



WOLONTARIAT DLA POKOJU

Informacje

Publikacja powstała w ramach projektu „Wolontariat dla Pokoju”.
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską poprzez Program
Obywatele, Równość, Prawa i Wartości w ramach międzynarodowego
projektu SCI International „Partnership on Peace”.

Merytoryczne opracowanie materiałów

Anna Walczak

Koordinacja projektu

Karolina Chrzęszcz



**Co-funded by
the European Union**



03.

pokój ze środowiskiem



03.

pokój ze środowiskiem

Pokój ze środowiskiem naturalnym jest jednym z filarów pokojowych relacji ze światem. Wyraża się w przekonaniu, że natura jest wokół nas, ale i w nas – daje życie, przynosi inspirację, pokazuje efektywne przykłady koegzystencji.

Powinniśmy pamiętać, że bez niej nie ma i nas. Dbałość o naturę jest więc dbałością o naszą przyszłość. Czy jesteśmy jednak świadome / świadomi naszego wpływu na środowisko naturalne i zmian, które powodujemy? Czy znamy ryzyka związane z wyczerpywaniem surowców naturalnych oraz aktualnych trendów nadprodukcji i nadmiernej konsumpcji? Czy często myślimy o naszych indywidualnych i lokalnych wyborach oraz ich globalnych konsekwencjach? Jaki jest zasięg naszych działań?

W materiałach edukacyjnych, które tu znajdziecie, chcemy skupić się na kilku

aspektach pokojowego stosunku do środowiska naturalnego i rozwiązaniach, które pomagają budować i zachować równowagę w relacjach ze światem, który nas otacza – światem zwierząt, przyrody, ludzi: od naszych wyborów konsumenckich, empatii wobec zwierząt i ludzi, znaczenia edukacji proekologicznej, do oszczędzania zasobów naturalnych. Każdy z nich zbliża nas do bardziej harmonijnego współistnienia i wyboru życia w poszanowaniu środowiska. Istnieją rozwiązania, dostępne alternatywy i źródła wiedzy, z których możemy skorzystać. Część z nich znajdziecie także tutaj.

Poruszamy 7 aspektów dbałości o przyrodę, które zawierają się w poniższych zagadnieniach:

FAST FASHION – co to jest zrównoważona moda, jak rozpoznać markę fast fashion

SLOW FASHION – zaplanowane i odpowiedzialne zakupy, na co zwrócić uwagę, zasada 3U

ECO LOOKBOOK – jak tworzyć ekologiczne outfity m.in. z ubrań z drugiego obiegu

ECO-SHAMING – z czego wynika eko-wyszydzanie, jak je zdefiniować i jak je zatrzymać

MINIMALIZM – mniej znaczy więcej, praktyka minimalizmu, co daje minimalizm

GREENWASHING – rodzaje greenwashingu, jak demaskować greenwashing, certyfikacja

TROSKA O ZWIERZĘTA – czerwona księga zwierząt, odpowiedzialna turystyka, pomoc zwierzętom wolno żyjącym

FAST FASHION

Fast fashion możemy przetłumaczyć jako „szybka moda” i faktycznie oznacza ona szybkie zakupy (często bez zastanowienia, ulegając emocjom); a także łatwość kupowania – wchodzimy do sklepu i relatywnie łatwo znajdujemy to, czego poszukujemy.

Tak szybko, jak trwa cały proces; tak szybko produkowane i dostarczane są do sklepów kolejne kolekcje i produkty. Firmy błyskawicznie zmieniają także trendy w modzie. To wszystko skłania nas do kupowania dużo i często. Dzieje się tak też dlatego, że ubrania są tanie, choć jednocześnie słabej jakości; a więc są łatwo dostępne i bardzo łatwo się zużywają. Choć jeśli ktoś chciałby zawsze podążać za modą, wymieniając całą garderobę kilka razy w ciągu roku; mógłby pewnie nawet tego nie zauważyć. Wszystko odbywa się w zawrotnym tempie. Ledwie coś kupimy i założymy, a już pojawia się nowe. Co jednak dzieje się z ubraniami, które są niepotrzebne i nie nadają się do dalszego noszenia? Stają się, mówiąc krótko, śmieciami tekstylnymi, które w ogromnych ilościach składujemy i czekamy aż się rozłożą. Niektóre materiały, jak przykładowo poliester, odkąd zostały wynalezione kilkadziesiąt lat temu, jeszcze się nie rozłożyły i nie wiadomo, kiedy to się stanie. Niedrogie, często wymieniane i niechciane ubrania zanieczyszczają środowisko, a im większa produkcja tym mamy ich więcej i więcej. Możemy się zastanawiać, jak firmy produkują tak dużo, szybko i tanio? Trzeba cały czas zmniejszać koszty produkcji: wytwarzać ze sztucznych materiałów, zatrudniać wielu ludzi za małą stawkę, w dużym

tempie zużywać surowce naturalne (wodę, glebę, drewno). Firmy fast fashion zatajają te działania i próbują nas na różne sposoby przekonywać, że dbają o środowisko. Robią to, abyśmy chętnie wybierali ich marki; a jednocześnie nie muszą w swoim szkodliwym działaniu nic zmieniać. Troska o środowisko wymaga zwiększenia kosztów produkcji i mniejszy zysk, a tego chcą za wszelką cenę uniknąć.

