

Greenpeace – globalni politični dejavnik

Kako se je Greenpeaceu posrečilo iz anonimne vancouverške skupine zrasti v največjo in najvplivnejšo ekološko organizacijo na svetu? Zaradi vsega tistega, zaradi česar jo zdaj postavljajo za zgled ravnanja mednarodnih organizacij v bodočem enem svetu:

- zaradi močne centralne uprave, ki zagotavlja kar največjo intervencijsko in akcijsko sposobnost, enotna merila in identiteto,
- zaradi delovanja preko javnosti, pri čemer je zelo pomemben njen nadstrankarski položaj,
- zaradi tega, ker zadovoljuje prastaro človekovo potrebo po junaštvu in čistosti,
- in zato, ker so njeni cilji občečloveški – zadevajo torej nas vse.

Kombinacija nenasilnih akcij in neposrednega in tveganeega človeškega angažiranja za globalen cilj ob široki prisotnosti svetovnih medijev se je v primeru Greenpeacea izkazala za uspešno in posnemanja vredno. GIP (Greenpeace International), ki po svoji strukturi spominja na multinacionalne koncerne, podobno kot Amnesty International učinkovito igra na strune mednarodnega javnega mnenja. Na področju ekoloških problemov deluje povsem v skladu s pogoji na Zahodu, še posebej v skladu s pogoji zahodnih medijskih trgov in je v veliki meri zaslužen za to, da so ti problemi proniknili v ospredje svetovne pozornosti.

UPRAVA

Podobno kot Amnesty International tudi Greenpeace upravlja močna mednarodna centrala, ki nadzira celotno organizacijo in skrbi, da je zmeraj sposobna organizirati učinkovite kampanje in posredovati preko občil. Centralizirana struktura temelji na optimalni udarni moči in po tem močno spominja na kak multinacionalni koncern.

Odločitve sprejema razmeroma ozek krog ljudi – na mednarodni ravni pooblaščenci (Trustees), ki se srečajo enkrat na leto, da bi določili kampanje za naslednje leto, in petčlansko predsedstvo, ki vključuje dva člana iz ameriško-pacifiškega dela, dva Evropejca in predsednika. Na ravni ZRN (to je treba omeniti posebej, ker si je s tem, ko daje organizaciji največji gmotni prispevek, zagotovila največ besede) obstaja tričlansko vodstvo zaslužnih članov, ki ima pravna pooblastila in sprejema odločitve. Ker je Greenpeace zelo odvisen od učinka presenečenja, je nadvse pomembno, da ostanejo nekatere njegove dejavnosti v tajnosti. Najvažnejša pa sta učinkovitost in profesionalnost. Na temelju koncepta odgovornosti elite je Greenpeace dobro funkcioniral vse do leta 1991.

POSREDOVANJE PREKO JAVNOSTI

Tako kot za Amnesty je tudi za Greenpeace osrednjega pomena delovanje preko javnosti. Preko javnosti skuša vplivati na politiko: "Pritisk javnosti je najpomembnejši. Edino kar zanima politike, je moč, in ta interes moramo izkoriščati z vsemi sredstvi." "V zahodnih deželah v določenem smislu odločajo ljudje na cesti (McTaggart v intervjuju za nemško revijo Stern, 1987). Moč javnega pritiska na politično odločitev se je v zadnjem času kar dvakrat potrdila: prvič, ko je multinacionalka Shell hotela potopiti naftno ploščad Brent Spar in je Greenpeace preko javnosti dosegel, da jo morajo razstaviti na kopnem, in drugič, ko je dvignila na noge svetovno javnost proti francoski nameri nadaljevati podzemeljske jedrske poskuse na Mururoi. Francozi sicer še niso popustili, a so si poleg ogroženih domačinov nakopali sovražnike po vsem svetu, zadevo zdaj preleva ameriški kongres..."

