

Sprievodný materiál k filmu Zelená lož (The Green Lie)

Anotácia k filmu Zelená lož (The Green lie)

Elektromobily šetrné k životnému prostrediu, udržateľné potraviny, férová produkcia: Hurá! Veľké spoločnosti nás ľahko presvedčia, že svet dokážeme zachrániť kupovaním správnych vecí. To je však rozsiahla a nebezpečná lož. [Werner Boote](#) vo svojom dokumente Zelená lož spája sily s Kathrin Hartmannovou, odborníčkou na „greenwashing“, zavádzanie zákazníkov ohľadom firemných environmentálnych cieľov, aby preskúmal, ako sa môžeme proti tejto lži brániť. (Jeden svet 2019)



Čo je greenwashing?

Pojem [greenwashing](#) (zelené klamstvá alebo zelené vymývanie mozgov) označuje komunikačné a marketingové praktiky, ktorými sa firmy, politici a prípadne iné subjekty snažia vytvárať na verejnosti dojem ekologickej udržateľnosti, ochrany prírody a činnosti na ochranu a regeneráciu životného prostredia.

V tom im pomáhajú reklamné spoločnosti, mediálne domy, televízie, sociálne siete, internetoví giganti a ďalší aktéri masovej komunikácie. Na greenwashingu sa však podieľajú aj inštitúcie, mimovládne organizácie a jednotlivci, ktorí majú informačný vplyv v spoločnosti.

Prvýkrát tento pojem použil v roku 1986 environmentalista Jay Westervelt, keď poukázal na zavádzajúce praktiky hotelových komplexov, ktoré propagovali opätovné používanie uterákov ako spôsob šetrenia vody, zatiaľ čo rúbali dažďové pralesy a ničili vzácny morský život na výstavbu ďalších hotelov.

Odvtedy tento pojem, resp. jeho obsah nabral na vážnosti nielen vo svete, ale aj na Slovensku. **Ľuďom totiž veľmi záleží na prírode a životnom prostredí.** Toto je fakt, ktorý neustále potvrdzujú výskumy [Eurostatu](#) aj [Slovenskej akadémie vied](#). Veľká väčšina z nás chce nielen prírode neškodiť, ale aj prispievať k jej ochrane a regenerácii. Sme k tomu vychovávaní od malička, je to postoj, ktorý považujeme za eticky správny, a v neposlednom rade je aj veľmi potrebný, pretože všetko, čo máme ako ľudia k dispozícii, je odvodené od prírodných podmienok a životného prostredia.

Toto je nastavenie, ktoré sa snažia využiť firmy a ďalší aktéri, ktorých aktivity možno považovať za protichodné s týmto postojom.

Čo si treba uvedomiť?

Greenwashing je zákerná praktika, ktorú možno oprávnene vnímať ako problematickú. Čím viac jej bude, tým bude ťažšie rozhodnúť sa, čo je správne a čo nie, a riešenie skutočných problémov sa bude oddďalovať.

Ak sa však na ňu pozrieme bližšie, vo svojej podstate **ide o vítaný znak pozitívneho vývoja spoločnosti**, pretože ochrana prírody a životného prostredia sa stala takou dôležitou témou, že firmy ju už nemôžu ignorovať, a preto ju chcú využiť.

Samým sa im to však nepodarí.

K tomu, aby mohli firmy robiť greenwashing s potrebným dosahom, **potrebujú prístup** k masovokomunikačným prostriedkom ako sú tlač, internetové portály, televízie, sociálne médiá a verejný priestor.

Firma, ktorá napríklad predáva zemný plyn, nemá dostatočnú odbornosť vo verejnej komunikácii. Preto potrebuje reklamné a PR agentúry. Tie zase potrebujú spraviť nimi vymyslený komunikačný obsah hodnovernejším, pretože len tak sám od seba nikto neuverí, že firma, ktorej ekonomický zisk závisí od toho, koľko plynu predá, sa zrazu rozhodla zmeniť spôsob svojej práce.

