

## VILÁGUNK VÁLSÁGÁNAK OKAI

Az első alkalommal azt tárgyaltuk, hogy az ember miként viselkedik a világban, milyen nehéz helyzetbe hozta önmagát. Nem ismételnék, csak még egy példán szemléltetném, mi történhet velünk.

Egy másik ilyen eset a bering-tengeri Szent Máté-szigetre került rénszarvasok története. A szigetet, amíg nem élt rajta rénszarvas, tíz centiméter vastag rénszarvaszuzmó borította. 1944-ben egy 29 állatból álló rénszarvascsordát telepítettek a szigetre. A csorda szaporodása, mivel bőségesen volt táplálék, exponenciális függvényt követhetett. Az exponenciális függvény szerinti szaporodás azt jelenti, hogy a szaporulat mindig az éppen meglévő létszámmal arányos. 1957-ben már 1350 egyed élt ott, 1963-ban pedig 6000. Addigra lelegették a zuzmót és 1963-1964 kemény tele végzett a csordával. A tavaszt csak 41 tehén és egy terméketlen bika élte meg. Ez a kipusztulás törvényszerű volt, mivel a rénszarvasok felszabadultak a létszámukat szabályzó hatások alól. Egyrészt nem ritkították őket a ragadozók. Másrészt nem vándorolhattak máshová, ezért a zuzmó nem újulhatott meg.

Amint a múlt alkalommal tárgyaltuk, az emebriség lélekszáma úgy növekedhetett, hogy minden más élőlényt kiszorított majd elkezdte használni az ősmaradványi erőforrásokat. A mondás szerint a mai mezőgazdaság a termőtalajt arra használja fel, hogy a kőolajat és a földgázt élelmiszerré alakítsa át. Amiről már látszik, nem sokáig tehetjük. Európa még menthető lehet, mert amint egyre csökken a rendelkezésre álló kőolaj és földgáz, okos használattal és egyre kevesebb húst fogyasztva megmaradhatunk. Ugyanis egy adott termőterület nyolcszor annyi, elsősorban növényi táplálékon élő embert tarthat el, mint elsősorban húst fogyasztót. Viszont Kínába, Indiában és másutt, ahol az emberek óriási többsége ma is növényi táplálékon él, az emberek kilátástalan helyzetbe kerülnek.

Az embert az Isten saját képmására és hasonlatosságára teremtette. Erről és az ember bukásáról részletesebben holnap beszélnék. Most csak azt emelném ki, hogy bizony az elbukott ember viselkedése olyanná vált, mint ahogy az anyagelvű gondolkodás hívei mondják, lett a legértelmesebb állat. Okos, de főleg az ösztönei irányítják és nem az istenképző embert jellemző gondolkodás és értelem. Az állati elem fokozott érvényesülése azt jelenti, hogy az embert egyre inkább az ösztönei irányítják és így egyre kevésbé szabad. A mai alkalommal az így viselekdő emberrel foglalkozunk és azzal, hogy a mai világ szándékkal ilyené, egyre ösztönesebben viselkedő, szabadságával élni képtelen gépezetté igyekszik az embert változtatni.

A mai ember Afrikában, kb. százhatvanezer éve jelent meg. Az emberelődünk Afrikában a fás ligetekkel tarkított füves pusztán éltek. Az ilyen táj kedves az embernek. Kisgyermeknek különböző tájképeket mutatva egyértelműen ez a tájkép tetszik a leginkább. Ilyen helyen érezzük magunkat a legjobban, ez ösztönös adottságunk. Bár ezt a képet későbbi élmények elnyomhatják, szinte mindenki vágyik arra, hogy kertés házban lakjon, ahol van füves terület és fák is nőnek. Ösztöneink, viselkedésünk jó része az ősi életmóddal értelmezhető. A törzsfajlódásos lélektan ezért sikerrel magyarázza számos ösztönünk, viselkedésünk eredetét.

Az ember nagyon erősen rá van utalva a társaira. Hajdan az emberek, akár a legközelebbi állati rokonaink, az afrikai gorillák, csimpánzok és bonobók, csoportokban éltek. A csoport az emberré válás folyamatából reánk hagyományozódott szervezet. Az, hogy elődeink évmilliókon át csoportban éltek, sokféle módon hatott ránk, alakított bennünket.

A csoportok vándorló, vadászó-halászó-gyűjtőgető életmódot élnek. A csoport területét mindenki közösen használja, az nincs felosztva kisebb csoportok vagy egyének között. Ahogyan az ausztrál bennszülötteket vagy a Kalahári-sivatagban élők esetén tapasztalták, a csoportok csupán pár napra elegendő élelemet tartanak maguknál. Nincs állandó lakhelyük, az egyes gyümölcsökért és egyéb táplálékért sokszor tíz kilométernyit gyalognak. Az emberek holmija egy bőrzsákban is elfér. Az eszközeiknek nincs különösebb értékük, könnyen elkészíthetőek. A vadászfegyvereik sem túl erősek, így nem tudják a vadat erősebben megsebezni. Ezért mérgezett nyilakkal vadásznak. A vadat a megsebzés után hosszú órákon át követni kell, amíg végleg elejthetik. A megfigyelt gyűjtőgető-vadászó csoportokban élő emberek jó egészségben, magas 60-70 év közötti életkort

érnek meg. Változatosan, egészségesen táplálkoznak, sokat mozognak, hajszolettség és felesleges feszültségek nélküli kiegyensúlyozott életet élnek.

