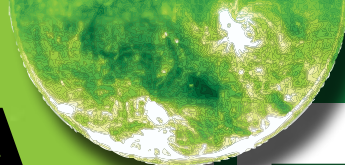


**LOKÁLIS 20  
FELMELEGEDÉS  
MAGAZIN**



## NEKED MEKKORA...



...A LÁBNYOMOD?

NAGY ORSI

Kedves Olvasó!

A kiadványt, amit a kezekben 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 történőkre gondolok: mikor nagyra nyitod a fűtéscsapot, 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
Franz Kafka: K. véleménye - A klímaváltozás csak rossz duma!.....	4-5
Nagy Gábor: Természetfogalmunk átalakulása.....	6-7
Márkus Dóra: Szükségletek vs. Vágyak.....	8-9
Újszászi Györgyi: Gyerekekkel, kutyával, macskával minden eladható.....	10-11
Gadányi Károly: A fogyasztói társadalom.....	12-13
Nagy Gábor: Tárgya-e erkölcsi megítélésünknek az, amit a természettel művelünk?.....	14-15
Hetyéssy Fruzsina: Ridegen tartott gyerek.....	16-17
Gábor Imre: Éljen a bolhapiac! - 5 S, avagy arany a kukában.....	18-19
Gadányi Károly: Pazarló képmás.....	20-21
Impresszum.....	22

## FRANZ CAFKA

K. még mindig nem szabadult rémálmától, szürke hétköznapjainak délutánjait a szörnyű dilemma pecsételi meg, hogy milyen autót válasszon. Borus novemberi napra virradt ma, és nem tudja mit is kezdjen magával, kimenni ilyen időben nem kíván az ember, de a levegő mégis hiányzik. K. már réges-rég megtalálta erre a jó módszert. Közel hozza magához a természetet, ehhez nagyon jó módszer bekapcsolni a méretes LCD tévét és máris a szavannán barangolhat az ember a Spectrum révén. De hát milyen már a Himaláját fejben megmászni egy állott szagú szobában, nagyon nem penge, így K. nagyra nyitja az ablakokat. Eleinte átérzi a Mount Everest-tűrák hangulatát a beáramló hideg levegő révén. Majd mikor már a pokróc nem segíti ki a bajból és vacogását nem enyhíti a jó konyak sem, K. kaján vigyorral a Golf-áramlatot hozza be a szobájába, azáltal, hogy a több ezer wattos hőszugárzó meleg levegőjét magára fújhatja. Majd két szellentés között csak annyit gondol magában, hogy kell

f.szomnak több ennél. A világ az enyém!

K. figyelmét már nem kötik le az ugrádozó patások, vicserítő oroszlánok és az örök hó birodalma. Valami másra vágyik, így a házimozi zene üzemmódra váltja. Ehhez viszont kijár egy kis szesz, elrohan a konyhába egy doboz sörért, -magában gondolja mindig, hogy hülye, aki cipeli az üvegeket a boltból, és még vissza is viszi azért a sz.ros 20 forintért. A dobozt összegyűri az ember, és leván vele a gond – majd útbá ejti a kétfetűst egy kisdologra. Visszatérve már az egész lakás fényárban úszik, és örömmel tapasztalja, hogy a hagyományos égőnek milyen szép természetes fénye van. Hosszan élvezti a zenét, miközben a diszkivilágítást még kiegészíti a háttérben némán futó tévé vibrálása. Valahogy jóleső melegség fogja el a fényektől, és úgy érzi, ez megnyugtatója egy stresszes nap után.

De eljön a nem várt dolog, K. gyomra furcsa morajokat kezd kiadni, egyre több és sűrűbb nyálával kell felvennie a harcot,



nincs mese, enni kell, eljött a vacsora ideje. K. a méretes hűtőjébe dugja méretes fejét, de fanciesali arccal veszi tudomásul, hogy hiába vásárolt be tisztességesen, a legtöbb dolog ráromlott. Ha nincs kenyér, eszünk kalácsot felkiáltással nem foglalkozik vele, kidobál mindent. Egy kosárba dobja a fémét, szerves anyagot, műanyagot, sokat röhög magában azokon a szerencsétleneken, akik a szelektív kukánál válogatják a szemetüket, mint valami rossz csöves. Általában oda is szól a derék embereknek: Te apa, mit adsz ingyen alapanyagot a sárgáknak a gagyi ruhákhoz? K. úgy gondolja, hogy amíg a szemétedobó elnyel mindent, semmi gond nincs a szeméttel. „Égessék el azt sanyit!”

A probléma ettől megmaradt, nincsen mit enni, pedig anélkül csak még kízóbb lesz a rémálom. K. magára rántja odszukul melegítőjét, majd bepattan autójába és elhajt a szomszéd utcában lévő hiperbe. Semmi ereje már valamit főzni, így marad a szendvics valami zöldséggel. A hiperben először a zöldségpulttal találkozik, a paradicsom az elengedhetetlen, így elkezd válogatni. Először magyar paradicsomokat lát meg, kicsit tétovázik, majd bedobja a kosárba a műanyagba csomagolt olasz

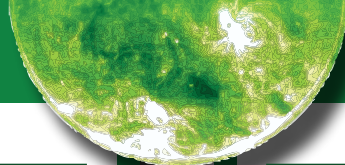
paradicsomot, végül is made in magyar, dobd el hamar. Az olaszok már csak jobban tudják, hogy kell paradicsomot termelni. A húspultnál is hasonlóan választ, mert ahogy mondja: A magyar szalámi gyárak komcsi maradványok, azok még mindig halott szovjet katonákat darálnak a téliszalámba. Bekerül a kosárba még némi osztrák csoki, mexikói kávé, ausztrál dobozos sör, illetve Jamie Oliver szószai és fűszerei közül néhány. Ő már csak tudja mi a tuti, nem kiskutyából csinálja a spagettiszószot, mint a magyar gécek. K. ki is jelenti, hogy az a kis füstölégés nem számít, amit a hajó kibocsát a pár ezer kilométeres úton, mert én igenis megérdemlem a minőséget, és nem fogok ótvár magyar cuccot enni, nem hiányzik egy gyomorrák.

A vacsora után a műanyagoknak és a sörös doboznak a helye a szeméttben, mert K. nem támogatja a komcsi Kínát. A rendre nagyon figyel, ezért folyó forró víznél mossa el étkezését. Gondolja magában, hogy itt van elég víz, egyfolytában szakad az a ku... eső.

