

Etični potrošnik



DECEMBER 17

05

MANJ = več

Naslov: Etični potrošnik – MANJ je več

Avtorji: Katja Z. Istenič, Rajko Muršič, Rene Suša, Matej Burkeljc, Nika Petek, Boštjan Jerman in Andreja Friškovec, Živa Kavka Gobbo

Predstavljene prakse: Knjižnica Reči, Izmenjevalnica Rdečega Križa, platforma Manj je več, Menjalni krog, Tekstilnica, Swap je top, Šoping? Ne hvala!, Popravljalnica.

Uredništvo publikacije: Živa Kavka Gobbo

Oblikovanje: www.leparec.si

Glasilo je dostopno v pdf obliki na:

<http://focus.si/publikacija/eticni-potrosnik/>

Izdajatelj: Focus, društvo za sonaraven razvoj

Sedež: Maurerjeva 7, Ljubljana

Pisarna: Trubarjeva 50, Ljubljana

Telefon: 00386 1 515 40 80

info@focus.si

www.focus.si

www.supplychainge.org

Glasilo "Etični potrošnik – MANJ je več" je nastalo v okviru projekta "Etični potrošnik v supermarketu – Supply Chainge – za pravične trgovske verige".

Zahvala Glasilo je sofinancirano s strani Evropske unije in Ministrstva RS za zunanje zadeve. Dokument je nastal s podporo Evropske unije. Njegova vsebina je v domeni društva Focus in v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije in MZZ.

Kataložni zapis o publikaciji

(CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

COBISS.SI-ID=291663360

ISSN 2536-2550



Focus, društvo za sonaraven razvoj: Vizija Focusa je družba, ki živi uravnoteženo življenje znotraj okoljskih in družbenih omejitev ter tako ne spodkopava obstoja življenja na Zemlji. Aktivnosti društva Focus so vpete v področja: podnebne spremembe, energija, promet, globalna odgovornost in potrošnja.

Glasilo je nastalo v okviru projekta SupplyChaInge – za pravične trgovske verige, ki ga sofinancira Evropska unija in Ministrstvo RS za zunanje zadeve. Njegova vsebina je v domeni društva Focus in v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije in MZZ.



Dan brez nakupov. Dobra ideja ali dober izgovor?

Živa Kavka Gobbo

- » za tiste, ki vse te bodoče smeti izdelujejo v suženjskih razmerah,
- » in – ne pozabimo – za planet, ki je še vedno en sam.

Kontroverznost današnje družbe obilja zgolj nekaterih lepo ponazarja komentar na našo akcijo na družabnih omrežjih: »Edini dober del revščine je, da do zavedanja, česa vse ne rabiš, prideš sam, brez opozorilnih knjižic ... Poleg tega pa tisto malo, kar bi rabil, nima veze, ker sploh ni več stvar želje in odločitve. Če bi kar naenkrat imela veliko denarja, bi kupila vse živo in mrtvo, pa vam pol vse pustila: imejte, meni je šlo za to, da bi enkrat lahko kupila!!!«

Deseta obletnica mojega delovanja v društvu Focus sovpada tudi z obletnico mojega prvega srečanja z Dnevom brez nakupov. V tistem času sem se šele privajala na delo v nevladni organizaciji, Slovenija se je pripravljala na predsedovanje Evropski uniji, Lučka Kajfež Bogataj je s skupino IPCC dobila Nobelovo nagrado za mir, ugasnilo je življenje legendarnega pisatelja Kurta Vonneguta. Prav tistega, ki je današnja družba – ki jo sestavljata dva razreda: tisti z močjo, a brez etike, in tisti z integriteto, vendar brez moči – opisoval v prisposodobah, kakršne smo si lahko predstavljali le v domišljiji. Če navedem samo en njegov citat: »Učili so me, da so človeški možgani najvišja stopnja evolucije do sedaj, ampak mislim, da so zelo slab načrt za preživetje.« No, zdaj je takšna družba vse bliže resničnosti.

Najprej se mi je akcija Dan brez nakupov zdela simpatičen aktivistični poseg v predpraznični čas, ki je obremenjujoč za veliko udeležencev:

- » za tiste, ki imajo že vse in ne vedo, kaj si želijo,
- » za tiste, ki želijo podariti, pa ne vedo kaj,
- » za tiste, ki želijo podariti, pa nimajo časa za razmislek,
- » za tiste, ki želijo dobiti in podariti, pa nimajo,

V 10 letih smo najprej plašno delili besedila, ki so se pojavljala na spletni strani »staršev« Dneva brez nakupov, mreže Adbusters, kasneje pa smo vse pogumneje tudi sami izražali kritiko sistema »1 proti 99«. Začeli smo se združevati in se združujemo še naprej, skupaj z vse več prostovoljci in organizacijami podajamo kritiko sistema, ki misli, da lahko na omejenem planetu rastemo neskončno, pri tem pa kar povprek izkoriščamo »delovno silo« in kršimo človekove pravice vse povprek. Ker kritika brez alternative lahko izpade prazno, smo letos ponudili tudi prakse, ki so drugačne: izmenjevalnice, izposojevalnice, popravilnice, skupnostne prakse in še veliko več. Pripravili smo tudi razpravo, kjer smo s sodelujočimi raznolikih profilov (od ekonomista do ekologa, antropologa in aktivista, takšni s teoretičnim znanjem in takšni s praktičnimi izkušnjami) skupaj ugotovili, da je potrebno na različne načine stremeti k sistemu, ki ne bo zgolj enakopraven, ampak tudi vključujoč, ustvarjal in pravičen, predvsem pa tak, ki bo deloval znotraj planetarnih omejitev.

V tem desetletju smo naleteli na številne odzive ljudi, med katerimi so bili tudi takšni, ki si praznikov brez nakupovanja

ne morejo zamisliti ali pa se jim zdi koncept dneva brez nakupov nesmiseln:

- » ker si lahko privoščim,
- » imam pravico nakupovati, saj celo leto delam,
- » nekaj pa le moram podariti, za kaj drugega nimam časa,
- » če bi lahko, bi zapravljala do onemoglosti,
- » to je utopija,
- » moramo trošiti, da gospodarstvo lahko raste,
- » to je malomeščanski »praznik«,
- » to se lahko grejo samo tisti, ki imajo.

Naredila pa bi krivico vsem ostalim, ki se jim taka alternativa črnemu petku in nebrzdanemu potrošništvu zdi smiselna, primerna in pomembna. Vsem, ki so pri širjenju ideje sodelovali, sooblikovali ta dan, ki nudijo in oblikujejo alternative, raziskujejo in se poglobljajo ter pogovarjajo o možnostih za obrzdanje potrošniške kulture. Veliko je bilo podpore, spodbud in pobud za nadaljevanje. Zato bomo v naslednjem letu vsekakor nadaljevali in širili idejo Dneva brez nakupov.

Dejstvo pa je, da pri Dnevu brez nakupov ne gre za »prepoved obdarovanja« ali kaj podobnega – z obdarovanjem samim ni nič narobe, če le ne podarimo »praholovcev« ali puhlih predmetov, ki so prežeti z znojem zatrtih. Ob tolikih drugih možnostih, toliko ljudi in skupnostih, ki delujejo drugače in delijo predmete in doživljaje, to res ni potrebno. Bolj je pomembno preživljanje skupnega časa in podarjanje skupnih trenutkov. Možnosti je veliko – od nematerialnih daril, popravljenih, ustvarjenih, nadgrajenih ali izmenjanih materialov, do trenutkov, ki nam bodo za vedno ostali v mislih in srcih.

Ob vseh paradoksih današnjega sveta je torej pomembno zavedanje, da manj je lahko več.

VSEBINA

2 KOLOFON 2 DAN BREZ NAKUPOV. DOBRA IDEJA ALI DOBER IZGOVOR? 3 KAJ BI SE ZGODILO, ČE ... 7 SVOBODNI TRG POSLA, ETIKE IN POTROŠNJE 10 ZAKAJ ZAPRAVIMO VEČ, KOT ŽELIMO? 12 PROJEKT »ŠOPING? NE, HVALA!« 13 SVETOVNI DNEVI KOT SREDSTVO OSVEŠČANJA MNOŽIC IN NJIHOVE MOBILIZACIJE 15 SWAP JE TOP 16 IZMENJEVALNICA 17 MANJ JE VEČ 18 TEKSTILNICA 19 KNJIŽNICA REČI 20 POPRAVLJALNICA 21 LETS ZASAVJE



Kaj bi se
zgodilo,



Rene Suša

»RENE, ZDRAVO, VEM, DA SI ZASEDEN, AMPAK BI IMEL MOGOČE ČAS, DA NAPIŠEŠ EN PRISPEVEK ZA NASLEDNJO ŠTEVILKO ETIČNEGA POTROŠNIKA? IŠČEMO NEKOGA, KI BI NAPISAL PRISPEVEK O TEM, KAJ BI SE ZGODILO, ČE BI LJUDJE PRENEHALI BITI POTROŠNIKI.«

Trenutek tišine. Vdih. Premor. Izdih.

»SEDAJ SEM RES MALO V GUŽVI, AMPAK ČE SE NE MUDI PREVEČ, TI LAHKO POŠLJEM NEKAJ ČEZ PAR TEDNOV.«

»PRAV, SVA NA VEZI.«

»DOGOVORJENO.«

Trenutek tišine. Vdih. Premor. Izdih. Bitka dveh glasov v glavi.

PRVI: »PA KAJ SI SI SPET NAKOPAL NA GLAVO, A NIMAŠ DOVOLJ DRUGEGA DELA?«

DRUGI: »ŽE MOGOČE, AMPAK TOKRAT JE KONČNO VPRAŠANJE TA PRAVO!«

Redko, oziroma skoraj nikoli, se mi pripeti, da me uredniki naslovijo z željo po tekstu, ki si ga hkrati želim, a tudi bojim napisati. Zakaj bojim? Zato, ker se ne dotika zgolj srčike naše družbe, ampak zareže enako globoko ali še globlje v naše osebno, nenazadnje tudi intimno življenje. Čeprav je na prvi pogled preprosto, vprašanje, kaj bi se zgodilo, če bi ljudje prenehali biti potrošniki, ni kar tako v en dan. To vprašanje se v temelju razlikuje od na videz podobnih vprašanj o tem, kako kot potrošniki delovati bolj etično, odgovorno, pravično, trajnostno in kar je še sorodnih izrazov. Razlika med obema vrstama vprašanj v grobem odgovarja razliki med vprašanji vrste »kako« in vprašanji vrste »kaj«. Prvo skupino vprašanj bi lahko poimenovali metodološka, drugo skupino ontološka. Vprašanja iz prve skupine se praviloma ukvarjajo s tem, kako izboljšati, spremeniti, nadgraditi naše navade in vzorce obnašanja, brez temeljne spremembe načina, na katerega (kot potrošniki) bivamo na tem planetu. Vprašanja iz druge skupine pa se ukvarjajo s tem, katere druge načina bivanja, dožemanja identitete in vzpostavljanja odnosov si še lahko zamišljamo – izven parametrov popredmetenega, preračunljivega, atomiziranega, ugodja iščočega načina, v katerega smo – kot pripadniki potrošniške družbe – (neizbežno) socializirani. Povedano drugače, vprašanja iz prve skupine se ukvarjajo s tem, kako obstoječo igro igrati bolje, bolj pravično, inkluzivno, odgovorno, trajnostno,

medtem ko se vprašanja iz druge skupine ukvarjajo s tem, ali morda ne obstajajo še kakšne drugačne igre, oziroma kaj in zakaj se sploh igramo.