Az évmilliókon keresztül folytatott gyűjtögető életmód az ember ösztöneibe ivódott. Eszerint nem kell különösen foglalkozni azzal, mi lesz majd később, hanem mindennap el kell indulni és gyűjteni kell azt amit lehet. Az ösztönös "menj és gyűjts" életrend ma is meghatározó. Nem gondolunk a jövőre, eddig is volt valahogy, ezután is lesz. A gyűjtögető-vadászó-halászó életmód máig ható öröksége az az öröm is, amit akkor érzünk, ha találunk valamit a természetben. A gomba, a szamóca és más vadon termő gyümölcs, növény gyűjtése felüdítő élmény. A találni valami értékeset, a szerencsejátékok iránti fogékonyság, a nyerni vágyás is ősi örökségünk.

A csoportban nincs különösebb munkamegosztás, kivéve a kor és a nem szerinti feladatokat. Mindenki élelem után jár. Nincs lehetőség arra, hogy a csoport főnököt, munkaszervezőket tartson el. Nincsenek a rendet fenntartó intézmények. A csoporton belüli vitákat megbeszélésekkel, békítéssel rendezik. Ha a helyzet két egyén között végképpen elmérgeződött, akkor valamelyikük csoportot vált. Nincsenek törvények, a közös dolgokat együttesen vitatják meg és így találnak megoldást. Mindenki egyenlő, de természetesen a személyiség, a testi erő, az értelem és a vadászatokban, harcokban tanúsított ügyesség fontos tényezők és befolyásolják, hogy ki mennyire vesz részt a döntésekben.

Az egyenlőség így az ember számára természetes állapot. Az ember ezért ösztönösen visszautasítja azt, hogy mások születési előjogaik vagy más egyéb miatt eleve fölényben vannak vele szemben. Nehezen viseli el, hogy dönthetnek föléle anélkül, hogy abba neki beleszólása lehetne. A nemrég közölt felmérések szerint a társadalmi ranglétra magasabb fokain állóknak jobb az egészségi állapota, magasabb a várható életkora. Ez független attól, mennyire gazdag és ténylegesen milyen felépítésű a társadalom. Mindez csak az alávetettség megnyomorító hatását fejezi ki. Ez magyarázza a mindenkori egyenlőségi mozgalmak, többek között a jelenlegi szocialista szerveződések népszerűségét.

A csoportban való élés szükségessége is beépült az ember ösztöneibe. Tartoznunk kell egy, a családnál nagyobb, de nem túl nagy, legfeljebb 150-200 fős csoporthoz. Ezért a csoportért az ember komolyabb áldozatokat is kész hozni és képes alávetni saját érdekeit ennek a nagyobb közösségnek az érdekeiért. Ha megnézzük a címjegyzékeinket, számot vetve azzal, kiket ismerünk közelebbről, hány embert tartunk komolyabban számon, kiderül, hogy 100-200 között van a számuk. Az együttműködés viszont csak a csoporton belülre vonatkozik. Csoporton kívüliek másnak, versenytársnak számítanak, akinek nem jár az, ami a csoporton belülieknek. Mindez benne van a természetünkben és ez nem akármilyen gondot jelent a mai egyetemesülő világban.

A csoport tagjai természetes módon segítenek egymáson. Az együttélés évmilliói során az ösztöneinkbe íródott az is, hogy a kapott segítséget viszonzni kell. Nem azonnal, de tudom, hogy tartozom és idővel törlesztenem kell. Ugyanúgy azért is szívesen nyújtok segítséget, mert bennem van, hogy ez nem egyszerű jószág, hanem ennek rám nézve is kedvező következményei lesznek a jövőben.

A csoport nem tűrheti a lógókat, a segítőkészséggel visszaélőket, a haszonlesőket, ezeket bünteti. Súlyosabb esetben egyszerűen kirekesztették maguk közül. Ha valakitől például megvonták a nevét, az illetőnek megszakadtak a kapcsolatai. Ezzel szinte mindent elveszítve, búskomorságba merülve gyorsan megbetegedett és meghalt. A legújabb vizsgálatok szerint az ösztöneinkbe be van írva, hogy a segítőkészséggel visszaélőket, potyázókat, ingyenélőket meg kell büntetni. Ezt önzetlen büntetésnek nevezik, azaz akkor is büntetnek, ha ez nekem egyébként fáradságos és kellemetlen. Nem véletlen, hogy a játékelmélet szerint a 'kapod amit adtál' módszer a legjobb. A csoportban élő emberek közösségi életét évmilliókon keresztül ennek a módszernek a követése határozta meg.

