kezdetén az emberek el se tudták képzelni azokat a helyeket, ahol nem jártak. Fénykép, útleírások, dokumentumok igazolták legfeljebb azokat, amerre jártak.

A film létrejöttével eljuthatunk olyan helyekre, földrészekre, amikről álmodni sem mertünk. Ma, hogy a fogyasztói társadalomnak „hála” egyre több műanyag film és sorozat kerül a televíziók látómezőjébe, egyre nagyobb teret kapnak a különböző ismeretterjesztő filmek. Animal Planet, National Geographic, Deko tv, Spektrum, Discovery. Mind olyan csatornák és műsorszolgáltatók, melyek ezt az igényt képesek kiszolgálni, sőt bőséges kínálatukból lehet válogatni. Az információ ma már házhoz jön.

Hogy az embereket mennyire hajszolja az információ iránti vágy, a tudásszomj, azt talán az példázta, hogy a legnagyobb formátumú moziban, az IMAX-ban is többnyire

természet- és dokumentumfilmek mennek, melyek kibővítik ismereteinket, és elvarázsolnak gigantikus nagysággal.

A film még mindig nem képes visszaadni az emberi szem érzékelését, de közelít hozzá. A tudás, melyre áhítunk, a tapasztalat, melyet szeretnénk megszerezni, olykor már csak egy vetítőben van. Ma az internet korában már ez is sokkal egyszerűbb és gyorsabb.

Legjobb példa erre a Híradó kialakulása. Eleinte csak lokális hírközlés volt, csak az, ami adott településen volt a legfontosabb. Aztán a megjelentek a mozik, és a mozikban a filmek előtt híradót vetítettek. Rádió volt az egyetlen update hírközlési forrás. Megjelent a televízió, mely a mozi átvett képiességét és a rádió szakmaiságát ötvözve megteremtette a híradót az otthonokban. Első időkben még csak elvétve, napokra volt bontva a híradó megjelenése, majd napszakokra és végül – ma – órákra. Megjelent egy új formátum, az internet, mely állandóan frissül, és akár percenként értesülhetünk a friss hírekről.

Közhely, és nem is szeretem használni, hogy a „mai felgyorsult világunk”, de kimondatlanul is erről van szó.

Filmek, melyek lerövidítik a távot, hogy el kelljen utaznunk más helyekre, ahova sosem lennénk képesek, vagy nem lenne alkalmunk rá. De felmerül a kérdés, a mai

képmanipulációs világban mennyire tudunk hinni a szemünknek? Annak, amit látunk, mennyire van hitelessége a tudatunkban? És talán a legfontosabb kérdés: Mennyire hagyhatjuk, hogy mások irányítsák a tekintetünket?

Ma, az internet korában, hogy utazásaink felgyorsultak és vágyaink átrendeződtek. A tényleges utazási vágyainkat felváltották a szurrogátumok – valóságot imitáló digitális valóság - iránti megelégedettségünk, mely fontosabbá vált, mint maga a valóság.

A fotográfia kialakulása óta a fotó mint reprezentáció létezik életünkben, újraalkotja a valóságtudatunkat, a valóság nélkül. Ezt a kettős tudatunk határozza meg. A kettős tudat, mely arra a szolgál, hogy elmenket ne lehessen becsapni, és érzékeljük a valóság és a reprezentáció közötti különbséget.

Sajnos ennek hátránya is, hogy amit a televízióban, interneten látunk, egyszerre fogadjuk el, és egyszerre vagyunk szkeptikusak vele. Ezért nem érzünk közösséget az afrikai éhezőkkel, és ezért csökken a felelősségünk embertársaink iránt.

A valóság manipulálható, a reprezentáció még inkább. Persze felmerül a kérdés, hogy vajon utazásaink interneten és televízióon keresztül felérnek-e a valósággal, vagy beérjük pusztán egy reprezentációs másolattal?



