



RENEZÁNSZ ÉV 2008.

A FOGYASZTÓI KULTÚRA ÚJJÁSZÜLETÉSE ESZTERGOMBAN

Az Esztergomi Környezetkultúra Egyesület szervezésében

RENEZÁNSZ BIO-SZEÁNSZ

2008. augusztus 16. 10-19 óra, Esztergom, Erzsébet-park

MEGHÍVÓ

2008. augusztus 16-án az esztergomi Erzsébet-parkban az **Esztergomi Nyár 2008. Művészetek Sétánya** rendezvényen belül kerül megrendezésre a Fogyasztói kultúra újjászületése Esztergomban alcímmel a Reneszánsz bio-szeánsz program 10 órától 19 óráig.

A rendezvény a Tudatos Vásárlók Egyesületének koordinálásában és az Esztergomi Környezetkultúra Egyesület szervezésében valósul meg a **Renezánsz Év – 2008** keretében az Oktatási és Kulturális Minisztérium támogatásával.

A szombati eseményen a fenntartható, jövőbarát, a múltban is gyökerező, mégis innovatív fogyasztási lehetőségeket mutatjuk be. Láthatóak, kipróbálhatóak a fenntartható fogyasztási rituálék mindennapi eszközei, emellett bioétel bemutató, kóstoló, vásár és tanácsadás is lesz. Fair Trade kávézó-teázó, napenergiás sütés-főzés, reneszánsz muzsika és gyermekeknek kézműves foglalkozások is várják a látogatókat, akik informálódhatnak a termékek, vagy a termékekhez kötődő tevékenységek fenntarthatósági hatásairól.

Partnerek:

Bujna Ferenc - Napszakács
Czédulás Bioméhészet
Duna Múzeum
Magyar Élőfalu Hálózat
Menta Biobolt
Nap-Út Alapítvány
Piszkei Öko Pékség
Tudatos Vásárlók Egyesülete
magyarországi Fair Világ Méltányos Kereskedelem Szövetség

A rendezvényt egy időben készül egy **tudatos fogyasztói kiadvány** mely az alábbi, a fenntartható fogyasztás szempontjából hasznos, helyeket gyűjti csokorba: élelmiszerek, közlekedés, turizmus, szabadidő, lakhatás, háztartásvezetés, zöld civil szervezetek irodái, fogyasztóvédelmi civil szervezetek irodái, fogyasztóvédelmi intézmények, állatmenhelyek, környezetbarát-technológia bemutatótermek és házak.

A kalauzok a rendezvényt követő héttől letölthetők a www.tudatosvasarlo.hu oldalról és a partnerszervezetek oldalairól.

További információ

Esztergomi Környezetkultúra Egyesület

Horváth Zoltán, www.ekoku.hu., ekoku@zpok.hu, 20/472-10-99

A fogyasztói kultúra újjászületése programról: Gulyás Emese, 30/20 19 318
„A Reneszánsz Év – 2008 egyéb programjairól a www.renecsanszev2008.hu oldalon tájékozódhatnak.”

A Tudatos Vásárlók Egyesületéről

A Tudatos Vásárlók Egyesülete non-profit, közhasznú szervezet. Célja a fogyasztók hosszú távú érdekeinek képviselete, a fogyasztók tájékoztatása. Célja továbbá, hogy hozzájáruljon a fogyasztói értékek és a vállalati működési gyakorlatok pozitív, a társadalmi és természeti környezet fejlődését támogató változásaihoz.

www.tve.hu, www.tudatosvasarlo.hu

Az Esztergomi Környezetkultúra Egyesületről

Az egyesület kiemelten közhasznú társadalmi szervezatként tevékenykedik a környezetvédelem, természetvédelem, környezeti nevelés, fogyasztóvédelem és területfejlesztés területén.

Küldetése tudatosítani jelen világunk gondolkodási és magatartási mintáinak ön-és környezetpusztító voltát. Fel kívánja ébreszteni a vágyat a változtatásra, fenntartható és ökológikus alternatívát kíván bemutatni, meg kívánja teremteni a közösséget, mely alapjául szolgál a változások megvalósításához.
www.kornyezetkultura.hu, www.renergia.hu

Háttér a fogyasztói kultúra újjászületéséről

2008 a Reneszánsz éve Magyarországon. Az év egyrészt történelmi évforduló, hiszen Hunyadi Mátyás trónra lépésének 550. évfordulóját ünnepeljük. Emellett az évforduló kiváló alkalmat nyújt arra is, hogy a fellendülő Magyarországra való visszatekintésen túl megmutassa: mit jelent ma a reneszánsz.

