

PAUL MCCARTNEY ZAPOWIEDZIAŁ PREMIERĘ NOWEGO, KRÓTKOMETRAŻOWEGO FILMU DOKUMENTALNEGO

McCartney przedstawia swój pierwszy krótkometrażowy dokument pt. „One Day a Week” promujący kampanię „Meat Free Monday” (Jarski poniedziałek), w którym występują Mary i Stella McCartney, Emma Stone oraz Woody Harrelson. Celem jest zachęcenie wszystkich do ograniczenia spożycia mięsa oraz dyskusji na temat wpływu hodowli bydła na globalne zmiany klimatu.

Paul McCartney, muzyk, działacz i światowa ikona muzyki, spotkał się z [Susan Goldberg](#), redaktor naczelną magazynu National Geographic, przed premierą nowego krótkometrażowego filmu dokumentalnego, promującego kampanię *Meat Free Monday*. Wywiad można obejrzeć na stronie internetowej www.NationalGeographic.com.

Narratorami filmu dokumentalnego „One Day a Week” są: córki muzyka i współzałożycielki organizacji *Meat Free Monday* - Mary i Stella McCartney, a także zdobywczyni Nagrody Akademii Filmowej aktorka Emma Stone oraz nominowany do Nagrody Akademii Filmowej, zdobywca nagrody Emmy aktor Woody Harrelson, którzy wyjaśniają jaki wpływ na globalne zmiany klimatu ma przemysłowa hodowla bydła. **Premiera filmu na oficjalnym kanale YouTube [Meat Free Monday](#) została zaplanowana na piątek, 3 listopada o godzinie 00:01.**

„Kampania Meat Free Monday zachęca odbiorców do wyeliminowania mięsa z jadłospisu przynajmniej raz w tygodniu. Mamy nadzieję, że jeśli szerzej rozpropagujemy ten pomysł, uda się nam wprowadzić pozytywne zmiany” - podkreśla McCartney. „Stworzyliśmy dokument „One Day a Week”, aby nagłośnić ten ważny problem i przekonać społeczeństwo, że jeśli połączymy siły i będziemy działać wspólnie, możemy pomóc środowisku, zmniejszyć negatywny wpływ zmian klimatu, a nawet wyrzucić korzystny wpływ na stan naszego zdrowia” - dodaje.

Celem założonej w 2009 roku przez Paula, Mary i Stellę McCartney’ów organizacji pozarządowej *Meat Free Monday* jest nagłaśnianie problemu szkodliwego wpływu spożycia mięsa na środowisko oraz zachęcenie społeczeństwa do podejmowania działań, które spowalniają zmiany klimatu,

przyczyniają się do ochrony cennych naturalnych zasobów i poprawiają stan naszego zdrowia. Jednym z tych działań jest eliminacja mięsa z diety przynajmniej raz w tygodniu.

Podczas wywiadu McCartney wyjaśnił dlaczego sam został wegetarianinem i obecnie apeluje o ograniczenie spożycia mięsa i wprowadzanie do diety jaskich dni.

„Wspieram wiele społecznych inicjatyw, ale ta kampania jest dla mnie szczególnie ważna, bo sam żyję zgodnie z zasadami, które w niej promuję” - mówi McCartney. „Podczas kampanii zachęcam ludzi, aby spróbowali - pokazuję im, że to może być fajne, zachęcam, żeby zastanowili się nad tym, co robią, co jedzą, jak żyją i by zadali sobie pytanie: czy chcę tak żyć do końca mojego życia, czy może warto spróbować zmienić coś na lepsze?”

Susan Goldberg, redaktor naczelna magazynu National Geographic dodaje: *“Magazyn National Geographic tłumaczy świat już od 129 lat — na początku robiliśmy to za pomocą słów i zdjęć. Teraz publikujemy materiały na naszych cyfrowych platformach, gdzie prezentujemy dane naukowe, fakty i wpływ różnych procesów na naszą planetę. Portal, który firmujemy jest tworzony z myślą o czytelnikach ciekawych świata. Tworzymy go, aby zaspokoić ich głód wiedzy i informacji oraz pomóc im w podejmowaniu świadomych decyzji, które przyczyniają się do zmian na lepsze. Bardzo cieszymy się, że Paul postanowił nawiązać współpracę z National Geographic, żeby dotrzeć z proekologicznym przesłaniem swojej kampanii do ludzi na całym świecie”.*

Podczas rozmowy, która dostępna jest na stronie internetowej www.NationalGeographic.com, Paul McCartney ujawnił również, co zainspirowało go do skomponowania w 1968 roku wielkiego przeboju zespołu The Beatles - „Lady Madonna”. Muzyk wyznał, że w 1965 roku zobaczył na łamach magazynu „National Geographic” artykuł pt. „Amerykańscy komandosi w akcji w Wietnamie” zilustrowany zdjęciem Howarda Sochureka. Przedstawiało ono kobietę z trójką małych dzieci, która karmiła piersią jedno z nich. To właśnie ta fotografia natchnęła McCartney’a do skomponowania słynnej melodii.