Verjetno ne bom izdal prevelike skrivnosti, če zapišem, da večino naše pozornosti, medijskega prostora, političnega, aktivističnega, civilnodružbenega, poklicnega in osebnega delovanja namenjamo vprašanjem iz prve skupine – kadar si sploh (lahko) vzamemo čas in trud, da se z njimi ukvarjamo. Vprašanja iz druge skupine so praviloma odrinjena na stranski tir, nekam med področji filozofije in ezoterike, skratka tistih dveh sfer, ki jih je bolje prepušiti novodobnim gurujem ali zaprašenim profesorjem, ki imajo čas, da se namesto nas ukvarjajo z njimi. Seveda je najboljši način obrambe pred neprijetnimi oz. težavnimi vprašanji, da jih bodisi ignoriramo bodisi jih razglasimo za nerelevantna oz. še boljše nerealna. Portugalski sociolog Boaventura de Sousa Santos govori o tem, da smo v času modernosti razvili poseben način mišljenja, ki ga on poimenuje prepadno mišljenje. Značilnost prepadnega mišljenja sodobnega človeka je, da vse to, česar si ne more (oz. ne želi) zamisliti, potisne v globino prepada, ki zeva med tem, kar po njegovem mnenju lahko obstaja, in praznino vsega, kar po njegovem mnenju ne more obstajati. Vse, česar si ne moremo (oz. ne želimo) zamisliti, torej ne postane zgolj irelevantno, nepomembno, ampak dejansko neobstoječe.

Tovrsten način mišljenja in odnosa do znanja in vedenja nudi prvovrstno obrambo pred kakršnimkoli razmislekom oz. razpravo o čemerkoli, kar bi bilo zares v temelju drugačno od tega, česar smo vajeni, kar že poznamo oz. kar smo sposobni in pripravljeni spoznati. Z drugimi besedami, alternative, ki niso formulirane v okvirjih tega, kar se nam zdi sprejemljivo, razumljivo in relevantno, nimajo nikakršne možnosti, da sploh postanejo predmet pogovora. Ne zato,

ker bi bile morda nedomišljene oz. nerazumne, temveč zato, ker če naj bi bile zares drugačne, ne morejo biti del iste (prevladujoče) miselnosti oz. vrste racionalnosti, ki pa jih tako ali tako ni sposobna oz. pripravljena dojeti (oz. vsaj priznati obstoj meja svojega razumevanja) in jim torej priznavati možnosti do enakovrednega in relevantnega obstoja. Po drugi strani pa alternative, ki so formulirane v okvirjih tega, kar že vemo, odobravamo in sprejemamo, ne

morejo biti zares alternativne. Lahko so le drugačne verzije iste miselnosti, ki je problem ustvarila. A kot je rekel nekdanji uslužbenec patentnega urada v Bernu, ki smo mu dolžni splošno teorijo relativnosti: problema ne moremo rešiti z enakim načinom mišljenja, ki smo ga uporabili, da smo problem ustvarili ...

Pravni in politični teoretik Roberto Mangabeira Unger dilemo povzame, ko pravi, da so v zoženem političnem, medijskem in miselnem prostoru vsi poskusi razvijanja alternativ obsojeni na eno od dveh slabih možnosti. Ali se zaradi potrebe in želje po sprejemljivosti tako približajo prevladujočim modelom in vzorcem mišljenja in delovanja, da jih ni več mogoče prepoznati kot alternative, ali pa so – če so zares alternativne – po hitrem postopku odslovljene in zavržene kot nerazumljive in nerealne. Morda lahko to dilemo najlažje ponazorimo z vprašanjem gospodarske rasti. Čeprav v družbi obstaja široko razširjen konsenz o tem, da je gospodarska rast zaželena, saj (vsaj načeloma) prinaša večjo stopnjo blaginje, nova delovna mesta itd., ostaja neprijetno (in praviloma nenaslovljeno) dejstvo, da bi se današnje globalizirano gospodarstvo, zgrajeno na modelu neskončne rasti (torej neskončne potrošnje), v primeru močno zmanjšane potrošnje v zgolj par letih (če ne že mesecih, ali celo tednih) sesulo kot hišica iz kart. In čeprav je dejansko nerealno pričakovati, da

bo na planetu z omejenimi neobnovljivimi viri (ki smo jih dobršen del že porčpali) to lahko potekalo v neskončnost

– pravzaprav študije MIT, CSIRO, Univerze v Melbourne, Komisije britanskega parlamenta o mejah rasti in drugih institucij dokazujejo, da bomo nekje do leta 2040 izčrpali cca. 80 % vseh neobnovljivih virov (ki so se nabrali v cca. 4,5 milijardah let Zemljinega obstoja!), je na drugi strani kot nerealna vnaprej odpravljena vsaka debata o zmanjševanju potrošnje, saj gospodarstvo vendar mora rasti, ker je to v splošnem interesu.

Ideologija gospodarske rasti, in z njo neločljivo vezano potrošništvo kot način življenja, ki naj bi predstavljala vrhunec racionalnega obnašanja – t.i. homo economicus naj bi bil usmerjen v racionalno, optimalno delovanje, ki mu prinaša največjo (osebno) korist – sta danes torej dosegla stopnjo, na kateri je neomejeno zasledovanje osebnega interesa postalo življenjsko ogrožajoče za človeštvo kot celoto, obenem pa je način mišljenja, ki je pognal to kolesje zgodbe o nenehnem »več«, nesposoben ta stroj ustaviti, čeprav se sedaj počasi že zaveda, da grmi v prepad. Pri tem je morda najbolj zanimivo (in hkrati strašljivo) to, da samozavedanje o lastni destruktivnosti niti slučajno ni dovolj močan dejavnik, ki bi nam omogočil, da bi lahko prekinili s tovrstnim delovanjem. Ker razum preprosto nima moči, da ustavi vzorce obnašanja in delovanja, ki jih je sam ustvaril – pri čemer se pogosto ne zaveda niti obstoja teh vzorcev, še manj pa razlogov za njihovo vzpostavitev, je za zaustavitev najverjetneje potrebna neke vrste (zunanja) intervencija, ki deluje na pred-kognitivni, pred-zavedni ravni. Nekaj, kar v temeljih zamaja naš pogled na svet in na to, kakšna je naša vloga v njem. In to, žal, ni (oz. ne bo) stvar (potrošniške) izbire.

Globoke družbene spremembe se tako najverjetneje ne bodo zgodile, ker bi si to zaželeli in

Čeprav v družbi obstaja široko razširjen konsenz o tem, da je gospodarska rast zaželena, ostaja neprijetno dejstvo, da bi se današnje globalizirano gospodarstvo, zgrajeno na modelu neskončne rasti (torej neskončne potrošnje), v primeru močno zmanjšane potrošnje v zgolj par letih (če ne že mesecih, ali celo tednih) sesulo kot hišica iz kart.

Samozavedanje o lastni destruktivnosti niti slučajno ni dovolj močan dejavnik, ki bi nam omogočil, da bi lahko prekinili s tovrstnim delovanjem. Ker razum preprosto nima moči, da bi ustavil vzorce obnašanja in delovanja, ki jih je sam ustvaril.



*Popredmeteno do-
jemanje sveta nam
daje občutek var-
nosti in nadzora.
Omogoča nam, da
ohranjamo iluzijo o
tem, da vemo, kdo
smo, kje smo, kaj
počnemo in s
kakšnim name-
nom. Izguba te
iluzije gotovo ne
bo poceni, ker v
temelju opredeljuje
naš odnos do sveta
in do samih sebe.*

potem izpeljali postopke, ki bodo vodili do njihove realizacije, temveč bomo z njimi preprosto soočeni. Edina izbira, ki jo bomo imeli, bo (morda) v tem, kako se bomo odzvali na nastalo situacijo. Situacijo, nad katero nimamo in ne bomo imeli nadzora. Prenehati biti potrošnik torej ni (oz. ne bo) in ne more biti vprašanje osebne odločitve in vprašanje lastnega izbora, saj sta prav ideji o pomembnosti in prvinskosti pravice do odločanja in izbire v samem jedru potrošniškega načina bivanja.

Kaj torej v tem oziru za potrošniško družbo predstavlja vprašanje: Kaj bi se zgodilo, če bi ljudje prenehali biti potrošniki? Kakšne vrste odzivov (počakajmo še malo z odgovori) poraja to vprašanje? Zmedo, začudenje, negotovost, tišino, nervozen hehet, morda podvprašanje – pa kaj sprašuješ take traparije, ali pa na hitro skovan odgovor v slogu – svet bi bil mnogo lepši? Pa bi bil res? Si lahko sploh predstavljamo, kaj to pomeni? Koliko nas je strah tega, da bi nam bilo kaj odvzeto? Da bi se morali čemu odpovedati, kaj izgubiti? Ne govorim zgolj o materialnem vidiku, čeprav je ta pomemben, govorim tudi o izgubi položaja v družbi, o izgubi prijateljskih in partnerskih vezi, smisla, orientacije ... Ti

strahovi niso niti neutemeljeni niti kaj prida redki, in nič ne pomaga, če pogledamo stran in se delamo, da jih ni. Upam, da ne posplošujem preveč, če domnevam, da si večina ljudi želi obdržati vsaj neke vrste iluzijo o nadzoru nad potekom lastnega življenja, vsaj neko mero predvidljivosti in normaliziranih pričakovanj, za katere lahko v glavni meri pričakujejo, da se bodo izpolnila.

Popredmeteno dojemanje sveta, v katerem lahko vrednost drugim ljudem, sebi in ostalemu, kar nas obdaja, opredelimo na podlagi tega, do katere mere ustreza našim pričakovanjem in željam, nam daje določen občutek varnosti in nadzora, pri katerem vedno mi sami ostajamo univerzalno merilo v(r)ednosti. Omogoča nam, da ohranjamo iluzijo o tem, da vemo, kdo smo, kje smo, kaj počnemo in s kakšnim namenom. Izguba te iluzije gotovo ne bo poceni, ker v temelju opredeljuje naš odnos do sveta in do samih sebe. A po drugi strani ... po drugi strani izguba te iluzije ne pomeni le izgube občutka varnosti in nadzora (ki ju v resnici tako ali tako nimamo), pomeni tudi izgubo določene bremena, bremena večne izbire in bremena nemogoče naloge oblikovati svet po svojih željah in predstavah. Kdo ve, morda pa je osvoboditev od izbire vredna kaj več kot svoboda izbire ... Heh, pa me je spet ujela potrošniška miselnost ...

Trenutek tišine. Vdih. Premor. Izdih.



*Dan Podjed, antropolog,
znanstveni sodelavec na
ZRC SAZU:*

Razprava ob dnevu brez nakupov je bila zanimiva, zato je škoda, da se takšnih prireditev udeležujejo predvsem enako misleči in prepričani. Naslednjič lahko pritegnemo tiste, ki jim je Black Friday praznik, nakupovanje pa način sproščanja in preživljanja prostega časa. Mogoče lahko k razpravi, ki bi v idealnem primeru potekala v nakupovalnem centru (dokler nas seveda ne odstranijo), povabimo še Denise Dame, ker Kim Kardashian bo verjetno zasedena kje v tujini. Skratka, besedo naj dobi še druga stran, torej zagovorniki potrošništva, ki imajo gotovo zanimive in tehtne razloge, zakaj se nakupovanje splača in zakaj je pomembno za posameznika, državo, gospodarstvo ...