Ostatnio stały się także popularne wielkie wysyłkowe firmy fast fashion, głównie z Chin. Biją one rekordy w szybkości produkcji (wypuszczając niemal dziesiątki produktów dziennie) oraz konkurencyjności cen (szyjąc kosztem ludzi i planety). Firmy te nadużywają także zaufania swoich klientów produkując ze sztucznych, trujących materiałów zagrażających zdrowiu. Można w nich znaleźć między innymi rozpuszczalniki, ołów, amoniak, chrom, chlor i inne substancje rakotwórcze. Droga takich ubrań odbywa się z fabryk bezpośrednio do klienta. W Chinach nie obowiązują znane nam standardy produkcji. Pominięta zostaje też kontrola na terenie Unii Europejskiej, bo ubrania trafiają prosto do naszego domu. Można je nabyć za niską cenę nominalną oraz wysoką cenę dla zdrowia i środowiska.

Jeśli chcielibyśmy sprawdzić, która firma to fast fashion, możemy skorzystać między innymi z aplikacji [GOOD ON YOU](#) („dobro na tobie”). Są w niej opisane wielkie koncerny modowe, jak i mniejsi producenci ubrań. Wystarczy wpisać w wyszukiwarce nazwę firmy i dostaniemy krótką ocenę: od 1 do 5 w trzech obszarach: planeta, ludzie, zwierzęta. Aplikację założyli między innymi eksperci zajmujący się zrównoważonym rozwojem, który odznacza się dbałością o środowisko naturalne i zasady fair fashion – produkcją mody biorącej pod uwagę zarobki i bezpieczeństwo w fabrykach. Ranking firm fast i slow fashion opiera się na poziomie transparentności (informacjach, które o swoich działaniach na rzecz środowiska same udostępniają) i ich weryfikacji, a także niezależnych raportach np. FASHION TRANSPARENCY INDEX („Modowy index przejrzystości”) przygotowywany przez organizację [FASHION REVOLUTION](#), czy CDP GLOBAL CLIMATE REPORT („Globalny Raport Klimatyczny”). Przeglądając oceny, można zauważyć, że małe, lokalne firmy oraz część dużych, znanych marek wykorzystują w swojej produkcji rozwiązania dobre dla środowiska i zobowiązują się wobec klientów do kolejnych pro-środowiskowych zmian.



Co-funded by
the European Union

FAST FASHION

Sposób zakupów, w którym nabywamy dużo rzeczy nawet jeśli ich nie potrzebujemy. Fast Fashion to ogromne ilości taniego towaru złej jakości. Produkowany jest on w sposób nadużywający pracę ludzi i zasoby środowiska naturalnego.

Jak poznać markę Fast Fashion?

- ◇ W sklepach takiej firmy bardzo często wymieniane są ubrania – wchodzi do sprzedaży kolejne kolekcje kilka, a nawet kilkanaście razy w roku.
- ◇ Można sprawdzić firmę, która nas interesuje w aplikacji [Good On You](#) – rankingu wpływu firm na środowisko, ludzi i zwierzęta. Wyniki pokazują, że wiele firm stara się polepszać swoje standardy i być bardziej ekologicznymi. Warto wiedzieć, które.
- ◇ Najczęściej ubrania są tanie, a promocje zachęcają do kupowania więcej, niż potrzebujemy.
- ◇ Ubrania są szyte tak, by szybko się zużyły i konsument musiał nabyć kolejne. Często są one także ze sztucznych materiałów.
- ◇ Firmy sprzedające w internecie wprowadzają nowe produkty codziennie, można tam znaleźć tysiące rzeczy.
- ◇ Są to ogromne firmy, które produkują swoje ubrania w krajach, tj. Bangladesz, Chiny, Pakistan, czy Wietnam (informacja taka znajduje się na metce).

Co to jest zrównoważona moda?

Zrównoważona produkcja ubrań to taka, która odbywa się w trosce o środowisko naturalne i ludzi na każdym etapie: projektowania, wykonania i dystrybucji, czyli:

- ◇ dba o zużycie, jak najmniejszej ilości wody,
- ◇ szyje z materiałów z recyklingu i materiałów naturalnych,
- ◇ minimalizuje zużycie zasobów naturalnych wody, gleby oraz energii,
- ◇ używa naturalnych barwników,
- ◇ zwraca uwagę na bezpieczeństwo pracowników i płacę zapewniającą im utrzymanie.