GREENPEACE SAM USTVARJA RAZBURLJIVE DOGODKE

Koncept enotne akcije, globalnega cilja, osebno-telesne prisotnosti in nenasilnosti pri kršenju pravil ter optimalne medij-

ske pozornosti se je obdržal od prvih uspešnih ukrepov proti ameriškim jedrskim poskusom v letu 1970:

Na prizorišče stopi akter, ki se odlično sklada z zahodnim medijskim sistemom in ga kar najbolje izkoristi. Omogoča mu poročanje o senzacionalnih in hkrati moralnih akcijah, opravljenih skladno z nameni organizacije: preprečevati jedrske poskuse, lov na kite, odlaganje jedrskih odpadkov v globine oceanov in pretovarjanje jedkih kislin, zapirati odtoke strupenih odpadkov ali radioaktivnih tekočin, se dejavno zavzemati za prebivalce južnih morij, prizadetih zaradi jedrskih poskusov, toda tudi v korist mladičev tjulenjev. Vse to je pod jarko lučjo medijskih žarometov in z namenom, da problem "udari v oči javnosti", hkrati pa tudi oblikuje profil organizacije.

Medijski odmev je bil do leta 1991 večinoma pozitiven, in to ne glede na politično orientacijo. Vzemimo za primer odziv Nemcev. Velika večina člankov je bila Greenpeaceu naklonjenih. Z izjemo peščice kritičnih so vsi brez zadržkov objavljali Greenpeaceova poročila in soglašali z njegovimi cilji. To je v strankarskopolični in ideološko polarizirani družbi, kakršna je nemška, občudovanja vreden dosežek. Širši javnosti pa se seveda še najbolj vtisnejo v spomin spektakularne akcije, kadar jih neposredno prenaša televizija.

STROGA POLITIČNA NEVTRALNOST

Eden izmed prvih pogojev uspeha je, da ostaja organizacija zunaj strankarske politike. Od aktivnih članov pričakuje, da ne bodo prevzeli nobene vidnejše vloge v političnih strankah. Izrazila je nestrinjanje z ravnanjem tistih svojih članov, ki so se hoteli vplesti v lokalno politiko (na primer s kandidaturo svoje predstavnice za ministrico Spodnje Saške ali s plakati, s katerimi so nemški greenpeaceovci demonstrirali proti CSU, ker je podpirala jedrske obrate v Wackersdorfu).

Organizacija se strankarskopolično vede strogo nevtralnno, četudi so njeni člani bolj levičarsko ali liberalno kot pa konzervativno usmerjeni. S takim konceptom žanjeta tako Greenpeace kot Amnesty International velik uspeh prav v okolju, v katerem v politiki ni mogoče na prvi pogled razlikovati dobrega od zla. Greenpeace je doživel vrhunec svetovne pozornosti in odločilni porast ugleda kot žrtev brezobzirnega bombnega napada na svojo ladjo Rainbow Warrior na Novi Zelandiji pred desetimi leti. Z njim je francoska tajna služba, povsem v nasprotju s svojimi namerami, postavila na sramotilni steber samo sebe, Francijo in jedrske poskuse.

HEROJSTVO IN ČISTOST

Greenpeace s svojimi akcijami zadovoljuje dve moralni potrebi, ki ju politika ne more: hrepenenje po junaških dejanjih in čistosti. Z neposrednimi akcijami simbolično uresničuje načela, ki jih je mogoče v politiki uveljaviti le postopoma in kompromisarsko, zaradi česar je potem vtis manj prepričljiv in polovičarski. Tudi povprečen državljani se v svojem zasebnem življenju večinoma ne obnaša prav nič junaško: kadi, se vozi z avtomobilom, zapravlja energijo in se zabava, namesto da bi dejavno uresničeval svojo moralno voljo. Prav zaradi tega ga očarajo heroične akcije, ki ustrezajo razgibanim, življenja polnim vzorom kot kultivatorjem naše družbe.

Sodeč po izsledkih raziskav javnega mnenja, uživa Greenpeace velik ugled. Glede vprašanj varstva okolja je deležen daleč največjega zaupanja, šele z velikim zamikom mu sledijo nekateri politiki. "Kar je bil prej ljubi bog, cesar, Albert Schweizer ali vojska odrešitve, je danes Greenpeace: to so poslednji junaki v brezdušnem svetu, prinašalci pustolovščin, upanj, prihodnosti, morale in puntarstva proti neznosnim sušečega se planeta" (TAZ, 30. 6. 1986).

Da ljudje Greenpeace na veliko sprejemajo, je očitno tudi iz dotoka prostovoljnih prispevkov, ki so spet pogoj za strokovnost in operativno sposobnost. Greenpeace uporablja metode modernega oglaševanja, še posebej neposredno pošto s komercialno nabavljenimi stalnimi naslovi. Od leta 1989 je finančno najmočnejša okoljevarstvena organizacija na svetu.