Svobodni trg posla, etike in potrošnje

Piše: Rajko Muršič

Na to so nas pred nedavnim opozorili oblastniki, ki so nameravali preprečiti medsosedsko in sorodstveno vzajemno pomoč, češ da je to delo na črno. Ko ni več nobenega dela, ki ga nekdo ne nadzoruje, obdavčuje in iz njega vleče presežno vrednost, se šele pokaže moč tistih, ki kradejo življenje, skupaj z resnico »svobode«, na kateri temelji trg.

Če ljudi ne bi prisilili obnašati se, kot da svobodni trg zares obstaja, tega pri zdravi pameti ne bi počeli.

Danes se nam zdi samoumevno, da naše celotno življenje uravnava svobodni trg. In bolj ko se nam zdi to samoumevno, manj nujno tudi drži. Trg nikakor ni samoumeven: da ga jemljemo kot samoumevni temelj naših družbenih odnosov, je enako utemeljeno kot srednjeveško prepričanje, da smo del božjega načrta in da kaj bistveno na svojo usodo ne moremo vplivati, ali še bistveno starejše verovanje, da so vse stvari žive in z njimi upravljajo nevidni duhovi. Malo je stvari, ki so bolj nenaravne od svobodnega trga! Če ljudi ne bi prisilili obnašati se, kot da svobodni trg zares obstaja, tega pri zdravi pameti ne bi počeli. Zakaj je tako, pojasnim nekoliko kasneje, sedaj pa v premislek le naslednje: zakaj Evropska unija in največje države sveta pripravljajo prostotrgovinske sporazume v največji tajnosti? Zato, ker potrebujejo moč za njihovo uresničitev. Ta moč se v našem primeru imenuje Nato. Če bi o tem lahko presojali dobro obveščeni preprosti ljudje, bi bili bržkone večinoma proti.

Živimo v svetu, kjer se za praktično vse, kar naredimo in kar se nam dogaja, na koncu izkaže, da gre predvsem za posel. V valuto posla smo prekrasili že malodane vse, kar imamo skupnega: medije, politiko, izobraževanje, zdravstvo, promet, naravo ... In seveda minutažo svojega lastnega življenja, ki jo merimo z delovnimi urami. Prav ta zmožnost meritev in primerjav bo jedro nadaljnega premisleka, in tudi odgovor na vprašanje, zakaj potrebujemo prisilo, da se gremo svobodni trg. V nadaljevanju premisleka o tem, ali sploh lahko spravimo skupaj posel in etiko, se bom zato najprej dotaknil etike in trga, šele potem lahko začnemo misliti etiko posla vse do potrošnje, nato pa bom pokazal, da nekaterih pomembnih reči ni mogoče izmeriti, zaradi česar tudi ne bo mogoče

Kadar pomagamo drugim, ne mi ne drugi ne gledamo na količine, temveč je samoumevno, da prispevamo po svojih močeh. In večkrat ko lahko delujemo tako, da pač damo, kar lahko, in vzamemo, kolikor potrebujemo, manj moči bo nad nami imel trg.

v neskončnost vzdrževati iluzije svobodnega trga: prej ali slej bo zmanjkalo podlage za uporabo sile pri njegovem vsiljevanju in vzdrževanju.

Kako je mogoče, da se nam zdi svobodni trg samoumevna, tako rekoč naravna podlaga našega bivanja? Odgovor je preprost: to zamisel so nam vsilili tisti, ki se jim dobesedno izplača, mi pa smo, povsem podrejeni moči, s katero uveljavljajo to zamisel, vzeli nase zamisel takšnega sveta. V tem smislu je svobodni trg

v resnici ideologija v njeni najelementarnejši obliki. Ko se srečujemo z vsakdanjo potrošnjo, ugotavljamo, da oglaševalska industrija zelo malo oglašuje proizvode, ki jih zares potrebujemo, razen kadar se za svobodo na trgu spopadeta dva proizvajalca istega. Dober primer je televizijski oglas, ki nas vodi po brezpotjih, vendar ne oglašuje navigacijske naprave, katere delovanje uporablja kot rdečo nit spota, temveč neko avtomobilsko znamko, ki si je navadni smrtniki ne morejo privoščiti. Poskusite premisliti, koliko reči, za katere so vas v zadnjih dveh urah nagovarjali, da jih kupite, v resnici potrebujete. Komajda katero.

Če bi vse to, kar ponujajo oglaševalci, res potrebovali, ne bi bilo potrebe po oglaševanju. In če bi res potrebovali vse to, kar proizvajajo podjetja, bi ta svoje proizvode proizvajala v količinah, ki jih dejansko potrebujemo in morda še za manjšo zalogo za hude čase, vendar bi bil vsak proizvod zastoj. Zastoj? Seveda. Ampak s tem bi bilo dobesedno konec sveta, v katerem živimo. Zato je treba vse plačevati. Ampak, mar je plačevanje blaga na trgu, torej tudi dobrin, ki jih potrebujemo za preživetje, in tistih, ki jih nekateri potrebujejo le za dokazovanje, kako večvredni so od drugih, res nujno? Ali je rešitev ekscesnega prodajanja in kupovanja etično nakupovanje in delovanje na svobodnem trgu? Mar je to sploh mogoče?

Najpomembnejša človekova zmožnost, ki je zaplodila tako proizvodnjo kot porabo, je bila zmožnost štetja in količinske primerjave z meritvami, ki temeljijo na obeh. Če ne šteješ in ne meriš, je povsem vseeno, koliko česa imaš, če sploh kaj imaš, saj potrebuješ le tisto, kar ti omogoča najprej preživetje, nato udobje in na koncu še ugodje. Tega pa imamo, kot vemo, dovolj le, če imajo tega istega dovolj tudi drugi. Dokler pri pridobivanju snovi, predmetov in storitev, ki jih potrebujemo za preživetje, ne štejemo, merimo in primerjamo, si pač pridelamo in uporabimo toliko, kot potrebujemo, in tudi drugim dajemo toliko, kot pač lahko damo.

O tem, kdaj se je naša vrsta naučila šteti in kako so to naši predniki počeli, obstaja veliko razlag, od takšnih, ki govorijo o tem, da smo bili glede tega dolgo dokaj nebolgljeni, saj so še danes med nami ljudstva, ki so razvila omejene sisteme štetja, tako da uporabljajo le oznake za nekaj števil, potem pa se že začne množica neobvladljivih količin, do razlag, da je štetje najbolj prvoten način uporabe simbolov in se veže na prirojeno človeško zmožnost simboliziranja oz. govora.

Prvi korak k odvisnosti od svobodnega trga je prav zmožnost

preštevanja in primerjanja reči, ki si jih izmenjujemo na njem. Med te reči pa ne sodijo le dobrine in predmeti, ki jih nujno potrebujemo za preživetje, temveč tudi predmeti, s katerimi označujemo svoj družbeni položaj. Prvih ne preštevamo in

Ta čas, torej življenje, je edino, kar ljudje sploh imamo, in ta čas življenja je tisti, ki ga menjavamo na trgu dela.

merimo, drugi brez primerjanja izgubijo ves svoj smisel. Zato tudi sami prej ali slej nastopijo kot sredstvo primerjave in menjave. Ta menjalna sredstva omogočajo merjenje tudi nemerljivih in neobstoječih reči, na primer tistih, ki jih bomo še le proizvedli. Vložek v njihovo proizvodnjo lahko imenujemo posojilo ali investicija, toda v vsakem primeru je prihodnost v rokah tistega, ki si jo lahko prisvoji. Poleg prisvajanja prostora, v katerem živimo, zatoorej pride tudi do prisvajanja časa. Ne časa po

sebi, temveč časa, ki ga preživljamo kot ljudje. Ta čas, torej življenje, je edino, kar ljudje sploh imamo, in ta čas življenja je tisti, ki ga menjavamo na trgu dela. Sprva je čas za takšno delo obstajal le kot podarjeni čas življenja sužnjem, ki bi jih sicer gospodarji pobili. Kasneje so ga merili v delovnih dnevih na tlaki, danes pa ga svobodno prodajamo na trgu kot svoje lastne delovne ure. Čeprav je ustvarjanje, kar je bistvo dela, najelementarnejša in tudi prijetna človeška dejavnost, zares svobodnega dela tako rekoč ni več. Na svobodnem trgu je delo skoraj povsem regulirano, torej nesvobodno. Na to so nas pred nedavnim opozorili oblastniki, ki so nameravali preprečiti medsosedske in sorodstveno vzajemno pomoč, češ da je to delo na črno. Ko ni več nobenega dela, ki ga nekdo ne nadzoruje, obdavčuje in iz njega vleče presežno vrednost, se šele pokaže moč tistih, ki kradejo življenje, skupaj z resnico »svobode«, na kateri temelji trg.

Sodobni kapitalizem ne temelji le na prisvajanju delovnih sredstev, dela ter življenjskega prostora in časa, temveč svojo pravo moč kaže na trgu tistega, kar sem omenjal zgoraj: sredstev, ki omogočajo menjavo. Denar je le eno izmed teh sredstev; v resnici jih lahko ustvarimo, kolikor hočemo in kadar hočemo, kar nazorno vidimo s kriptovalutami, le druge moramo prepričati, da so lahko merilo menjave. Te prepričljivosti pa imamo preprosti ljudje bistveno manj kot

tisti, ki lahko ta sredstva vsilijo čim večjemu številu ljudi. Srž uspeha tržnega kapitalizma ni niti v produkciji, ki izhaja iz zgoraj omenjenih načinov prisvajanja, niti v potrošnji, v kateri vsaj začasno uživajo do vratu zadolženi potrošniki,

Med te reči pa ne sodijo le dobrine in predmeti, ki jih nujno potrebujemo za preživetje, temveč tudi predmeti, s katerimi označujemo svoj družbeni položaj. Prvih ne preštevamo in merimo, drugi brez primerjanja izgubijo ves svoj smisel.

temveč v zmožnosti vedno novega izmišljanja menjalnih sredstev, ki se nam kažejo kot »finančni trgi«, skratka, kot nekakšne osebe s svojo lastno voljo. Ti trgi delujejo enako, kot v animizmu delujejo duhovi ali v monoteizmi eden in edini vsemogočni bog. Zato je spraševanje o etični potrošnji v tem trikotniku med proizvodnjo, potrošnjo in menjavo nekoliko tvegano. Tvorno bi bilo, če bi znali v naivni nedolžnosti zastaviti podobno vprašanje, kot ga je postavil naivni otrok v pravljici: mar ne vidite, da na cesarju ni nobenih oblačil? Kapitalistična produkcija temelji na treh načinih uporabe moči in s tem prisvajanja: najprej proizvodnih sredstev, nato samih proizvodov in nazadnje dobičkov. Brez kopičenja prvega, drugega in tretjega ta čarovnija ne deluje. Celotna etika kapitalizma je videti nekako takole: pravično je, da imam jaz – ki posedujem proizvodna sredstva in s tem dajem delo tistim, ki bodo s temi sredstvi naredili proizvode za druge, za kar jim izplačam plačo, ki jo velikodušno odrežem od svojega po naravni pravičnosti prisluženega dobička, da lahko nato

nakupujejo proizvode, ki jih potrebujejo – na koncu tega kroga več od njih, ker pač ne morejo biti takšni dobrotniki, kot sem jaz. In vsi živimo zadovoljni v najboljšem možnih svetov. Etika potrošnika v glavnem sledi temu modelu, ker preprosti

Zato je etična potrošnja le tista, ki se odmakne od »svobodnega trga«, in če je le mogoče, tudi od kakršnegakoli vrednotenja.

ljudje pač nimajo prav nobene izbire. Med proizvodi, ki jih lahko kupijo, so tudi delnice podjetij. Ampak ali bi lahko preprosti ljudje z odkupom delnic res prevzeli podjetja? S čim pa naj jih kupijo? Za to nemožnost pač poskrbijo samoumevna pravila, ki jih sprejemajo tisti, ki imajo moč. Enako seveda velja tudi za politiko. Etika potrošnika je torej v samem temelju etika tistega, ki ne more izgubiti ničesar razen svojega suženjstva »svobodnemu trgu« dela. Toda izstop iz tega suženjstva vodi le v golo življenje v revščini. Če sploh. Ključno vprašanje je torej, ali je mogoče

zasnovati etiko potrošnje zunaj in onkraj trga?