Jóllakottan dől le a tévé elé, és élvezi a házimozi nyújtotta örömeiket a szellős, fényes és mégiscsak meleg otthonában. A filmet reklám szakítja meg, a zöldek hirdetése arról, hogy takarékoskodjunk az energiával, csavarjuk le a fűtést, váltsunk energia-takarékos izzóra, mert a Föld készletei kiapadóban vannak, és a klímaváltozást is tápláljuk ezzel.

K. megvonja vállát, és annyit mond: „Már a csapból is ez a sz.rság folyik. Erre aztán tudják költeni a lóvét, de az utak kátyúsak, a benzin ára meg az egekben. Mit képzelnék ezek magukról, röhej ez az egész duma, hogy kimerül a Föld energiatartaléka. Egy a lényeg, egészség legyen, a többit megvesszük, egyébként is a koporsóban nincsen zseb. A klíma ízé meg csak duma, amire egy valag pénzt lehúznak a zöldek. Nemhogy örülnének, hogy nincs olyan zerge ba... hideg...”





## NAGY GÁBOR - FILOZÓFUS

A következőkben természetfogalmunk átalakulásáról szeretnék szót ejteni. Kevesen gondolnak arra, hogy a természetnek – ráadásul kettős értelemben – is története van: általában az emberi világot, a kultúra világát úgy fogjuk fel, hogy a történelem szempontjából semleges természeti színpadon játszódnak. A díszletek koronként igen-csak változékonyak, de maga a természet mint háttér nem mozog, nem változik. Jelen korunkban kénytelenek vagyunk azt tapasztalni, hogy ez nem így van: az ember története hirtelen földtörténeti léptékű változásokat idéz elő, s ezért maga a természeti háttér változása sokkal agresszívebben szól bele az emberiség történetébe. Nem mintha más korokban igaz lett volna az a föltevés, hogy a természeti körülmények passzív színpadot alkotnak. Gondoljunk csak a Húsvét-szigeteken történetekre, ahol egy rettenetesen békés, jámbor, művészies kultúra virágzott. A sziget lakossága egyszer csak elkezdett túlnépesedni, egyre több fát vágtak ki, ami miatt aztán megváltozott a sziget éghajlata. Ekkor a sziget lakosai meglepően agresszívekké váltak, felhagytak kedvenc foglalkozásukkal, a hosszúfűlű szobrok faragásával, egyre primitívebbé váltak, úgyhogy az európai hódítók már mint primitív húsvét-szigeteki bennszülöttekről számolnak be, akik a fehérjehiányban talán még embert is ettek – emberből sok volt, minden egyébből kevesebb. A

Húsvét-szigetek rövidesen lakatlan szigetté vált, mára az őslakoságból semmi sem maradt. Ott van Szicília szigete is, amelyről Homérosz az Odüsszeiában még úgy emlékszik meg, mint az a hely, ahol Apolló szívesen legelteti csordáit. Mint tudjuk, a teheneket még az istenek is bő füves réten szeretik legeltetni – ebben az esetben nem állatkínzásról volt szó, hanem az antikvitásban Szicília egy csapadékos, erdőben és dús réten gazdag sziget volt. A fenti példákkal csak azt szeretném mondani, hogy sok ökológiai válságot élt már meg az emberiség, csak nem így nevezte. Most, hogy a válság nagyobb léptékű, így közös történelmünk van a földi élővilággal. Jobb, ha ezt tudomásul vesszük, miután ennek a történetnek pillanatnyilag mi vagyunk a főszereplői – s azt kell mondanom, szerepünk nem a pozitív hős szerepe.

Vajon magának a természet fogalmának, az emberiség természettapasztalatának is van-e egy ilyen történeti mozgása? Az antikvitás embere nem a bioszférát, az embertől jól megkülönböztethető élőlényeket tapasztalta, hanem isteneket, félisteneket, démonokat, lidérceket, héroszokat és kentaurókat tapasztal a természetben. A működésük hatásával szembesül: ha esik vagy nem esik az eső, ha megterem vagy nem terem meg a termőföld, mind arról árulkodik, hogy az az évi bacchanálián rendeltetészerűen

termékenyítették meg egymást, amivel jó példát mutattak a természetnek vagy csalódtak bennük az istenek. A meg-nemkülönböztetésen alapuló eredeti egységben van az antik ember világtapasztalata, amibe mi nagyon nehezen tudjuk behelyezni magunkat.

A primitív társadalmaknak is ehhez hasonló a természettapasztalata: a primitív gondolkodás, amely évezredekken keresztül csiszolódik, igen bonyolult – mivel nem ugrik rögtön a jelenségtől a lényeghez, hanem a dolgokat a maga bonyolultságában ábrázolja és ragadja meg. Ezért nem fordítható le a mi túlságosan is elvont nyelvünkre. Ez az ember eredeti beletartozása a természetbe. A törzsi ember élete egyrészt egy félelem, másrészt egy azonosuláson alapuló bizalom. Attól fél, hogy a természet rendjét megsérti és kirekesztődik belőle, és abban bízik, hogy mágikus viselkedésével azt hajtja végre, ami a világ rendje, az istenek akarata, amit a törzsi hagyomány, az ősök sugallata előír egy bantu harcos számára.

Ahogy átlépünk a mágikus gondolkodásból a kultúra korszakába – ami természetesen a művelés korszaka –, úgy indul el a természetfogalom átalakulása. Akkor kezd az ember művelődni, amikor egy megművelt természet veszi körül: a művelődés korszaka a megművelt táj és a megművelt ember korszaka. A művelődés ott kezdődik, ahol egy nagyjából írásban rögzíthető

hagyományt átadunk egymásnak, ami már nem megy fogalmi gondolkodás nélkül. Egy olyan partner a természet, amellyel az ember megvív. Ez nagyjából egyenrangú felek küzdelme – egy küzdelmes együttműködés. A művelődés korszakának embere még belesimul a természetbe: olyan technikákkal rendelkezett, amelyek csak akkor működtek, hogyha jól ismerte, és így egy kicsit át is vette a természet rendjét. Mivel kénytelen volt együttműködni a természettel, ezért tisztelettel bánt vele.