A rossz, a csoportot károsító viselkedés azonban az évmilliók során sem tűnt el. Ennek fő oka a csalás, a megtévesztés hatékonysága. Itt ne csak arra gondoljunk, hogy valaki becsapja a többieket és így előnyhöz jut. Ha a csoport tagjai nem jönnek rá a csínytevésre, akkor a csalás eredményes és huzamosabb ideig űzhető módszer. De magunkat is be tudjuk csapni. A döntéseinket kidolgozó tudattalan agyműködést nem tudjuk követni. Ezért általában nem vagyunk tisztában azzal, hogy

éppen miért merül fel bennünk ez vagy az a döntési lehetőség. Méginkább rejtettek maradhatnak a tudatos énünk számára számunkra az olyan indítékú döntések előzményei, amelynek mozgatóit a tudatos énünk szégyellné. Az ilyen döntéseket a tudatos részünk letiltaná, ha tudná, hogy igazából miért is döntöttünk éppen így vagy pedig erősebb tusakodás után fogadná csak el. A tudattalan az elrejtéssel megóv minket a lelkismeretfurdalástól és egyébtől. Azt mondhatjuk tehát, hogy magunkat még eredményesebben be tudjuk csapni, mint másokat.

A piac, mint a gazdaság kialakítója és fenntartója önszerveződő rendszert alkot. A piac a gazdasági élet kialakításának, megszervezésének és fenntartásának egyedüli lehetséges módja. Ezt a történelmi tapasztalatok birtokában nehéz lenne vitatni. Az önszerveződés alapfeltételeit elvető, bezárkózó, az embereket gúzsbakötő, vagy a piaci hatásokat csupán utánzó gazdaságirányítási módszerek eleve bukásra voltak és vannak ítélve.

Önszerveződő rendszer csak a környezetével együtt létezhet, a környezete erőforrásaiból tartja fenn magát. A piacnak mint önszervező rendszernek a környezete a társadalom és a természet, a piac az emberi erőforrásokat valamint a természetes nyersanyag- és erőforrásokat felhasználva alakult ki és fejlődött a mai alakjára. Az emberi erőforrások egy jelentős részének valóban a gazdaságot kell működtetnie. A piacnak viszont az a jó, ha minél több emberi erőforrás szolgálja a pénz forgását és az emberek csak a pénzzel mérhető dolgokkal törődnek. Ezt a piac el is tudja érni és ezzel elvonja az egyéb emberi tevékenységekhez szükséges erőt és időt. A természetet a piac a termelés nyersanyag- és erőforrásává valamint a termelés és fogyasztás szemetének lerakójává teszi.

A piac mindig az adott időpontban létező állapotot mérlegeli és döntéseit a pillanatnyi érdekek határozzák meg. A piac által uralt területeken a csak a mára figyelés, a napról-napra élés a hétköznapi lét mindent meghatározó elemévé válik. A piac, mint minden önmagát szervező rendszer természetszerűen növekedésre törekszik. A piac mindenhová behatolva mindent a saját értékrendje szerint igyekszik értékelni. Csak azt tekinti fontosnak, ami pénzzé tehető, amit nem tud a saját rendszerébe bevonni, azt félresöpri. A piac alárendeltjévé vált társadalmat már nem is érdekli más, csak az anyagiak és a pillanatnyi helyzete. Elvesztve a szellemi értékei jó részét, az átlagember egyre műveletlenebb lesz. Érdektelenné, közömbössé válik minden más iránt, ami nem az anyagi helyzetére vonatkozik. Az eltompult, emberek így nagyon könnyen befolyásolhatóvá válnak.

A piaci növekedés legegyszerűbb módja a kereskedés újabb földrajzi területekre való kiterjesztése. Korábban a terjeszkedés első lépcsőjét elsősorban a hadviselés, vagy az azzal való fenyegetőzés jelentette, manapság ez már csak ritkábban használt módszer. A szelídebb eszközök ugyanannyira, vagy akár jóval hatékonyabbak is lehetnek. Az ilyen jellegű terjeszkedés is könnyörtelen módon folyik, tekintet nélkül más szempontokra. Jó példa erre, hogyan viselkedett, viselkedik Nyugat az összeomlott szovjet tömb országaiban. Az erősebb, a nyugati fél piaci lehetőségeinek bővítése elsődleges fontosságú, mindegy, hogy a volt szocialista országoknak milyen árat kell ezért fizetni.

A kereskedelem bővíthető új és jobb minőségű termékek bevezetésével. Hatékonyabb gyártási eljárások bevezetésével a termelést olcsóbbá téve szélesíteni lehet a fogyasztói kört, nagyobb tömegek számára is hozzáférhetővé lehet tenni az adott terméket. Jó példa erre manapság a szórakoztató elektronika piacának növekedése és a számítógépek közkinccsé válása. Lehet a fogyasztást növelni pazarló vásárlói magatartást ösztönözve is. Ez a módszer, az egyre erőteljesebb hirdetés a mai fogyasztói társadalom fő alakítója. A hirdetés hatalmas erőforrásokat köt le, a megcélzottak életét úgy befolyásolja, hogy az illetők nem is tudnak, néha nem is tudhatnak róla. Fontos növekedési lehetőség a minél több csomagolóanyag használata. Ezzel nemcsak az eladható dolgok szaporíthatók, hanem a csomagolás szemrevalóbbá, kívánatosá teszi a terméket. Nagyon sok áru esetén a csomagolás már jóval többbe kerül, mint ami benne van. Természetesen a piac számára kedvezőtlen az üvegviszaváltás, sokkal jobb, ha a csomagolóeszközt mind kidobjuk.

