

htjevima, a također je u sukobu s karakterističnom kulturnom funkcijom sela i seljaštva. Moguć izlaz autor vidi u podržavanju razvoja manjih seoskih gospodarstava, s naglaskom na razvoj alternativnih oblika poljoprivrede.

Zbornik donosi tekstove nejednakih ambicija i dometa, što ga čini donekle neujednačenim, ali ipak predstavlja korak k mogućem, novom i drugačijem razmišljanju o materijalnom aspektu društvenog razvoja kao pretpostavke nužnih i bitnih promjena društvenih odnosa u budućnosti.

Damir Fricki

Marjorie Lamb

DVIJE MINUTE DNEVNO ZA ZELENIJI PLANET

Zbrinjavanje gradskog otpada Zagreb, Zelena akcija Zagreb i Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i stambeno-komunalne djelatnosti, Zagreb, 1992, 164 str.

Knjiga *Dvije minute dnevno za zeleniji planet* svojevrsni je savjetnik za ekološko življenje, odnosno skup jednostavnih »zelenih« savjeta i zdravorazumskih prijedloga koje obični ljudi mogu svakodnevno primijenjivati u svom življenju. Kako »većina savjeta u ovoj knjizi zahtijeva manje od dvije minute za primjenu«, ova nas knjiga — prema samorazumijevanju autorice, aktivne ekologistkinje M. Lamb — poučava načinima na koje »bez osobita napora i uz malo promišljanja možemo svi zajedno ipak pridonijeti promjeni i boljitku naše planete Zemlja«.

Sadržajno, knjiga je raščlanjena na 18 poglavlja koja obrađuju neka područja svakodnevnog življenja i djelovanja s ekološkim interesom. Tako su ponuđeni savjeti u vezi sa štednjom vode, papira i energije, neotrovnim čišćenjem, recikliranjem, korištenjem automobila, kompostira-

njem, rekreacijom, vrtlaranjem, obnovom i uljepšavanjem doma, ozelenjavanjem radnog mjesta, odnosom spram kućnih ljubimaca i divljih životinja, ekologizacijom škole, »zelenim« poklonima i slično. Zajedničkim nazivnikom svih tih savjeta mogao bi se smatrati slogan: »Popravi, iskoristi, iznosi«. Pojedina poglavlja metodički su strukturirana tako da autorica najprije podacima ilustrira određeni problem koji to poglavlje obrađuje, da bi potom pod nazivom »Što učiniti?« predložila različite postupke koji bi, prerastanjem u naviku i stvaranjem obiteljske ekološke mikrosfere, trebali pridonijeti promjeni.

Dva pretposljednja poglavlja nešto su drugačija i nastoje pridobiti čitatelja za djelovanje koje smjera izvan granica vlastita doma i dvorišta. U poglavlju *Uložite novac tamo gdje je to potrebno* kratko su prikazane značajke te način i doseg djelovanja tridesetak internacionalnih i nacionalnih (Kanada i SAD) ekoloških organizacija, pokreta, instituta i udruženja. Na svrhu ovog upoznavanja jasno ukazuje već sam naslov poglavlja.

Poglavlje *Zelena pisma* poticaj je na pismeno obraćenje »osobama na položajima« — tvorničarima, političarima i sl., kako bi ih se ponukalo na djelovanje, i tim putem utjecalo na ekološke odluke.

Ne ulazeći ovdje u raspravu o tome mogu li »dvije zelene minute dnevno« akumulirati kritičnu masu dovoljnu za ekološki relevantne pomake, odnosno može li djelovanje koje sugerira ova knjiga — a koje nastoji ne mijenjati u bitnome postojeći način života u visokorazvijenim zemljama — doista bitno pridonijeti »zelenijoj planeti«, pojavu ove knjige u nas ocijenili bismo dobrodošlom, već i zbog upravo nevjerojatnog utjecaja i čitanosti sličnih izdanja u nekim zemljama (npr. V. Britanija). Nažalost, u situaciji sveopće pauperizacije pučanstva i nedostatka najosnovnije »ekološke infrastrukture« potrebne za njihovu realizaciju, primjenjivost savjeta koje ova knjiga nudi vrlo je dvojbeno.