“Uwielbiam magazyn National Geographic i czytam go od dziecka. Słynna żółta ramka jest nieodłącznym elementem mojego życia. Zawsze mam pewność, co znajdę na łamach magazynu - świetne zdjęcia i rewelacyjne artykuły o naszym świecie” - mówi McCartney. „W jednym z numerów, który czytałem w latach 60. znalazłem zdjęcie kobiety.... wyglądała na dumną... trzymała dziecko...

Zobaczyłem w niej Marię, madonnę z dzieciątkiem.... Czasem widzimy zdjęcia matek i po prostu wiemy, że ta kobieta jest dobrą matką, bo na fotografiach widać łączącą ją z dzieckiem więź. To zdjęcie zrobiło na mnie wtedy ogromne wrażenie. Niedługo potem skomponowałem piosenkę „Lady Madonna”.

Cały wywiad z Paulem McCartneyem można obejrzeć na stronie internetowej www.NationalGeographic.com. Zostanie on również udostępniony 396 milionom użytkowników wszystkich cyfrowych platform i serwisów społecznościowych National Geographic, włącznie z Facebookiem, Instagramem, Twitterem, Snapchatem i YouTube. Zapis rozmowy z Paulem McCartney'em ukaże się również w wersji drukowanej magazynu National Geographic, który trafia do 55 milionów czytelników i jest wydawany w 30 wersjach językowych.

#

Informacje dla mediów

Materiały: pod [TYM linkiem](#) można uzyskać dostęp do materiałów emisyjnych, zdjęć i transkrypcji wywiadu. **Wszystkie wykorzystane materiały prasowe muszą zawierać dopisek, że zostały udostępnione przez magazyn National Geographic i organizację Meat Free Monday.**

Podpis pod zdjęciem:

Susan Goldberg, redaktor naczelna magazynu National Geographic rozmawia z Paulem McCartneyem o prowadzonej przez niego kampanii „Meat Free Monday”. © National Geographic

Konta na Twitterze

National Geographic - [@SusanBGoldberg](#) [@NatGeo](#)
Paul McCartney - [@PaulMcCartney](#) [@MeatFreeMonday](#) #OneDayAWeek

Informacje o kampanii

- 2 tys. 350 litrów wody - czyli około 30 napełnionych wanien – może być potrzebne, aby wyprodukować zaledwie jednego burgera z wołowiny.
- Co godzinę wycina się połacie lasu deszczowego o powierzchni odpowiadającej stu boiskom, aby przeznaczyć ten teren na pastwiska dla bydła.
- Jedną trzecią upraw zbóż i ponad 95 procent upraw soi wykorzystuje się do produkcji pasz dla zwierząt hodowlanych.
- Niemal jedna trzecia łądów na Ziemi jest wykorzystywana do przemysłowej hodowli zwierząt.

Aby uzyskać więcej informacji prosimy o kontakt:

National Geographic

Daniel Maynard - National Geographic, Europe & Africa

Daniel.Maynard@fox.com

+44 (0)7971 058864

Courtney Rowe - National Geographic

Courtney.Rowe@natgeo.com

+1 202 919 2810

Anna Kukelhaus – National Geographic

Anna.Kukelhaus@natgeo.com

+1 202 912 6724

Paul McCartney/kampania Meat Free Monday

Stuart Bell – DawBell

stuart.bell@dawbell.com

+ 44 7931 501 495

Suzanne Barnard – Meat Free Monday

press@meatfreemondays.com

+ 44 7854 115 799

O National Geographic Partners LLC

National Geographic Partners LLC (NGP) to spółka joint venture założona przez Towarzystwo National Geographic i wytwórnię 21st Century Fox, która produkuje programy popularnonaukowe, przygodowe i podróżnicze oraz zarządza aktywami medialnymi. W portfolio NGP znajdują się międzynarodowe kanały National Geographic (National Geographic, Nat Geo WILD, Nat Geo MUNDO, Nat Geo PEOPLE), należące do National Geographic platformy oraz aktywa medialne, w tym magazyny National Geographic, wytwórnia National Geographic Studios, platformy cyfrowe i społecznościowe, wydawnictwa (książki, mapy, media dziecięce) oraz dodatkowa działalność, która obejmuje turystykę, centra rozrywki, sprzedaż archiwów, katalogów, licencji oraz e-commerce. Od 129 lat rozwój wiedzy i lepsze poznanie otaczającego nas świata jest misją Towarzystwa National Geographic, które nadal zgłębia nowe tematy, przesuwa granice i poszerza horyzonty swoich widzów i czytelników... docierając każdego miesiąca do ponad 760 milionów ludzi z 172 krajów świata z treściami dostępnymi w 43 wersjach językowych. NGP przekazuje 27 procent swoich zysków Towarzystwu National Geographic, które jest organizacją pożytku publicznego, aby finansować badania naukowe, nowe odkrycia, projekty dot. ochrony środowiska i edukacji. Więcej informacji na ten temat znajdują Państwo na witrynach natgeotv.com i nationalgeographic.com oraz w serwisach Facebook, Twitter, Instagram, Google+, YouTube, LinkedIn i Pinterest.