K tomu slúžia slávne osobnosti, inštitúcie alebo organizácie. Dlho to boli ľudia z oblasti športu a kultúry, dnes sú to tzv. influenceri. Samozrejme, títo ľudia nebudú vykrikovať reklamné slogany na ulici. Preto potrebujú priestor. Ten poskytujú sociálne médiá, dnes najdôležitejší reklamný hráč. Svoju úlohu v tomto smere zohrávajú taktiež televízie, rozhlas, internetové portály a tlač. Samozrejmosťou sú aj inzertné spoločnosti so svojimi billboardmi a reklamnými plochami.

Okrem vyššie zmienených aktérov sa na greenwashingu podieľajú často aj inštitúcie a organizácie, ktoré majú v spoločnosti nejaký typ dôvery. Zväčša to funguje takto: Firma pripravuje s reklamnou agentúrou kampaň a spoločne oslovia niekoho, kto sa v danom prostredí pohybuje. Povedzme, známu osobnosť, ktorá sa profiluje v ochrane životného prostredia, alebo environmentálnu organizáciu. Výmenou za účasť na verejnosti komunikovanej činnosti im ponúkne finančnú odmenu, prípadne dlhodobú finančnú podporu. Títo jednotlivci, organizácie, alebo inštitúcie tak ako protihodnotu prepožičajú kúsok svojej spoločenskej dôvery, ktorú si dovtedy budovali.

Greenwashing nie je len problém firiem, ktoré si ho objednávajú. Je to spoločenský problém, do ktorého je zapojených veľa aktérov od jednotlivcov cez rôzne typy organizácií a firiem, až po veľké inštitúcie.

Taktiež je dôležité dodať, že greenwashing nie je len súčasťou trhových ekonomík, ale je bežne prítomný aj v centrálne riadených ekonomikách a ďalších typoch politicko-ekonomického usporiadania. V slovenskom kontexte je však relevantné hovoriť o jeho pôsobení v ekonomike založenej na trhovom princípe



Prečo je to vlastne problém?

Ak je tento fenomén taký rozšírený a podieľajú sa na ňom toľkí aktéri, v čom je vlastne problematický? Tu je **7 dôvodov, prečo je greenwashing problém:**

1. Je to klamstvo, zavádzanie, nepravda.

Veľmi zjednodušene, klamstvo, zavádzanie a nepravdy by nemali figurovať vo verejnom priestore. Základom akéhokoľvek rozhodovania musia byť jasné fakty a ukotvenie v reálne overiteľnom svete. Ak to tak nie je, prispievame k spleti zmätku, znechutenia a apatie, ktoré vedú k spoločenskej frustrácii. A greenwashing spolu s ďalšími zavádzajúcimi reklamnými obsahmi k nej tiež prispieva.

2. Greenwashing zhoršuje skutočné problémy.

Problémy v oblasti ochrany prírody a životného prostredia sa zhoršujú s časom. Jednoducho, keby sme začali riešiť klimatickú zmenu v roku 1988, keď bol zriadený Medzivládny panel OSN pre zmenu klímy (IPCC), tak by sme mali o tridsať rokov viac času ako teraz. Zmeny by nemuseli byť radikálne, masívne, ale mohli byť postupné a dlhodobé.

3. Greenwashing bráni skutočným riešeniam, prípadne im veľmi komplikuje cestu.

V trhovom prostredí musí akýkoľvek nový produkt, tovar alebo služba reagovať na konkurenciu. A ak už je konkurencia etablovaná cez greenwashing, napr. tým, že ponúka už verejnosťou akceptovanú službu, v ktorej si priplatíte len dve eurá a máte akože 100 % elektriny z obnoviteľných zdrojov energie, tak firma, ktorá bude chcieť skutočne predávať elektrinu z obnoviteľných zdrojov (nie len certifikáty), bude mať výrazne sťažené podmienky. Jednoducho sa zákazníci budú pýtať, prečo je nová služba taká drahá, keď si doteraz stačilo za „to isté“ priplatiť 2 eurá. Tak sa môže stať, že k žiadnemu rozvoju obnoviteľných zdrojov cez trhovú konkurenciu vôbec nedôjde, pretože ho blokuje greenwashing.

