



Rutger Bregman

Egyéni felelősség vagy rendszerhiba?

Haladó szellemiségű körökben egyre jobban hódít az az elképzelés, hogy az egyének nem képesek megoldani az éghajlati válságot. Azt mondják, hogy nem tudjuk megváltoztatni a világot azzal, ha egymást megszégyenítjük a légi közlekedés vagy a húsevés miatt. De mennyit érnek az eszmék, ha nem követelnek áldozatot?

Mások viszont a személyes felelősség hallatán azonnal elkezdik mondani, hogy mindenekelőtt a társadalom szerkezetéről kell beszélnünk, hogy először olyan elemzésre van szükségünk, amely megmutatja, hogy mindenért az ásványi energiahordozók iparágait, a nemzetek feletti vállalatokat, a reklámokat és az algoritmusokat, a kapitalizmust és a neoliberalizmust lehet hibáztatni – mindent és mindenkit, ami lehetővé teszi, hogy elkerüljük a tükörbe nézést.

A környezetvédelem

a saját otthonunkban kezdődik

Hol is kezdődik a változás?

Nem kell egyetemi tanárnak lenni ahhoz, hogy megértsük, ez a kérdés rossz. A változás bárhol elkezdődhet. A tényerodón, a gyárban, otthon, a munkahelyeden, a szülővárosodban és a nemzeti kormányban, a tárgyalóteremben és a nagybátyád születésnapján. Távolról sem lehet az egyéneket és a rendszereket külön kategóriákba sorolni, ezek teljesen összefonódnak.

Kézzelfoghatóbbá teszem a mondanivalómat azzal, hogy bevezetem azt, amit némi fellengzős túlzással a társadalmi változások első törvényének szeretnék nevezni: **A viselkedésünk ragályos.**

Vegyünk a napelemeket. Néhány évvel ezelőtt a Google elindította a Project Sunroofot, egy olyan hálózemet, amelyen megnézhetjük, hogy kinek van napeleme a szomszédságunkban. Egy dolog azonnal feltűnik: a napelemek nem véletlenszerűen oszlanak el a környéken, hanem (mint egy vírus) csoportokban jelennek meg. Ha napelemeket

telepítünk, a szomszédaim nagy valószínűséggel utánóznai fognak.

Nemrég két amerikai közgazdász kimutatta, hogy a zöldáram-termelés még fertőzőbb, mint az alkoholfogyasztás vagy a dohányzás. Minél nagyobb és láthatóbb a saját megújuló energiát termelő rendszerem, annál többen fognak utánózni. Ennek más következményei is lehetnek. A napelemek iránt megnövekedett kereslet nagyobb nyereséget hoz a napelemekkel kereskedő vállalatok számára, ami szintén erősíti a zöld érdekérvényesítést, és valószínűbbé teszi a zöld jogszabályok elfogadását. Így lesz a személyesből észrevétlenül politikai tett.

Ez az érvelés igaz a vegán hamburgerekre, a vonatos nyaralásokra, az elektromos autókra és más választásainkra is. Ha több vegetáriánus hamburgert vásárolunk, a hús vegetáriánus alternatívái jövedelmezőbbé válnak, így a fenntartható élelmiszer-előállítókna több pénzük lesz újításokra, ami még jobbá teszi a vegetáriánus változatokat, így több ember eszik vegetáriánus hamburgert, ami szintén erősíti a vegetáriánus élelmiszer-előállítók politikai érdekérvényesítését, ami növeli a húsra kivetett adó támogatását – és így tovább.

Nicholas Christakis és James Fowler pszichológusok ezt a jelenséget a "befolyásolás három fokának" nevezik: Viselkedésünk nemcsak a barátainkra (első fok), hanem az ő barátaikra (második fok) és a barátaik barátaira (harmadik fok) is hatással van. Más szóval, ha ma veszel egy vega hamburgert vagy elmész egy éghajlatvédelmi tüntetésre, olyan emberekre is hatással leszel, akikkel soha nem fogsz találkozni.

Számos tanulmány bizonyítja, hogy a Christakis és Fowler által bemutatott „dinamikus terjedés” elmélete sok mindenre igaz: boldogság, dohányzás, szavazás, nagylelkűség, elhízás, oltási hajlandóság, és a lista folytatható. Irreálisan önző emberképet kell kialakítanunk ah-

hoz, hogy elhiggyük: egyénként nem tudunk változást elérni. A környezet védelme is velünk kezdődik, pontosan azért, mert az emberek alapvetően társas lények.