Naraščajoča integracija svetovnega trga, na katerem tudi reklame učinkujejo vse bolj globalno in ima sloves podjetja, njegov imidž vedno večji pomen, ustvarja ugodne življenjske razmere za po vsem svetu delujoče človekoljubne organizacije.

GREENPEACEOVI CILJI SO CILJI VSEH ZEMLJANOV

Greenpeace s svojo govorico, ki se vtisne v spomin, samo posnema propagandno industrijo, še posebno ameriško negativno propagando. Pri tem so še posebej izpostavljena in prizadeta podjetja, ki imajo na širokih ali posebnih trgih močno konkurenco: Nemci so z mogočnim bojkotom Shella prisilili multinacionalko k vdaji. Vendar jih ta bojkot ni nič stal, saj so bencin lahko natakali pri Esslu namesto pri Shellu.

Z naraščajočo občutljivostjo javnosti za vprašanja okolja bo sprejemljivost naravovarstvenih organizacij vedno večja. V primerjavi s humanitarnimi organizacijami vrste Amnesty imajo to prednost, da gre za blaginjo vseh in ne "le za neke zapornike ali žrtve nasilja nekje daleč od nas".

Poleti 1991 pa se je pojavil niz protigreenpeaceovskih člankov: organizaciji so očitali, da je “denarni stroj”, da je zbirokratizirana, predraga, da ne dopušča sodelovanja in soudeležbe, da se ne briga za Indijance in Eskime ter da je po uspehu v globalni krizi. V bistvu je šlo bolj za obračun med mediji, predvsem med nemškimi tednikom *der Spiegel* in Greenpeaceom, boj za ugled v očeh javnosti. Vendar se nobena druga kampanja v zvezi z globalnimi problemi ni niti približno približala odmevu, ki ga ima Greenpeace.

Danes se ekološkemu aktivizmu za “zeleni mir” nihče več ne posmiha. Marsikateri mogočnik zaradi njega ne more spati, omenimo le Exxon, Shell, Cogemo, francosko mornarico... Na začetku je bilo čisto drugače. Bradati varuhi narave, ki so se leta 1971 v Vancouvru (Kanada) na starih ribiških ladjah odpravili protestirati proti ameriškim jedrskim poskusom na Aljaski, so govorili v prazno in zbujali zgolj usmiljenje. Skupinica, ki jo je družil pacifizem in nenasilen boj proti ekološkim pregreham, je bila preslabo opremljena za spoprijem z velikanom. Takrat se je porodil mit o prevejanem Davidu in okorelem, togem velikanu Goljatu.

Prva zvijača, ki je pomagala Greenpeaceu iz anonimnosti, je bilo srečno naključje, da je na čelo dobil izvirno osebnost in izrednega stratega: kanadskega pomorščaka Davida McTaggarta. Ta je iz peščice alternativnih bojnikov naredil mogočen vzvod, tako da je poskrbel za dvojce: podobo gibanja, ker je to najhitrejša in najpreprostejša sredstvo za pridobivanje javnega mnenja na svojo stran, in komunikacijo, kajti dobra informacijska mreža je neobhodna, če hočejo biti obveščeni prej kot drugi in pridobiti čas, da se pripravijo na spopad. Zato se je organizacija že zelo zgodaj opremila z najsodobnejšimi komunikacijskimi sredstvi in z njimi nadomestila maloštevilnost. Vse pisarne so povezane z elektronsko pošto in so po satelitu v Bostonu (ZDA) povezane med seboj. Tako tehnično opremljen je Greenpeace zmeraj prvi na okopih.

DAVID MCTAGGART

Človek, ki je bil dolgo gibalno Greenpeacea, je zapleten, zelo zadržan, tako zelo nezgovoren, da njegovi sodelavci ne vedo niti, koliko otrok ima (pripisujejo mu štiri hčere od neznanega števila žena, trenutno je ločen). Nikoli ne daje intervjujev.

Rodil se je leta 1932 v Vancouvru v Britanski Kolumbiji v družini “okorelih škotskih kalvinistov”, kot pravi sam. Pri sedemnajstih je obesil šolo na klin in bil tri leta kanadski državni prvak v badmintonu.