A telített piacokon a növekedés még az ilyen módszerekkel sem biztosítható. Ezért, hacsak nem ütközik komolyabb visszautasításba, a hagyományok és az adott társadalom műveltsége képezte gátakba, a piac a társadalmi lét olyan területeire is behatol, ahol a pénzzel mérhetőségnek

nem volna szabad meghatározó szerepet játszania.

Nézzük meg, hogyan befolyásolja a terjeszkedő piac a családot. A család szétesése, a válás a családtagok szempontjából nagy csapás, de a piac számára egyenesen kívánatos. Ugyanis a kétféle költözés miatt újabb lakhelyre, konyhafelszerelésre, mosógépre, stb. van szükség. Ezért az elvált férjnek és feleségnek jóval több pénz szükséges, többet kell dolgozniuk, mint korábban. A piac egyenesen kedveli a magányos embereket, az egyszemélyes háztartásokat. Az egyedülálló, mivel nincsenek olyan időigényes emberi kapcsolatai, mint a házastárssal, gyermekekkel, szülőkkel és rokonokkal való foglalkozás, a fogyasztással tölti szabad idejét is és ezért egyre többet dolgozik. Míg korábban az öreg, beteg családtagot a család gondozta, a piac a pénzzé tehető szolgáltatások híve. Menjen az öreg és a beteg olyan intézménybe, otthonba, ahol a megtakarításaiért, házáért, nyugdíjáért gondozzák. Amellett, hogy így egy fontos terület, ahol korábban nem forgott a pénz, a piac részévé vált, az is jó, hogy így nem esik ki a másra képzett családtag a munkájából. Ez a gazdaságos.

A társadalmat fenntartó alapvető rendszerek megfelelő szintű fenntartása közérdek. A közművek, mint a víz, a csatorna, a villamosáram, a gáz valamint a tömegközlekedés a társadalom alapszükségleteit elégítik ki. Az emberek biztonságos ellátása korábban meghatározó szempont volt. A lehetséges meghibásodások számának csökkentése komoly összegbe kerül, mert ezek elkerülésére tekintélyes tartalékokat kell képezni. A közművek ezért régebben kizárólagosan állami tulajdonban voltak. Az állam önköltségi árakat kért használatukért és a közművek biztonságosak voltak. Komolyabb áramkimaradás és más ellátási zavar elvétve fordulhatott elő.

Az Egyesült Államokban és manapság Európában is magánosítanak közműveket. Emiatt a szolgáltatások ára nő, mivel az önköltségen kívül a tulajdonosnak haszna kell, hogy legyen. A tulajdonos továbbá a tartalékok csökkentésével tud nagyobb haszonra szert tenni. Emiatt egyre több a nagyobb üzemzavar. Aminek hatalmas költségeit természetesen nem a közművek tulajdonosai, hanem a fogyasztói tömegek és az állam viseli. A tulajdonosoknak így jobban megéri. A magánkézbe adott tömegközlekedést az USA-ban egyenesen elsorvasztották. A nagyvárosok tömegközlekedését gépkocsiipari érdekeltségek kaparintották meg. Ezek először a gazdaságosságra hivatkozva ritkították az egyes járatok számát, zsúfoltabbá téve az utazást. Később szintén a gazdaságosságra hivatkozva járatokat szüntettek meg, majd szép lassan eltűnt a tömegközlekedés. Angliában a vasút magánosítása nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, mivel a vasúti szolgáltatások színvonala csökkent, az üzemzavarok, balesetek száma pedig megnőtt.

Az emberek egészsége közügy. Ezért az egészségügyi ellátás, összetettségénél fogva is, elsősorban állami feladat. Az egészségügy feladata az lenne, hogy az embereket minél hosszabb ideig minél jobb egészségben tartsa. Ha pedig megbetegedtek, minél gyorsabban meggyógyuljanak. A magánkézbe adott gyógyítást viszont elsősorban a tulajdonos haszna szabályozza. Haszna pedig akkor van, ha minél több a beteg és minél hosszabb ideig betegek. A magánosított egészségügy a hosszú életű, ám idült betegségben szenvedő és így állandóan gyógyszerre, orvosi felügyeletre, beavatkozásra szoruló emberekben érdekelt. Emiatt a megelőzés, az egészség megőrzése az emberek magánügye marad.

