

A NAGY GREENPEACE-LÉGGÖMB AZ INTERNACIONALISTA KÖRNYEZETI MOZGALMAK EGYETLEN HATALMAS RENDSZERRÉ FEJLŐDNEK

MAGYAR IDŐK, 2019. JANUÁR 30. SZERDA 12:00

Szarka László Csaba

A Greenpeace profitmaximalizáló üzleti modellje néhány pontban összefoglalható: 1. kampánytéma meghirdetése, 2. könnyen elhíhető javaslat a probléma megoldására, 3. ellenszenves vádlottak és szimpatikus áldozatok kiválasztása, 4. cselekvési felhívás közzététele, az emberek bekapcsolódásának és a kampány iránti elkötelezettségüknek a biztosítása.

2018 tavaszától magyarul is olvasható Roger Scruton konzervatív filozófus angolul már nyolc éve megírt könyve, a Zöldfilozófia. A könyv zárómondata, „Ahol szeretet van, a kevés is gazdaggá tesz, ahol pedig gyűlölség, mi haszna bárminek?”, a Példabeszédek 15:17-re emlékeztet, és a konzervatív környezeti gondolkodás egyetemes alappilléreinek számít. December közepén pedig az amerikai Heartland Intézet jelentetett meg a Greenpeace nevű nemzetközi környezeti mozgalomról egy elemzést, amely mintha gyakorlati kézikönyv, esettanulmány lenne Scruton elméleti munkájához. Nem kevesebbet állítanak, mint azt, hogy a Greenpeace csupán annyiban zöld, amennyiben a zöldhasút (a pénzt) akarja.

A környezeti problémák felismerése és lehetséges legjobb megoldásának akarása Scruton szerint attól függ, hogy kötődnek-e az emberek az otthonukhoz. Meghatározásában az otthon nemcsak az a hely, ahol élünk, hanem ahol szeretteink élnek, a hely, amit megosztunk másokkal, a hely, amelyet megvédünk, az a hely, amiért készek vagyunk harcolni és meghalni. Radnóti (Nem tudhatom... című versében) gyönyörűen megmutatta az effajta honszeretet összetevőit: szöcskét, ökröt, fűtyös gyümölcsöt, komondort – Scruton minderre szabatos fogalmat vezetett be. A görög család, családi tulajdon, ház és emberbaráti szeretet szavakból alkotott ökofília gondolata vezérvonal-szerűen kísér végig a kötetben.

A konzervatív embertípus a családdal, a lakóhellyel és a nemzettel azonosul, és a megtartandó közösséget a megörökölt és tökéletlen, de valós világban találja meg. Tehát ökopárti, ellentétben a radikálissal, aki inkább a mozgalmak, a hasonló gondolkodásúak elképzelt társadalmának vágyálmában él. Az ilyen embertől az ökofília érzése jóval távolabb áll. Szélsőséges esetben, a konzervativizmust mindenestől és őszintén visszautasító hozzáállás esetében az otthon szeretetének megtagadásáról: Scruton megfogalmazásával ökofóbiáról beszélhetünk. A baloldali-liberális elit értelmiségi akár idegen hatalmak ügynökévé is szegődhet, amint arra George Orwell segítségével Scruton rámutatott.

Scruton hangsúlyozza, hogy nem minden jobboldali tartozik az első típusba és nem minden baloldali tartozik a másodikba. A fogyasztói szemlélet elleni harc az otthonukhoz kötődő jobb- és baloldaliakat közelebb hozhatná egymáshoz, de ez ma csak vágyálom. Az elitértelmiségiek és üzletemberek közül sokan vélik úgy (a baloldalon többen, a jobboldalon kevesebben), hogy valamilyen nemzetek feletti

kormányzás lenne a megoldás. Számukra ez nem okozna nehézséget. Az átlagemberek azonban, akiknek a hovatartozása és érzése egy bizonyos helyhez, nyelvhez, kultúrához kötődik, hál' istennek másképp gondolkodnak. Szerencsére az átlagemberek vannak többségben.

Az ellentét a környezetvédő szervezetek palettáján is kimutatható. A helyi egyesületek egy-egy konkrét probléma vagy ügy megoldására szerveződnek. A nemzetközi szervezetségű környezetvédelmi szervezetek viszont mindenekelőtt a központ által meghirdetett programok elkötelezettjei. A nagy nem kormányzati szervezetek (NGO-k) tipikusan nyomásgyakorló csoporttá válnak, és különösen vonzóak az otthonukat megtagadóknak. Az általuk okozott környezeti kár ezért rendszerint végül összehasonlíthatatlanul nagyobb, mint amekkorát a gondatlanságból szennyezők vagy a természetet gátlástalanul kizsákmányolók okoznak.

Az internacionalista környezetvédő szervezetek nem szívesen engednek belelátást a pénzügyi háttérbe. Kezdeményezéseikről az elfogulatlan vita eleve ki van zárva. A környezeti célok szempontjából a lehető legrosszabb kimenetel, hogy a baloldali mozgalmak elérik, amit szeretnének. Például egy új jogszabály bevezetését, aminek annyi – nem szándékolt – mellékhatása van, hogy a deklarált cél garantáltan nem érhető el. Amint azonban tudjuk, számukra soha nem a probléma megoldása a cél, hanem a küzdelem maga. Az elmúlt nyolc év eseményei – konzervatívszemmel – messzemenően igazolták Roger Scruton sejtéseinek, állításainak helyességét, többek között a környezeti mozgalmak jellegéről is. Scruton szemszögéből az is világosan látszik, hogy a környezettudomány messze nem értéksemleges, de ez már egy másik történet.