Ko je postal polnoleten, je postavil na noge uspešno gradbeno podjetje, a je leta 1969 doživel polom, ko se je podrla

smučarska kočica v Kaliforniji, ki jo je postavil, tako da je moral za odškodnino izplačati večino svojega bogastva. Pustil je posle, si kupil barko Vega, odplul na Južni Pacifik in tri leta blodil po tamkajšnjih atolih. Leta 1972 je zagledal oglas, da iščejo prostovoljce, ki bi bili voljni odjadirati na Mururoo protestirat proti francoskim jedrskim poskusom. Te so takrat opravljali še na zemeljskem površju. Oglas je objavila majhna vancouverška organizacija z imenom Don't Make Wave Committee, ki pa se je kasneje preimenovala v Greenpeace.

McTaggart je topo odplul proti atolu, se zasedel na verjetnem kraju poskusa in kak mesec ždel tam. V Vego je zadel francoski minolovec, a Francozi so trdili, da je povzročila nesrečo Vega in da so oni samo rešili varuhe okolja.

Naslednje leto se je besni McTaggart vrnil s popravljeno barko. Tokrat so ga Francozi pretepli in mu za zmeraj poškodovali desno oko. Trdili so, da se je sam ranil pri padcu, vendar je članica posadke posnela spopad in pretihotapila film v svoji vagini. V Franciji je nastal krik in vik in vlada je morala obljubiti, da bo v prihodnje opravljala jedrske poskuse pod zemljo.

Do leta 1980 je McTaggart Greenpeace že organiziral kot mednarodno silo. Tri leta je dobival odškodnino od Francije, potem pa začel ustanovljati pisarne dotlej severnoameriške organizacije tudi po Evropi: v Londonu, Parizu in Amsterdamu, preprečil razkol in stopil na čelo Greenpeacea, katerega duha odtlej uteleša. Prav on je bolj kot kdorkoli drug zaslužen za to, da je Greenpeace prerasel v orjaško mednarodno organizacijo s tisoč zaposlenimi in skoraj sto milijoni dolarjev letnega priliva.

O njem vedo povedati, da se ne meni za sestanke in papirje, da nikoli ni nič napisal. "Če vam je zaupal, vam je pustil prosto pot, če ste kaj pobrkjali, vas je okrcal ali pa nagnal." S sodelavcema Petejem Wilkinsonom in Allanom Thorntonom pa je vztrajal, da je treba najemati prave mornarje in inženirje za akcije in se ne zanašati na navdušene amaterje. Začeli so naročati tudi raziskave. Greenpeaceovo "znanost" velikokrat kritizirajo, tudi upravičeno, na primer v primeru Brenta Spara, vendar je od časa, ko so "aktivisti raje igrali tarok kot brali znanstvene revije", zelo napredovala. A v primeru potopitve Shellove naftne ploščadi se Greenpeace ni toliko zbal ekološke škode kot tega, da bi tak način pospravljanja za seboj postal zgled za naprej (samo v Severnem morju je še 420 drugih naftnih ploščadi, ki še neprimerno bolj onesnažujejo).

V 80. letih se je McTaggart javnosti kazal kot človek, ki se vedno najde ob robu pogajanj o okolju, zmeraj z najlepšim dekletom ob sebi, zbegan kolonialist, ki ne ve prav, za kaj gre. To podobo je strateško gojil in z njo pretental marsikaterega sovražnika. V resnici je namreč strahotno delaven in obdarjen s

sposobnostjo, da zna videti bistvo stvari in strateško načrtovati. Njegovi sodelavci vedo povedati, da je z njim silno težko delati, ker ima divji temperament. Ko je strl precejšen notranji odpor, je Greenpeace preselil v južno Evropo, tretji svet in takratno SZ. Trdno se je povezal z Mihailom Gorbačovom, ko je bil ta še v Kremlju. Pisarna te organizacije v Moskvi je bila prva, ustanovljena s podporo države, in Gorbačov je v pokoju ustanovil celo lastno organizacijo za varovanje okolja.