Da, vsekakor. Sploh ne gre za to, da bi začeli svet spreminjati tako, da bi najprej spremenili sebe. Takšne spremembe imajo zelo omejen doseg in so večinoma kvečjemu del problema, ne rešitve. Resno moramo vzeti načelo, da sebe, svoje delovanje in ravnanje, svoj življenjski čas in prostor, čim manj merimo, oz. da takrat, ko ga ne merijo delovne ure, tega preprosto ne počnemo več. Takšno ravnanje poznamo v zasebnem življenju, ob prostem času, a tudi pri naravnih nesrečah in v naravnosti do ljudi, ki jih imamo res radi. Ljubezni ne merimo, trpljenja ravno tako ne, sicer si nakopljemo težave. Kadar pomagamo drugim, ne mi ne drugi ne gledamo na količine, temveč je samoumevno, da prispevamo po svojih močeh. In večkrat ko lahko delujemo tako, da pač damo, kar lahko, in vzamemo, kolikor potrebujemo, manj moči bo nad nami imel trg.

Ko se skušamo izogibati prekomernemu trošenju in izkoriščanju, ne smemo spregledati ključnega protislovja »svobodnega« trga: pri nobeni transakciji se ne zgodi čudež, v katerega naj bi verjeli, to je, da bi se kupec in prodajalec povsem svobodno poenotila glede plačila oz. prodaje. Lahko sicer verjamemo, da skupni menjalni ekvivalent, ki omogoča

menjavo, vodi v samodejno ravnovesje menjave, ki posreduje med proizvodnjo in potrošnjo, celo med delom in kapitalom, toda ko se ozremo okoli sebe, vidimo stalno naraščanje razlik med bogatimi in revnimi. Sprejemanje svobodnega trga kot samoumevnega naravnega temelja našega življenja je morda največja prevara, ki ji nasedamo. Na eni strani merimo naše življenje, ki ga »prodajamo« na trgu dela po koščkih, da sploh lahko preživimo, na drugi strani pa merimo dobrine, ki jih trg preobraža v blago, to pa spet preobraža v vrednosti, ki se same preobražajo v nove vrednosti, dokler spet ne »kupujejo« naših življenj v obliki posojil, obresti in hipotek. Prav tega, da bi primerjali neprimerljive količine, ni mogoče narediti drugače kot s prisilo, kar se najbolj očitno pokaže ob deložacijah tistih, ki ne morejo več poravnati svojih »obveznosti«.

Večina dobrin in storitev je vsaj na prvi pogled merljivih, in takoj, ko jih izmerimo (v metrih, kilogramih ali izvodih), postanejo blago. Temeljna nevidna količina, ki nastopa na trgu in sploh omogoča kroženje blaga, pa je v resnici nemerljiva, četudi jo merimo z urami. To je človeško delo. Čeprav je delo del življenja vsakega človeka posebej, pa je, skupaj z življenjem samim, nemerljivo. Merljivo je le tisto delo, ki ni del življenja. Tako je mogoče izmeriti indivi-

Etike ni mogoče premeriti, zato je tudi ni mogoče zmleti v blago za svobodno menjavo na trgu.

dualni čas rabote – s to besedo smo nekoč označevali tlako, v nekaterih slovanskih jezikih pa še danes pomeni delo. Enako kot ni mogoče izmeriti življenja, pa tudi ni mogoče izmeriti celotne družbene količine dela, ki ga opravimo vsi ljudje zase in za druge, pa naj se še tako pretvarjamo, da se na koncu vsako delo izkristalizira v

Lahko sicer verjamemo, da skupni menjalni ekvivalent, ki omogoča menjavo, vodi v samodejno ravnovesje menjave, ki posreduje med proizvodnjo in potrošnjo, celo med delom in kapitalom, toda ko se ozremo okoli sebe, vidimo stalno naraščanje razlik med bogatimi in revnimi.



menjavi. Prav zaradi te nezmožnosti se v celoten proces menjave vključijo še mistične, nadnaravne, nesnovne razsežnosti denarja in drugih finančnih mehanizmov, ki pač niso tako objektivne, kot nas prepričujejo ekonomisti. Ker jih merijo in napovedujejo stroji, s katerimi računamo, se nam zdijo njihove količine objektivne. Ampak kdo meri pričakovanja na finančnih trgih, računalniki ali ljudje, ki jih uporabljamo? In kakšno etiko imajo stroji, ki jim prepuščamo pripisovanje vrednosti? Samo tisto, ki jim jo sprogramiramo.

Zato je etična potrošnja le tista, ki se odmakne od »svobodnega trga«, in če je le mogoče, tudi od kakršnegakoli vrednotenja. Računalniški zanesenjaki so nam pokazali, kako je mogoče ustvarjati skupaj nekaj, česar ne ovrednotimo s ceno na trgu. Če se nam zdi samoumevna brezplačna

uporaba odprto dostopnih operacijskih sistemov, pisarniških programov in brskalnikov, zakaj ne bi bilo enako samoumevno tudi podobno poseganje v celotno proizvodnjo in potrošnjo drugih dobrin? Tisto, kar proizvajamo in dajemo v uporabo kot skupno, je lahko zastoj – ali je pač neskončno vredno, nemerljivo v svojem bistvu. In tukaj ne gre za dobrodelnost ali donacije, temveč za tiste stvari, ki jih delamo in si jih delimo z drugimi, ne da bi vprašali za ceno. Tega nam ne svobodni trg ne vojske, ki ga vzdržujejo, ne morejo vzeti. In prav tukaj stopi na sceno etika, ki temelji na svobodni odločitvi o tem, da bomo ravnali prav. Etike ni mogoče premeriti, zato je tudi ni mogoče zmleti v blago za svobodno menjavo na trgu.

A portrait of a woman with dark hair tied back, smiling slightly, wearing a light-colored button-down shirt. The image is partially obscured by a blue overlay on the right side of the page.

Zakaj zapravimo več, kot želimo?

PSIHOLOGIJA NAKUPOVANJA

Katja Z. Istenič, psihologinja in avtorica knjige *Skrita uganka denarja*

VEČINA LJUDI VERJAME, DA REKLAME IN DRUGI PRODAJNI TRIKI NANJE NIMAJO VEČJEGA VPLIVA. »NAME TO NE DELUJE! KUPIM LE TISTO, ZA KAR SE SAM ODLOČIM,« POGOSTO PRAVIJO. A TO NE DRŽI. RAZISKAVE NAMREČ POTRJUJEJO, DA JE NAŠA SAMOKONTROLA PRI NAKUPOVANJU POGOSTO ZELO SLABA.

Optimistično verjamemo, da bomo v trgovini znali dobro presoditi, kaj bomo kupili in koliko smo za posamezno zadevo pripravljeni odšteti, a raziskave kažejo, da pogosto precenimo, kako dobra je naša samokontrola. Ne le to – raziskave tudi kažejo, da smo sami sebi le redko pripravljeni priznati, da smo storili napako, kar se tiče nakupovanja. Čeprav nam je na tihem morda žal, da smo izdelek kupili, sami sebe hitro prepričamo, da je izdelek dober in da smo ga resnično potrebovali. To še zlasti drži za večje in dražje impulzivne nakupe.

MANIPULATIVNOST NAKUPOVALNIH CENTROV

Notranjost nakupovalnih centrov nikakor ni oblikovana po naključju. Nakupovalni centri so oblikovani z zelo jasnim namenom: obiskovalce pripraviti do tega, da zapravijo čim več. Večina nakupovalnih centrov, tako pri nas kot

v tujini, je oblikovana na podoben način. Notranjost je izredno svetla, pogosto bela. Nakupovalni centri so tudi brez oken in ur. S tem skušajo zavajati naš občutek za čas ter nas pripraviti do tega, da bi v nakupovalnem centru ostali čim dlje časa in posledično tudi več nakupili. V nakupovalnih centrih je pogosto glasna glasba in močna svetloba, kar nas lahko zmede, zato imamo več možnosti za nepremišljene nakupe. Hodniki trgovskega centra so pogosto namenoma manj prijetni. Tako tla kot stene so bleščeče bele barve. Ko pa stopimo v notranjost posamezne trgovine, prostor postane prijetnejši. Svetloba je takrat pogosto manj močna, tla so prijetnejša na pogled, pogosto je na tleh tudi preproga. Trgovski center je torej namenoma oblikovan tako, da nam je prijetnejše v posameznih trgovinah znotraj centra kot na samem hodniku med trgovinami. Podzavestno si bomo torej želeli preživeti več časa znotraj trgovine kot na hodniku. Ker bomo tam želeli preživeti več časa, bomo najverjetneje tudi več kupili.

Notranjost
nakupoval-
nih centrov
nikakor
ni obliko-
vana po
naključju.

KAJ NAS V RESNICI ŽENE K NAKUPOVANJU?

Nakupujemo iz različnih razlogov. Včasih kupujemo zaradi statusa (npr. nov drag avto), včasih zaradi izkušnje nakupovanja, zaradi potreb, včasih zaradi boljšega zaznavanja in izražanja samih sebe ali pa zato, da bi drugim preko darila pokazali, koliko nam pomenijo. Z nakupovanjem skušamo zadovoljiti svoje potrebe, npr. potrebe po naklonjenosti, občutku varnosti, ljubezni, dobrih odnosih, bližini, sreči ipd. Na kratko povedano, nakupujemo torej zato, ker verjamemo, da se bomo s tem počutili bolje. Ravno na naše skrite in nezadovoljene potrebe ciljajo reklame. Skušajo nam sporočiti, da bomo z nakupom njihovega izdelka te potrebe zadovoljili. Sporočilo reklam je torej: tvoje življenje bo boljše, če to kupiš. To je razlog, zakaj so reklame tako učinkovite. Nenazadnje si le malokdo ne želi (še) boljšega življenja. Le komu ni privlačna ideja neke hitre rešitve, ki mu bo navidezno prinesla takojšnje boljše počutje?

Nakupi nas seveda ne osrečijo. Lahko se za kratek čas počutimo bolje in čutimo vznemirjenje zaradi nakupa, a ti občutki minejo zelo hitro. Kmalu se počutimo podobno kot prej, pogosto pa ob tem doživljamo še občutke krivde in tesnobe, kadar napravimo preveč.

KAKO PA SE POTROŠNIŠKI NAKUPOVALNI MRZLICI UPRETI?