A magánosított egészségügy másik jellemzője a felesleges beavatkozások sokasága. A magánkórház akkor jár jól, ha minél több vizsgálatot, beavatkozást végez. Akkor is, ha nem lenne egészen indokolt. Számára ez a gazdaságos. A biztosítónak sem érdeke és nagyon költséges lenne, ha jobban utána nézne, mit miért csinált a kórház. Egyszerűen megemelik a biztosítások árait, így az ő hasznuk is nagyobb lesz. Így azután, miközben az ország egyre többet költ az egészségre, az emberek egyre nagyobb számban szorulnak ki az ellátásból. Az USA-ban az egészségügyre fordított pénz tekintélyes része a biztosítók fenntartására fordítják, miközben minden hetedik ember egészségügyi biztosítás nélkül kénytelen élni. Évente milliószám végeznek felesleges beavatkozásokat.

A valóban hatékony megoldásra a régi Kína egészségügyi rendszere a példa. Ott is volt biztosítási díj amit az emberek az orvosnak fizettek. De csak addig, amíg egészségesek voltak. Amint megbetegedtek, attól fogva nem fizettek, hanem az orvos állta a gyógyítás költségeit. Emiatt

az orvosok abban voltak érdekeltek, hogy az emberek minél magasabb kort éljenek meg minél jobb egészségben. Ezért elsősorban a megelőzésre összpontosítottak, továbbá arra, hogy a beteg minél hamarabb meggyógyuljon. Mindenkinek így volt a legjobb. Manapság az általános, állami felügyelet alá tartozó megbiztosítási rendszer, rendszeres szűrővizsgálatokkal és az egészséges életmódra neveléssel társítva lenne a legjobb megoldás.

A piac nem kívánatos terjeszkedése miatt nem magát a piacot hibáztathatjuk, amely természeti törvényt követve viselkedik és aszerint igyekszik növekedni. Az ember és a társadalom felelősége az, hogy az általa életre keltett piac ne váljon elszabadult gólemmé. Ne engedjük fölének kerekedni, hanem fékezzük meg még időben, hogy újra csak a szolgánk lehessen.

#### **Az ember boldogságáról**

A pénz körforgása, a gazdaság elszabadult növekedése nemcsak a természetes környezetet pusztítja, hanem az embert is tönkreteszi. A termeléshez és a megtermelt dolgok elfogyasztásához a piac igyekszik az embert egyre jobban magába vonni. Dolgozz minél többet, hogy minél többet fogyaszthass, ez az alapvető irányzat. A fogyasztói társadalom válsága ezért nem pusztán abban nyilvánul meg, hogy a pazarló fogyasztás a jövőben nem folytatható, hanem abban is, hogy nem azt nyújtja az embernek, amire ténylegesen szükségük volna. Ugyanis hamis az a kép, hogy az embert az anyagi javak bősége teszi boldoggá. A felmérések arról tanúskodnak, hogy az anyagi jólét és a boldogság vagy az étellel való elégedettség között van ugyan kapcsolat, ám ez nagyon szerény. Az anyagiak igazából csak addig fontosabbak, amíg a legalapvetőbb testi szükségleteink kielégítéséhez kellene. Ha a szegények sem fájnak és éheznek, akkor ők és a gazdagok közel azonos eséllyel lehetnek elégedettek az életükkel.

Csíkszentmihályi Mihály eredményei nyomán tudjuk, hogy az ember akkor érezheti magát elemében, ha képességei határán tevékenykedve halad valamilyen cél felé. Ekkor belemerül valamibe, ami teljesen igénybe veszi, annyira, hogy megfeledkezik mindenről, észre sem veszi az idő múlását. Ez az örömteli állapot, magyarrá áramlatként fordították, a munka, a családdal való foglalkozás és a szabadidő során egyaránt elérhető. Minthogy a tevékenység teljesen leköti, az áramlatot átélő ember megszabadul a gyötrelmeitől. Ha ugyanis a cél túl könnyen elérhető, akkor az unalom, ha a célkitűzés nagyratörő, akkor a sikertelenség miatti szorongás fenyegeti. Az áramlat eléréséhez nem kellene különösebb anyagiak, sőt, minél pénz és energiaigényesebb a tevékenység, az áramlat élménye annál ritkább. A piac az embert a hirdetések segítségével igyekszik minél jobban a gazdaság alárendeltjévé tenni.

#### **A hirdetések módszerei**

A hirdetésekhez felhasznált módszerek nagyon hatékonyak, hogy miért, arról számos esetben még a szakemberek is vitatkoznak. Az emberek általában nem szeretik a hirdetéseket, zavarja őket, nem figyelnek rá. Azt gondolják, joggal, hogy a legtöbb yoghurt, szappan, sampon, stb., mind egyforma, teljesen mindegy, melyiket veszem meg, hagyjanak békén a hirdetésekkel. A hirdetések éppen azokat az embereket célozzák meg, akik nem tudatosan választanak valamit. A szakemberek a hirdetés üzenetét úgy igyekeznek eljuttani, hogy az az oda nem figyelő emberre is hasson.