McTaggart je poveljeval organizaciji do leta 1989. Tisto leto pa je predlagal nakup sovjetskega telesatelita, da bi z njim iskali onesnažujoče tankerje. A sodelavci so se nakupu uprli, ker da je predrag, in šef je odstopil, malo tudi zato, ker mu je pod pezo dolgoletnega pretiranega dela opešalo zdravje. Umaknil se je na farmo v Italiji, kjer se je – kako značilno – zagnal v gojenje oljk in pridobivanje najfinejšega biološko neoporečnega olivnega olja v Umbrii (izvaža kakih tisoč litrov na leto v Britanijo in ZDA). Vpliv v Greenpeaceu je še ohranil, a šele Chiracov razglas, da bodo nadaljevali jedrske poskuse, ga je spet privabil na svetovno prizorišče. Preden je krenil na Mururoo, je, bolan in brez sape, na Novi Zelandiji napisal oporoko. Njegovi prijatelji pa odločno zanikajo, da je to poskus samomora. “Prav gotovo bo počakal, da doživi konec jedrskih poskusov.” Svetovno javno mnenje ima na svoji strani. Te dni o francoski predrznosti razpravlja celo že ameriški parlament.

BOJEVNIKI : MENEDŽERJI

Od leta 1989, ko je McTaggart odstopil, deli Greenpeace svoje naloge na tiste za bojavnike in tiste za menedžerje. Ekobojevniki na morju se spopadajo z onesnaževalci, morilci kitov, pripravljeni tvegati življenje – pod budnim očesom kamere seveda. Poslovneži na kopnem pa vodijo račune in organizirajo logistiko kampanj. Moč gibanja je prav v tej dvojnosti: trdni veri v pravično stvar in poslovnem realizmu.

Od leta 1979 ima Greenpeace International vse značilnosti podjetja: s predsednikom, generalnim direktorjem in sedemčlanskim upravnim odborom, ki ga voli mednarodni svet. Podjetja brez delničarjev, ki polaga račune samo svojim 30 nacionalnim pisarnam na generalni skupščini enkrat na leto. Ta je vsakič na drugem kraju. Takrat odločajo o proračunu, temah kampanj in imenujejo člane upravnega odbora.

Le deset od teh 30 držav z uradi (vseh uradov je 43) ima pravico neposredno glasovati, ker so finančno samostojne in prispevajo v proračun GPI (Nemčija, Avstralija, Avstrija, Španija, ZDA, Nova Zelandija, Nizozemska, Velika Britanija, Švedska in Švica), druge volijo “po regijah”. Danski urad je izgubil pravico

do glasovanja leta 1991, ker ni zbral dovolj denarja, francoski, ki sploh nikoli ni zbral svojega deleža, pa že leta 1987.

Dolžnost vsake pisarne je sodelovati v mednarodnih kampanjah in dajati na voljo svoje redno zaposlene in sredstva. O tem, kako se bo organizirala, pa odloča vsaka sama. Sedež GIP je Amsterdam, ki povrh vodi tudi pomorsko floto gibanja: sedem starih ladij, ki so jih poceni odkupili od 1981. do 1988. To so Sirius (narejena leta 1950), Rainbow Warrior-II (1957), Greenpeace (1959), Moby Dick (1959), Beluga (1960), Gondwana (1975) in Solo (1977). Oprema in vzdrževanje te flote stane 4,5 milijona dolarjev na leto, kar je 15 odstotkov vsega proračuna GPI. Polovica te vsote gre za najemanje posadke, kakih sto ljudi, žensk in moških, med katerimi je tudi precej prostovoljcev.

Dohodki Greenpeacea izvirajo predvsem iz prostovoljnih prispevkov simpatizerjev. Teh je po svetu kakih 4,5 milijona, ki od leta 1990 darujejo od 150 do 170 milijonov dolarjev. Del tega denarja obračajo in je nedotakljiv – kot dobri gospodarji ga redno zaposleni hranijo za hude čase. “Za žepnino” zaslužijo s prodajo militantnih knjig, plošč, oblačil, značk.

Do leta 1991 so dohodki organizacije nenehno rasli, tisto leto pa je tudi njo zadela mednarodna gospodarska kriza, zalivska vojna, povrh pa je zaradi pacifističnega odnosa do intervencije v Iraku izgubila široko podporo Američanov. Ameriški urad s 1.800.000 plačniki naenkrat ni bil več prvi med meceni. Prehitel ga je nemški urad, katerih 700.000 velikodušnih donatorjev je lani podarilo polovico celotnega proračuna GPI (113 milijonov dolarjev).