Potrošniški nakupovalni mrzlici se vsekakor lahko upremo, če smo pozorni nase in na svoje počutje. Raziskave namreč kažejo, da kupimo več, kadar se počutimo žalostne, jezne, nemirne ali imamo občutek, da smo brez nadzora. Z nakupovanjem si ta nadzor nad situacijo navidezno povrnemo. Več napravimo tudi, kadar smo utrujeni, lačni ali nas zebe. Naša čustva in fizično počutje torej igrajo zelo pomembno vlogo pri naših nakupovalnih odločitvah. Ko nakupujemo, je zato pomembno, da si vnaprej naredimo načrt, kaj želimo kupiti. Če se znajdemo v situaciji, ko želimo kupiti nekaj, česar nismo načrtovali, si vzamemo malce premora. Nakup premaknemo vsaj za en dan, če ne gre drugače, pa vsaj za pol ure. V tem času gremo

malce na zrak ali pa se sprehodimo in razmislimo o smiselnosti nakupa.

Poleg tega je pomembno, da raziskujemo tudi druge načine, na katere se počutimo bolje, smo pomirjeni, se sprostimo in zabavamo, ne da bi bili pri tem potrošni. Ob tem je pomembno poudariti, da je pomembno, da so ti načini za nas zdravi in koristni tudi dolgoročno.

Svoje nakupe torej vnaprej načrtujemo in jih opravimo naenkrat, če je to možno. Če bomo kupovali večkrat po malem, obstaja večja verjetnost, da bomo zapravili več. Poleg tega je priporočljivo plačevati z gotovino in ne s karticami, saj raziskave kažejo, da ob plačevanju z gotovino napravimo manj. Najbolje je, da nakupujemo sami ali z družino. Ni pa priporočljivo nakupovati s prijatelji, saj raziskave potrjujejo, da takrat pogosto trošimo več.

Če želimo drugim podariti darilo, raje kot stvari podarjamo svoje izkušnje, čas in pozornost. Raziskave namreč kažejo, da nas izkušnje (npr. izlet) osrečujejo bistveno bolj kot stvari (npr. novi čevlji).

Naravno je, da se želimo počutiti dobro in povezane z drugimi. Na srečo obstaja vrsta zelo zabavnih in koristnih načinov, na katere lahko to dosežemo, ne da bi zapravili en sam cent.

Raziskave kažejo, da nas izkušnje (npr. izlet) osrečujejo bistveno bolj kot stvari (npr. novi čevlji).

Več napravimo kadar smo utrujeni, lačni ali nas zebe.

Matej Feguš, podjetnik:

Danes se še vedno spodbuja poraba, namesto, da bi se spodbujala uporaba. Izvirni greh pri razumevanju lastnine je v odnosu. Ko si bomo pripravljeni več stvari deliti, oziroma souporabljati, ko bomo individualno lastnino spremenili, ko bomo sami soustvarjalci, potem se bo to potrošništvo spremenilo. Dokler ne bomo besede potrošništvo spremenili v uporabništvo in potem souporabništvo, ne bomo imeli odnosa do lastnine.

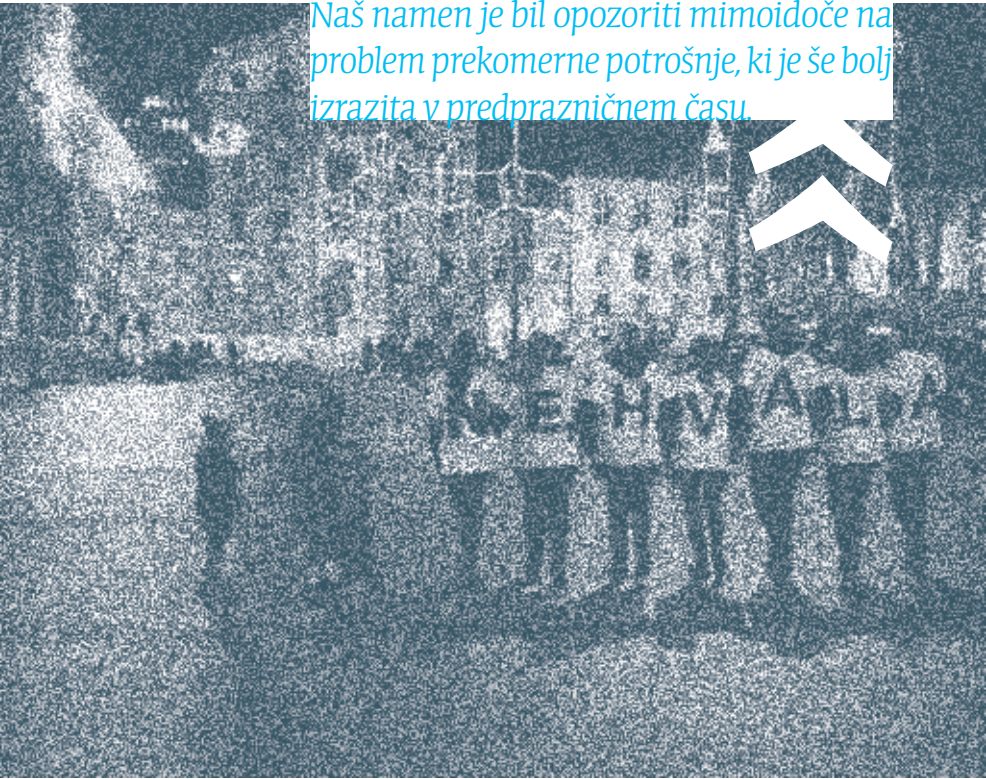


Šoping? NE HVALA.

Nika Petek



Z izzivalnim napisom smo se kot »živi zid«
sprehodile po ljubljanskih ulicah ter po na-
kupovalnih središčih Citypark in Supernova.



Naš namen je bil opozoriti mimoidoče na
problem prekomerne potrošnje, ki je še bolj
izrazita v predprazničnem času.

V zadnjih letih nas praviloma že novembra na vseh vhodi v trgovske centre preseneti kateri izmed decembrskih mož, ki naznanja, da se bližajo prazniki. S tem pa seveda tudi množično nakupovanje, dolge kolone avtomobilov pred nakupovalnimi središči, gneče v trgovinah, iskanje primernih daril, posledično pa pri nekaterih ljudeh tudi občutki negotovosti in stresa. Ali je vsa ta evforija, ki traja že več kot mesec pred prazniki, res potrebna, da se pri ljudeh zbudijo njihove vrednote? Ali morda ljudje celo pozabijo na njih, medtem ko hitijo po zadnjih nakupih? Ali so naše vrednote dobile ceno?

Na vsa ta vprašanja in še vrsto drugih smo si poskušale odgovoriti s socialnimi pedagoginjami s Pedagoške fakultete, s katerimi smo v okviru študijskih obveznosti izpeljale projekt z imenom »Šoping? Ne, hvala.«. Z izzivalnim napisom smo se kot »živi zid« sprehodile po ljubljanskih ulicah ter po nakupovalnih središčih Citypark in Supernova. Naš namen je bil opozoriti mimoidoče na problem prekomerne potrošnje, ki je še bolj izrazita v predprazničnem času.

Med projektom smo bile velikokrat presenečene nad odzivi ljudi. Tako nad prijetnimi kot tudi neprijetnimi. Deležne smo bile mrkih pogledov, ignorance, neodobravanja, tudi kak korak je postal hitrejši, ko smo poskušale ponuditi kartico z našim sporočilom. Ampak bili so tudi takšni, ki so nas sprejeli z nasmehom, odobravanjem in podporo. Ta pozitivna energija in spodbujanje naše akcije sta nas morda celo še bolj presenetila kot neodobravanje. To je bilo tisto, za kar se je bilo vredno truditi, občasno celo izstopiti iz svoje cone udobja. Meni osebno je dal projekt drugačen pogled na potrošništvo. Tudi iz kritik sem se veliko naučila, saj poprej o tej temi nisem nikoli diskutirala z drugimi ljudmi. Sama svoje bližnje pogosto obdarujem z darili, ki jih izdelam sama. Menim, da s takšnim obdarovanjem podarim osebo noto, hkrati pa seveda porabim manj denarja. Meni ustreza tako, komu drugemu drugače ... Naš cilj ni bil prepričati ljudi, da naj ne kupujejo, saj smo se že od začetka zavedale, da bi za to potrebovale čarobno palčko in ščepec magičnega prahu. Naš namen je bil, da bi v predprazničnem času širile med ljudmi misel o vrednotah, realnih željah in potrebah ter alternativnem načinu obdarovanja. Bile smo vesele, da so ljudje o naši akciji »Šoping? Ne, hvala.« govorili še po zaključenem projektu, saj smo si s tem dokazale, da smo bile odmevne in povod za kakšno diskusijo, morda celo spremembo pri ljudeh.

Svetovni dnevi

KOT SREDSTVO OSVEŠČANJA MNOŽIC IN NJIHOVE MOBILIZACIJE

Boštjan Jerman

Andreja Friškovec

Organizacija ZN je razglasila številne svetovne oziroma mednarodne dneve, ki označujejo pomembne vidike človekovega življenja in zgodovine. Večino teh dni je razglasila Generalna skupščina ZN. Do tega trenutka imamo 145 mednarodnih dni.

Kljub temu, da so novi mednarodni dnevi v večini primerov razglašeni s strani Generalne skupščine, jih lahko razglasijo tudi specializirane agencije ZN (npr. UNESCO) v okviru svojega delovnega področja, pri čemer je njihovo imenovanje odvisno od notranjih predpisov posameznega telesa. Določen mednarodni dan se tako praviloma razglasi z resolucijo Generalne skupščine ali določene specializirane agencije.

Poleg mednarodnih dni ZN obeležujejo tudi mednarodne tedne, leta in desetletja. Če se na kratko osredotočimo le na mednarodna desetletja, se trenutno nahajamo v desetletju ukrepanja na področju prehrane (2016–2025), oseb afriškega izvora (2015–2024), trajnostne energije za vse (2014–2024), biotske raznovrstnosti, desetletju za večjo varnost na cestah, za odpravo kolonializma (2011–2020) ter desetletju puščav in preprečevanja njihovega širjenja (2010–2020).



*Čeprav je kolici-
na mednarodnih
dni precejšnja in
nenehno nastajajo
pobude za nove –
med drugim se tudi
Slovenija trudi s
pobudo za svetovni
dan čebel – svetov-
ni dnevi ostajajo
sredstvo osvešča-
nja množic in nji-
hove mobilizacije;
nekateri bolj, drugi
manj.*

Omenjene cilje zaznamuje univerzalen pristop do razvoja – cilje trajnostnega razvoja uresničujejo tudi države donatorice razvojne pomoči. Agenda 2030 za trajnostni razvoj je torej agenda za vse, za razvite države in države v razvoju. Novi cilj, ki so v veljavo so stopili 1. januarja 2016, na uravnotežen način naslavljajo tri razsežnosti trajnostnega razvoja: ekonomsko, socialno in okoljsko. Za njihovo uresničevanje bodo ključna pristna partnerstva relevantnih deležnikov.