A kulturális korszak, a természetet megművelő ember partnervizonyát követi a modern, késő modern civilizációnak a természethez való, alapvetően megint csak más viszonya. Ez a természetben nyersanyag- és energiaforrást lát. A kép szétesik, már nem élőlénytársulásokat, erdőket, tehenet lát, hanem erőforrást és kísérleti alanyt. A természettudományi karon tanuló diák nem azt tanulja meg a béka élve boncolása közben, hogy hol van a veséje, hanem azt, hogy az állat nem ember, nem lénytársunk, hanem egy objektum, amelyen vizsgálatokat végzünk el a tudomány javára, amelyeket majd tenyésztünk, előállítunk, genetikailag módosítunk. Az állat nem érdemel kíméletet – csupán technikai készlet, ugyanolyan, mint a szerszámosláda. Ez a késő modern kor természetképe.

Ebben a folyamatban egyre világosabb a határ és egyre több a szögesdrót, amin nem szabad áthatolni. Vigyáznunk kell, hogy még a gondolat se merülhessen fel valakiben, ha netalántán arra adná fejét, hogy kipróbálja és beköltözik a brojler csirkék (mesterségesen hizlalt és növesztett vágócsirkék) közé, mert akkor oda a hatékonyság, a tömeges előállítás, és akkor miből lesz a hot-dog vagy a hamburger. Ezért mi, ezt a természetet minél messzebbre száműzzük tapasztalati világunktól, s itt kezdődik az az etikai probléma, amit a következő cikkemben szeretnék körüljárni: tárgya-e erkölcsi megítélésünknek az, amit a természettel művelünk?



## MÁRKUS DÓRA

A harc már folyik, a döntőbíró pedig többnyire a tudatosság. Ennek eléréséhez azonban nélkülözhetetlen elem személyiségünk fejlődése, mely rögzös utat közösségeink segítségével járhatjuk ki. Persze mindeközben meg kell küzdenünk a vérszomjas tömegkommunikáció klasszikus eszközeivel, melyek többnyire igyekeznek tudat alatt meggyőzni minket arról, hogy nem is tudjuk igazán, mire van szükségünk. Vajon egy-egy vásárlásnál mennyien teszik fel maguknak a kérdést: tényleg kell ez nekem?

A csillogó kirakatokban álldogáló magányos próbababák, elektronikai berendezések és ragyogó díszek naphosszat várnak gazdára, hogy aztán használhatatlan vacakként végezzék lomtalanításkor. Pedig az igazi, tartós boldogság nem az új dolgok megszerzéséből fakad. Ez már csak egy

XXI. századi tévhit...

Sokszor hallhatjuk azokat a kifejezéseket, hogy valaki valamire pazarolja az idejét, pénzét, energiáját, tehetségét stb. Lassan a világot, civilizációkat pazaroljuk el, s ha így folytatjuk tovább, felemészítjük a következő generációk életfeltételeit is.

Ha hagyjuk, hogy elsodorjon a pazarlás ösztönző fogyasztói életforma árvize, sosem jutunk egyről a kettőre. Amíg az átlagember nem tesz egy lépést előre azért, hogy jobb legyen, addig a világ két lépést halad hátra. Sokan azt gondolják, ha eldobom ezt a zacskót, ha véletlenül nemzok még egy gyereket, mit számít? Nem én vagyok az egyetlen, aki megteszi. A felelősség folyamatos másokra való hártása miatt fog civilizációnk belátható időn belül romokba dőlni. A „sok kicsi sokra megy” elv kifejezi, hogy nem

kell világméretű dolgokat cselekedni ahhoz, hogy mégis megváltssuk, vagy legalábbis rehabilitáljuk civilizációinkat.

„Ha valami egyszerre mindenkié és senkié, annak felhasználása pazarló lesz, mert alábecsüljük értékét. A természet viszont egyre kevésbé tud annyi szolgáltatást nyújtani, amennyire a Föld szaporodó népességének és növekvő gazdaságainak szüksége lenne.”

Holott szükségleteinket nem csak a jelenben, de a jövőben is ki kell majd elégítenünk. Ne feledjük, hogy „A Földet nem apáinktól örököltük, hanem unokáinktól kaptuk kölcsön!” Gondolnunk kell az elkövetkező nemzedékekre is.

A kultúrának, az uralkodó világnézetnek pedig nagy szerepe van abban, hogy miként bánunk a Földdel s embertársainkkal, ezért véleményem szerint egy alapvető szemléletváltás szükséges ahhoz, hogy tudatosabban törekedjünk civilizációnk megmentésére.

Főként mivel sokan közülünk a fogyasztói

társadalom értékrendjének és szokásainak foglyai. A mérhetetlen pazarlás leginkább személyes fogyasztásunkban nyilvánul meg, melynek következménye hosszú távon a szűkösség lesz.

Mivel azonban az emberek többsége nem érti, hogy a globalizáció rá nézve milyen következményekkel jár, ezért a pazarlást ösztönző fogyasztói életformát is mindaddig folytatni fogják, amíg nem érzik a saját bőrükön a globalizáció okozta kihívásokat. Pedig a XXI. században az energia után sok helyen már a tiszta, iható víz a legnagyobb probléma, amely a népszaporulat hatásaként még inkább konfliktusok forrásává válik, hacsak meg nem tanuljuk mértékkel használni természeti értékeinket.

Magyarországon a pazarlás megszüntetése és a környezetbarát megoldások az elsődlegesek az ökológiai lábnyom kibérbítésében. Az emberiség ökológiai lábnyoma azonban nem hozható rendbe a túlnépese-dés megoldása nélkül!



## ÚJSZÁSI GYÖRGYI

Idebenn csak akkor lesz jó, ha mifidusz izéncisz van a probiotikusomban. Ruhám csak akkor lesz szép fehér, ha NEM a másik mosóport használom. Mindig túsarkú cipőben, pörgős szoknyában takarítok. VAN olyan vegyszer, ami azonnal lehozza azt, ami évek alatt ráégett. A fehér mindig lehet fehérebb, a színes színesebb, az akciós olcsóbb.