SLOW FASHION

Slow fashion jest podejściem do kupowania, w którym zwracamy uwagę na to jak, kiedy i gdzie nabywamy nasze ubrania. Zakupy w rytmie „slow” polegają na nieuleganiu przekazowi reklam i przekonaniu, że wszystko jest nam potrzebne i musimy mieć więcej i więcej. Rytm „slow” oznacza także, że zdobycie rzeczy, której faktycz-nie potrzebujemy, może zająć trochę czasu i ten czas jest wliczony w proces kupowania.

Musimy się zastanowić, czego szukamy, jakie powinno być i jak nam służyć; pomyśleć na spokojnie, czy znaleziona rzecz spełnia nasze wymagania. No i sprawdzić, czy naprawdę to ta jedyna, dając sobie czas np. 1 dzień na zastanowienie. Jeśli po namyśle będziemy nadal zdecydowani, płacimy i mamy w swojej szafie dokładnie to, co trzeba! Unikamy dzięki temu wydawania pieniędzy, którego potem żałujemy. Pewnie każdemu zdarzyło się kupić ubranie, które potem założyliśmy raz albo wcale. Nasze zakupy będą także „slow fashion”, gdy zdecydujemy się poszukiwać rzeczy już używanych, dbać o nie w odpowiedni sposób; a w przypadku rzeczy nowych sprawdzać producenta i jego podejście do planety. Ważne jest, by kierował się nie tylko zyskiem, ale i dbał o, jak najbardziej ekologiczną produkcję i dystrybucję swoich ubrań.

Są także wyzwania – musimy uzbroić się w cierpliwość, nie ulegać zachciankom; rezygnować z niektórych marek, jeśli nie podoba nam się ich postępowanie względem środowiska, zwierząt i ludzi. Ubrania znanych firm możemy jednak

zakupić w sposób lepszy dla naszej planety, czyli w second handach. Jest to też ogromna oszczędność pieniędzy, bo sprzedawane tam ubrania są tańsze od nowych. Nabywanie ubrań, dodatków i innych rzeczy „z drugiej ręki” nazywamy gospodarką zamkniętego obiegu, co oznacza, że zakupy / wymiany / podarunki, opierają się o ubrania i inne produkty już wcześniej używane. Skala produkcji odzieży przez dekady była tak ogromna, że jeśli dziś wszyscy przestaliby kupować nowe ubrania, to nadal mielibyśmy, w czym chodzić przez wiele, wiele lat. Kiedy jednak naprawdę potrzebujemy kupić coś nowego, warto zainteresować się firmami etycznymi - takimi, które w swojej produkcji biorą pod uwagę między innymi minimalne zużycie wody, pochodzenie i naturalność używanych materiałów, odpowiedzialny i jawny łańcuch dostaw, plan recyklingu swoich ubrań, bezpieczeństwo pracowników i wiele innych czynników. Ubrania etyczne są zwykle droższe, ale mają dobrą jakość, posłużą nam dłużej i są bezpieczne dla zdrowia i środowiska naturalnego.

Ze zrównoważoną modą wiąże się nieodłącznie także zasada 3R: REDUCE – REUSE – RECYCLE w Polsce znana, jako zasada 3U:

Unikaj kupowania zbędnych rzeczy, Użyj повторно, Utylizuj. Zakłada ona, że powinniśmy być odpowiedzialni za dany przedmiot od momentu zakupu do jego utylizacji, czyli wykorzystania jako surowce wtórne. Warto więc kupować rozsądnie, dbać o swoje rzeczy, by korzystać z nich, jak najdłużej i mieć plan, co z nimi zrobimy, gdy już się zużyją. Pamiętajmy, że racjonalne przetwarzanie pomaga ograniczyć obciążenia środowiska związane z ciągłą produkcją i akumulacją śmieci.



Co-funded by
the European Union

SLOW FASHION

To przemyślana filozofia kupowania, w której do głosu dochodzi przede wszystkim rozum zamiast emocji. Nie wspiera ona kupowania pod wpływem chwili i bierze pod uwagę, skąd pochodzą kupowane ubrania. Jest to sposób kupowania zaplanowany i odpowiedzialny.

Zaplanowany, bo:

- ◇ Idziemy na zakupy, kiedy faktycznie potrzebujemy i wiemy, co dokładnie chcemy kupić,
- ◇ Wybieramy sklepy second hand lub sklepy z odzieżą ze zrównoważonej produkcji,
- ◇ Rezerwujemy sobie więcej czasu, bo poszukiwania tego, czego potrzebujemy, będą trwałe. Być może nie uda się tego dostać na pierwszych zakupach,
- ◇ Idealnie jeśli mamy ze sobą ekologiczne torby, do których możemy włożyć nasze zakupy,
- ◇ Kupujemy dokładnie i tylko to, na czym nam zależało.