A Reneszánsz évad szlogenje: **„Gondold újra!”**. A jelmondat arra biztat, értelmezzük újra a reneszánsz gondolatot, legyünk részesei annak a kulturális párbeszédnek, együttgondolkodásnak, amely párhuzamot teremt a reneszánsz és a XXI. század között. Erre vállalkozott a Tudatos Vásárlók Egyesülete és civil partnere Esztergomban az Esztergomi Környezetkultúra Egyesület.

Fogyasztói társadalomban, fogyasztói kultúrában élünk – szokták mondani. Ám a fogyasztói kultúra virágzása komoly csapásokat mér a természeti környezetre, amelyben élünk, és sok esetben társadalmi igazságtalanságokhoz vezet, vagy felerősíti azokat. A mindennapi környezetterhelés 30-40%-a visszavezethető a magánháztartások fogyasztási folyamataira. Azt is tudjuk, hogy a világ lakóinak legtehetősebb 20%-a fogyasztja el a – javarészt a fejlődő országokban megkérdőjelezhető munkakörülmények között előállított – javak 80%-át.

Elvitathatatlan tény, hogy a fogyasztói kultúra újjászületésére, életmódváltásra van szükség. Hogyan?

A kulcsszó: **fenntartható fogyasztás**. A fenntartható fogyasztás az ENSZ 1999-es fogyasztóvédelmi irányelvei szerint „magában foglalja a jelen és a jövő generációinak termékek és szolgáltatások iránti szükségleteinek gazdaságilag, társadalmilag és környezetileg fenntartható kielégítését”

A fenntartható fogyasztás számos kezdeményezése a fogyasztói kultúra újjászületésének kiváló példája. Hogy csak néhány példát említsünk...

A reneszánsz kultúra az antikvitás hagyományaiból táplálkozik, ugyanakkor művészetében, tudományában számos előremutató, innovatív megoldás meghonosítója volt. A hagyományokhoz való visszanyúlást és a társadalmi-környezeti innovációk együttélését figyelhetjük meg a **biogazdálkodásban**: hagyományos vegyszermentes módszerek, s mellettük „zakatol” a krumplibogársöprő gép, vagy a lótetű elleni földmelegítő. S, hogy mást ne mondjuk, éppen a hagyományokhoz visszanyúló biogazdaságoknak köszönhetően éli reneszánszát számos, korábban a kihalás szélén álló hagyományos haszonállat, mint a mangalica vagy a rackajuh.

A megújuló energiaforrások használata egyenesen az őselemekig nyúl vissza: föld, víz, nap, szél, s mindemellett már-már csúcstechnológiát használ. A napelemek működési elvét például az űrtechnológiától lestük el.

A reneszánsz a humanizmus kora is. A fogyasztói döntésekben képviselt méltányosságot hirdeti a **Fair Trade, a méltányos kereskedelem**. A fogyasztói mozgalomhoz csatlakozók hajlandóak többet fizetni a méltányos kereskedelemről származó kávéért vagy teáért, cserébe viszont azt követelik, hogy a termékeket méltányos munkakörülmények között, gyermekmunka-mentesen, az egyetemes emberi jogokat tiszteletben tartva állítsák elő.

Rossz hír, hogy a jelenlegi fogyasztói és termelési szokások nem fenntarthatóak. Jó hír viszont, hogy ezt a tényt a fogyasztók egy jelentős része már felismerte, és nyitott a változtatásra, fenntartható, jövőbarát fogyasztói döntések meghozatalára. Felmérések szerint a felnőtt lakosság 30-40%-a akár hajlandó is többet fizetni a jövőbarát termékekért.

Sokan azt gondolják, hogy a jövőbarát, fenntartható fogyasztás valami bonyolult dolog. Pedig lakóhelyeink körül számos olyan választási lehetőség van, amelyet csak észre kell venni. Magyarország számos szempontból a nyugat-európai szinten fogyaszt, de ezzel párhuzamosan élnek olyan közösségi hagyományok is, amelyekről Nyugat-Európa már csak álmodozhat, nekünk azonban előnyünkre válhat, ha a fogyasztói kultúra megújításában gondolkodunk (pl. piacok, önellátásra termelés, közvetlen értékesítési lehetőségek, szikvíz gyártás stb.)