ÚJSZÁSI GYÖRGYI

A tudatosabb fajta nem megy gyorsfalodába, mert dömping, egészségtelen kajához juthat előnytelen áron, amit környezetterhelő módon állítanak elő. A gyorsfalodákban nincs fogas, hogy ne tudd hova akasztani a kabátod. Mire huszadszor szeded fel a kabátkupacot, talán el is fogyott a mindenhol-egyforma-frencsajz-sültkrumplid. Hugo, aki Mexikó Chiapas tartományából érkezett Ausztrián keresztül hozzánk, Európába, a Nagykörút mexikói éttermében válaszolja, hogy „természetesen” náluk is van minden gyorsfalodából. Lyonban egyetembe telepített kivitel is láttam, tömve volt kevésbé tudatos egyetemistákkal. Ebédidőben. Vajh, a menzakaja annyira rossz? - A kanyar után vissza Pestre, a mexikói étterembe, ahol méltányos kereskedelemről származik a kávé. Mert a tulajdonos fontosnak tartja, hogy így legyen. Áldozott a presszógépre, nem adta el magát. Ugyanis a nagy cégek ingyen adják a milliós értékű presszógépet a kizárólagosságért cserébe. A magyar vállalkozó pedig kevés pénzből indítja vállalkozását, így örül, ha valamit nem kell beszerezni a kötelező elemek közül. Így uralhatja egy-egy vendéglátó egység hangulatát az italgártó cég. Mert ad napernyőt a bazi nagy márkajelzést viselő hűtő mellé. Vagy az egyik, vagy a másik. Na ja, egyik kutya, másik eb.

Egyik kutya legalább a visszaváltható palackot megtartotta és bíbelődik a gazdaságtalan visszaváltással, újratöltés-



sel. És egyik kutya reklámtáblája Kenya fővárosának nyomornegyedében az idő vasfogától rozsdásodva nyikorog. Nemcsak Nairobi-ban, Tabakában – igen, a zsírkő hazájában is – a piacon szintén egy rozsdamarta darab lóg. Helyi felvilágosító-somra Eric és két üzlettársa bólogatott, hogy akkor ők többet nem választják, ha tényleg Indiában mérgező anyag volt az itókában. De Fantát ihatnak? Folytattam, nyertem. Jó, akkor isznak palackos vizet. A tudatos fogyasztó a címkéről tájékozódik. Jelen esetben csaldódtan, a vizet – mindegy, hogy buborékos, vagy csendes – is ez a cég palackozza. Választék nincs. Marad és arat az EREDETI. Amazónia őserdejében biztosan van olyan terület, amelyet még nem vett be a cég, saccolni sem tudom, milyen alacsony lehet azon területek száma, ahol a lakosok még nem találkoztak a soktízéves sikeres piros-fehér branddel. Tíz évesen, 1970-ben, Olaszországból direkt hazahoztunk egy üveg üveget emlékebe, amiben utána otthon készült szörpöt tartottunk, mert akkor még alig lehetett nálunk kapni kólát. De szép idők voltak! Csatos bambi oltotta szomjunkat, ami persze semmivel nem volt egészségesebb kátránytartalma miatt.

Az, hogy egy fővárosban/nagyvárosban sok nemzet konyháját lehet kóstolni, nyereségünk. Utazás nélkül rövid időre egy más világba csöppenhetünk. Az éttermet berendezők igyekeznek visszaadni a nemzeti sajátosságokat, külsőben, zenében, evésszközben és a tálaló edényekben, poharakban is. Míg egy városban jó esetben egy-két perui étterem van, a gyorsfalók tömegével lepik el a helységet, sőt, képesek a különböző neműek egyazon tér két sarkán nyitni, hogy aztán Valaki jól „elszámolhassa”.

Az étteremben Hugo jelezte, a hely olyannyira mexikói, hogy nem muszáj kitenniük a nemzeti lobogójukat, mert annyira igazi minden az étteremben. Mind a fair kávé, mind a kínált fogások kifogástalanok voltak. Hugo mégis kíváncsi volt, ... a magyaros

ízekre. Hogy milyen a „gulasch”. Gulyást kapott, Erős Pistával, hogy otthonosan érezze magát. Mert gyötörte a honvágy. A nagyváros ugyan közel egyforma – zajos, autókkal teli, olykor túlzottan pezsgő – itt is, ott is. De a napi „kávézás”, azaz termelés és minőségbiztosítás, melyben tizenéve dolgozik, már két európai hét után hiányzik.