Odpowiedzialny, bo:

- ◇ Nie kupujemy zbędnych rzeczy, których być może w ogóle nie użyjemy,
- ◇ Warto pamiętać, że każdą kupioną rzecz trzeba będzie zutylizować, gdy się zużyje, a więc przemyślane zakupy (zwłaszcza z drugiej ręki) to mniej przyszłych zanieczyszczeń / akumulacji śmieci,
- ◇ Dysponujemy naszymi środkami rozsądnie,
- ◇ Mamy mniej „wpadek zakupowych” – zakupów, których żałujemy,
- ◇ Nasze zakupy przyczyniają się do ochrony natury: wody, gleby, lasów, które zostałyby wykorzystane do produkcji nowych ubrań.

Na co zwrócić uwagę, gdy kupujemy ubrania:

SKŁAD MATERIAŁU NA METCE

Np. nylon, lycra, poliester to materiały sztuczne / len, bawełna to materiały naturalne i zdrowe dla nas oraz środowiska naturalnego

PRANIE PRZED PIERWSZYM ZAŁOŻENIEM

Do produkcji ubrań fast fashion często używane są materiały i barwniki chemiczne tj. rozpuszczalniki, amoniak, chlor, ołów. Są one szkodliwe dla naszego zdrowia i nie powinny mieć kontaktu ze skórą.

SKĄD POCHODZĄ KUPOWANE UBRANIA

Do produkcji ubrań fast fashion często używane są materiały i barwniki chemiczne tj. rozpuszczalniki, amoniak, chlor, ołów. Są one szkodliwe dla naszego zdrowia i nie powinny mieć kontaktu ze skórą.

CERTYFIKACJE

Warto także szukać na metkach oznaczeń tj. blue sign, gots albo oeko tex, które mówią o zrównoważonym wpływie na środowisko, aby dostać taki certyfikat, firma w toku produkcji swoich ubrań mogła użyć tylko naturalnych środków

ECO LOOKBOOK

Ekologiczne outfity z ubrań i dodatków z zamkniętego obiegu rzeczy już używanych lub ze zrównoważonej produkcji. Co pomaga stworzyć eco-look?

farbowanie materiałów
eko-barwnikami

eko szafa – ubrania
z własnej szafy są
zawsze najbardziej eko,
bo korzystamy z tego,
co już mamy

kupowanie tego,
czego naprawdę
potrzebujemy

cerowanie artystyczne
– ratowanie ubrań
„nie do uratowania”

czytanie metek, by
odpowiednio dbać
o swoje ubrania

swap clothing –
wymiany ubrań

kupowanie
w second handach

poprawki krawieckie

upcykling odzieży –
„coś nowego z niczego”

ECO – SHAMING

Powodowanie u kogoś poczucia wstydu ze względu na to, że jego wiedza / wybory konsumenckie / styl życia nie są (wystarczająco) ekologiczne.

Z czego wynika potrzeba eko-wyszydzenia?

- ◇ wywoływanie negatywnych emocji, żeby dana osoba zmieniła swoje zachowanie na bardziej ekologiczne,
- ◇ spoglądanie na innych z góry i krytyka dla samej krytyki,
- ◇ podbudowanie poczucia własnej wartości i nieomyślności,
- ◇ wybielanie siebie.

Jeśli znasz kogoś, kto wyszydza innych, możesz podać mu poniższy przepis:

Zanim kogoś wyszadzisz:

1. Weź głęboki oddech.
2. Napisz swój wyszadzający komentarz, który chciałeś/łaś do kogoś powiedzieć / wysłać.
3. Zmaż go lub skasuj go, napisz jeszcze raz i jeszcze raz zmaż lub skasuj.
4. Zastanów się, jak to było kiedy nie wiedziałaś / nie wiedziałeś o ekologii tego, co teraz.
5. Zastanów się, jak byś chciała / chciał się tego dowiedzieć i czy umiesz to tak przekazać.
6. Dawaj przede wszystkim przykład swoim ekologicznym działaniem.
7. Gdy znów przyjdzie Ci ochota na zawstydzanie innych – powtórz.

Pozostawanie w pokoju ze środowiskiem jest pojęciem szerokim. Składają się na nie różnorodne zachowania takie, jak zbieranie deszczówki, unikanie plastiku, kupowanie „z drugiej ręki”, wybór diety roślinnej, wolontariat w schronisku dla zwierząt, oszczędzanie energii, poruszanie się rowerem, segregowanie śmieci i wiele, wiele innych.