Gyerekekkel, kutyával, macskával minden eladható! Nem tudta? Észre sem vette? Még a szemcseppet is két szemű kőlyökciával sózzák ránk. Mert eladó az egész világ. Ha akciósan, még jobb. Az akció szótól kattan valami a fogyasztó fejében, felcsatolja turbó járgányát, rátapos a gázra, és usgyi, mert olcsóbban veheti meg. Na de mit? És főleg milyen áron? A miértet ne is firtassuk. Van mindene, mert „fussa”, mégis családi program az akciós újság böngészése, jelölése, a jelölt termék megkeresése 20-30 kilométernyi autózás után. Hogy többre van a leves, mint a káposzta? Az nem baj. Van a szomszédnak, nekem is kell, 5 forinttal olcsóbban, mert akkor én vagyok az ügyesebb. Vagy csak úgy hiszem? Nem, nem, mert a szomszéd nem kérdez rá, hol vettem, csak sárgul az irigységtől. És azonnal rohanni kezd egy másik láncba, más akciós kütyüért, mert a bal szomszédjának még nincs. Aztán mint valami dísz tárgyat, kiállítja a szoba sarkába, hogy bárki, aki betér hozzá, akár hasra is essen benne, de mindenképpen vegye észre.

A nyolcvanas évek végéig minden papírboltban ugyanaz a kínálat volt, ugyanazon az áron. Abban volt különbség, hol mit nem lehetett éppen kapni, de hogy azonos terméket más áron kapjunk meg, na ilyen nem létezett. Mint ahogy nem lehetett banánt korlátlan mennyiségben kapni. Vehetett, karácsonykor, ha volt az embernek protekciója a Székházban. Akkor be lehetett ügyeskedni magunkat 1, max. 2 kg banánért. Vagy ki a határ oldalára, kulturális programnak álcázott bevásárló útra. Még

Bécsig sem kellett elmenni. Első dolgunk volt, érett banánt akciós áron venni. Annyit, hogy mindenki legalább hármat megehesen egyszerre! Az út árából sok banánra futotta volna, de megint szomszéd-effektus: mit szól a szomszéd, hogy még Bécs mellé sem tudunk kiugrani bevásárolni. Hozhatam volna példának a nylonharisnyát, ami kurrens cikk volt akkoriban. Viszont volt farmerünk, honi farmer, a trapper. Igazi kincs persze a Szovjetunióban volt, ahol a Kurrensiából jött szappan, vasaló majdnem aranyárban kelt el.

Muszáj márkás ruhát hordani. Miért is? Mert kicikiznek. Mert a ruha alapján ítélnék meg. Mert trendinek kell lenni. Mert... mert... mert...

A kereskedelmi televíziók reklámbevételekből élnek. A reklámok költségei ugye tetszenek tudni, hová vannak beépítve? Igen, az általunk vásárolt termék árába. Mi fizetjük meg, hogy sulykolják/bevessék, mit fogyasszunk. Még ha ellen is akarnánk állni, a polc előtt állva tudatlanul is beugrik: ez a legjobb, kipróbálok, hiába vagyok elégedett az eddig használt „másikkal”, hiába tudom, hogy szakma mind a reklámkészítés, mind a marketing. Ha kikapcsol a nagyon tudatos énem, bedőlök. A polctrükknek, a csicsás, csili-vili csomagolásnak. A rikító sárga akciós cédulának. A szürke zoknitalpak megmaradása után fogadkozom, maradok hű, és nem próbálgatok. Vésték egypáran az agyamba, hogyan legyenek tudatos. Értem, elfogadom, és kere-



sem például a magyar terméket. Az Európai Unióban előállított termékre nem kell ráírni az országot, elég a „Szármarzási hely: EU” jelölés. Na, ezzel jól ki vagyok segítve. Nyomozok. Melyik gyár, vállalkozás magyar? Hagyományos magyar márka, de tudom az utóbbi évek üzembeszárási botrányai kapcsán, hogy itthon termékeik töredékét gyártják. A magyar tej is utazik határon túlra, feldolgozzák, majd visszahozzák, és terítik hazánk legtávolabbi csücskébe is. Közben magyar tejüzemek zárnak be. Racionalitás?! Csak profit. Ez érdekli a tulajdonost, a részvényest, a cégvezetést. A profit ára nem. Sem a környezetszennyezés, sem a bele-rokkant hazai termelők, sem a megtévesztett fogyasztók. Sem semmi. Túlzás? Igen, sarkítok. Hiszen jó példaként szolgálhat a társadalmi vállalkozásokról, ahol csökkent munkaképességűeket foglalkoztatnak. Csak éppen nekik nem futja reklámra. Vagy rájuk találok egy karácsonyi vásáron, vagy nem. Gyakoribb a nem. TCR Nem láttam még senki pólóján ezt a márkajelölést. Vagy elírták a DC-t? Nem nyert. Társadalmi Célú Reklám a megfejtés. Aránya alacsony, tartalma mindig jó, sokszor életmód tanácsot ad, mely egyéni és társadalmi „jobb lét”-hez vezet. Ezek sugárzásáért semmit vagy nagyon alacsony díjat fizet a reklám megrendelője, és a reklám elkészítését is jóval piaci ár alatti összegért vállalják.



Létezik MÁS kereskedelem, hazánkon kívüliekért. Alig reklámozzák, mégis meredeken nő az eladott termékek mennyisége, forgalmi értéke. Nő az alternatívával foglalkozók száma, az Európai Unió ajánlást fogalmazott meg minél szélesebb körű alkalmazásáról. Közjogi méltóságok, minisztériumok járnak elől példával, civil szervezetek építik be projektjeikbe. Fair trade – méltányos kereskedelem az a modell, mely megszünteti a harmadik világ termelőinek kizsákmányolását, az Európába importált termékek előállítását gyakran kísérő természetpusztítást. A kereskedéshez szükséges láncszemek (felvásárló, importőr, feldolgozó) nonprofit alapon működve juttatják a boltok polcaira a védjegyes „gyarmat”-árakat, kávét, teát, kakaót, fűszereket. A FTO-k Fair Trade Organisation/Szervezetek működésük során betartják az alapelveket, tisztességes, megélhetést garantáló bért fizetnek, gyermekeket csak az Egyesült Nemzetek Szövetsége Munkaügyi Szervezetének előírásait betartva alkalmaznak, biztosítják a nők jogait, kezdve az egyenlő munkáért egyenlő bér elvével. Kosarak, szövött termékek, faragások, ékszer, bútorok, ruhaneműk kerülnek ki így kezeik közül. Híres emberek vesznek részt a kampányokban, hogy népszerűsítsék a mozgalmat. A méltányos kereskedelemben nyer a termelő (el tudja tartani családját keresetéből), nyer a vásárló (kiváló minőségű, kizsákmányolás-mentes terméket kap), nyer a kiskereskedő (vevőit mindig azonos, magas minőségű termékkel szolgálja ki), nyer a nagykereskedő (olyan „ügy” aktív szereplője, amely kiszolgáltatókat támogat) és nyer a felelősségvállalást nemcsak zöldre festésre\* használó cég is.