PREVLADA NEMČIJE

Nič čudnega, če je Nemčija kljub zgodovinski prevladi Američanov postala najmočnejša sila v gibanju. Nemška veja je nastala šele leta 1980, vendar se odtlej skokovito razvija. Med kampanjo proti industrijskim odplakam v reke leta 1984 je premožni hamburški urad kupil organizaciji ladjo Beluga. Prav Nemci so se pred kratkim tako množično odzvali na poziv Greenpeacea k bojkotu družbe Shell zaradi namere, da potopi naftno ploščad Brent Spar v Severnem morju, da se je Shell vdal v dražjo (in ekološko nič manj oporečno, kot pravijo znanstveniki) rešitev: demontažo na kopnem. Med Greenpeaceom, nemškimi zelenimi in javnim mnenjem je tolikšna simbioza, da se ji nič ne more upirati.

Nemčija je postala izvoljena dežela ekologije, ki kaznuje prekrške proti okolju, četudi protislovno (dovoljeno je voziti 200 kilometrov na uro, ne pa čakati z vključenim motorjem).

Nemška prevlada se je pokazala tudi v vodstvu: Nemka je predsednica GPI Uta Bellion, 38-letna inženirka (živi v Veliki Britaniji), Nемеc je tudi generalni direktor gibanja Thilo Bode, ki je 21. junija prevzel novi položaj. On je zdaj pravi gospodar, "the big boss". Izvolitev tega nekdanjega poslovneža oznanja zmago poslovnega duha nad uporniškimi. Bode ni nikakršen pustolovec, kakršni so bili prvi aktivisti. Rodil se je v Echingu na Bavarskem in prehodil podobno življenjsko pot kot marsikateri vrstnik: sodeloval je v študentskem gibanju 60. let, študiral sociologijo in politično ekonomijo v Münchnu in Regensburgu, doktoriral s temo investicij v države v razvoju, zlasti Malezijo, in se ukvarjal s pomočjo tretjemu svetu ter se kot poslovnež izpopolnjeval v velikih družbah, pri tem pa objavljajl članke o razvojnem gospodarstvu in zadolženosti revnih držav. Resen, trden, dobronameren. Leta 1989 je stopil na čelo nemške podružnice Greenpeacea s sedežem v Hamburgu, odločen, da "premakne stvari" in popelje organizacijo iz adolescence v zrelo dobo, konča prepir med veterani – romantičnimi ekobojevniki proti ekotatovom – in novimi ekomenedžerji. "Smo skupina, ki izvaja politični pritisk, ne pa združenje izletnikov!" Razširil je sedež v Hamburgu in naredil prostor za 14 redno zaposlenih, gumijaste čolne, potapljaško in alpinistično opremo, dokumentacijo in poštni oddelek (z 1.800.000 naslovi).

Namerno ohranja staro taktiko brenkanja na čustva z akcijo, melodramo po hollywoodskem vzoru z junaškimi pozitivci v boju za čistejši, boljši svet proti brezobličnim korporacijam in vojaško-industrijski eliti. "Burkajte domišljijo in jo skušajte vnovčiti," naroča regionalnim direktorjem. Takšna strategija je namreč nadvse uspešna in ne bo se ji odpovedal, zlasti ne, odkar so za zadnjo akcijo proti francoskim jedrskim poskusom na Mururoi priklicali napol upokojenega 65-letnega McTaggarta, nasprotnika političnega kompromisarstva, ki vidi uspeh le v močnem vodstvu, dramatičnosti, visoki tehnologiji in zajetnem proračunu.

Na začetku se je Greenpeace predvsem vrinjal na mednarodne konference in spreminjal "tehnična" posvetovanja v politična prizorišča, razobešal transparente in iz dolgočasnih srečanj delal medijski spektakel. Tu in tam je peščica gorečnejev dosegla tisto, česar niso dolgomesečna pogajanja (mora-torij na lov na kite, baselsko konvencijo o prepovedi izvažanja odpadkov, razglasitev Antarktike za svetovni park...). Pozornost zbuja celo na vrhunskih konferencah: v Riu leta 1992 in letos v Berlinu s spektakularnim vzponom na tovarniški dimnik in vsakodnevnimi tiskovnimi konferencami, na katerih so obsodili onesnaževalce zraka.