Wyszydzanie kogoś ze względu na to, że nie robi żadnej z tych rzeczy albo robi, ale w niewystarczającym stopniu, jedynie *zniechęca* i sprawia, że ktoś czuje się źle nawet jeśli udało mu się wprowadzić wiele pozytywnych zmian i żyć bardziej *ekologicznie*.

Warto pamiętać, że nikt nie staje się ekologiczny w momencie podejmowania decyzji, że chciałby taki być. Bycie eko to *proces*, a więc każdy z nas może być na innym jego etapie.

Eko-wyszydzanie może ten proces zakłócić, a nawet odwrócić. Pomaga mu za to szanowanie innych, wspieranie i inspirowanie swoim zachowaniem. A także pamiętanie o metodzie małych kroków, dzięki której każdego dnia będziemy lepsi.

Istnieje jeszcze jedna strona eko-wyszydzania, które przejawia się zachowaniem odwrotnym – wyszydzane / zawstydzane są osoby, które starają się żyć w pokoju ze środowiskiem. Ich zachowania są wyśmiewane i wytykane przez innych. Powody i skutki, a także recepta na zapobieganie takim zachowaniom są podobne, jak opisane powyżej. Eco-shaming jest niedopuszczalny w każdej postaci!

MINIMALIZM

Czasem przychodzi w życiu taki moment, kiedy patrzymy na nasz pokój lub cały dom i myślimy: czas na zmiany! Słyszeliśmy o minimalizmie, dzięki któremu przestrzeń może być bardziej logiczna i poukładana. Zaglądamy dokładnie w każdy kąt i zastanawiamy się, czy to także coś dla nas.

Korzyści z podjęcia takiego wyzwania jest bowiem wiele. Minimalizm pomaga nie tylko wprowadzić system organizacji rzeczy, dzięki czemu zwalnia się miejsce na to, co naprawdę nam odpowiada i czym chcemy się otaczać; ale pozwala też na spokojniejsze, prostsze i bardziej ekologiczne życie. Główną maksymą minimalizmu jest elixir vitae, czyli wyeliminuj wszystko, co zbędne. Tylko jak to zrobić?

Trzeba sobie najpierw obiecać, że nie będziemy robić wszystkiego naraz, a potem

przygotować plan działania, który może wyglądać bardzo różnie. Może będziemy chcieli najpierw posprzątać to, co w szafach i szufladach albo przechodzić od pomieszczenia do pomieszczenia, albo od góry do dołu – najpierw najwyższe półki, a na końcu rzeczy spod łóżka. Taka recepta jest dobra, ale możemy też skorzystać z systemu bardziej szczegółowego i sprawdzonego już przez kogoś wcześniej. Jednym z nich jest system „30 dni do minimalizmu” stworzony i udostępniony przez [Pick Up Limes](#).

Proponuje on przejście przez 6 kategorii:

ODZIEŻ I AKCESORIA

dzień 1: torby, plecaki, portfele
dzień 2: ubrania
dzień 3: bielizna
dzień 4: buty
dzień 5: kosmetyki, perfumy, akcesoria do włosów
dzień 6: paski, okulary, zegarki, biżuteria

BIUROWE I MEDIALNE

dzień 7: czasopisma i papiery
dzień 8: zeszyty / podręczniki
dzień 9: płyty i książki
dzień 10: stara / niedziałająca elektronika
dzień 11: rachunki i dokumenty
dzień 12: artykuły piśmiennicze

ARTYKUŁY GOSPODARSTWA DOMOWEGO

dzień 13: ręczniki
 dzień 14: środki czystości
 dzień 15: szuflady z rupieciami
 dzień 16: komody i górne półki
 dzień 17: meble

KUCHENNE

dzień 18: lodówka
 dzień 19: spiżarnia
 dzień 20: szafki kuchenne

TELEFON I KOMPUTER

dzień 21: aplikacje
 dzień 22: zdjęcia i filmy
 dzień 23: poczta
 dzień 24: subskrypcje

OSOBISTE I ROZMAITOŚCI

dzień 25: albumy ze zdjęciami
 dzień 26: hobbystyczne
 dzień 27: pamiątkowe
 dzień 28: dekoracje okolicznościowe
 dzień 29: samochód
 dzień 30: umysł, czyli dzień na odpoczynek,
 przyjemności i relaks

Jak możemy zabrać się do sprawy, proponuje również guru porządkowania i minimalizmu we wnętrzach *Marie Kondo*, która dzieli rzeczy na użyteczne i sentymentalne.