Viri:

1 Združeni narodi, mednarodni dnevi (dostopno prek: www.un.org/en/sections/observances/international-days/); **2** Združeni narodi, svetovni dan okolja (dostopno prek: <http://worldenvironmentday.global/en/about/what-is-it/>); **3** UNESCO, mednarodni dnevi (dostopno prek: <http://en.unesco.org/celebrations/international-days/>); **4** Društvo za Združene narode za Slovenijo, mednarodni dnevi (dostopno prek: www.unaslovenia.org/ozn/dnevi/); **5** Društvo za Združene narode za Slovenijo: publikacija »Cilji trajnostnega razvoja: prihodnost, ki jo želimo« (2017) (dostopno prek: http://www.poznavalec.si/wp-content/uploads/2017/11/SDG_2017.pdf).

Mednarodni dnevi, tedni, leta in desetletja imajo predvsem vlogo osveščanja javnosti o določeni temi, ki ji mednarodna skupnost pripozna poseben pomen. Na področju osveščanja ZN sodelujejo s številnimi partnerji po svetu. Velikokrat so mednarodni dnevi navdih za ustvarjanje mladih v izobraževalnih ustanovah, posebne družbeno angažirane dogodke (npr. okoljevarstvene akcije ob svetovnem dnevu okolja) in povsem preproste oblike praznovanj. Kot smo že poudarili, je v ospredju osveščanje javnosti ter s tem povezano poglobljanje znanja o določeni mednarodni temi in krepitev družbene odgovornosti državljanov sveta.

Če si dovolimo posplošiti, si Združeni narodi, poleg prej omenjenih aktivnosti, prizadevajo za boljši svet. V ta namen je septembra 2015 v New Yorku (Združene države Amerike) potekal vrh ZN o trajnostnem razvoju, ki je prinesel nove usmeritve razvojnih prizadevanj za naslednjih 15 let – svetovni voditelji so soglasno sprejeli Agendo 2030 za trajnostni razvoj. S to agendo so svetovni voditelji oblikovali 17 ciljev trajnostnega razvoja, ki jih morajo države doseči do leta 2030, da bi svojim državljanom zagotovile boljše življenje.

Če se v tem pogledu vrnemo nazaj na naše svetovne dneve, se nekateri izmed njih vsebinsko nanašajo na omenjene cilje. Izpostavimo lahko 12. cilj trajnostnega razvoja, ki govori o odgovorni porabi in proizvodnji. Slednjega lahko neposredno povežemo s svetovnim dnevom okolja, ki ga obeležujemo vsako leto 5. junija.

Svetovni dan okolja je Generalna skupščina razglasila 15. decembra 1972 z resolucijo 2994 (XXVII). Istega leta je potekala tudi konferenca ZN o človekovem okolju v Stockholmu, katere glavni rezultat je bila ustanovitev Programa ZN za okolje (UNEP).

Svetovni dan okolja je najpomembnejši dan ZN za osveščanje svetovne javnosti o zaščiti okolja. Sčasoma je ta svetovni dan postal globalna platforma za osveščanje javnosti o njegovem pomenu in se danes praznuje že v več kot 100 državah. Subjektivno lahko ocenimo, da je ta dan postal »ljudski dan« za izražanje skrbi za našo Zemljo ter orodje za ukrepe in spremembe.

Ta »skrb« se lahko izrazi na lokalni, nacionalni ali svetovni ravni; lahko gre za samostojno akcijo ali množično aktivnost. Vsako leto je svetovni dan organiziran na temo, ki se osredotoča na posebno okoljsko problematiko. Letošnja tema je ljudi pozivala, naj spet najdejo pristen stik z naravo. Gostiteljica letošnjega svetovnega dne okolja je bila Kanada, kjer so potekala posebna uradna praznovanja. Osredotočenost na državo gostiteljico pomaga izpostaviti določene okoljske izzive, s katerimi se soočamo. Z izbiro Kanade je bilo poudarjeno varovanje naravne dediščine, ki je neprecenljive vrednosti za človeštvo.

Čeprav je količina mednarodnih dni precejšnja in nenehno nastajajo pobude za nove – med drugim se tudi Slovenija trudi s pobudo za svetovni dan čebel – svetovni dnevi ostajajo sredstvo osveščanja množic in njihove mobilizacije; nekateri bolj, drugi manj.

Vsak izmed nas ima možnost, da si najde svoj dan, ga vzame za svojega in izvede kakšno aktivnost v dobrobit sveta, v katerem živimo. Lahko je to področje okoljevarstva, medkulturnega dialoga, varovanja človekovih pravic, skrbi za najbolj ranljive in še veliko več.

Vsi smo del istega planeta in vsako naše družbeno odgovorno dejanje ima lahko pozitiven učinek, pa naj se ta zdi še tako majhen.

Živa Lopatič, vodja pravične trgovine v Sloveniji:

Potrošništvo nas je tako prevzelo, da težko postavljamo meje, do kod je nakupovanje smiselno in od kod naprej je nakupovanje brezglavo zapravljanje. Če želimo zaščititi svoj planet pred dokončnim uničenjem in zagotoviti neizkoriščanje ljudi, ki so vključeni v oskrbovalno verigo, bomo morali vsi, posamezniki, proizvajalci, trgovci in distributerji, pa tudi nacionalne oblasti in mednarodna skupnost, najprej stopiti korak nazaj, se čemu odpovedati, nato pa začeti sklepati nove pogoje in postavljati nova pravila, ki pa ne bodo temeljila na okoriščanju posameznikov, ampak zagotavljanju dobrobiti za čisto vse prebivalce zemlje. Zato je mogoče prvi korak pravičav - narediti nič.



SWAP je TOP

Metka Šori



*etična pot
do čudovite
garderobe*

SWAPJETOP SO REDNI MESEČNI VEČERI ZA ŽENSKE Z IZMENJEVALNICO OBLAČIL, MODNIH DODATKOV IN IDEJ.

Določena oblačila, ki so bila podarjena Rdečemu križu Ljubljana, ostajajo, saj jih prejemniki pomoči v Odvijajo se vsak tretji petek v mesecu v Kopru, v prostorih Središča Rotunda na Destradijevem trgu 11. Poudarek je na kakovostnih oblačilih, zato predstavljajo tudi za zahtevnejše ženske odlično alternativo izkoriščajočemu sistemu hitre mode, ki ima uničujoče posledice na okolje, ter brezglavemu potrošništvu, ki tanjša denarnice in le redko prinaša osrečujoči učinek. Oblačila za izmenjavo so razvrščena v 3 vrednostne kategorije, glede na kakovost materialov in izdelave ter glede na stanje obrabljenosti. Poleg izmenjave pa dogodki ponujajo vsakič novo, zanimivo predavanje o ženskih tematikah (od stilskega svetovanja do psihologije ter osebne rasti), profesionalno ličenje, stilsko preobrazbo, degustacijo lokalnih dobrot, ples ter svetovanje o preoblikovanju starih oblačil. Izmenjava oblačil še nikoli ni bila tako zabavna! Dogodke organizira KUP KULTURA – društvo za razvoj kulture ponovne uporabe.

www.swap-party.org
Facebook stran: swapjetop
E-mail: swapjetop@gmail.com

Izmenjevalnica

Boštjan Jerman

Andreja Friškovec

Izmenjevalnica je prostovoljski projekt Rdečega križa Ljubljana, ki je nastal na podlagi realnih potreb, ki so jih zaznali prostovoljci in zaposleni v Humanitarnem centru.

Določena oblačila, ki so bila podarjena Rdečemu križu Ljubljana, ostajajo, saj jih prejemniki pomoči v Humanitarnem centru ne izberejo. Namesto da bi takšna oblačila predali v predelavo, na Izmenjevalnici vstopijo v krog ponovne uporabe. Na dogodkih oblačila ponudimo najširši javnosti in jih zamenjamo za hrano in izdelke za higieno. Vsak obiskovalec se sam, v skladu s svojimi zmožnostmi odloči, kakšne vrednosti izdelkov bo prinesel na menjavo. Izmenjevalnica tako sočasno omogoča dostopnost oblačil širšemu krogu ljudi in bogati prehranske pakete pomoči Rdečega križa.

Naj prostovoljski projekt 2016

Izmenjevalnica je v letošnjem letu prejela laskavi naziv Naj prostovoljski projekt 2016, ki ga pod pokroviteljstvom predsednika države že 15. leto zapored podeljuje Mladinski svet Slovenije. Prostovoljci Izmenjevalnice so samo v letu 2016 namenili več kot 1.500 prostovoljskih ur aktivnostim, s katerimi širijo koncept ponovne uporabe ter vrednote solidarnosti in medsebojne pomoči, še posebej med mladimi.

Pridite na izmenjevalnico – dogodek z dobrodelnim namenom

Na Izmenjevalnico na primer prinesete dve konzervi tunine, škatlo kosmičev in šampon, torej štiri izdelke, in si v zameno izberete obleko. Za en podarjen izdelek dobite kravato ali rutko, za dva pa majico. Še posebej so dobrodošli izdelki, s katerimi popestrimo enolične pakete – v prednovoletnem času zato zbiramo priboljške (npr. piškote, suho sadje, kavo, čokolado).

Vabljeni na Izmenjevalnice, ki potekajo vsak tretji petek v mesecu med 16. in 20. uro v Humanitarnem centru RKS-OZ Ljubljana na Tržaški 132 ter vsako 1. soboto v mesecu med 10. in 16. uro v Hostlu Tresor v centru Ljubljane (Čopova ulica 38). Občasno pa se podamo na gostovanje tudi kam drugam – spremljajte našo Facebook stran.

Za več informacij smo vam z veseljem na voljo: izmenjevalnica@rdecikrizljubljana.si, 040 871 589 ali 01 62 07 291. Facebook stran: <https://www.facebook.com/izmenjevalnica>.



**Za več informacij smo
vam z veseljem na voljo:**

izmenjevalnica@rdecikrizljubljana.si

si, 040 871 589 ali 01 62 07 291.

Facebook stran:

[https://www.facebook.com/](https://www.facebook.com/izmenjevalnica)

izmenjevalnica

Manj je več

'Manj je več' je spletna platforma, ki spodbuja ponovno uporabo predmetov in promovira koncept brez odpadkov (angl. Zero Waste) na ravni gospodinjstev. Razvili smo jo v Društvu Ekologi brez meja, informacije so na voljo brez registracije ali plačila, prispeva pa jih lahko vsak.

Na strani www.manjjevec.si je na voljo Karta mojstrov, kjer je izpostavljenih že preko 200 obrtnikov in organizacij, ki se ukvarjajo s popravilom, obnovo in izposajo različnih predmetov ali prodajajo reči iz druge roke. Platforma 'Manj je več' tako odpravlja dileme, kot so na primer, kje popraviti polomljen dežnik, kje kupiti oblačila iz druge roke ali kje si izposoditi vrtalnik, ki ga potrebujemo le nekajkrat letno.

K zmanjševanju količin odpadkov poleg popravila in obnove predmetov prispevajo tudi številni dogodki, kot so izmenjave (oblačil, knjig, igrač itd.) in garažne razprodaje. Zdaj je mogoče na strani tovrstne dogodke brezplačno objaviti in si ogledati, kaj se dogaja v naši okolici. Ekologi brez meja smo na platformo vključili tudi Karto trgovin Zero Waste, kjer je moč določene izdelke kupiti brez embalaže. Čeprav prave trgovine Zero Waste v Sloveniji še nimamo, se lahko odpravimo v več kot 70 trgovin po celotni Sloveniji, kjer je mogoče nekatere izdelke kupiti z lastno ali vračljivo embalažo.