Mielőtt ujjal mutogatnál másokra, nézz jól a tükörbe

Persze ugyanilyen könnyen megfordíthatnám ezt az egész logikai láncot: a zöld törvényhozás több hasznot hoz a fenntartható élelmiszerek termelői számára, a nagyobb haszon több újítást és jobb zöldségburgert eredményez, ami még több embert készítet arra, hogy megvegyék a finom zöldségburgert, és így tovább. Éppen az a lényeg, hogy mindkét irányban tudok érvelni. Nincs egyetlen kiindulópont, nincs alapértelmezett eredet, mert a társadalmi fertőzés minden irányban működik.

Még erősíthetjük is az adásunkat, hogy növeljük a hatókörünket. Ezzel elérkeztünk a társadalmi változás második törvényéhez: **Jobb példát mutatva még több emberre tudunk hatni.** Más szóval: gyakoroljuk azt, amit prédikálunk.

A cinikusok sok eszményimádónál jobban fölfogják, hogy a képmutatás végzetes lehet. Az elvek nélküli emberek mindig megszállottan figyelik azoknak az embereknek a képmutatását, akik hisznek valami-ben. Az amerikai Tucker Carlson tévés műsorvezető, a Fox News csillaga kiváló példa erre. Legutóbbi könyve, a Bolondok hajója (Ship of Fools, 2018) egy egész fejezetet szentel az éghajlatváltozásnak. Itt Carlson nem vall szint klímatagadóként vagy az energiaátállás ellenzőjeként – őt mindez nem érdekli. Ő azoknak az embereknek a képmutatását figyeli, akik úgy tesznek, mintha érdekelné őket. Ilyen például Leonardo di Caprio, aki magánrepülővel utazott Cannes-ból New Yorkba, majd másnap vissza, 12 000 km-t repült, hogy átvegye egy tiszta vizet támogató csoport zöld díját. Di Caprio képmutatása aláássa éghajlatvédő tevékenységének haté-

konyságát. Még rosszabb, hogy viselkedése másokat is befolyásol: azok az emberek, akik látják, hogy egy világhírű filmszillagnak nem okoz gondot a luxusjachtok és magánrepülőgépek használata, nagyobb valószínűséggel engednek meg maguknak egy olcsó repülőutat valamelyik napsütötte helyre, vagy foglalnak utat egy környezetszennyező tengerjáró hajón. Ez több bevételt jelent a sétahajó- és légitársaságok számára, erősebb érdekérvényesítést a zöld törvények ellen, és így tovább.

A következő lépés:

legyünk elkötelezettek

A társadalmi változás harmadik törvénye: **Ha jó példát adunk, az minket is kötelez.** Azok az emberek, akik felhagynak a húsevással, talán azt is megkérdőjelezzik, hogy kell-e tejterméket fogyasztaniuk. Azok, akik kevesebbet repülnek, nagyobb valószínűséggel szavaznak egy zöld pártra. Azok, akik napелеmeket vásárolnak, talán elgondolkodnak azon is, hogy részt vegyenek egy éghajlatvédelmi tüntetésen. Minden összefügg, ezen a szinten is. Ha azt gyakorolod, amit prédikálsz, elköteleztebbé válhatsz a saját ügyed mellett.

Én ezt akkor tapasztaltam meg, amikor négy évvel ezelőtt végre felhagytam az állatok fogyasztásával. Eleinte kellemesen meglepett, hogy nem is volt olyan nehéz. Elkéstem, mert már sok bátor vegetáriánus járt előttem, ami egyre több vegetáriánus újításhoz vezetett, és

sokkal finomabbá tette a vegetáriánus hamburgereket, így a húsmentes étrendet viszonylag könnyű volt megvalósítani. Az is tetszett, hogy baráti köreimben néhányan szintén felhagytak a húsevással. Vajon én is hozzájárulhattam a döntésükhöz?

Arra viszont nem gondoltam, hogy hamarosan szembesülnöm kell a következő kihívással. Minél többet olvastam róla, annál inkább rájöttem, hogy tényleg abba kellene hagynom a tejtermékek fogyasztását is. És ez már sokkal nehezebb volt.