A hirdetések hatásának alapvető jellemzőjét nagyon jól szemlélteti az a kísérlet, amit még a régi idők mozijának nézőin végeztek el. Akkoriban a műsor a híradó és a kisfilm vetítésével kezdődött, majd szünet következett, utána vetítették a műsor nagyfilmjét. A kísérletben a híradófilm szalagjába kb. minden huszadik kocka után belevágtak egy Coca-Colás palackot. A bevágott képeket a híradó nézői nem vették, vehették észre, de a tudattalanjuk vette az üzenetet. A néző, nem tudta miért, szomjasnak érezte magát. Ezért a szünetben a szokottnál jóval többen mentek a büfébe inni valamit. Nem tudták miért, de a sokféle ital közül mind a Coca-Colát választotta. A következő alkalommal a híradófilmbe bevágott képen pattogatott kukorica volt. Most a nézők éhesnek érezték magukat és a szünetben a büfében nem tudták miért, de a sokféle ennivaló közül a pattogatott kukoricát vették meg. A módszer ugyan be van tiltva, ám a lényege, miszerint a figyelő ember tudatába képeket lehet becsempészni, anélkül, hogy az illető tudna róla, széleskörben alkalmazott.

Az eljárás azért sikeres, mert a feszültebb állapotban lévő, váratlan dolgoktól tartó, figyelő

ember agya nagyon sok külső jelzést feldolgoz. Általában csak azok az észlelések válnak tudatossá, amik a figyelem tárgya szempontjából fontosak, de a többi is nyomot hagy az emberben. Például a gépkocsivezető állandóan figyel, mert készülnie kell az esetleges váratlan eseményekre is. A vezető feszültebb állapotára építenek az utak mentén elhelyezett óriáshirdetmények. Ezek sem érdekelnek senkit, a vezető nem is nézheti meg a hirdetményeket, mert akkor belefuthatna az árokba, de észleli azokat. Sokszor utazva azon az útvonalon, az óriáshirdetmény képe berajzolódik az elméjébe. Vagy gondoljunk a megállóban várakozó utasra. Nem érdeklük a megálló falára kiragasztott hirdetések, de ide-oda lesve, forogva, várva a buszt, észleli a hirdetések is. Minél többször szokott késni, kimaradni az adott járat, annál idegesebb a várakozó utas, annál hatékonyabb lesz a hirdetés.

A sport ragyogó lehetőségeket nyújt a hirdetőknél. A sportesemény előre nem látható fordulataival, izgalmaival ragadja meg a nézőt. Senkit sem érdekelnek a pályát övező hirdetmények, de mivel a nézők erősen figyelnek, a mérkőzés velejárájaként észlelik azokat, már csak azért is, mert a hirdetések képei igen sokszor ismétlődnek a meccset folyamatos fejmozgással követők számára. A talán leghatékonyabb hirdetési lehetőség az olyan autóverseny, ahol kötött a pálya. Ekkor a száguldozó kocsik nagyon sokszor elhaladnak a hirdetések képei előtt. A tévéközvetítés során a sportolót vagy a labda, a korong pályáját felvevő kamerák ki sem kerülhetik a kirakott reklámokat. A tudattalanba így berajzolódott képek határozzák meg azután, hogy a bevásárlóközpontba betérő ember miket rak a kocsiba.

A keményebb hirdetési módszereket az jellemzi, hogy először feszültebb, izgatottabb állapotba hozzák az embert, és azután rögtön, mielőtt még a feszültség lecsökkenne, mutatják a hirdetések. Az ember figyelme a jelenetet követően ugyan lankad, de még épp elég éber ahhoz, hogy a hirdetésekre is jusson valamennyi belőle. Mivel lehet az ember figyelmét felkelteni? Erre a legjobb eljárás az újjal, a szokatlannal való csábítás. Az új és a szokatlan figyelemfelkeltő, mert vagy veszélyt rejthet magában, vagy új lehetőségeket hordoz. Emiatt ösztönösen is figyelünk az új vagy szokatlan dolgokra. Az újságban az árvíz az hír, de az, hogy száraz időben gátakat építenek, erősítenek, nem különösen érdekes. Az új, a szokatlan, az ismeretlen figyelemfelhívó hatására, csábítására épít a kereskedelmi rádió és tévé is. Milyen jellegű újdonságok azok, amire a legjobban figyelünk? Az ember különösen érzékeny az erőszak, a pusztulás látványára, jeleire. Ezek valamennyi embert, értelmességétől függetlenül feszültebb állapotba hozzák, ezért az erőszak, a pusztítás mutogatása a kereskedelmi tévék legáltalánosabban használt eszköze. A magyar kereskedelmi képcsatornákon az erőszakos jelenetek aránya 60-65% között mozog, a törvények előírásainak betartása körülbelül ennyit engedélyez a szerkesztők számára.