Oszták méltányos nagykereskedő hívta meg a tengerentúli útra. A lengyelek és mi, magyarok kértük, hogy látogasson el hozzánk is. Ismerkedni azokkal, akik fertrédeznek. Itt, Európában. Mert Hugoék Mexikóban a nőknek kukorica feldolgozót tudtak építeni a fair prémiumból. Persze '96-ban az induláskor három kistermelői csoporttal ezt még nem sejtették. Mára több mint ezren tartoznak a szövetséghez. Közben nem csak munkahelyet teremtettek, előtte szálláshelyeket létesítettek városokban, hogy fiataljaik iskolába járhassanak. Az osztákok filmet forgattak a kávétermesztésről és Hugo csapatáról Chiapas tartományban. Most Hugo viszonzta a látogatást. Amolyan jószomszédi alapon. A svájci gyorsétterem-hálózatban fair a kávé, nálunk még csak tíz-egynéhány kávézó kínálja.

Globalizáció a javából: Francia áruházlánc magyarországi polcain Hugoék mexikói

kávéját találjuk osztrák csomagolásban „Organico” néven.

A Kedves Olvasó ne vegye zokon csapongásom, tegnap este még Lyonban ültem egy ifjúsági szállás teraszán, ahonnan az egész várost felülről szemléljük. A nepáli Ram, aki a méltányos kereskedelem révén gyerekek iskoláztatását biztosítja, az angol Kathleen, aki narancssárga hajú nyugdíjas, és New Castle-ban elnökhelyettesként kapcsolja össze a mozgalmat a helyi önkormányzattal, Marilou, aki Bretagne-ból érkezett. Amerikai fiatalok gitárszó mellett énekeltek mellettünk. A Németországban élő japán lányok a grafikai biennálé miatt érkeztek Velencéből. Nyakamban tabakai zsírkőből készült nyakék, amit aznap kaptam a Második Európai Fair Trade Vásáron, miután a lyoni egyetem magyar nyelvi lektora vitt a barna füzetünkkel, hogy órán használják fordításra. Ma este szokott helyemen, a laptop előtt írom, hogy nyomdába érjen az anyag határidőre. Kitérült? Beszűkült? Ki tudja? Ghánai nyakláncomat Lyon felé a zürichi reptéren azonnal „kiszúrta” a burkina faso ékszerkészítő, aki aztán szlovéniai projektpartnerünk kiállítási standján kínálta egyedi ékszereit. No comment.



GÁBOR IMRE - LEAN SZAKÉRTŐ

Ismerőseim véleménye megoszlik a témában, de ha a vélemények helyett a tettekre figyelünk, már nem ilyen tarka a kép. Mióta az ötvenes évek sanyarú élményein felnőtt generáció előtt megnyílt a bécsi bevásárló-turizmus lehetősége, a magyarok egyre többen támogatják vásárlásaikkal a globalizáció zászlaját lengető multikat, és csak kevesen hatódnak meg a magyar árukat eladni próbáló hazafiak akcióitól.

Hogy a rejtélynek végére járjunk, érdemes feltennünk egy spéci szemüveget, amit úgy hívnak „Lean”. Ez is új fogalom nálunk, és szintén a globalizáció terméke, egy szemléletmód, ami abban segíti a cégeket, hogy lefaragjanak minden felesleges ráfordítást, anélkül, hogy a szolgáltatás minősége csorbulna. Ezt használják a termékfejlesztők, a termelővállalatok, ezt használják a kereskedőházak, csak a vevők nem használják...egyelőre.

A LEAN A JÓZAN PARASZTI ÉSZRE ÉPÜL, EGYSZERŰ GONDOLATMENET, EGYSZERŰ DÖNTÉSEKKEL. A KIINDULÁSI ALAP A VÉGTERMÉK, AMELLYEL KAPCSOLATBAN PONTOSAN MEG KELL FOGALMAZNI, MI AZ, AMIT A VEVŐ ÉRTÉKEL (KIFIZET). AZ EREDMÉNY ÁLTALÁBAN AZT MUTATJA, HOGY AZ ELŐÁLLÍTÁSHOZ FELHASZNÁLT ANYAG, ENERGIA, MUNKAERŐ, TERÜLET, ÉS IDŐ MINDÖSSZE 20-30 %-A, AMI A VEVŐ SZÁMÁRA ÉRTÉKET JELENT.