A világ megváltoztatása

nem mindig szórakoztató

Ezzel elérkeztünk a társadalmi változás negyedik és utolsó törvényéhez: **Jó példát adni nehéz.**

A történelem megmutatja, hogy miért. Manapság társadalmilag elfogadottnak számít, hogy az anyák az otthonukon kívül dolgozzanak, de az 1950-es években széles körű ellenállásba ütközött ez a gondolat. Manapság nem számít bátor tettetnek, ha megkérünk egy dohányost, hogy menjen ki, mielőtt rágyújt, de az 1950-es években – amikor mindenki dohányzott – ezért kinevettek volna.

Fogyasztói öntudatosságunk nagy része manapság viszonylag könnyen megvalósítható. A napелеmek és az elektromos autók ragadozók, és ez nagyszerű, de a jól képzett középvezetési hajlamos arra, hogy lelkiismeretét – mondjuk – füvel táplált „természetes hússal” nyugtassa, amelyet szabadon tartott csordákból, egy tengerparti szigeten fekvő környezetbarát nyaralóban fogyaszt el. Valójában ezek az emberek gyakran több szén-dioxidot bocsátanak ki, mint a kevésbé környezetudatos fogyasztók.

Egy jó ökológia: ha az eszméid nem kívánnak töled áldozatot, akkor valószínűleg nem túl jelentősek. Nyilvánvaló, hogy nem mindenki képes ugyanolyan mértékben hozzájárulni a sikerhez. Minél nagyobb vagyonnal, hatalommal és tudással rendelkezel, annál nagyobb áldozatokat kell hoznod.

A komoly eszmények valódi fáj-

dalmat okoznak, amit a vegánok egyértelműen megtapasztalnak: egy 2015-ös kanadai tanulmány szerint a közvélemény még az ateistáknál, a bevándorlóknál és a homoszexuálisoknál is rosszabb véleményrel volt a vegánokról. Az egyetlen csoport, amelyet még jobban megvetettek, a drogfüggők voltak. Honnan ered ez a hatalmas gyűlölet? A pszichológusok szerint a vegánok által vallott elveket – még ha azok csendben eszik is csomagolt ebédjüket – sokan személyes támadásként érzékelik. Mélyen legbelül attól félünk, hogy igazuk van, és ezzel a kellemetlen sejtéssel kevés dolog szembeesik jobban, mint mások bátorsága.

* * *

Nem hiszem, hogy ez az elemzés történelmileg megállja a helyét. A beltéri dohányzás betiltásának döntő előzménye volt, hogy egyre többen fordultak el a dohányosoktól. Néhány országban a női vezetők kötelező arányát azért fogadták el, mert egyre több vállalatot szegyenítették meg a sokszínűség hiánya miatt. Most a repülés megszegyenítése erősíti a repülési adó támogatottságát, ahogyan a húsevés megszegyenítése növeli a húsdó támogatottságát. A hús betiltása ma elképzelhetetlen, de 50 évvel ezelőtt a beltéri dohányzás betiltása is az volt.

Amikor az emberek elutasítják a légi közlekedést, a hús, a cappuccino, a tengerjáró hajók, a grillezés, a sajt vagy az Über megszegyenítésének elgondolását, akkor elsősorban arra gondolnak, hogy kellemetlen érzést kelt bennük. A szegyen rossz érzés. De mi van akkor, ha pontosan így kell éreznünk? Ki mondta, hogy a világ megváltoztatásának mindig szórakoztatónak kell lennie? A szegyen azért működik, mert kellemetlen. A kellemetlen érzés a fejlődés üzemanyaga.

A társadalom szerkezeti hibáinak minden kritikus elemzése mellett nem ártana kicsit gyakrabban tükörbe nézni. Nem kell tökéletesnek lennünk, de megnehezíthetjük az életünket, még akkor is, ha ez kellemetlen, barátságtalan és kényelmetlen érzés. „Az egyik legnehezebb dolog, hogy ne a társadalmat változtassuk meg, hanem saját magunkat” – mondta Nelson Mandela, Dél-Afrika elnökeként töltött utolsó évében.

Fordította: D. J.

Forrás: De Correspondent, 2020. november
(kissé rövidítve közöljük)

