

## **A fogyasztói kultúra újjászületése a Reneszánsz év 2008 keretében**

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 fellendülő Magyarországra való visszatekintésen túl megmutassa: mit jelent ma a reneszánsz.

A Reneszánsz évad szlogenje: „**Gondold újra!**”. A jelmondat arra bízta, 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 partnerei, Esztergomban az Esztergomi Környezetkultúra Egyesület.

**A rendezvényeket beharangozó sajtókirándulásra került sor 2008. július 29-én kedden,** helyszíne a **Kacár tanya** ([www.kacar.hu](http://www.kacar.hu)), jól jeleníti meg a hagyományok és a környezeti-társadalmi innováció egymásra épülését. A tanyavilág Magyarországon egy elmaradott, szinte halálra ítélt településformának számít. A tanya tulajdonosai azonban megmutatták, hogyan lehet ötletességgel, a környezetkímélő technológiai újítások bevezetésével, hagyományörző programok szervezésével új életet lehelni, új funkciót adni a tanyának.

A sajtó képviselői házi meggyes pite, szilvás lepény, házi szörp és kemencés lepény kóstolása közben ismerhették meg a „Fogyasztói Kultúra Újjászületése” rendezvénysorozat elemeit, programjait.

Horváth Zoltán az Esztergomi Környezetkultúra Egyesület munkatársa ismertette az esztergomi Reneszánsz Bio-szeánsz augusztus 16-ai rendezvény elemeit, továbbá hogy elkészült és hamarosan az interneten hozzáférhető lesz a fenntartható fogyasztás esztergomi kalauza.

*A rendezvényen a fenntartható, jövőbarát, a múltban is gyökerező, mégis innovatív fogyasztási lehetőségeket mutatják be. Láthatóak, kipróbálhatóak a fenntartható fogyasztási rituálék mindennapi eszközei, emellett bioétel kóstolás (pl. Piszkei Öko pékség), Fair Trade (Méltányos Kereskedelem) kávézó/teázó, napenergiás sütés- főzés, ökoház-építés, reneszánsz muzsika és kézműves foglalkozások közben informálódhatnak a látogatók a termékek, vagy a termékekhez kötődő tevékenységek fenntarthatósági hatásairól.*

**Az Esztergomi eseménysorozathoz tartozik még a 2008. július 31-én megvalósuló látogatás az Ipolyszalkai Tájházban. A résztvevők:** az Esztergomi és a Dorogi Kistérségekben működő környezet- és természetvédelemmel foglalkozó civil szervezeteinek képviselői

**Program:** ismerkedés a fenntartható fogyasztás elemeivel, beszélgetés: a tájház a népi kultúra és környezettudatos fogyasztás szemszögéből, a mai fogyasztói kultúra ellentmondásai, a népi kultúra fenntarthatósága, milyen lehetőségei vannak a városi lakónak, hogy pl. helyi termékeket válasszon, fogyasszon.

**A tudatos fogyasztói kiadvány az alábbi, a fenntartható fogyasztás szempontjából hasznos helyeket gyűjti csokorba: Élelmiszerek:** Bioboltok, Piacok, vásárok (bio, termelői, táj, helyi termék), Látogatható biogazdaságok és gazdaságok, Vegetáriánus és/vagy bioéttermek, Vegetáriánus és/vagy bio élelmiszer házhozszállítás, Házitermékek lelőhelyei (tej, túró, méz stb.), Közvetlen

értékesítési csoportok, hálózatok, Zöldségdoboz átvételi pontok/zöldségdoboz szolgáltatás, Ivókútak, A témában működő civil szervezetek, Életmód tanácsadás a témában: klubok, foglalkozások stb.

**Közlekedés, turizmus, szabadidő:** Parkok, kertek, Környezetbarát játszótér, Természetvédelmi területek, objektumok, Tetőkertek, Közületi sportlétesítmények, Állatkertek, vadasparkok, Fesztiválok, kézműves kiállítások, Túraboltok, „Zöld sportolási lehetőségek”, Természetközeli sportolási lehetőségeket nyújtó sportegyletek, szerveződések, Falusi turizmus szálláshelyek, Ökoturisztikai szolgáltatók, Kisvasutak, Kerékpárutak (és kerékpár-boltok), P+R parkolók, Metróállomások és fő tömeg-közlekedési járatok (vonat és busz is), Gyalogos- vagy forgalomcsillapított övezetek, Vízi-közlekedési útvonalak, Szennyezés-mérési pontok, műszerek, Központi állomások és elérhetőségük, Közösségi közlekedés szolgáltatók.

**Lakhatás, háztartásvezetés:** Bicikliszerelő, Cipőjavító, Szabóságok, Műszaki cikk javítás, Háztartási kisgépek, Könyvkötészet, javítás, Kárpitos, Késes, köszörűs, Bőrös, Paplanos, ágytoll tisztító, Babakocsi javító, Baba- és játékjavító, Órásk, Régi játékbolt, Bizományi, Rongyszőnyeges, Helyi kézművesek: szövő, fonó, kosár, népi iparmester, Kölcsönzők, Újrahasznosított anyagokkal dolgozók, Használt ruha/cikk boltok, Csere-bere börzék, Bababöorzék, Régiség-piacok, Bolhapiacok, Hulladékgyűjtő szigetek és udvarok, Nyilvános komposztálók, Hulladékgyűjtők, Naptárszerűen: lomtalanítás, Mit hová kell vinni, mit hol vesznek vissza.

**Egyéb:** Zöld civil szervezetek irodái (pl. KÖTHALÓ), Fogyasztóvédelmi civil szervezetek irodái, Fogyasztóvédelmi intézmények, Kormányzati intézmények (pl. Zöld-Pont Irodák, ügyfélszolgálatok), jótékonyági gyűjtőhelyek, Állatmenhelyek, Környezetbarát-technológia bemutatótermek és házak

A kalauzok letölthetőek a [www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu) oldalról és a partnerszervezetek oldalairól. Az első kalauz Esztergom és térsége lehetőségeinek bemutatásával **augusztus 16-án** jelenik meg.

## Háttér a fogyasztói kultúra újjászületéséről

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 Magyarországon<sup>1</sup>

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:

<sup>1</sup> 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](http://www.tve.hu/attachment/file/20/eloadas_Gulyas_et_al_kozlekedes_elelmiszer_lakhatas.pdf)

- 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.
- 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. Jelenleg az elmaradottság inkább előny Magyarországnak: egyrészt, amennyiben a jelenlegi szinten tudjuk tartani a 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.