



A PR-csata, amelyet soha nem vívtunk meg – II.

Hogyan vesztette el az erdőgazdálkodás a közvélemény támogatását, miközben tökéletesítette a fenntartható gazdálkodást?

1996-ban a közvélemény iparágunkat környezetrombolóbbnak tartotta, mint az olaj-, gáz-, szén- vagy bányászati iparágat. Mi – a megújuló, szénmentes szektor – elvesztettük a percepció harcát a fosszilizsokkal szemben. Ami még rosszabbá teszi a helyzetet: „nyitott gyárban” dolgozunk. Ellentétben az acélművekkel, vegyi üzemekkel vagy tejgazdaságokkal, az erdők nyitottak a nyilvánosság számára. Bárki átsétálhat rajtuk. Véleményt formálhat. Érzelmeket élhet át. Fotókat készíthet. Minden hétfőgén emberek milliói járnak az üzemi területünkön anélkül, hogy erre engedélyt kellene kérniük. Anélkül, hogy tudnák, mit látnak.

Mérnökök PR-pozícióban

A kommunikációs döntéseket nem kommunikációs szakemberek hozták, hanem erdészek, mérnökök, biológusok. Mi értjük a növekedési rátákat és a fenntartható kitermelést. Ezek a készségek viszont nem vezetnek hatékony PR-hoz.

A Greenpeace profi kommunikátorokat alkalmazott. Mi technikai szakértőket helyeztünk kommunikációs pozícióba. Nem jött össze. Hiányzott a koordinált válasz. Az erdőgazdálkodás ezernyi kis és közepes szereplőből áll. Ezeket koordinálni nehéz. Mindenkit rávenni, hogy finanszírozza a központi PR-t, még nehezebb. A Greenpeace globális, koordinált hálózata. Egy üzenet. Egy stratégia. A PR-háborúban a széttagoltság mindig vereséget jelent.

Úgy hittük, a termék magáért beszél

A fa mindenhol ott van. Mindenki naponta használja. Azt feltételeztük, hogy ebből fakadóan az emberek értik, honnan jön a faanyag és hogyan kezeljük az erdőket. De nem értették. A legtöbben nem tudják, hogy az európai erdőterület folyamatosan növekszik, nem pedig csökken. Hogy a fa megújuló. Hogy az erdőgazdálkodás szabályozott. Hogy többet ültetünk, mint amennyit kivágunk. A környezetvédők kitöltötték ezt a kommunikációs űrt: „A fakitermelés tönkreteszi az erdőt.” Pont.

Mibe kerül ez ma nekünk?

EUDR. Az elveszett bizalom ára. Az EU erdőirtás elleni rendelete évtizedes bizalmatlanságot tükröz. Például precíz geológiai adatokat követel, ami sűrű lombkorona alatt nagyon nehezen kivitelezhető. A GPS-jel erősen degradálódik a fák alatt – ez egy technikai tény, amit minden erdész tud, de a jogalkotók figyelmen kívül hagytak.

A rendelet ugyanolyan szigorúan kezeli a jogszerű európai erdőgazdálkodást, mint az illegális trópusi fakitermelést. Miért? Mert a környezetvédő kampányok olyan percepciót teremtettek, hogy az erdők eltűnnek, ha nincs szigorú ellenőrzés.

A megfelelő költségek széles tartományban mozognak – nagy cégeknek

tízre, kicsiknek százazres nagyságrendben –, de mindig a legkisebbeknek legnehezebb. A kis tulajdonosok inkább nem termelnek, mintsem hogy vállalják a nehézségeket. Így néz ki a bizalmatlanság szabályozási formában.

Minden szabályozás egy percepció adó. Nézzük meg a friss erdészeti jogszabályokat: kitermelési korlátozások, védett területek, tanúsítások. Mi hajtja ezeket? A közvélemény általi nyomás a környezetvédőktől, akik megnyerték a narratívát harminc éve. Nem a rossz erdőgazdálkodásért fizetünk. Hanem a rossz PR-ért.

A Green-washing (zöldre mosás) csapdája. Amikor a kanadai erdőgazdálkodás végre modern PR kampányt indított – „Forestry For The Future” címmel – azt azonnal „megtévesztő propagandának” nevezték a környezetvédő újságírók és civil szervezetek. Ilyen az, ha évtizedek csendje után próbálkozunk PR-al. Mélyen ülő bizalmatlansággal harcolunk. 1995-ben kellett volna kommunikálni, ám mi most, 2025-ben próbáljuk. Óriási a lemaradásunk.