És mit tesz a vásárló, ha válság van? Spórol. Nézzük, mit eredményeznek a Lean alapelvek a gyakorlatban, ha spórolós vásárló a célpont?

1. Mi az érték a vevő számára – olcsó legyen, szépen becsomagolva, **ne legyen hibás, romlott, de mindegy, miből van, honnan van.**
2. Kiiktatni minden olyan lépést, ami a vevő

számára nem teremt értéket. – **any-nyi készül, amennyit rendelnek, ott készül, ahol legolcsóbb a munkaerő, a legolcsóbb anyagokból, semmi cicó, amire költeni érdemes, a csomagolás, és a reklám, az adja el az árut.**

3. Húzó logisztika - **minden fázisban annyi készül, amennyit a következő igényel, ergo annyit gyártanak, amennyit rendelnek, minél több országból jön össze a rendelés, annál olcsóbb a holmi.**

4. Folyamatos tökéletesítés a vevői igények alapján – **ami fogy, azzal árasztják el az üzleteket. A választék nem érdekes, ha nagy a bolt, és mindig más termék a „legolcsóbb” úgy tűnik, nagy a választék.**

Az ellenérzések jelentős része abból fakad, hogy a gazdasági-kereskedelmi rendszer törekvése a nagy tömegben megjelenő vásárlói igények maximális kiszolgálására irányul. Miután a politikai akadályokkal együtt a lokális politika értékrendet képviselő szabályozó szerepe is eltűnt,

jelenleg egyetlen szereplője van a folyamatnak, aki valamit tehet a globalizáció negatívumai ellen, és ez a vásárló.

A RENDSZER, AMI A VÁSÁRLÓKAT KISZOLGÁLJA, SZINTE AUTOMATIKUSAN MŰKÖDIK, SZEMÉLYTELEN, MEGBÍZHATÓ ÉS GYORS, MINT EGY TÁVIRÁNYÍTÓ. A „ROSSZ FIÚK”, AKIKET SZIDUNK, CSAK ÜZLETEMBEREK, AKIK RÁJÖTTEK, HOGY A TÖMEG KISZOLGÁLÁSA NAGYON JÓ ÜZLET. A TÁVIRÁNYÍTÓ GOMBJAIT AZONBAN MI, VÁSÁRLÓK NYOMOGATJUK.

MI VOLNA, HA A VÁSÁRLÓ IS BEVETNÉ A LEAN EGYSZERŰ LOGIKÁJÁT?

ÉRTÉK: NEM ELÉG, HA VALAMI NEKEM OLCSÓ, TUDNI AKAROM, HOGY VALÓJÁBAN MIBE KERÜL, AMIT MEGVESZEK.

FOLYAMAT: ÉRDEKEL, HOGYAN KÉSZÜL, S HOGY KERÜL HOZZÁM A TERMÉK. KI FIZET HELYETTEM?

HÚZÓ LOGISZTIKA: NEM AKAROK MINDIG A MEGLÉVŐ KÍNÁLATBÓL VÁLASZTANI. HA NEM TALÁLOM, AMIT VENNI SZERETNÉK, HOVA FORDULJAK, HOGY AZ IGÉNYEM TERMÉKKÉ VÁLJON?

TÖKÉLETESÍTÉS: ÉLETBEN SZERETNÉM TARTANI AZOKAT, AKIK VALÓBAN SZÁMOMRA ÉRTÉKES DOLGOKAT ÁLLITANAK ELŐ. SZÍVESEN KÖLTENÉK ARRA, HOGY A KÖZÖS PÉNZEKEL, A BEFIZETETT ADÓMMAL STB. AZOKAT TÁMOGASSÁK, AKIK MUNKÁJA VALÓBAN ÉRTÉKESNEK BIZONYULT.