Ha hazai terméket vásárolok a termelőtől/gyártótól, biztos lehetek abban, hogy nyertes-nyertes játszma részese vagyok. Bevásárló szatyoromban jól megfér a magyar alma az indiai tea mellett. Megyünk együtt vásárolni?

## GADÁNYI KÁROLY - FILMPRENDEZŐ

James Bond utolsó perceit éli, és a feszültség egyre nő a kabinban. Mindent elkövet, hogy kimentse önmagát és a lányt a páncélozott vagonból, melybe valaha legjobb barátja, mára ellenségévé vált Alec Trevelyan zárta, az egykori 006-os ügynök. Előkapja legújabb Omega óráját, melyet csakis az ő számára készítettek, és hajszálvékony lézerral karistolva egérutat vág magának a menekülésre a robbanó vagonból és természetesen sikerül is neki megmenteni a lányt, melyet ő szerény gyengéd ölelésekkel viszonz, párnák között. Aston Martin. BMW. Omega. Vodka Martini, Walther PPK. Státuszszimbólumok, melyek Bondot és közönségét határozzák meg. Egy valamirevaló James Bond-rajongó pontosan be tudja azonosítani ezeket apróbb jellemzőket.

Persze felmerül a kérdés, vajon ezek bújtatott reklámok, melyek laza cselekményű, profi történetű filmek, vagy a közönség igényeit kielégítő szórakoztató mainstream

filmek.

A promóció, a reklám egyre fontosabb eszközzé válik, sem mint maga a termék. Jó példa erre a Resident Evil című film, mely voltaképp a játék promóciójának a része, belekalkulált esetleges nullszaldós (a gyártási költségének árát behozó) vagy épp veszteséges bevétellel.

Ha valaki felkapja picit a fejét úgy érezheti magát, mint a hatvanas években egy híres karikatúrán szereplő tanácsulés, melyben megvitatják, hogy már kitalálták a terméknevet, csak épp a terméket nem találták fel hozzá.

Az amerikai filmek piaca a legnagyobb a világon, így nem is csoda, hogy az amerikai promóció és reklám, szociológiai, társadalmi fejlődésen keresztül változtatja meg az emberek hozzáállását a viselkedésben. Számtalanszor láttuk, hogy a tipikus sablon filmekben eldobható műanyag termékeket reklámoznak akár öntudatlanul is a szereplők, melyek számunkra elkép-



zelhetetlenek. Műanyag KFC csirkecomb dobozban, mely szerelmi montázsoknál ugyanúgy előkerül mint normális beszélgetéseknél, kínai étterem dobozai, melyek kukában és egyéb szeméthegekben végződnek, mikor a szereplők valami titkos dokumentum után kutatnak a kukában. Hol tartunk már attól, mikor Christopher Walken, Koons Kapitánynak öltözve beszél a kicsi Butch-al (Bruce Willis), hogy átadja annak örökségét, egy nagyon fontos órát, melyet az apja különleges és groteszk körülmények között csempészett ki a vietnami fogságból. És mely óra arra is készíti Willist, hogy ledorongolja kedvesét, amiért elhagyta ezt a fontos tárgyat, mely önmagában jelentéktelen lenne. Szentimentalizmus. Egy olyan érzés, mely még egy értéktelen tárgyat is különlegessé tesz. A fogyasztói társadalom elsősorban pont ezzel megy szembe. A szentimentalizmus érthetetlen számára. Ha valami elromlik azt cserélni kell, nem megjavítani, rendbe



hozni.

Nem csoda, ha az emberi kapcsolatok is hasonlóan kezdenek funkcionálni. (ebből bővebben következő cikkben) Jellemzők, melyek szétválaszthatatlanok karaktereikkel. Indiana Jones elképzeltetlen az elnyűtt rojtos bőrkabátja, korbácsa, és poros, használt kalapja nélkül. Mitikus figura, mely örök érvényű szentimentális jellemzőket visel magán. Vajon ezeknek a jellemzők hiányában elveszítjük a karakter jegyeinket is?

Tömegtermelés, nagy tételben gazdaságos a gyártás. A filmek egyik fő profilja a merchadising (pólók, sapkák, játékok felhasználhatóságának jogai eladása) George Lucas Star Wars filmje óta tudja a világ ez mekkora üzlet. Több bevételt termeltek, mint a filmek együttesen.

E.T. – a földönkívüli, Steven Spielberg úrbéli eposza, több száz különböző terméket gyártott milliós tételben.

Ma Hello Kitty, Spongyabob, South Park, Hannah Montana hódít. Nem csak példaképválasztásról, elkötelezettségről szól a világ. Alapvetően minden arra tanít, hogy értékeink folyamatosan lecserélhetőek és gyártás során eleve arra születtek hogy elpusztíthatóak inkább, mint megjavíthatóak. Steven Spielberg A. I. – Mesterséges Értelm c. filmje, mely a futurisztikus jövőben játszódik jól példázza a jelen kor problémáját is felnagyítva. A főszereplő „robot” David, a szuperjáték, mely tökéletes mása egy élő kisfiúnak, és mely képes a szeretetre, viszont bármikor elpusztíthatóak, ha „gazdáit” megunták. Nem cserélhető ki, nem adható el. Az érzelmek nem a fogyasztói társadalom részei.

De a filmben is felmerül a kérdés. Az hogy az ember megalkotja, megszerzi különleges szentimentális tárgyait, vajon mennyire tartozik felelősséggel is értük? Vagy az eldobható tárgyakra, a cserélhető elhasználató világra, a felelőtlenség könnyed bélyegét vagyunk képesek rásütni?

NAGY GÁBOR - FILOZÓFUS

Tárgya-e erkölcsi megítélésünknek az, amit a természettel művelünk? A kérdést csak elodázza, hogy mindazt, amit a természettel művelünk, nem látjuk, nem tapasztaljuk. Miközben a plüssmackó eladások példátlan méreteket öltenek, és minden gyermek szereti az állatokat, s az éppen kihalt fajok egyre nagyobb példányszámban kaphatók szőrmőkből, aközben ugyanezen fajokról készített természetfilmekben gyönyörködünk számtalan csatornán, ezért olyan, mintha ki sem haltak volna, ameddig a videók és CD-k nem hálnak ki. Csodálattal nézzük Madagaszkár élővilágának tobzódását, valójában azonban ott már semmi nincsen: mérhetetlen fajpusztulás ment végbe az elmúlt évtizedekben. Vegyük tudomásul, hogy ezek halottakról szóló filmek – amit bennük látunk, már mind létezik.