OD OPOZARJANJA NA PROBLEME K REŠEVANJU

A staro, preskušeno taktiko usklajuje z zahtevami novega časa in preusmerja ekološko dejavnost od opozarjanja na nevarnost k reševanju problemov. "V preteklosti je neposredna akcija pomenila le reči ne, zdaj pa je treba povedati, kaj je mogoče narediti namesto tega." Reklamni prijemi ne zadostujejo več, napočil je čas za bolj pragmatično urejanje svetovnih problemov. V prihodnje bo Greenpeace torej sodeloval s poslovnim svetom, posredoval na trgu in iskal najboljše izhode iz ekoloških težav. Kako si to predstavlja, je pokazal že kot direktor nemške podružnice Greenpeacea: leta 1993 je Greenpeaceov raziskovalni center skupaj z nemškim proizvajalcem poslal na nemški trg hladilnik brez klorofluorogljikov, uničevalcev ozonske plasti. Po tem vzoru se ravna vedno več Greenpeaceovih akcij (na primer kampanja za varčni avto renault vesta).

Nov pristop, ki ponuja rešitve, se kaže tudi v boju proti francoskim jedrskim poskusom, ki traja že 25 let in se kljub temu, da so leta 1975 dosegli prenehanje poskusov na površju in 1992 odlog podzemeljskih, še ni končal. A organizacija zdaj konstruktivno razmišlja, "kako bi ubogemu gospodu Chiracu (ki nepreklicno vztraja pri poskusih) pomagali, da bi ostal volk sit in koza cela". "Moč predloga proti šoku oporekanja" – pravi temu Bode. Tudi Shellu je namesto potopitve ploščadi predlagal alternativo: razstavitev na kopnem.

Stari, okoreli aktivisti se ne strinjajo z novo usmeritvijo. Je res potrebna? Je, pravi Bode, kajti vprašanja okolja so veliko bolj zapletena, kot so bila pred 20 leti. Takrat je bilo mogoče šokirati javnost s fotografijami tujenjih mladičev, medtem ko se za tanjšanje ozonske plasti sploh še ni vedelo. Dvajset let kasneje pa so luknje v njej problem, ki se ga je treba lotiti, četudi z neškodljivim hladilnikom ali proizvodnjo enake količine energije za enak denar, a s pol manj ogljikovega monoksida. Drugi razlog za novo usmeritev je, da se je Greenpeace iz peščice ekobojevnikov razrasel v orjaško mednarodno organizacijo s 4,5 milijona plačniki, 1200 zaposlenimi in podružnicami v 30 državah.

Tako bo lahko uveljavil svoje metode planetarno, kontaktiral z industrijskimi krogi, ki jih dobro pozna, in včasih sodeloval z njimi. Na njegovo pobudo so v zadnjem času začeli "pozitivne kampanje" po vzoru operacije Greenfreeze, ko je Greenpeaceov raziskovalni center v sodelovanju z nemškim tovarnarjem poslal na evropski trg hladilnik brez klorofluorogljikov, uničevalcev ozonske plasti. Odtlej je takih akcij zmeraj več, lep primer je kampanja za varčni avtomobil renault vesta. Mednarodni urad za predelavo odpadkov v Bruslju zelo resno

razmišlja o sodelovanju z Greenpeaceom, avstralski olimpijski odbor pa je vzel zelene mirovnike za botra pri organizaciji ekoloških olimpijskih iger v Sydneyu leta 2000...

NASPROTNIKI

Kritiki očitajo Greenpeaceu, da ne meri na najpomembnejše probleme (kakršen je promet), ampak le na tiste, pri katerih si lahko obeta največji uspeh. Pragmatik in realist Bode se strinja: "Cilji naših kampanj morajo biti zelo preprosti. Saj ne moremo razkazovati transparentov z opombami." Sporočilo zadnje velike Greenpeaceove zmage: "Shell odlaga gore odpadkov v ocean samo zato, da bi prihranil denar," je bilo razumljivo vsakomur. Bolj zapleteno je s tehnološkimi predlogi. Greenpeaceov hladilnik ne zbuja nobenih čustev, je pa vsaj prodril, medtem ko komaj kdo ve, da je bil Greenpeace tudi pobudnik za papir brez klora, razlaga Bode. Kot utilitarist načrtuje manj intervencij (ker je denarja manj), zato pa bolj usklajene, z natančno določenim ciljem. Teme kampanj izbira skrbno tudi zato, ker se zaveda meja lobiranja pri vladah, ve, da je moč v rokah velikih multinacionalk, ki uhajajo nadzoru vlad. Te je zdaj vzel na muho, pa naj gre za kemijo (kampanja proti kloru), nafto, avtomobile ali papir. Cilja tudi na mednarodne denarne ustanove, ki imajo v rokah usodo revnih držav. Prevejan, kot se spodobi za poveljnika GIP, hoče svojo zeleno multinacionalko Greenpeace narediti za nadzornika velikih bank in mednarodnih družb.