Przedmioty, które są użyteczne, w dobrym stanie i przez nas lubiane dostają w naszym domu swoje miejsce, którego się trzymamy; a nie lubiane sprzedajemy lub oddajemy. Rzeczy użyteczne, ale w złym stanie naprawiamy, recyklingujemy, upcyklingujemy lub wyrzucamy. Tak samo postąpimy z rzeczami, które nie kwalifikują się ani do użytecznych ani do sentymentalnych. Z przedmiotami sentymentalnymi będzie trochę inaczej. Jeśli są piękne, zostawiamy je i eksponujemy w wybranym miejscu, a jeśli takie nie są, również zostawiamy, ale chowamy do pudełka na pamiątki.

Marie Kondo radzi również, by porządkować w samotności i selekcjonować swoje rzeczy samodzielnie. Dzięki temu decyzja o tym, czy coś zostawić, czy wyrzucić, będzie wyrazem naszej woli, a nie wynikiem czyichś sugestii albo nacisków. Ważne też, by proces powtórzyć raz na pół roku. Gdy nie jesteśmy pewni, co zrobić z jakąś rzeczą przydaje się przygotowanie pudełka „być może”, dedykowanego przedmiotom, co do których trudno nam podjąć decyzję. Chowamy je w bezpiecznym miejscu, a jeśli po 6 miesiącach okaże się, że nie sięgnęliśmy po nie ani razu, będzie to dla nas wskazówka, co z nim dalej zrobić.

GREENWASHING

Jest to zjawisko, które ma wywołać u konsumentów wrażenie, że dany produkt lub marka były wyprodukowane w trosce o ludzi i środowisko; podczas gdy w rzeczywistości mija się to z prawdą. W wolnym tłumaczeniu „greenwashing” oznaczać będzie „eko-ściemę”, „zielone mydlenie oczu”, czy „zielone kłamstwo”.

Wielkie firmy często nie chcą zmieniać swojego sposobu produkcji, czy dystrybucji ani sposobu traktowania pracowników; jak również tego, jak radzą sobie z odpadami ze swojej produkcji, ponieważ generuje to duże koszty. Inwestują więc w kampanie reklamowe, składają obietnice i podejmują pozornie ekologiczne działania, by kreować

swój wizerunek jako firmy troszczącej się o planetę. Za nimi nie idzie jednak nic albo niewiele zmian jakościowych. W greenwashingu biorą udział największe marki na świecie, tj. COCA-COLA, UNILEVER, NESTLE, PROCTER & GAMBLE i wiele innych.

Sposobów greenwashingu jest wiele:

WYGLĄD PRODUKTÓW

Firmy starają się, by ich produkty miały opakowania kojarzące się z ekologią – kolory zielony i niebieski lub kolory neutralne – jasnobrązowy, szary. Dodają też symbole / rysunki takie, jak drzewo, góry, symbol recyklingu, wizerunki zwierząt. To, co znajduje się w środku nie ma jednak nic wspólnego z ekologią i zostało wyprodukowane w sposób nadużywający środowisko i pracę ludzi. W swoich kampaniach reklamowych firmy wykorzystują także obrazy przyrody - czystą wodę, błękitne niebo, zielone lasy, słońce. Często zatrudniają też znane osoby, które reklamują dany produkt.

NAPISY NA OPAKOWANIACH

Używają słów i zwrotów takich, jak: zrównoważony, naturalny, czysty, zielony, przyjazny dla środowiska, świadomy, niski wpływ na środowisko. Nie mają one definicji prawnej, a więc oznaczają wszystko i nic. Przeciwnościem będzie np. słowo organiczny, bo prawo dokładnie precyzuje, jakie produkty należą do organicznych i, żeby używać tej nazwy, trzeba spełniać konkretne kryteria produkcji. Takie towary są zazwyczaj oznaczane certyfikatami, które potwierdzają nazwę „organiczny” np. symbol GOTS na ubraniach z bawełny organicznej, czy ECOMark w przypadku żywności.

ECO-BAGGING

Innym sposobem greenwashingu jest ECO-BRAGGING (EKO-PRZECHWALANIE SIĘ, EKO-CHWAŁA), które polega na szerokim reklamowaniu proekologicznych działań firmy, zazwyczaj małych i nieproporcjonalnych w stosunku do jej polityki produkcyjnej, która obciąża środowisko i przyczynia się do kryzysu klimatycznego. W kampaniach tych znajdziemy często deklaracje typu: „do 2025 roku będziemy wykorzystywali o 15% mniej wody w procesie produkcji naszych ubrań” „do 2030 roku, co trzecia nasza butelka będzie z recyklingu”, „przekażemy 1 mln dolarów na ochronę środowiska”. Wspólnym mianownikiem tych deklaracji jest to, że są niekonkretne. Nie znajdziemy informacji: kiedy konkretnie rozpocznie się ten proces, jakie dokładnie zostaną podjęte działania, na czym będą polegały i jaki będą miały wpływ. Z wielu tych obietnic firmy się nie wywiązują, bądź manipulują informacjami, by wyglądało to tak, jakby faktycznie je wypełniły.