A tévénézők figyelmének fenntartása változatos módszerekkel történik. A hírműsorokat érdemes minél rövidebbre, ám csattanósabbra szerkeszteni. A nagyvilág történéseire bizonyosan lehet építeni, a háborúk, a terrorizmus, a természeti csapások, a nagyobb külföldi szerencsétlenségek biztos hírek. Külön csomagba érdemes rakni a hazai szerencsétlenségek, balesetek képeit, a megrázó hatásuk biztosított. Az izgalmas, veszélyes helyzeteknél, éppen a legforróbb pillanatokban hirdetéssel megszakított film különösen hatásos. Nemcsak a jelenet keltette izgalom növeli a bejátszott hirdetések eredményességét, hanem a megzavart néző dühös indulata is fokozza a reklámozás hatékonyságát. A nem csupán izgalmas, hanem egyenes veszélyes helyzetek kiváló hirdetési lehetőségeket adnak, gondoljunk az akció-, a katasztrófa- és rémfilmekre, a krimikre, a minden folytatásban másféle izgalmat kínáló szappanoperákra. A kereskedelmi tévécsatornák kínálatát ezért a ilyen filmek határozzák meg. Ezeket a filmek egyenesen a kereskedelmi televíziózás számára készülnek. Futószalagon gyártják őket és a képcsatornáknak eladott példányokon eleve be vannak jelölve a pontok, hová kell berakni a hirdetések. Az ilyen filmek forgatókönyveit a hirdetések szempontjai határozzák meg, 25-30 percenként és természetesen a film végén el kell érni a cselekmény valamelyik idegborzoló jelenetéhez.

A felkavaró híradóműsorokat, az izgalmas filmeket nézők izgulnak, tudat alatt maguk is veszélyben érzik magukat és ez, mint látni fogjuk, egyfajta tudati átalakulást eredményez. Mivel a híradó vagy a film végén vagy a film megszakítása után mindig a fogyasztás derűjét és szépségét mutató hirdetés következik, az izgalmon kívül egy rejtett, ám az adott hirdetések befolyásán jóval

túlmutató hatás is megjelenik. Az izgalomtól, a szorongástól való megszabadulás pillanatában mindig a hirdetéssel, benne a fogyasztás és a vásárlás örömeivel szembesülünk, ezért egy idő után az elme számára a fogyasztás és vásárlás testesíti meg a jót, a menekülést, az életet. Az ember tudata ugyanis az ismétlődő mintázatokból tanul, azokat összetartozónak tekinti. Az átlag magyar tévénező 3-4 órát ül naponta a tévé előtt, a híradókat és a filmeket nézve az elméje esténként átlag legalább tízszer tanulja a leckét, miszerint a szorongás oldódásához a vásárlás és fogyasztás öröme társul. A napi tízszer, így hetente hetvenszer, havonta háromszázszor megtapasztalt dolog átírja a tudatot. Az emberbe egyre jobban belevésődik ez a beidegződés és egy idő után már nem is lesz szüksége másra, csak pénzre, mert vásárolva, fogyasztva nyugodtabbá, oldottabbá tud válni.

Az átírt tudatú emberek a tévéműsorok keltette szorongást is fogyasztással csillapíthatják. Bár nem éhesek, de esznek, eszegetnek a tévé előtt. Egyszerűen mert jólesik és igazuk is van. Többen elmondták, ha izgalmasabb a film, gyorsabban kapkodják a rágcsálnivalót. A szorongáscsillapító csodaszer, a vásárlás és fogyasztás boldogító hatása nemcsak a tévé előtt hat, hanem a mindennapokban is, amikor az életünk gondjai, a munka, munkahely, a család, a tanulmányok, a betegségek miatt gyötrődünk. A szorongó ember, amikor hazaér, nekiesik a hűtőszekrénynek, mohón eszik vagy elmegy vásárolni.

A fogyasztói társadalom polgára már nem azért vásárol, mert szüksége van valamire, hanem mert egyszerűen jólesik vásárolni. Nem is tudja megmondani, miért esik igazából jól neki, mert nem tud arról, miképpen nyúltak be a tudatába. A belső feszültség ugyan csillapítható a fogyasztással vagy vásárlással, ám nem tűnik el. Az előttünk járó fejlett Nyugaton már jól ismertek a szenvedélyesen evők, vásárlók, akik emiatt orvosi kezelésre szorulnak. Az USA-ban a szenvedélyesen vásárló betegek száma 15-20 millió között lehet.

#### **A fogyasztói társadalom válsága**

A több pénzért viszont egyre többet kell dolgoznia, a rengeteg cuccot nemcsak meg kell venni, hanem elő is kell állítani. A fogyasztói társadalom polgára egyre többet energiát kénytelen a munkába ölni. Mivel a munkahelyek nagy többsége egyhangú tevékenységet igényel, mert értelmes, alkotó munka egyre kevesebbeknek jut, ezért a munka egyre jobban fáraszt. A fogyasztói társadalom így hatalmas emberi erőforrásokat köt le. A fáradtan hazaérő emberek mivel másra már nem is nagyon jók, a képcsatornák előtt kötnek ki, ami fokozza bennük a fogyasztás szomjúságát. Kevesebb idejük és főleg energiájuk jut a sok szabadidőt ám bizonyos erőbefektetést igénylő kedvteléseikre, egyre ritkábban érzi magát jól az ember, romlanak az emberi kapcsolatok, mert azokra sincs erő és idő. A fogyasztói társadalom embere csapdába esett, egyre kevésbé szabad és egyre boldogtalanabb, mókusgurigába zárták. Ez az egyik oka annak, hogy minél gazdagabb egy társadalom, annál kevésbé kell a gyermek. Gyermekre csak az vágyik, aki szereti az életet, bízik a jövőben. A felesleges javakban dúskáló fogyasztó az életét egyre zaklatottabbnak, kilátástalanabbnak érzi, nem vágyik a gyermekre, a folytatásra.