Pred kratkim je javnosti predstavil zamisel o ekološki davčni reformi... Takole je dejal v intervjuju za die Zeit: "Cilj naših kampanj je zanetiti in izoblikovati javni konflikt. To načelo smo zdaj samo razširili. A v prihodnje želimo spreminjati trg tudi s tehnološkimi prijemi. Če hočemo doseči cilje, kakršna sta trajen razvoj in naravi prijazno gospodarstvo, se morajo spremeniti gospodarske razmere. Pri tem mislim na ekološko davčno reformo, katere uresničljivost smo pred kratkim predstavili javnosti v študiji DIV. V industriji je čedalje več razsvetljenih menedžerjev. Pri ekološki davčni reformi bomo našli v industriji več zaveznikov kot v političnih strankah."

Greenpeaceu se je posrečilo razširiti spekter tem, ne da bi bil ob razpoznavni znak: David proti Goljatu. "Ljudje morajo imeti občutek, da se peščica nabritežev spoprijemlje z mogočniki, ki jim gre le za denar. In si misliti: 'Če jih bomo podprli, bomo družno uspeli.'" Na očitke, da ne cilja na najpomembnejše probleme, ampak samo na tiste, pri katerih lahko največ doseže, odgovarja pragmatično: "Moramo pač upoštevati, kje se lahko naše močne strani najbolj pokažejo. Kje se lahko igra-

mo Davida in Goljata? Kje je konfrontacijo mogoče vizualizirati, najti dobrega nasprotnika? Ne obdelujemo največjih problemov po vrsti, ampak tiste, iz katerih je najlažje narediti javni spor. To je vsa skrivnost kampanj. Če bi rekel: zbogom avtomobili, nazaj h kolesu, bi vsakdo prikimal in se še naprej vozil z avtom. Preden se bo v prometu kaj spremenilo, bo minilo 25, 30 let. Tu lahko dajemo le pobude in širimo dvom o splošni predstavi o avtomobilih nasploh.”

“Prav veseli bi bili tekmeča, tako pa je naša edina kontrola javnost. A saj so mediji zelo občutljivi, ali je akcija poštena ali ne. Za Greenpeaceom zmeraj tiči grda beseda spektakularnost. A če bi za spektakularnim cirkusom nič ne tičalo, bi ljudje ne verjeli, da gre za resno zadevo, kakršna je sečnja do golega. Najtežji so tisti projekti, ki naredijo stroške našim potencialnim zaveznikom. Lažje je prepričati ljudi, naj črpajo bencin pri Esslu namesto pri Shellu, kot pa, naj varčujejo z njim. Kadar naredimo projekt, ki gmotno prizadene lastno državo, je težko dobiti široko podporo. Če ne bi bilo tako, sploh ne bi bilo težav z okoljem.”

Mar takšni cilji, kakršna je odprava jedrskih central, niso razkošje? Odvisno od tega, kam gremo, odgovarja Bode. “V prihodnosti bomo manj porabili, saj še zmeraj preveč razmetavamo. Industrijski proizvodi bodo trajnejši, ljudje se bodo morali delno omejiti. A v nedotaknjeni naravi bo lepše živeti. Važno je predvsem ohraniti raznolikost vrst. Za to se z besedami zavzemajo skoraj vsi politiki v svojih volilnih programih, glavno nalogo Greenpeacea vidim v tem, da jih prisili od besed k dejanjem.”

Novi gospodar zelenega lobija namerava torej narediti Greenpeace učinkovitejši, četudi z manj denarja, govori o zmanjšanju števila stalno zaposlenih, želi si večja pooblastila... Prav lahko se nam zgodi, da bomo pred začetkom tretjega tisočletja dobili zelenega carja, pred katerim se bodo morali zagovarjati vsi, ki na svetu kaj veljajo.