Adatok és háttér információk a fogyasztás fenntarthatóságáról Magyarországon¹

A 2007 során a Tudatos Vásárlók Egyesületének munkatársai áttekintő elemzést végeztek a fenntartható fogyasztás hazai helyzetének megítélésére. Az elemzés során számos adatot és kutatási eredményt áttekintettünk, ami alapján a következő megállapításokat tehetjük:

- A magyar lakosságra kevésbé jellemző a fenntarthatósági problémák, a fogyasztás és a fenntarthatóság összefüggéseinek érzékelése, kivéve a médiában gyakran szereplő ügyeket (pl. szelektív gyűjtés, klímaváltozás), és azokat, ahol a cselekvés és annak következményei nyilvánvalóan és testközelből érzékelhetőek a fogyasztó számára.
- A lakosság számos, a fenntarthatóságra jelentős hatással lévő, fogyasztási területen az európai átlag alatt fogyaszt (húsfogyasztás, személygépkocsi használat, víz, hulladéktermelés).
- Más területeken rohamosan romló tendenciákat látunk, amelyek üteme utoléri vagy meg is haladja az európai folyamatokét (háztartások mérete, közlekedésből származó üvegházhatású gázkibocsátás).
- A fenntarthatóság érdekében való cselekvési hajlandóság még az attitűdök szintjén is változatosságot mutat. Úgy tűnik, a másképp fogyasztás iránt nyitottabbak a magyarok, mint a fogyasztásról való lemondásra (pl. venne bioterméket vagy gyűjtene szelektíven, de nem adná fel az autóhasználatot vagy nem fogyasztana kevesebb energiát). Ez azt sugallja, hogy a fenntarthatóság elérése nem feltétlenül „anyagi” kérdés. Általában kisebb nyitottságot találunk a megelőző magatartás iránt.
- Meglehetősen jó az infrastrukturális támogatás, illetve az adottságok azokon a területeken, ahol ez adott volt 1990-es évek előtt is. Például a közlekedés területén jelentős előnyben vagyunk az EU-hoz képest, még a romló tendenciák ellenére is. De itt említhetjük az ökoturizmushoz adott infrastruktúrákat.

¹ Forrás: Gulyás Emese, Farsang Andrea, Ujhelyi Katalin: A fenntartható fogyasztás kihívásai és lehetőségei Magyarországon: közlekedés, élelmiszerfogyasztás, lakhatás és háztartás. Attitűdök, magatartás és infrastruktúra. A teljes tanulmány elérhető: www.tve.hu/attachment/file/20/eloadas_Gulyas_et_al_kozlekedes_elelmiszer_lakhatas.pdf

- A fenntarthatósági előny alapja sok esetben a viszonylagos elmaradottság az EU-hoz képest (pl. autópályák hossza vagy a turizmusban részt vevők aránya). A gazdasági fejlődéssel ezen fogyasztási területek fenntarthatóságra káros hatása is érvényesülni fog. fogyasztást, kevesebb olyan problémával kell szembesülnünk, mellyel Nyugat-Európa jelentős része küzd annak érdekében, hogy a magas fogyasztási szintből származó környezeti problémákat csökkenteni tudja. Másrészt már most bevezethetjük a megoldásokat, melyeket a nyugat-európai országok sikerrel alkalmaznak.
- Az infrastrukturális lemaradottságot inkább azokon a területeken figyelhetjük meg, amelyek a fenntartható fogyasztás szempontjából Nyugat-Európában is innovatív megoldásként terjedtek el az elmúlt évtizedekben (pl. biotermelés, környezetbarát termékek).
- A fogyasztás minden itt vizsgált területén (élelmiszerfogyasztás, mobilitás, lakhatás) megjelentek már az innovatívnak számító (vagy újrafelfedezett) alternatívák, ezek azonban egy-két kivételtől eltekintve nem terjedtek még el széles körben (biotermelés, biciklis közlekedés, közvetlen értékesítés, ökoturizmus)
- A lakosság meglepően „zöld” az attitűdök szintjén, bár számos esetben találunk inkonzisztens, egymásnak ellentmondó vélekedéseket. Mindenesetre a helyzet biztatóbb az attitűdök, mint az elérhető alternatívák és az infrastruktúra szintjén.
- Jelenleg az elmaradottság inkább előny Magyarországnak: egyrészt, amennyiben a jelenlegi szinten tudjuk tartani a