'Manj je več' je koncept, ki zagovarja več kakovosti, več prihrankov in manj odpadkov. S popravilom, izmenjavo ali izposajo predmetov se izognemo nakupu novega izdelka in s tem predmetom podarimo novo življenje. Ko pa nakupa nove stvari ne moremo preprečiti, izberimo izdelke s čim manj embalaže. Po hierarhiji ravnanja z odpadki ima namreč ponovna uporaba, ki pomeni prihranek naravnih virov in denarja, prednost pred vsakršnim recikliranjem. Obenem platforma 'Manj je več' podpira lokalno gospodarstvo in delovna mesta predvsem v t. i. umirajočih poklicih. Primarni namen vseh teh orodij je, da nam pomagajo pri vsakodnevnih, do okolja in soljudi bolj odgovornih odločitvah.

Ekologi brez meja tako vse vabimo k aktivni uporabi strani – ne le k brskanju, ampak tudi k sodelovanju z vnosom dogodkov, mojstrov in trgovin.

manjjevec.si

Kje popraviti polomljen dežnik, kje kupiti oblačila iz druge roke ali kje si izposoditi vrtalnik, ki ga potrebujemo le nekajkrat letno.



Teks tilnica

Foto: Almedina Meštrovac

Z dogodki izmenjave rabljenih oblačil si prizadevamo doseči več ciljev, poglavitna pa sta dva – da še uporabna oblačila ne pristanejo na odlagališčih ter da ljudi prepričamo, da nošenje oblačil »iz druge roke« ni nekaj slabega. V štirih letih, odkar se je pričel projekt Tekstilnica, je opazen velik premik v razmišljanju ljudi, saj kupujejo veliko manj oblačil zase in za svoje družinske člane ter tako pomembno pripomorejo k ohranjanju okolja in seveda tudi družinskega proračuna. Izmenjave so postale družabni dogodek, kjer se srečujejo ljudje dobre volje, s pozitivnim odnosom do okolja. So pa tudi dogodek, ki pritegne vse več prostovoljcev – mladih in starih, takih, ki prostovoljno delajo že kje drugje, in tistih, za katere je to prva izkušnja.

Projekt Tekstilnica se je medtem že zaključil, a izmenjave ostajajo. Posebej razveseljivo pa je dejstvo, da se podobni dogodki zdaj širijo po vsej Sloveniji.

Kontakt:

Društvo Ekologi brez meja,
Trubarjeva 50, Ljubljana

tekstilnica@ocistimo.si
www.tekstilnica.si
www.ebm.si



V štirih letih, odkar se je pričel projekt Tekstilnica, je opazen velik premik v razmišljanju ljudi, saj kupujejo veliko manj oblačil zase in za svoje družinske člane ter tako pomembno pripomorejo k ohranjanju okolja in seveda tudi družinskega proračuna.



Knjižnica REČI

Foto: David Lotrič

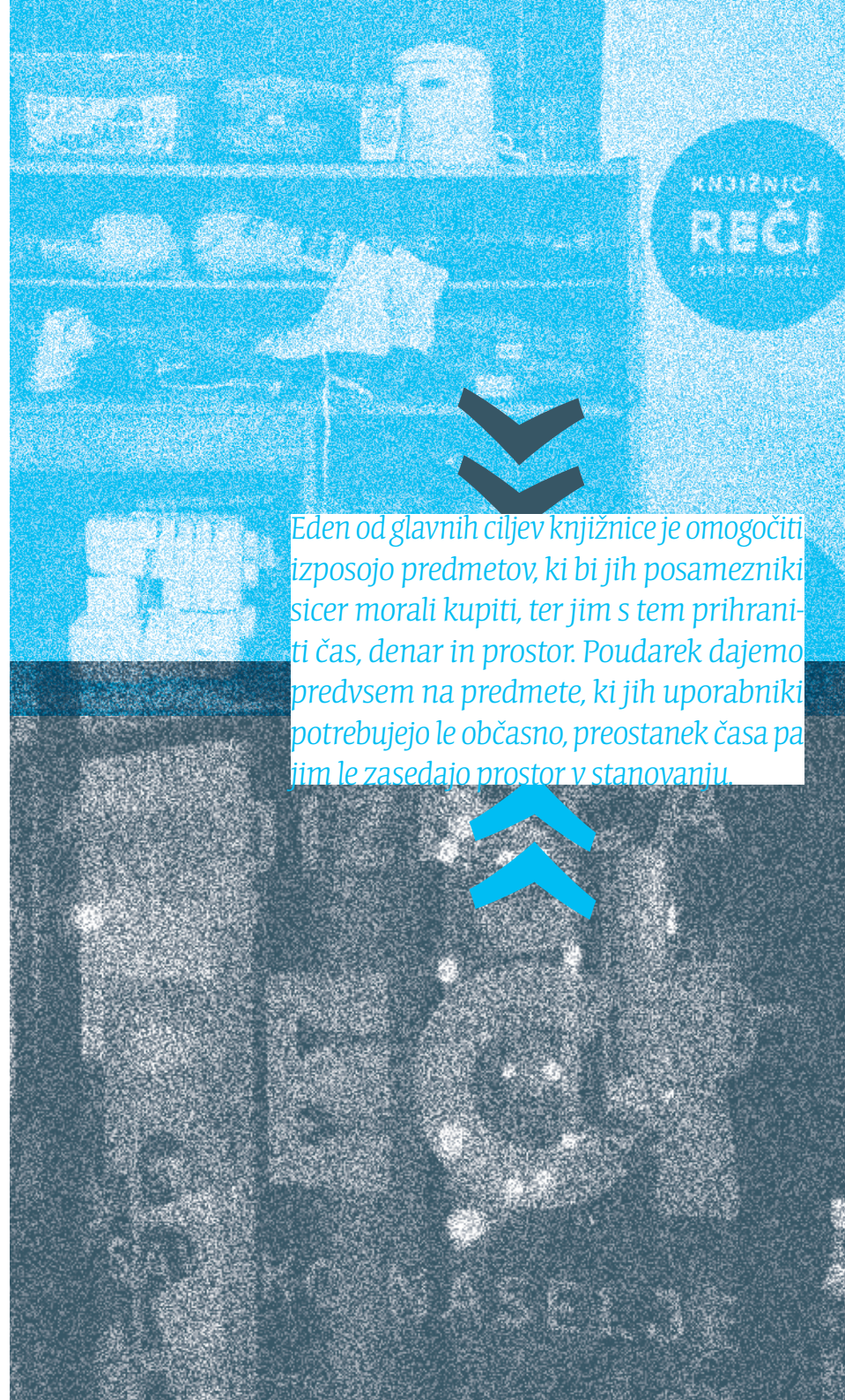
Knjižnica REČI je bila ustanovljena 21. 1. 2015 in je prva neprofitna izposojevalnica predmetov v Sloveniji. Pri vzpostavitvi Knjižnice REČI so sodelovali KD prostoRož, Slovenija Coworking, RRA LUR in Mestna občina Ljubljana.

Eden od glavnih ciljev knjižnice je omogočiti izposojanje predmetov, ki bi jih posamezniki sicer morali kupiti, ter jim s tem prihraniti čas, denar in prostor. Poudarek dajemo predvsem na predmete, ki jih uporabniki potrebujejo le občasno, preostanek časa pa jim le zasedajo prostor v stanovanju.

Naši predmeti so razvrščeni v sedem kategorij: gospodinjstvo, orodja, šport, tehnologija in zabava, potovanja, ustvarjanje ter otroci, med njimi pa se najde vse od električnega vrtalnika in šivalnega stroja do detektorja kovin in poročne obleke. Uporabnikom ponujamo izposojanje predmetov s članstvom ter enkratne izposoje brez članstva. Član Knjižnice REČI lahko postane vsakdo, ki podari reč z Liste želja, vplača članarino ali prispeva 30 ur prostovoljnega dela. Veljavno letno članstvo vam omogoči neomejeno število izposoj brez dodatnega doplačila, medtem ko pri izposojah brez članstva plačate simbolično izposojnino.

Skupaj s Knjižnico je zaživel tudi Dom skupnosti Savsko naselje, ki postaja pomemben notranji javni prostor v soseski. Prostor Knjižnice je brezplačno na voljo za izvedbo dogodkov, ki morajo biti brezplačni za obiskovalce. Knjižničarji zagotavljajo koordinacijo in promocijo dogodkov, kot so joga, plesni večeri, tečaj kvačkanja, večeri namiznih iger, predavanja in razne izmenjave. Ustvarjalci velikega dela programa so prebivalci Savskega naselja, poleg njih pa so prostor za svojega vzele tudi določene ranljive skupine. Dom skupnosti tako krepi družabno življenje znotraj naselja in spreminja podobo stanovanjske soseske kot spalnega naselja.

Knjižnica REČI je trenutno odprta vsak ponedeljek in sredo od 16. in 19. ure, lahko pa nam kadarkoli pišete preko Facebooka ali na info@knjiznicareci.si.



Eden od glavnih ciljev knjižnice je omogočiti izposojanje predmetov, ki bi jih posamezniki sicer morali kupiti, ter jim s tem prihraniti čas, denar in prostor. Poudarek dajemo predvsem na predmete, ki jih uporabniki potrebujejo le občasno, preostanek časa pa jim le zasedajo prostor v stanovanju.

Urbana Delavnica

Projekt Urbana Delavnica (UD) smo začeli snovati v letu 2015, ko smo dobili na voljo prostore v prvem nadstropju Tržnice Moste (Zaloška 55, Ljubljana). Koncept projekta je bil, prvič, vzpostaviti fizično delavnico, drugič, pridobiti veliko različnega orodja, in tretjič, priskrbeti mentorja, ki bi mladim in tudi ostalim pomagal pri pravilni uporabi orodja, pri konceptualizaciji stvari, ki bi si jih nekdo rad v delavnici naredil, ter pri popravilu različnih stvari. Vse to nam je tudi uspelo.

Lokalnemu prebivalstvu dajemo možnost dostopa do različnega orodja in delavnice, saj je v mestih dostop do delavnic zelo otežen (v mestih si npr. ljudje težje privoščijo imeti svojo delavnico in orodje v kleti hiše, kot je to dostikrat primer v vaseh).

S projektom ljudi ozaveščamo glede ponovne rabe stvari, so-uporabe (orodja in delavnice) in možnosti popravljanja stvari. Ljudem kažemo možnost alternativnega, Zemlji bolj prijaznega načina življenja znotraj sveta, ki živi in diha po principih masovne potrošnje.

V UD smo se osredotočili na delo z lesom, saj v večini tudi sami izdelujemo stvari iz zavrženega lesa in starega pohištva. Iz odpadnih palet smo npr. izdelali veliko različnega vrtnega nadcikliranega pohištva, precej pohištva za Mladinsko postajo Moste ter številne druge stvari za vsakdanjo uporabo. Namen UD je omogočiti mladim, da s pomočjo mentorja pridobijo ročne spretnosti in izkušnjo dela v delavnici ter da se naučijo, kako zasnovati in izpeljati svoje ideje. Namenjen je vsem (mladim), ki jih zanima delo z lesom in delo s stroji za obdelavo ter si želijo ustvariti nekaj svojega.

UD je odprt vsako sredo med 12. in 18. uro. Vedno je v tem času na voljo vsaj en mentor. Uporaba orodja in delavnice pa je možna tudi po dogovoru z vodjo UD.