Minden út az első lépéssel kezdődik: mondjuk, kezdj el gondolkodni azon, hogy ha már olyan szerencsés vagy, hogy szülőföldeden a világ legfinomabb paradicsomát természetik, miért veszel meg egy paradicsomnak látszó tárgyat csak azért, mert 10 forinttal olcsóbb?



Ma ismét lánclevelet kaptam egy közösségi oldal jóvoltából az interneten. Károly hercegre, Stingre és más nagyágyúkra hivatkozva próbálták az esőerdők ügye mellé állítani, miközben már azzal is megelégednék, ha sikerülne megegyezni a szomszédokkal az avarégetés dolgában. Talán mondanom sem kell, hogy mostantól Sting örökre bevonul a harcos környezetvédők panteonjába, pedig én egész hétvégén műveltem a kertemet. Bosszús vagyok.

Nem újkeletű a jelenség, mégsem tudom megszokni, hogy gondolataink nagy részét ma már nem közvetlen környezetünk ügyei foglalják le. Helyette olyan események tömkelegével vagyunk elfoglalva, amelyeket a média közvetítésével ismerünk meg és amelyek kimenetelét nem tudjuk befolyásolni. Ettől persze megváltozik a viszonyunk a helyi eseményekhez. A természetfilmekben gyönyörködő tévénéző, míg a trópusi őserdők fantasztikus vegetációján álmélkodik, vajon bánja-e, hogy egy rovarfaj a Mecsekben ismét eltűnik. Miért is kellene saját környezetének épségével törődni, amikor mondjuk a Niagara csobog „lapostévén” a nappali falán.

Lányi András gondolata, de maradéktalanul egyet érthetünk vele, hogy a globális világ lakója nem ismeri, tehát nem is félti saját környezetét, és fogalma sincs róla, hogy éppen azokkal kellene összefognia, akik a fizikai téridőben körülötte élnek. Marad a látványos látszatcselekvés: mentsük meg a Földet körlevelekkel.

Látható tehát, hogy korunkat a távközlési technikákkal kapcsolatos már-már misztikus hit jellemzi. Elég egy lánclevél és az elveszett megkerül, a hitetlen hívó lesz, az esőerdők ismét a Föld tüdejévé válnak. Az emberek túlnyomó része munka- és szabadidejének meghatározó részében világszerte elektronikus informatikai rendszereket használ. A televízió és a hálózati kommunikáció idejük elképesztően nagy részét sajátítja ki. Közhelyes, de igaz, hogy mindez

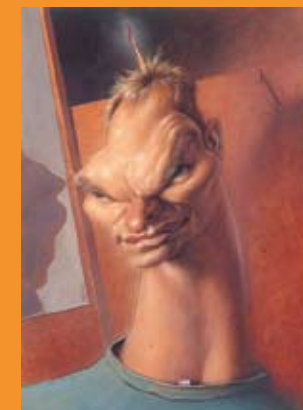
az emberi kapcsolatok rovására megy. Ritkábban találkozunk, a közös művészeti, politikai, sport és egyéb tevékenységekkel együtt eltűntek életünkben a megtartó közösségek. Pedig éppen ezek a helyi közösségek hivatottak arra, hogy identitásunkat erősítsék. Nem nehéz végiggondolni, hogy ha nincs „face to face” érintkezés, akkor a nem használt kommunikatív és metakommunikatív képességek elsorvadnak, még a másik ember személyes jelenlétének elviselésére vonatkozó képességünk, a tolerancia is.

S ha pusztán csak ennyiről lenne szó... De az igazság az, hogy a globális média működésmodja ennél sokkal riasztóbb. Megszabja életünk ritmusát, tematizálja gondolkodásunkat, elfordít személyes világunktól, szembefordít a természettel, egyfajta másodlagos szocializációt hajt végre: a média –minták önkéntelen utánzása megakadályozza a tudatos azonosulást alapuló mintakövetést. Ismét Lányival szólva a baj az, hogy a média egyetlen



civilizáció egyetlen kulturális mintázatát teszi egyeduralmukodóvá az egész világon. Pedig az pontosan tudható, hogy minden faj életképessége – így az emberi fajé is – a mintázatok sokféleségén múlik. A kulturális sokszínűség, az életformák sokfélesége, a diskurzusok változatosága lehetne a túlélés egyetlen biztosítéka. A sokféle tudás sokféle kihívásra tud választ adni!