Az emberben erkölcsi tiltakozás, erkölcsi rossz és jó érzés olyan dolgokkal szemben támad, amit tapasztal. Ameddig szemünk ellát, fülünk elhall, és kezünk-

lábunk elvezet bennünket, addig érezzük kötelezettségeinket, vagy büntudatot

Ezért azok a csúnya, kegyetlen törzsi társadalmak, akik hideg szívvel vágják el az antilop torkát, sokkal óvatosabban, kíméletesebben bánnak a természettel. Ameddig az ember maga vágja el a csirke nyakát, takarékosabban bánik a csirkével és magával a természettel is. A földműves jobban takarékoskodik a hulladékkal. A szemetes középkori városokban valószínűleg gondosabban bántak a hulladékkal minden látszat dacára, mint mi modern, késő modernkori emberek. Azért gondoljuk, hogy a jólét növekedésének legfontosabb jele a hulladék növekedése (amit határozottan állítanak a hulladékpar által megfizetett közgazdászok), mert hiszen úgys a város határán kívül, számunkra láthatatlan hulladéklerakókban helyezik el a szemetet.

Mindennek az első és alapvető oka tehát az, hogy minket ebből kihagynak, nem terhelnek ezzel a tapasztalattal: az



erkölcs a gyakorlat elmélete, a gyakorlathoz a közvetlen tapasztalat hozzátartozik, de a statisztikai mutatók böngészése nem, ezért aztán erkölcsi érzékünk – megjegyzem helyesen – nem reagál a statisztikai mutatókra, különben megbolydulnánk és öngyilkosok lennénk. Ha éreznék azt a szenvedéstömeget, amit a harmadik világ éhező lakóira zúdítunk az egyenlőtlen csereviszonyok által (Egy szegény országban élő termelő az Európában eladott termék árának csak 1-2% -át kapja, a többit az amerikai, európai kereskedők, szállítmányozók, marketinggyárak teszik zsebre. - a szerk.), amelyek őket arra kényszerítik, hogy úgy eladósodjanak, mint Magyarország, akkor nem tudnánk elviselni a felelősség súlyát. De szerencsére mindez tőlünk távol zajlik, nem látjuk, amint megbetegszene, elpusztulnak, egymás torkának esnek, hanem itt élünk jól fűtött, szellőztetett kávézóinkban. Amikor Baradlay Richárd a csatában Palvicz Ottó halálát

okozza, utána a lovagiasság szabályai szerint elmegy hozzá este, és részt vesz a haláltusájában. Végignézi a haláltusáját, van róla tapasztalata, hogy mit jelent megölni egy embert.

Hogyan változik meg az ember és természet közti erkölcsi viszony? Miért kezeljük másként, mint eddig? Az eddigi etikák a maguk módján megoldották ezt a problémát, főleg hogy nem volt probléma. Mi egy új helyzetben, új problémát kell, hogy megoldjunk: nem azért, mert okosabbak vagyunk, hanem mert másképpen kerülünk bajba, mint elődeink. Mennyiben új a helyzet? Szinte minden vonatkozásában új. Az etika kifejezetten az embernek más emberekkel való viszonyát szabályozza, azaz az „etika per definitionem” nem foglalkozik a természettel. Ez az, amiről ma a legtöbb vita folyik: lehet-e etika az, ami nem az öntudatos lényekről és közösségeikben kötelező magatartásformákról szól?





## HETYÉSSY FRUZZINA - KISMAMA

Nem terveztem(tük), érkezett. Nem voltam házas, több értelemben sem. Ezt rokonaim közül többen megbotránkozva vették tudomásul, mivel kötelékek nélkül és biztonságot jelentő közös tető (egy remek svájci frank-, esetleg euró-alapú lakáshitel) és az oly sokszor emlegetett gyerekszoba nélkül hogyan is lehet belevágni manapság egy ilyen komoly felelősségvállalásba? Egyáltalán lehet-e erről, a felelősségtudatról beszélni esetünkben?!

Nos, szerintem pontosan a mi álláspontunk a felelősségteljes, amennyiben a gyerek testi, lelki jóléte, közösségi életre való felkészítése, illetve a környezet iránti felelősség a tét.

Tudom, tudom, valószínűleg ő volt születésekor a 6.648.159.754. ember a Földön, és fogantatása nem volt mérnöki megtervezett. Azonban attól a pillanattól fogva, hogy létezéséről megbizonyosodtam, keres-

tem azokat a lehetőségeket, amelyeket kihasználva „zöldíthetek” a helyzetén. Ennek ellenére (vagy talán ezért) úgy alakult, hogy környezetem egy része szerint ridegen tartom a gyereket – néha még édesanyám is ezt gondolja, aki egyébként minket egy tanyán lévő szolgálati lakásban nevelt fel sok örömben a 70-es évek elején. A vádpontok ellenünk, ridegtartó szülők ellen a következők:

1. Nem vásároltunk bababútorot. A gyerekágyunk igazán retro, eredeti tulajdonosa immár 24 éves. Édesapám készítette a pelenkázót, a többi pedig egy kis átszereléssel megoldottuk.

2. A gyerekruhák nagy részét kölcsönkértük, a legapróbb kiskesztyűtől kezdve a hálósákon át sok mindent. Amire pedig még szükségünk van, azok nagy részére turkálókban lelünk rá.

3. Elegánsan eldobható, le nem bomló

pelenka helyett mosható textilpelenkát használunk. Kicsit bugyrosabb igaz, de nagyon jól bevált. Pénztárca- és környezetkímélő egyben.

4. Nem használunk illatosított törülközőket és egyéb kencéket, amivel illatosabbá varázsolnánk a valóságot. Vannak dolgok, amiket nem kendőzhetünk el, akkor mért terhelnék a gyerekünk kis szervezetét mindenféle felesleges kemikáliákkal. A meleg víz és egy kis olívaolaj csodákra képes.

5. Babakocsi helyett hordozókendővel, kenguruval, háti hordóval járjuk utunkat, ami lehet a két sarokkal lejjebb található Velencei-tó vagy akár Csehország hegyei. Lehetőleg tömegközlekedéssel utazunk, vagy kerékpárral. Nagyritkán egy-egy autót is bevállalunk, de csak azért, hogy ne gondoljátok azt, hogy gyávák vagyunk!