Iako izdavačima treba uputiti komplimente zbog činjenice da su jednu publikaciju ovoga tipa učinili dostupnom širem čitateljstvu u nas, glede nekih aspekata realizacije potrebno je uputiti im i neke primjedbe.

Prije svega, šteta je što knjiga nije nekim manjim intervencijama prilagođena čitateljstvu kojem se obraća (npr. dodatkom koji bi čitatelje upoznao i s hrvatskim ekološkim grupama, organizacijama, pokretima i udruženjima, itd.). Nadalje, kredibilitetu izdavača i vjerodostojnosti njihove namjere svakako ne bi išlo na štetu da je knjiga tiskana na recikliranom papiru i s neplastificiranim koricama. I napokon, ukoliko tvrdnju iz impresuma da će HarperCollins Publishers poticati sadnju dva nova drveta za svako srušeno drvo upotrijebljeno za proizvodnju ove knjige (a u što svakako imamo razloga sumnjati) možemo smatrati tek slučajnim previdom i nespretnošću, reklama »INE« prisutna na koricama ipak je stvar dobrog ukusa.

Dominique Bratović

Jenny & Malcolm Massey

ABOUT THE URBAN ENVIRONMENT

A Cross-Curricular Resource Book for Geography, Environmental Education, Humanities and Science Sources

Hobsons Publishing PLC in association with the Civic Trust and sponsored by McDonald's Restaurants Ltd, Cambridge, 1990, 47 str.

Ekspanzija literature o okolini osnažena je izdavaštvom popularnih publikacija koje tumače pojedine pojave i probleme, pozivaju na njihovo rješavanje i na to i upućuju. Većina je izravno didaktička, namijenjena raznim uzrastima; i ona za mlade i za starije slijedi obrasce i pred-

loške suvremenih udžbenika i priručnika. Njihovi su izdavači najčešće državne i ne-državne institucije za brigu o okolini kojima je izdavaštvo ionako među važnim programskim zadacima. Posebne publikacije prate pojedine prilike i događaje — kada se pojačano želi izazvati učinke: od protesta prema izgradnji ili radu ekološki riskantnih objekata do predizbornih kampanja itd. Takve publikacije umjesnije je svrstati u propagandne budući da se veliki kemijski koncerni npr. ili kompanije za izgradnju postrojenja za proizvodnju nuklearne energije predstavljaju javnosti i posebnim publikacijama kao zaštitnici i provoditelji zaštite i unapređenja okoline — vješto uključujući u njih komercijalne i druge svoje interese.

Takve publikacije pozivaju na oprez ali izazivaju i znatiželju jer su u pravilu marketinški dobro i zanimljivo postavljene i oblikovane, a ne može im se odreći zbiljski doprinos u edukaciji i informiranju o okolini.

Neočekivano je kad se među izdavačima naide na ime koje se neposredno ne povezuje s ekološko-okolinskom problematikom, kao što je to npr. i poznati lanac McDonald's restorana za brzu konzumaciju.

Doduše, »briga za okolinom« (kao i briga za podupiranjem umjetnosti radi smanjenja porezne osnovice) razumljiva je u općem poslovnom ponašanju na tržištu, a korporacija kao McDonald's svoj ekološki interes može usmjeriti i na nekoliko posebno relevantnih točaka: prirodnost prehrane, reduciranje ambalaže, energetski utrošak proizvodnje, *fast food* postavu i sprovedbu urbaniziranog življenja, itd.

U publikaciji *About the urban environment* interes McDonald'sa je zastupljen drukčije: diskretno — fotografijom nekoliko scena i objekata gdje se usputno opaža i svuda prisutan lokal McDonald'sa, ali i izričito — predstavljanjem ponude ove kompanije u velikom novom opskrbnom centru (»Metro centar«) na sjeveru Engleske — uz druge