Mindnyájunk előtt ismert a Római Birodalom példája: a homogén kultúrák gyengék és hanyatlásra vannak ítélve. Ezzel szemben a meghatározó médiumok egyre nagyobb része néhány kézben összpontosul, az uralkodó műsortípusok, beszédmodok, magatartásminták világszerte egyetlen, közös trendet követnek. A média „jóvoltából” muszáj globálisan gondolkodnunk, különben kimaradunk, lemaradunk. Vagy nem? De ha egyszerűen fogyasztóvá züllesztik az embert, képes



még reflektálni erre?

Pedig, lássuk be, a globális média volna a XXI. században az egyedüli eszköz, amely világméretű kommunikációs lehetőséget, nyilvánosságot biztosíthatna valóban jelentős mozgalmaknak, például a zöldeknek. (Beleborzongok a pusztá gondolatba, mekkora ajándék lehetne a demokratikus nyilvánosság....) Csakhogy az igazán húsba-vérbe vágó problémában semmi szórakoztató nincs, nehéz belőle műsort csinálni, legfeljebb éjfélután diszkuráltat róla néhány beszélő fej. Abban a pillanatban, amint a megszokott keretekben, a megszokott hatásmechanizmusokkal tállják a témát, rögtön távolítják, lefojazzák, hatástalanítják is azt, legyen az bármilyen komoly. Milyen megnyugtató a néző számára a hír, hogy valahol jó messzire ismét klímakonferencia zajlik. Lám-lám nem reménytelen a dolog, a világ elitje nem hagyja magára a jónépet- gondolhatják. Meg egyébként is : az emberek szeretnek borzongani, félni az otthoni fotelekben, egy újabb jégkorszak vagy sivatagosodás még jót is tesz a nézettségnek. Persze tudható, hogy kép- mutató, képmutatás az egész. Holnap meg is írom mindenkinek - lánclevélben.

GÁBOR IMPRE - LEAN SZAKÉRTŐ

Borzalmas ez a Lean-szemüveg. Csak felteszem, és a problémák mellett megjelennek a megoldások. De hát ki akarja itt megoldani a problémákat?

Globális felmelegedés, munkanélküliség, válság, pazarlás... huhogó szellemek repkednek körülöttünk, mégis tehetetlennek érezzük magunkat.

A multiknál bevált Lean-szemlélet fontos elve, hogy MINDENKI tud valamit tenni, ha akar. A folyamatok veszteségeinek csökkentésére használt alap-technika a „7 wastes” – hét veszteség-teszt. Ez az egyik leggyakrabban használt „szemüveg”, ami láthatóvá teszi, hol folyik el a pénz. Egyszerűen fel van sorolva a hét leggyakoribb veszteségforrás, ami mindenütt tetten érhető, s a feladat csak annyi, hogy az adott folyamatban megtaláljuk ezek nyomait: 1. Túlermelés 2. Várakozás 3. Szállítás 4. Hiba a folyamatban 5. Árukészlet 6. Felesleges mozgás 7. Utómunka

Nézzük hát, mi is a cél? Székesfehérvár. A 15 évvel ezelőtt magyar szilícium- völgyként aposztrofált nagyváros munkahely terem-tési akcióira még Brüsszelben is felfigyeltek. A 90-es évek végén, az Európai Unió által indított, regionális innovációs

hatásokat vizsgáló projekt által választott egyik régió Székesfehérvár térsége volt. Ebben a térségben a külföldi működő tőkeberuházások értéke 1995-re meghaladta az 1 milliárd dollárt. A régióban, már a szocializmus időszakában megvolt a jól képzett és olcsó munkaerő, és viszonylag fejlett az infrastruktúra, ami olyan élen járó cégeket vonzottak, mint a Ford, az IBM és a Philips, melyek elsősorban összeszerelő tevékenységet folytatnak a térségben. Befektetéseiket azonban nem elsősorban az itteni tudósok és mérnökök tudása, hanem a munkabérek általánosan alacsony szintje, és az adókedvezmények vonzották ide.