6. Az időjárásnak megfelelően öltöztetjük, rétegesen, minden eshetőségre felkészülve, de nem kiizzasztva. Szerencsések vagyunk,

mivel olyan helyen élünk, ahol egyénileg szabályozhatjuk a fűtést. Előbb veszünk fel egy pulcsit, minthogy a termosztáthoz nyúljunk. Télen az átlaghőmérséklet nem haladta meg a 18-19 fokot. Eközben a doktor néni is csak a kötelező vizitekről ismerjük.

7. Nem vásároltunk zenélő, zörgő-börgő, ugató, villogó és vijjogó műanyag játékokat egyetlen ismert rajzfilmfigura alakjában sem. Kihasználva saját és barátaink kreativitását, különféle játékokat készítettünk neki, amikkel akár 10 percig is eljátszik, szemben egy műanyag palackkal, amivel órákon keresztül képes Füles szülinapi ajándékához hasonló feladatokkal lekötöni magát.

8. Az első hetektől látogatók, barátok hada – nem rejtegetjük. Különféle találkozóinkon, megbeszéléseinken, táborainkban jelen van, kézzel kézre jár. Egy egész közösség figyeli és segíti fejlődését. Egy-egy elhibázott mozdulatánál egyszerre kapunk a szívünk után, egy-egy vigyorra pedig annak tisztségét kapja vissza.

Gyakran kérdezik tőlem, hogy jó gyerek? Igen, nekem megfelel.

A másik kedvenc kérdésem: mindig ilyen vidám, mosolygós? Hogy csináljátok? Talán a bűnlajstromomból kiderül...

Zárásul csak annyi: tulajdonképpen nem is kellett nagyon messzire nyúlnom, hogy megtaláljam a számomra megfelelő gyermekneveléssel kapcsolatos normákat. Elég volt saját gyermekkorom emlékeire és szüleink elbeszélésére hagyatkozni, ezek elegendőek voltak ahhoz, hogy némi modern zöld felspecizéssel megalapozzuk gyereknevelési stílusunkat. A kulcsszavak: egyszerűen, sokat együtt, közel a gyerekekhez, kapcsolatban a természettel és más emberekkel, eleget enni, inni és aludni. Ezen felül minden a fogyasztói társadalom sallangja. Ha kihagyod, lesz időd és energiád a gyerekre!



**GÁBOR IMRE - LEAN SZAKÉRTŐ**

Régen akkor indult el az ember, ha valamire szüksége volt, és pénze is volt rá. Ma a „lehet kapni”, „megjelent a legújabb”, „most akciós” feliratok hatására akkor is bemegyünk a boltba, ha se pénzünk se szükségünk nincs rá. Ennek eredménye, hogy általában a kelleténél kevesebb pénzünk, és a kelleténél több cuccunk van.

Ha mindent a szemétkébe dobunk, ami feleslegessé vált, ettől a pénzünk még nem lesz több, de legalább kényelmes. Szerencsére, már nem csak a kuka az egyetlen lehetőség, van szelektív hulladékgyűjtés, lomtalanítás, szeretetszolgálat, és ha valami értékesebbtől akarunk megszabadulni, a kereskedő is házhoz jön. Mindezek közös jellemzője, hogy a kényelmünkért igen drága árat fizetünk.

Ha javítani akarunk a mérlegen, a Lean-szemüveg ebben is segítségünkre lehet. Alapjában véve elég csak ésszerűen cselekedni, de mivel erre az emberek többsége csak igen ritkán hajlandó, a Lean-nek erre is van módszere. Az „5S” egyszerű, mint a pofon : Csinálj rendet magad körül!

**SEIRI**  
Nézd át a dolgaidat, és gyűjts össze mindent, amire nincs szükséged (az életedhez,

a boldogsághoz).  
-ami jó állapotban van, és használható, azt add el, ajándékozd el, gondoskodj róla, hogy ne kerüljön a szemétkébe, s téged minél kisebb veszteség érjen  
-ami már semmire sem jó, azt dobd ki, de lehetőleg úgy, hogy a környezetet minél kisebb veszteség érje

**SEITON**  
Tedd rendbe azokat a dolgokat, amikre szükséged van. Mindennek legyen meg a helye, ami gyakran kell, annak közel, ami ritkán, annak ott, ahol könnyen megtalálod. Ami már nem kell, de még nem találtál neki feladatot, azoknak is legyen helyük, hogy a legközelebbi bolhapiackor csak fel kelljen kapni a csomagot.

**SEISO**  
Takaríts ki. A porszívózás mellett ez azt is jelenti, hogy látogasd meg minden tárgyadat, főleg azokat, amiken ül a por, hátha új szerepet kell adnod nekik, vagy csak arra várnak, hogy megjavítsd őket.

**SEIKETSU**  
Csinálj mindebből rendszert, gondold át, milyen gyakran, mit kell tenned, hogy a rend körülötted fennmaradjon.



**SHITSUKE**  
Tedd meg, élvezd és képviseld mások előtt is, legyen életed része a rend.

Az anyagi bevétel mellett nekem személy szerint az is fontos, hogy a rendrakás során ne elbújni kelljen embertársaim előtt, hanem inkább a kapcsolataimat is gazdagítsa, amit és ahogy teszek. Németországban például ma is nagy népszerűségnek örvend a Flohmarkt, a bolhapiac, ami nem egy eldugott pincében filléres vacakokat áruló szerencsétlenek megtúrt rendezvénye, hanem megjelenésében és látogatottságában a mi Fehérvár Vásárunkhoz hasonló szintű társadalmi esemény, ahol sem eladni, sem venni nem szégyen.

Aki az interneten otthon van, tudja, mennyire pörögnek a bolhapiac modern változatai, annak ellenére, hogy ott fizikailag nem lehet megfogdosni az árut, s nem lehet az eladó szemébe nézve eldönteni, mi az igazán jó vétel. Igaz, nem kell ismerőseinkkel találkozni, és nem kell magyarázkodni, mit keresek én itt a használt cuccok között.

Büszkék vagyunk. Én is büszke vagyok. Leginkább arra, mikor sikerül olyat tennem, amit nem bánok meg. Arra mindannyian büszkék lehetünk, hogy immár Székesfehérváron is kezd életre kelni a bolhapiac. Nem bántuk meg, hogy ami pár éve még

egy művelődési ház alkalmi akciója volt a szegény sorsúak részére, abból mára heti rendszerességű esemény lett, az elegáns Pláza alagsorában. Az eladók és a vevők között is megjelentek új arcok, s a kapható holmik köre is biztató fejlődést mutat.