Faktem jest, że wszyscy jesteśmy poddawani greenwashingowi, choć nie zawsze o tym wiemy.

Przykładami greenwashingu mogą być działania kilku firm znanych na całym świecie:

DANONE

Firma zobowiązała się do zmniejszenia wykorzystania plastiku w swoich opakowaniach o 25% do 2011 roku, a kiedy nie udało jej się tego osiągnąć po prostu zmieniła datę na swojej stronie internetowej na rok 2020. Przesunęła więc czas realizowania swojego zobowiązania o blisko dekadę, udając, że pierwsze zobowiązanie nie istniało. Firmy stosują także takie zabiegi, jak składanie zbyt dużych obietnic, ciągłe zmienianie celów albo zupełne ich porzucanie. Zanim tak się jednak stanie głośno donoszą konsumentom o swoich planach i budują w ten sposób wizerunek przyjaznych środowisku, w rzeczywistości nie robiąc nic, albo robiąc niewiele.

H&M

Zorganizowało globalną akcję zbiórki zużytych ubrań. Za przyniesienie swoich tekstyliów można dostać kupon rabatowy. Zebrane ubrania miały trafić do second handów, przerobienia tak, by można było je dalej nosić albo w przypadku bardzo zniszczonych ubrań, zostać przemielone na włókna i wykorzystane w kolejnych procesach produkcyjnych np. jako składnik nici do szycia. Jak wykazało jednak śledztwo dziennikarskie ogromna część z nich trafiła do krajów rozwijających się, gdzie zalegają na wysypiskach, bądź zostały spalone.

STARBUCKS

Wprowadził serię pokrywek bez miejsca na słomkę, za to z dzióbkiem ułatwiającym picie. Ma być to zachęta dla klientek / klientów, by nie sięgali po słomki lub ograniczyli ich zużycie i tym samym mniej zanieczyszczali / li środowisko. W celu przeprowadzenia swojej „zielonej inicjatywy” firma postawiła jednak na pokrywki plastikowe, a dodatkowo plastik, z którego zostały wykonane jest cienki i nie nadaje się do recyklingu.

GREENWASHING

Strategia marketingowa, której celem jest stworzenie mylnego wrażenia, że dana firma i jej produkty są przyjazne dla środowiska.

Aby zmienić stosunek ludzi do danego produktu, nie zmieniając nieekologicznego procesu jego powstawania, najłatwiej jest zainwestować w odpowiednią reklamę, czyli taką, która sprawi, że produkt ten przestanie być negatywnie postrzegany. Na tym opiera się proces greenwashingu.



RODZAJE GREENWASHINGU

Czyli co przykładowo robią firmy, żeby zamydlić nam oczy?

- ◇ Zamieszczają na swoich produktach znaczki, które mają przypominać certyfikaty ekologiczne. Są także firmy, które same tworzą certyfikaty i używają ich na niejasnych zasadach.
- ◇ Zakładają nową, małą firmę i tworzą pod jej logo produkt lub linię produktów, które mają dbać o środowisko. Oficjalnie nie przyznają się do nich, by nie zostały skojarzone z faktyczną, nieekologiczną ścieżką produkcyjną, jak np. Coca-cola i Honest Tea. Chodzi o to, by pozyskiwać pieniądze konsumenta, który unika firm zanieczyszczających środowisko naturalne – myśli on, że kupuje od firmy pro-ekologicznej, gdy de facto tak nie jest.
- ◇ Wybierają opakowania w kolorach kojarzących się z ekologią, opakowania półekologiczne lub nawet ekologiczne, jednak w środku nadal znajduje się ich nieekologiczny produkt.
- ◇ Wypuszczają jeden ekologiczny produkt i uważają, że są już wystarczająco ekologiczne i nie muszą robić nic więcej.
- ◇ Inwestują w reklamy, które kojarzą się pro-środowiskowo: ukazują dużo zieleni, wody, słońca; używają takich określeń, jak naturalny, czysty, zielony, przyjazny środowisku. Chcą pozostać w pamięci konsumenta, jako firmy pro-ekologiczne, podczas gdy w rzeczywistości takie nie są.
- ◇ Tworzą głośne kampanie, w których zobowiązują się do dokonania w swojej produkcji zmian korzystnych dla środowiska, jednak nie przedstawiają konkretnych deklaracji, jakie działania zostaną podjęte i kiedy. Często też cała sprawa zamyka się na etapie zrobienia szumu medialnego, a deklaracje ulegają zmianie lub zapomnieniu.