Akik pedig nem tudnak több pénzhez jutni, mivel nem dolgozhatnak, mert nincs munkahelyük vagy alacsony a nyugdíjuk, többszörösen hátrányos helyzetben vannak. A hirdetések egyrészt teljesíthetetlen vágyakat keltenek bennük, hisz esélyük sincs arra, hogy valamit a legszükségesebbeken kívül megvehessenek. Viszont bőven van idejük, a legnagyobb szegénységben élő falusi emberek, kisnyugdijasok, sokgyermekes családok gyermekei közül is nagyon sokan a kereskedelmi tévék adásait nézve töltik napjaikat. A fogyasztás szorongásoldó hatása így bennük is kifejlődik, de mivel nincs pénzük, nem mehetnek el csakúgy vásárolni. Ezért a nyomorukat még nagyobbak érzik, mint amilyen.

A piac sárkányának táplálása hallatlan emberi energiákat emészt fel. Ráadásul etetni kell, mert ha nem növekedhet, gazdasági válsággal fenyeget. Ha az emberek elunják a fogyasztást, mondván, megvan mindenünk, töredékét sem tudjuk élvezni annak, amit összegyűjtöttünk, minek hajszoljuk tovább magunkat, akkor összeomolhat a gazdaság. Túlkínálat keletkezik, mert nincs elég vásárló és emiatt nem rendelnek a kereskedők. A romló eredmények hatására zuhanni kezdenek a részvényárak. Az egyének visszahúzódó viselkedése a gazdaság egészének összeomlásához, gazdasági visszaesésre vezet. Ezért az embereket minél hatásosabb hirdetésekkel kell rávenni arra,

hogy hajlandók legyenek még többet dolgozva még többet vásárolni.

Mit vár a piac a fiattól? Költse a pénzt minél jobban. Legyen maroktelefonja, beszéljen vele minél többet, vegyen minél több cuccot magának, mosson naponta akár kétszer is haját, szórakozzon minél többet. A dohányzásra általában a 18 éven aluliakat lehet rászoktatni, ez kiderült az amerikai dohánygyárak felméréseiből. Ekkor az önazonosságukat még nehezen leelő gyermekek képesek arra is, hogy szándékkal rosszul válasszanak. Tudják ugyan, hogy a dohányzás árt, de lázadásból önkéntelenül is az önpusztítás eszközéhez nyúlnak. A hirdetések éppen erre a bizonytalan helyzetre építenek. Azt sugallják a gyermekeknek, hogyha rágyújtanak, olyanok lesznek, mint a helyüket megtalált felnőttek. Holott aki dohányzik, mint diák, azt mutatja meg magáról, hogy kiforratlan, gyermeces személyiség.

A pazarlás csökkentése, a termelési rendszerváltás a válság kezelésének csak egyik része. Az ember azonban sok minden mást is szeretne csinálni, mint termelni és cuccokat vásárolni. Elsősorban a szellemi értékek, mint a társas és közösségi kapcsolatok, a műveltség, a művészetek és sok más amik az embert boldoggá tudják tenni. Míg az anyagiak korlátosak, a szellemi értékek határtalanul gyarapíthatók. Senki sem mondhatja, hogy ennél tökéletesebb barátságot, házasságot, jobban nevelt gyermeket, szebben megírt könyvet, gyönyörűbben eljátszott zenét, jobb közösséget stb. már el sem lehet képzelni. A világunkat a mainál sokkal emberibbé kell tenni. Ha inkább a szellemi értékek felé fordulunk, akkor az anyagiakból jóval kevesebb is elég. A törzsfajlódástól pont a szellemi képességeinket kaptuk mint különleges adottságot. Ha elsősorban a szellemi értékeinkért élünk, akkor illeszkedünk a világ rendjéhez, a természet hordoz bennünket és megmaradhatunk. Ha rendkívüli szellemi képességeinket elsősorban az anyagiak halmozására fordítjuk, akkor kizsigereljük erőforrásainkat, tönkretesszük a környezetünket és az élethez, a gyermekekhez sincs igazából kedvünk. Az ilyen ember, mivel nem illik a világ rendjébe, a természetes kiválasztódás elvének megfelelően elpusztul.

A szellemi értékek felé való fordulás, az ehhez szükséges készségek meghatározó módon magzat és csecsemőkorban, két-három éves korig fejleszthetők. Ha ekkor nem szerzi meg a picit a szükséges fogékonyságot és érzékenységeket, utána már jóval nehezebben juthat hozzájuk. A fenntarthatóság elérése ezért elsősorban nevelés majd oktatás kérdése.