Ismerőseim között végzett felmérésem azt mutatja, hogy egyelőre még nem tudnak róla annyian, mint az üzletházak akcióiról, de nagyon remélem, hogy ez már csak idő kérdése.

A média ma még jobbra a kereskedők kezében van, akik úgy informálják az embereket, ahogy nekik jólesik. Esetleg a város segíthetné lakóit valami olyan szervezettel, amely megpróbálná az emberekre zúduló vásárlási felhívásokat kicsit áttekinthetővé tenni, s olyan kezdeményezéseket is felkarolni, ami nem a kereskedőházak érdekeit szolgálják. Nem tudok olyan folyamatosan működő médiáról, akár internetes lapon, akár a hírlap sarkában, amely a vásárlók szempontjait segítené, hiszen ezt természetesen csak a város, tehát a városban élő emberek költségén lehetne megtenni. Amíg minden pénzünket a kereskedőknek adjuk, erre nem marad...

Hát adjunk el pár limlomot, hogy legyen miből tenni... magunkért.

Éljen a bolhapiac!!!!



## GADÁNYI KÁROLY - FILMRENDEZŐ

Hollywood mindig eljátszott a sötét jövő gondolatával, megjósolják azt időt, mikorra már feléltük a készleteinket, és saját hibánk miatt nem is számíthatunk újabbakra.

Rengeteg postapokaliptikus film született az utóbbi években, az embereket mindig is foglalkoztatta, hogy hova jutunk, ha már most hatalmas problémáink vannak az összes felhalmozódott készletünkkel.

Már 1961-ben a Majmok bolygójában a Szabadság-szobornak is, - mely kiemelkedik a part homokjából, - sürgető jelzése van: A Föld haldoklik. A főhős azt gondolja, hogy egy idegen, ismeretlen bolygóra tévedt, de később a Szabadság-szobor roskatag árnyékában rádöbben, mindvégig ott-hon volt, de addigra a Föld elpusztult. De George Pal -magyar származású rendező, producer- 1960-ban készült filmje „Az Időgép” is egy bizarr jövőt tár fel elénk, melyet Simon Wells (H.G. Wells unokája) 2002-ben remakel, és a mai valóságunkhoz nagyon közel hozza a történetet. Az eltelt 42 év során a film első és második változata

között érdemi változás nem történt. A pazarlás és a cserélhető, eldobható áruk sora csak nőtt és nem stagnált vagy csökkent.

Később az 1971-es Charlton Heston-féle Omega ember is az utolsó ember létezésének tényével játszik el, mely végül Will Smith Legenda vagyok című filmjében aktualizálódik és válik reálisá. A film azt tárgyalja, hogy mi történik, ha egy ember úgy ébred fel, hogy egyedül maradt a természettel, és hogyan képes (vagy képtelen) azzal megbirkózni a modern világ eszközei és segítség nélkül.

Szatírában Woody Allen 1973-as Hét-álvója már kifigurázva adja elő az emberek önpusztító és ezzel együtt identitását veszítő történetét. Hősünk befekszik egy vakbélműtétre, de komplikáció akad közben, lefagyasztják, és majd csak a távoli jövőben ébred fel.

Ennek jóval sötétebb változatában, a Mad Max-ben George Miller próbál meg

igazságot tenni egy igazság és valóság nélküli világban. Míg a Mad Max sivatagban játszódik, addig a Waterworld szárnyas hajói az óceánt szelik. A Föld már nem létezik, a szárazföld szerepét a sós víz vette át, hajókon él az emberiség megmaradt része, és hiába keresnek szárazföldet a filmben.

A nemrég mozikba került „A Képlet (Knowing)” című filmben is az előbb tárgyalt lehetőséget veszi górcső alá Alex Proyas. A film legfontosabb eleme bolygónk elvesztett identitása, melyet mi emberek taszítunk el magunktól. A 2006-os Jericho is ezt a gondolatot görgeti tovább, de egy teljesen sötéttónusú világot vázol fel. A filmben egy atomtámadás éri az USA-t, melynek következtében minden elektromos eszköz használhatatlanná válik, és nincsen élelmiszer-utánpótlás. A sorozat azt vázolja, hogy milyen lehetetlen helyzetbe kerülnek a kisváros lakói, ha nincs segítség és nincs ellátás kívülről.

M. Night Shyamalan Az esemény c. filmjében azzal játszik el, hogy az ember nem birtokolja a természetet, mégis úgy bánik vele. De mi lesz, ha egy nap, a természetnél

lesz a labda?

Mint látjuk Hollywood eszköztárából kihagyhatatlanok a postapokaliptikus történetek. Minden hétre jut a tévében, moziban egy hasonló film, tehát eladható sikertörténet a műfaj. De vajon milyen hatással van az emberekre?

Látjuk, hogy mi lehet a sorsunk, mi lehet a Földé, de vajon elgondolkodunk a személyes felelősségünkön?

Egy hétköznapi filmben, sorozatban a főszereplők rutinosan veszik ki a több katon dobozos sört a fagyasztóból egy szupermarketben, és alapos nyugodtsággal és higadtsággal egy bőfőgés keretében válnak meg a természetben ezektől a felesleges hulladékoktól.

Persze felmerül a kérdés jogosan. Vajon azért látjuk ezt, mert mi is így viselkedünk, azaz voltaképp a film csak minket utánoz, ránk reflektál egy görbe tükör formájában, vagy pedig mi pont a filmekből tanuljuk meg ezt a viselkedéskultúrát és önmagát generálja az egész pusztítás...



## LOKÁLIS FELMELEGEDÉS 2.0 MAGAZIN

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

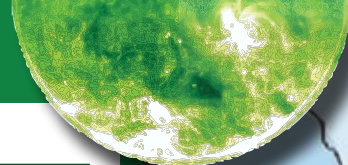
A **Lokális Felmelegedés 2.0 Magazin** utánközléseket is megjelentet, de mindenkor feltünteti a forrásokat. A kiadvány anyaga a szerkesztő előzetes beleegyezésével közölhető. A lapban szereplő írások állításai nem minden esetben tükrözik a **Gaja Környezetvédő Egyesület** véleményét.

**www.globlight.hu**

Online magazin a globalizációról



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



OLVAD.