Ha a „munkahelyteremtés” a cél, a multi nem cicázik, ad munkát, ha ez kell, de miért adná oda a nyereséget? Az adót befizeti, ennél többet nem várhat tőle senki. A munkahelyteremtéssel büszkélkedő helyi politikusoknak ez is elég, a hosszabb távú hatásokkal majd birkózhat a következő generáció.

Persze, a Messiás ugye nem a multi szinonimája. A munkahely lehetőséget ad, hogy tegyünk valamit – magunkért, s a környezetünkért. Feltéve, persze, hogy tényleg akarunk valamit csinálni.



A Globlight lapjain már írtam róla, hogy tavaly, mikor én is épp munkába indultam egy multihoz, azzal szórakoztam a buszmegállóban állva, hogy az autókat számloltam. Különösen azokat az autókat, amelyekben a sofőrön kívül más is ül. Hát, nem mondom, az eredmény bámulusos: több heti statisztikám szerint a gépkocsik 70-80%-a egyetlen embert fuvaroz.” Ha valamilyen kreatív ötlettel ezt a %-ot le lehetne vinni 50 alá, az egész felmelegedés-probléma akár el is tűnhetne.”- írtam egy évvel ezelőtt.

Azóta okosodtam picit, s a „7 wastes” mellett megtanultam a „5 why” – „öt miért” Lean-módszert is, ami segít végére járni az efféle rejtélyeknek.

1. Miért van annyi autóban egyetlen ember? ... Hát dolgozni jár vele.
2. Miért járnak annyian autóval dolgozni az autóbussz fővárosában?... Hát, mert kényelmesebb, mint a buszon szorongani.
3. Miért nem kényelmesebb a buszközlekedés? ...Hát, mert nincs rá pénz.
4. Miért nem éri meg a sok magányos sofőr utazási költségének egy részéből hét nyelven beszélő tömegközlekedést csinálni? ... Hát, mert az utazási költségértékesen az nyer, aki autóval jár.

5. Miért nem változtatjuk meg a költségértékes rendszerét?

No, el is érkezünk a probléma gyökeréhez: „5 why”- hát nem csodálatos? Ha tényleg akarunk valamit csinálni a környezetszennyezés, és a szegénység ellen, akkor miért térítik meg nálunk - a világban egyedülálló módon- a munkába járást az embereknek? Ezzel az alamizsnával legalizáljuk a gépkocsival járók költségértékesítését, és érzéketlenné tettük a cégeket és az embereket is arra, hogy a naponta autókázók által termelt CO₂-t, és az üzemanyagköltségeket csökkenteni kéne. A helyi adóval például el lehetne érní, hogy mindenki érzékelje, ami nem mindegy senkinek. Természetesen nem büntetéssel, hanem pozitív ösztönzéssel.

„Környezettudatos fogyasztói magatartásra, a fogyasztás visszafogására van szükség.” – olvashatjuk a vezércikkemben.

Borzalmas ez a Lean-szemüveg. Csak felteszem, és a problémák mellett megjelennek a megoldások. De hát ki akarja itt megoldani a problémákat?



Földrajzi atlasz, helységmutató: 98 C6. Khm, a megfejtés: Afrika – Kenya – Kisii tartomány – Tabaka. Húszezres település, majdnem 2000 méterrel a tengerszint felett, Nairobótól hatórányi kocsútra. Az avokádó, a banán, a papaya, a tea és a kávé őshonos növények. A település munkaképes lakosai zsírkövön nyugszik, így a bányászat nem okoz nehézséget, nemcsak a fizikai közelség, de a könnyű bányászhatóság miatt sem. Sima késsel faragható, angol neve – soap/stone/szappan kő – mutatja, mire számíthat az ember, ha kézbe vesz egy lehasított darabot. Szobrok, állatfigurák készülnek nagy mennyiségben, hogy biztosítsák a megélhetést. Kicsi, közepes, nagy a méretválaszték. Színben variálható a fehér, a rózsaszín és a szürke, árnyalataival együtt. Akinek ez sem elég, az festi a fehér