A környezeti mozgalmaknál maradva: egyik zászlóshajójuk, a Greenpeace évi 350 millió dollár jövedelmet termelő, holland alapítású vállalat. Nonprofit szervezetként vannak nyilvántartva, és a környezet önkéntes védelmezőjének mondják magukat. Egy friss, interneten is elérhető 74 oldalas elemzés (Michael Connolly, Ronan Connolly, Willie Soon, Patrick Moore, Imelda Connolly: A Greenpeace üzleti modelljének és filozófiájának analízise, Heartland Intézet, 2018. december 14.) szerint azonban elsődleges motivációjuk a lehető legtöbb pénz összegyűjtése. Globális struktúrájuk erősen centralizált. A helyi, azaz nemzeti szervezeteknek a Greenpeace globális prioritását kell követniük. Ez többek között azt jelenti, hogy ahol ráfizetések, akár meg is szüntetik a tevékenységüket.

A Greenpeace profitmaximalizáló üzleti modellje néhány pontban összefoglalható: 1. kampánytéma meghirdetése, 2. könnyen elhíhető javaslat a probléma megoldására, 3. ellenszenves vádlottak és szimpatikus áldozatok kiválasztása, 4. cselekvési felhívás közzététele, az emberek bekapcsolódásának és a kampány iránti elkötelezettségüknek a biztosítása.

Kikiáltanak tehát egy problémát katasztrofálisnak, amiről azt állítják, hogy sürgős megoldást kíván, és le is tesznek egy első látásra könnyen kivitelezhetőnek tűnő, de valójában kivitelezhetetlen javaslatot. Majd felkutatnak egy vagy több ellenséget (sok esetben egy köztulajdonban lévő vállalatot), és bemutatnak olyan áldozatot (fotogén embert vagy állatot), akivel vagy amivel együtt lehet érezni. Cselekvésre szólítanak (tiltakozó menetek, pénzügyi hozzájárulások stb. révén) és telítik az üggyel a médiát. A tudományos és technológiai jellegű vitákat gondosan elkerülik, azt állítva, hogy a

tudományos háttér már „tisztázva van”. A Greenpeace újból és újból ugyanezt a képletet használja. Lényeges, hogy az érvelés érzelmi szinten maradjon, mert ha a kérdést elkezdenék elemezni, a kampány elhalhat. Mivel a megoldás részleteit és következményeit nem lehet sokáig titokban tartani, minden kampánynak van egy életciklusa. A Greenpeace mindaddig kampányol, amíg az az adakozók jóvoltából képes rá. Amint a pénzáramlás csökken, továbblépnek egy másik témára.

Chris Rose, a Greenpeace és más NGO-k népszerű kampánystratégája szerint a probléma értelmi megközelítése tisztázó vitához vezetne, ami pedig aláásná a mozgósító erőt. A kampány sikere érdekében tudatosan le kell egyszerűsíteni a problémát, és egy primitíven egyszerű, de meggyőzőnek hangzó megoldást kell ajánlani. A kampánykommunikációnak élményszerűen kell kibontakoznia a közönség előtt.

Mindezt jól ismerjük korábbi akcióikból. A Greenpeace legújabbán a műanyag csomagolás ellen hirdetett meg globális kampányt Mondjunk nemet az egyszer használatos műanyagokra! címmel. Furcsa, hogy mindenféle rangú nemzetközi és hazai közéleti személyiségek egymás után tesznek hitet e valójában régóta ismert probléma hirtelen rendkívülivé válásáról. Vitának helye nincs, csak a támogató állásfoglalásnak. Régóta tudható, hogy a csomagolóipar a ránk kényszerített fogyasztói szokás révén virágzik, és hogy a műanyag zacskók betiltásának – egyebek között a papírzacskók miatt – fokozódó erdőpusztítás lenne az egyik mellékhatása, de a Greenpeace-t láthatóan csak az érdekli, hogy a gondolkodást a mozgalmi vágányon tartsák. Amint már az elméleti részből tudjuk: nem a probléma megoldása a cél, hanem a küzdelem maga.

Patrick Moore, aki 1971-ben a Greenpeace alapítója volt, egy kémiai elem, a klór teljes betiltásának Greenpeace általi kezdeményezése miatt kilépett a szervezetből. Az elüzletiesedett Greenpeace-t tudatos szenzációhajhászással, dezinformációval és félelemkeltéssel vádolja. Ő, a három író magánkutató (a Connollyk), a napfizikus, valamint Roger Scruton is egyformán látják: az internacionalista környezeti mozgalmak a világ egyetlen hatalmas rendszerré (egységes játékterré) történő átalakításában érdekeltek, amelyben mindenki egyformán vásárló, fogyasztó, vágyak és szükségletek vezérelte robotember. Mintha nem csak a globális környezeti mozgalmak működnének ugyanarra a kaptafára...

A szerző geofizikus-mérnök, az MTA levelező tagja