Lepo vabljeni vsi :)

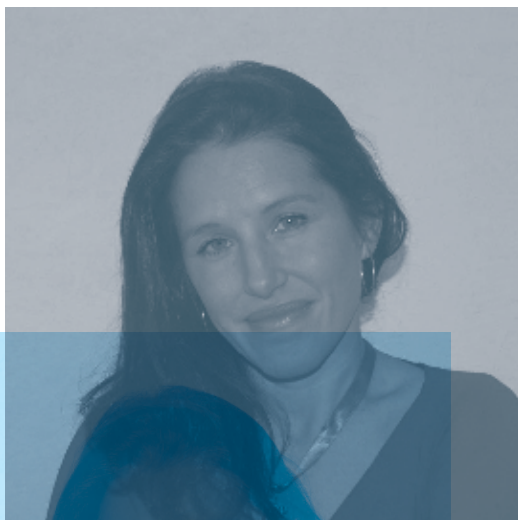
Koncept projekta je bil, prvič, vzpostaviti fizično delavnico, drugič, pridobiti veliko različnega orodja, in tretjič, priskrbeti mentorja, ki bi mladim in tudi ostalim pomagal pri pravilni uporabi orodja, pri konceptualizaciji stvari, ki bi si jih nekdo rad v delavnici naredil, ter pri popravilu različnih stvari.

UD je odprt vsako sredo med 12. in 18. uro.



URBANA
DELAVNICA





**Katerina Vidner Ferkov,
antropologinja in
bloggerka:**

Nas predlog o dnevu brez nakupov spravi v slabo ali dobro voljo? Smo ravnodušni?

Kakorkoli, danes velja: kupujem, torej sem. Ob tem se lahko vprašamo, kaj in kako kupujemo. Na koncu je vedno najpomembnejši odnos med ljudmi in zavest vsakega posameznika.

LETS Zasavje

Intervjujal: Matej Burkeljc

Kdaj, kako in zakaj ste prišli na idejo lokalne medsebojne delitve? Je razlog gospodarska kriza, ki je Zasavje močno prizadela, ali ste v tem videli širše razloge?

Nahajamo se na prelomnici, ko padajo paradigme in se vedno znova soočamo z novimi krizami. Do realizacije ideje sistema LETS sva s prijateljico prišla na filmskem festivalu društva Duh časa v Zagorju, kjer sva filmskemu programu dodala še delavnico na temo alternativnih ekonomskih sistemov. Delavnico smo izvedli s pomočjo Dejana Ungerja in tam se je pravzaprav vse začelo. Razlog za vse skupaj leži v dehumanizaciji družbe, kjer skupnosti pravzaprav skoraj ne obstajajo več. Ljudje pa, namesto da bi sodelovali, konkurirajo drug drugemu v vseh pogledih.

Kako se je medsebojna delitev v Zasavju razvila? Kolikšen delež prebivalcev Zasavja po vaši oceni sodeluje v različnih oblikah menjav? Kakšni so njihovi odzivi?

Vse se je začelo v Zagorju na »usodni dan«, 21. 12. 2012, ko smo priredili prvi menjalni sejem in testirali zasavski sistem LETS z menjalnim kuponom, ki smo ga poimenovali kuolm. Od takrat naprej redno, vsako prvo soboto v mesecu, prirejamo Menjalne kroge. Svoje delovanje smo razširili še v sosednje občine in kraje, tako da trenutno delujemo v Zagorju, na Izlakah, v Trbovljah, Hrastniku in občasno v Litiji. Projekt je postal širše prepoznaven. Vanj je vključenih okrog 150 Zasavcev, ki si izmenjujejo hrano, oblačila, knjige, znanja ...

Imate morda podatek, koliko menjav se je zgodilo v organizaciji menjalnih krogov?

Število menjav je težko oceniti, saj si sedaj ljudje na naših dogodkih izmenjujejo stvari med sabo tudi brez našega posredovanja. Počasi se oblikuje skupnost, ki deluje po principu »namesto v trgovino – raje k sosedu«. Vseh dogodkov skupaj je bilo okrog 40.

Kakšni so vaši cilji na področju medsebojne delitve?

Cilj našega delovanja je ustvarjanje povezane odprte skupnosti, medsosedska pomoč, izkoreninjenje potrošniške družbe, restavracija starih, že skoraj pozabljenih znanj, medgeneracijsko sodelovanje, raziskovanje alternativnih ekonomskih sistemov in sodelovanje na principih egalitarnosti. Čeprav viške, ki nam ostajajo po Menjalnih krogih, namenjamo humanitarnim organizacijam, kot je na primer Rdeči križ, naš namen ni humanitarnost. Saj ta sama po sebi med drugim omogoča ohranjanje stanja, kakršno trenutno je.

Že nekaj let postopoma poskušate uvesti lokalni menjalni sistem. Kakšen je namen tega projekta in kako napreduje?

Zasavski sistem LETS že deluje in vsaki dan nas je nekaj več. Ljudje čedalje bolj prepoznavajo in cenijo potrebo po druženju, izmenjavi dobrin in znanj, ki lahko koristijo njim ali drugim. Lokalni menjalni kupon kuolm pa se je že dobro prijel.

Se povezujete z drugimi lokalnimi območji in na kakšen način?

Brez tega seveda ne gre. Vse skupaj je nek proces, ki vzame določen čas, da se oblikuje skupnost in zares zaživi. Ponekod se to dogaja hitreje, drugje počasneje. Sodelujemo z različnimi organizacijami po vsem Zasavju, od mladinskih, medgeneracijskih in ekoloških do zeliščarskih, ter z ostalimi društvi, ki so odprta za sodelovanje.

Ali opazate spremembe v »lokalni« družbi, odkar se na območju celotnega Zasavja uva-ja medsebojna delitev?

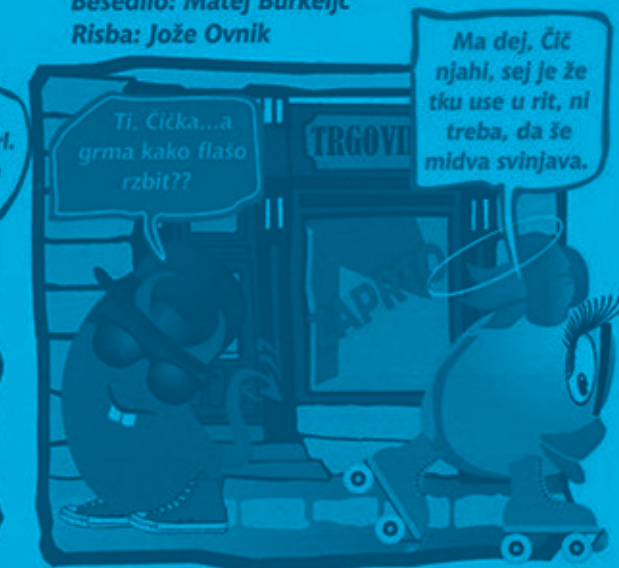
Vsakršno dejanje vpliva na vse in tako je tudi v ekonomiji delitve. Ljudje se vse bolj zavedajo pomembnosti človeških stikov, sodelovanja in solidarnosti. Čeprav je lokalna ekonomija milo rečeno na psu, se zadeve po drugi strani spreminjajo na bolje. Kar nekaj revolucij se je že zgodilo v Zasavju. Tokrat gre za revolucijo zavesti. hektarja in še premišljujemo, kaj bi. Problem je pa sadilni material. Težko je dobiti ekološkega. Jaz iščem takega, da ga ni treba škropiti, da je odporen in prilagojen na naše okolje.

Menjalni krog - pravila delovanja

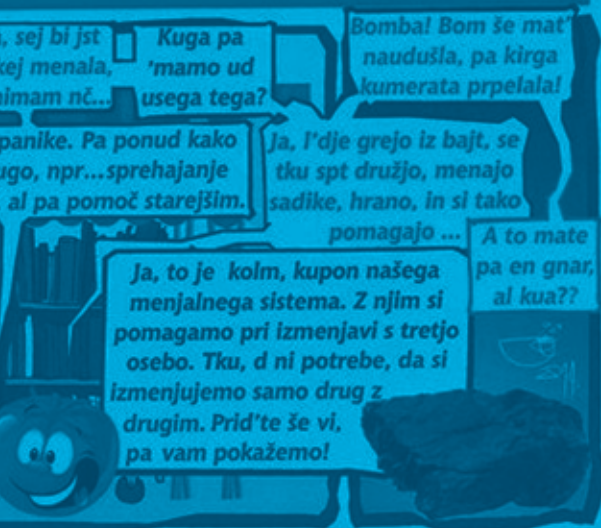
1. MK je projekt skupnosti LETS Zasavje in je avtonomna organizacija, ki sodeluje z drugimi organizacijami.
2. Nastal je na pobudo naslednjih aktivistov: Matej Burkeljc, Alenka Bedrač in Igor Vozelj v sodelovanju z Dejanom Ungerjem.
3. MK ima svoj žig, ki je okrogle oblike, z napisom Menjalni krog.
4. MK je neformalna egalitarna organizacija.
5. Članstvo MK je odprto. Člani spoštujejo dogovorjena pravila.
6. MK deluje in eksperimentira na področjih vzporedne ekonomije, ekonomije delitve in ustvarjanja skupnosti.
7. Menjalno sredstvo je LETS kupon, imenovan kuolm.
8. Veljaven kuolm mora biti opremljen z žigom MK ali organizacije ter s serijsko številko.
9. Vrednost kuolma je okvirno 1 EUR (obstaja možnost, da kasneje njegovo vrednost večemo na dobrino).
10. Ura katerega koli dela ali storitve je 5 kuolmov, ki se izdajo na Menjalnih krogih. Na posebnih kuponih prinašalec storitve izpolni vrsto storitve in vpiše svoje kontaktne podatke.
11. O vrednosti prinesenih artiklov se dogovorijo prinašalci in aktivisti MK.
12. Ob posebnih dogodkih, npr. pri izmenjavi oblačil, se je mogoče dogovoriti, da je cena kosa oblačila 1 kupon (posebni), ki se lahko na naslednjem MK zamenja za 1 kuolm.
13. Po koncu MK lahko udeleženec vzame nazaj svoje artikle in vrne kuolme.
14. Za čas MK postanejo vse dobrine in storitve last skupnosti, viški so uporabljeni na naslednjem MK ali podarjeni.
15. Kuolmi veljajo na vseh izpostavah, ne glede na to, kje so bili izdani.
16. Znamka Menjalni krog se lahko uporablja le ob soglasju skupnosti. Enako velja za predstavljanje projekta navzven.
17. Sistem se lahko prosto replicira ob spoštovanju pravil in licence CC.



Besedilo: Matej Burkeljc
Risba: Jože Ovnik



NI KROG



so omogočili:
vsko podjetje 1. junij Trbovlje, SGP Zasavje,
ovlje, IPOZ, Peko, Iskra Polprevodniki,
udnik Trbovlje - Hrastnik. Hvala!

mnih dveh junakov:
mpirja, repe in zelja, zelo pomemben prehranski artikel.
stanjevega okusa, ki so, poleg boba, uporablja kot nadomestek fižola.



AKCIJA Z AKCIJO.
100% POPUST*
ČE NE KUPIŠ NIČ!

Fotografiraj, česa danes ne boš kupil/a, in deli na Instagramu

 #DANBREZNAKUPOV #BUYNOTHINGDAY

Dan brez nakupov

je nastal kot opozorilo na prekomerno potrošnjo. Pozivamo, da ta dan porabite za kaj drugega kot nakupovanje in na ta način opozorite na probleme potrošništva. Akcija poteka vsako leto 24. novembra.