figurát, majd fekete lakkfilccel mintát rajzol, aminek a kontúrját körberajzolja késheggyel, így megmutatva az eredeti természetes anyagot. A minták hagyományosak, időnként modernizálva. Így alkalmazkodnak a fizetőképes kereslet igényeihez. Tömeggyártás zajlik, napfelkeltétől, napnyugtáig. A villanyosítás még nem érte el a települést, életritmusukban követik a természet rendjét. A települést átszelő villanyvezetékek lehetőségeit kihasználják, itt működik a „töltő-ház”, a szép számban használt mobiltelefonokat fillérekért újraélesztik. A kerékpározó masszajokkal hirdetett mobilok eljutottak a család legidősebb tagjaihoz is, akik zömmel csak felvenni képesek azt, megszűnt a dobbal való üzenés.

Raktárakban gyűlik az eladásra szánt cica, elefánt, víziló, szív, hogy csak néhány példát

említsék. Hagyományörző és piacképes figurák békés egymás mellett élése a XXI. század elején ott, ahol az idősek olvasni nemigen tudnak, településük határát soha nem hagyták el, nem néznek tévét, a mondák-regék szájhagyomány útján maradnak fenn. Az utcán a port Harry Potteres pólóban veri fel a fiatalság. Harry Potter adományként ruhahálában érkezett, történetét nem ismerik.

Míg a cikket írom, eszembe jut, rég nem váltottam üzenetet Eric Ongesával, aki vendégül látott házában, és szakavatottan kalauzolt a zsírköv világában. Eric a Wanasanaa önszolgáltató csoport marketing menedzsere, akinek legfontosabb feladata, hogy minél több, a csoport tagjai által készített terméket adjon el. Egyesült Államok-beli egyetemi előadása során bemutatta a zsírkövfaragást lépésről lépésre, elemezve a hagyományok megőrzését és átalakulását. Hogy szülővárosának többet

segíthessen, elfogadta az egyetem felajánlását, három éven át ösztöndíjként tanulja a marketing csinját-bínját.

Ahogy felidézem a Tabakában töltött három napot, megjelenik előttem egy művész alakja. Túl van az ötvenen, közelebb a hatvanhoz. Szívfájdalma, hogy a mondákat senki sem tudja lejegyezni. Aki ismeri azokat, nem tud írni, aki írni tud, nem ér rá. Az állam nem törődik ezzel a kinccsel, félő, hogy az öregekkel tudásuk is sírba kerül. Kedvenc tabakai szobrászom megteszi a magáét: egy-másfél méter magas alkotásokon dolgozik. Egy-egy mű négy hónap alatt készül el. Minden szobra egy hagyományt vés köbe.

Gazdag olasz vagy amerikai gyűjtők magángyűjteményében, világtól elzárva őrzik az afrikai hagyományt, míg az üzletekben a tömegigény szerinti tucatárak jelenítik meg az afrikai kultúrát.



Kiadja a Gaja Környezetvédő Egyesület.

Szerkesztő: Silye Zoltán (zoltan@gajaegyesulet.hu)

Szerzők:

Újszászi Györgyi - Méltányos Kereskedelem Szövetség

S.H. – antropológus, médiatanár

Hetyéssy Fruzsina – kismama

Márkus Dóra – Bocs Alapítvány

Nagy Gábor - filozófus

Gadányi Károly – filmrendező

Gábor Imre – Lean szakértő

Bakos István – romológus

Franz Kafka - író

Design, lapterv: Kovacs.Milan@36203291839.hu

A szerkesztőség címe:

8000 Székesfehérvár Petőfi utca 5.

Telefon: +36 22 503 428

E-mail: iroda@gajaegyesulet.hu

Web: www.gajaegyesulet.hu

A **Lokális Felmelegedés 2.0 Magazin** utánkölzésekét is megjelentet, de mindenkor feltünteti a forrásokat. A kiadvány anyaga a szerkesztő előzetes beleegyezésével közölhető. A lapban szereplő írások állításai nem minden esetben tükrözik a **Gaja Környezetvédő Egyesület** véleményét.

www.globlight.hu

Online magazin a globalizációról



A projekt az **Európai Unió** támogatásával, az **Európai Regionális Fejlesztési Alap** társfinanszírozásával valósult meg.