Greenwashing jest szkodliwy, ponieważ ma na celu jedynie zmianę wizerunku firmy i jej produktów oraz zwiększenie sprzedaży. Dobro planety gra rolę marginalną lub zupełnie nie jest brane pod uwagę. Wszystko ma wyglądać „jak ekologiczne”, ale niekoniecznie musi takie być.

ZIELONE KŁAMSTWO

Greenwashing tłumaczony jest często jako „eko-ście- ma”, „zielone mydlenie oczu”, „zielone kłamstwo”. Jak je jednak rozpoznać i unikać kupowania produktów firm, które zarabiają dzięki swoim nieuczciwym praktykom produkcyjnym i wizerunkowym?

Greenwashing jest szkodliwy, ponieważ ma na celu jedynie zmianę wizerunku firmy i jej produktów oraz zwiększenie sprzedaży. Dobro planety gra rolę marginalną lub zupełnie nie jest brane pod uwagę. Wszystko ma wyglądać „jak ekologiczne”, ale niekoniecznie musi takie być.

Co demaskuje Greenwashing?

Poszukiwanie informacji o firmie i jej produktach w niezależnych źródłach. Wymaga włożenia trochę czasu i starań, jednak jest jedyną drogą, żeby dowiedzieć się, czy dana firma faktycznie dba o środowisko, czy tylko chce za taką uchodzić.

Co może w tym pomóc?

- ◇ Sprawdzanie składu i pochodzenia przynajmniej kilku produktów firmy
- ◇ Certyfikaty – kto je przyznał, czy widnieją na oficjalnych stronach niezależnych instytucji zajmujących się certyfikacją.

Do takich należą m.in.:



ZWIERZĘTA WOLNOŻYJĄCE

Możemy pomagać zwierzętom żyjącym na wolności m.in poprzez ratowanie ich od krzywd napotkanych w przyrodzie, np.:

- ◇ ratowanie uwięzionych zwierząt
- ◇ szczepienie i leczenie zwierząt rannych i chorych
- ◇ pomaganie zwierzętom głodnym i spragnionym
- ◇ tworzenie bezpiecznego i przyjaznego środowiska do życia

W jaki sposób to zrobić?

- ◇ Zadzwoń do odpowiednich służb i podać szczegóły: gdzie i co się stało, opisać zdarzenie, podać swoje dane do kontaktu oraz w miarę możliwości i udzielić pomocy/opieki zwierzęciu do czasu przybycia na miejsce naszego patrolu

NUMERY KONTAKTOWE:

ANIMAL PATROL STRAŻY MIEJSKIEJ NR. 986;

STRAŻ DLA ZWIERZĄT W POLSCE – NR. (022) 353-50-60,

POWSTAJE TAKŻE APLIKACJA [ANIMAL HELPER](#), POPRZEZ KTÓRĄ RÓWNIEŻ BĘDZIE MOŻNA DOKONAĆ ŻŁOSZENIA

- ◇ zaangażować się w budowę budek i domków dla ptaków, hoteli dla owadów; kryjówek z kamieni dla płazów; czy ziemnych piwniczek dla nietoperzy,
- ◇ występować za zachowaniem szlaków migracyjnych oraz naturalnego środowiska do życia zwierząt – zakazem wypalania i koszenia łąk, czy nienaruszaniem obszarów chronionych np. poprzez podpisanie petycji,
- ◇ niełapanie zwierząt i nieprzeszkadzanie im, zwłaszcza w okresie chowania młodych,
- ◇ uważanie, by nie zaruszać ich gniazd, jaj ani nor,
- ◇ zachowywanie czystości okolicy, w której mieszkamy,
- ◇ wystawienie miski z wodą dla kotów wolnożyjących, ptaków i owadów oraz [mądre dokarmianie zwierząt](#).

PSZCZOŁY

Pszczoły zajmują szczególne miejsce wśród zwierząt. Zapylają 80% roślin na naszej planecie, które są pożywką ludzi i zwierząt. Przyczyniają się też do zachowania bioróżnorodności, czyli zróżnicowanie form życia na Ziemi. Jak im pomóc w tych ważnych zadaniach? Dbając o jak najlepsze warunki życia:

- ◇ unikamy jak ognia oprysków i sztucznych nawozów,
- ◇ robimy poidło! Żeby pszczoły zaczęły z niego korzystać, musi stać w słońcu i być stale pełne oraz wyłożone keramzytem lub węglem drzewnym,
- ◇ siejemy dużo kwiatów wszędzie, gdzie się da,
- ◇ sadzimy rośliny miododajne (m.in. nagietek lekarski, chaber bławatek, pszczelnik mołdawski, jeżówka purpurowa, melisa lekarska),
- ◇ unikamy sadzenia tuji – pszczoły bardzo ich nie lubią,
- ◇ budujemy dla nich schronienie i umieszczamy w spokojnym miejscu.