A továbblépés útja

Fogadjuk el a valóságot! Harminc év bizalmi hátrányban vagyunk. Ezt nem lehet néhány kampánnyal ledolgozni. A Greenpeace harminc évet épített a narratíván. Idő kell a változtatáshoz. Egyes károk lehet, hogy véglegesek. Egy nemzedék nőtt fel abban a hitben, hogy az erdőgazdálkodás tönkreteszi az erdőt. Ezt generációs munkával lehet csak megváltoztatni.

Ami már létezik (de nem elég)

Jó kezdeményezések vannak. Az FAO Forest Communicators Network, a kilencvenes évek elején indult, 200-nál is több szakembert köt össze több mint 40 országban. Edőpedagógiai programok működnek szerte Európában. Az erdőgazdálkodó cégek jó helyi kommunikációt folytatnak. De széttagoltak. Alulfinanszírozottak. Nem koordináltak ágazati szinten. Ez olyan, mintha kést vinnénk egy lövöldözéshez, ahol az ellenfélnek ágyú van.

Tanuljunk váratlan helyekről

Nézzük meg, mit csinált Elon Musk az elektromos autókkal. A korábban lenézett, marginalizált, „béna” elektromos autót – amit senki sem akart – menővé tette. Olyan dolgot alkotott, amit az emberek imádnak. Meg tudjuk ezt tenni a fenntartható erdőgazdálkodással? Elérhetővé, kívánatosá tudjuk tenni? Olyan innovációt, technológiát, környezeti előnyt kell megmutatni, ami inspiráló, nem védekező. A Tesla nem az akkumulátorok kémiai összetételét magyarázva nyert. Hanem menővé tette a villanyautót. Lehet-e menő az erdőgazdálkodás? Lehet-e a fenntartható gazdálkodás aspirációs cél?

Amit most tennünk kell

Az egyéni cégek bízzák szakemberekre a kommunikációt. Jól mesélik el a fenntarthatóság narratíváját. Proaktívan, nem védekezően. A szakmai szövetségek, érdekképviselők koordinálják az ágazati üzeneteket. Finanszírozzanak profi PR-t. Képezzék tagjaikat médiakommunikációban. A tömegmédiának is gyártanak tartalmat, ne csak szaklapoknak, azok fontosságának megőrzése mellett. A szakma minden szintjén fogadjuk el, hogy ez jelentős befektetést igényel. Fel kell ismerni, hogy a koordináció elengedhetetlen. Legyünk türelmesek, mert ez hosszú távú munka. Tanuljunk a környezetvédőktől, nem véletlenül nyertek.

Nem elég erdésznek lenni

A modern világban nem elég valakinek lenni: erdésznek, az erdő őrének, fenntartható gazdának. Annak is kell látszanunk. Mi a nyitott üzemből dolgozunk. Mindenki átsétálhat rajta. Mindenki ítélezhet. Mindenki véleményt formálhat. És hagytuk, hogy a környezetvédők formálják ezeket a véleményeket – jobb történetekkel, jobb kommunikátorokkal, jobb koordinációval. Minden EUDR-úrlap, minden audit, minden szabályozási akadály azért létezik, mert elvesztettük a PR-háborút a kilencvenes, kétezres években. Megnyertük az erdőgazdálkodást. De elvesztettük a narratívát.

Nem az a kérdés, hogy három évtizede kellett volna-e PR-ba fektetni. Evidens, hogy igen. A kérdés az, hogy mit teszünk most? Mert a következő generációk erdészei ugyanúgy megítélnék majd minket, ahogy mi is azt a generációt, amelyik 1990-ben hallgatott. Az ágazat figyel. A közvélemény figyel. A környezetvédők még mindig ott vannak, profik, összehangoltak, elmondják a saját történetüket. *Mi elmondjuk a miénket?*

Hasulyó Péter okl. erdőmérnök
Illusztráció: **Getty Images**

Az eredeti cikk angol nyelven a [fordaq.com](https://www.fordaq.com/news/The_PR_battle_forestry_never_111884.html) oldalon jelent meg –
https://www.fordaq.com/news/The_PR_battle_forestry_never_111884.html