4. Vytvára v nás falošný pocit jednoduchého riešenia.

Greenwashing redukuje komplikované problémy do jednoduchej činnosti – nákupu tovarov a služieb. Vy si kúpite benzínové auto a my za to vysadíme strom. A ten potom prispeje k riešeniu klimatickej zmeny. Vy si kúpite minerálku, my z každej dáme 1 cent na výsadbu stromov. V skutočnosti však nestačí stromy len vysadiť, treba sa o ne aj starať, mať okolo toho celé zázemie ľudí, plánov a systémov. Navyše, komplikované problémy zväčša nemajú jednoduché riešenia. Ich redukcia prostredníctvom greenwashingu potom komplikuje verejnú podporu systémových opatrení, pretože verejnosť môže mať pocit, že už sa toho predsa robí veľa. A bez tejto podpory sa to systematicky robiť nedá.

5. Odvádza pozornosť od skutočných riešení.

Greenwashing upriamuje pozornosť na zákazníkov a tvrdí, že oni môžu prispieť k zmene. Môže vám tvrdiť, že tieto plastové vrecká, ktoré sú síce zadarmo, si vziať nemusíte, a prispejete tým k nižšej miere odpadu a zachránite oceány. Ale v prvom rade je dôležité povedať, že práve samotná firma ich ponúka a dáva k dispozícii zadarmo. Keby chcela skutočne riešiť mieru odpadu plastového znečistenia, mohla by začať tým, že plastové vrecká zadarmo nedá k dispozícii. Keby chcela skutočne pomôcť, tak by vďaka svojej sile mohla vyžadovať nižšiu mieru obalov na výrobných, ktoré objednáva pre svojich zákazníkov.

6. Vyvoláva v nás apatiu a nezáujem.

Greenwashing sa tvári, že nám chce pomôcť, ale jeho možným dôsledkom je to, že sa o skutočné riešenia prestaneme zaujímať. Každá firma má vlastnú certifikáciu, vlastné pravidlá, vlastné

podrobnosti a je veľmi ťažké sa v nich vyznať. V každej oblasti je to iné, v niečom aj podobné, a je v tom chaos. K tomu sa neustále medializujú prípady typu „tamten certifikát je podvod“, „tamtá spoločnosť, ktorej ľudia dôverovali, nehovorila pravdu“. Okrem toho sa to v čase neustále mení a certifikáty alebo praktiky, ktoré boli ešte pred pár rokmi v poriadku, už neplatia. Človek sa v tom zákonite musí stratiť. To v ňom môže vyvolať nezáujem, pretože sa jednoducho sklame. A v tom prípade sa človek už prestáva podieľať na verejnom tlaku a tí, ktorí škodia životnému prostrediu, si môžu pokojne fungovať ďalej.

7. Vytvára konflikty v rámci organizácií, hnutí a inštitúcií, ktorým záleží na zmene.

Greenwashing rozdeľuje. Tým, že dôveru získava zapojením ľudí, organizácií alebo inštitúcií, ktoré ju už majú vybudovanú, vytvára situácie, v ktorých sa aj dovtedy dobrí aktéri musia rozhodnúť: Prijmeme tieto finančné zdroje alebo nie? Čím vyššia miera dôvery, tým väčšie financie na stole. A tým ťažšie sa odoláva, pretože ochrana prírody a životného prostredia nie je ekonomicky najvýhodnejšia možnosť.

To zákonite vyvoláva reakciu ostatných aktérov, ktorí dovtedy spolupracovali s tými, ktorí prijali peniaze a teraz sa podieľajú na greenwashingu. Už beztak slabé hnutia, organizácie alebo inštitúcie prichádzajú o spojencov a možné budúce spolupráce.

Na čo si dať pozor? Ako funguje greenwashing?

Nato, aby sme vedeli čokoľvek robiť s praktikou greenwashingu, potrebujeme ju najskôr rozpoznať. To je však často pomerne náročné, pretože využíva veľké množstvo stratégií, aby ju nebolo jednoduché odhaliť. Navyše, pri našom obmedzenom čase sa tomu jednoducho nemôžeme venovať, pretože problémov je veľa. **A inštitúciu, prípadne organizácie, ktoré by sa tomuto problému dlhodobo venovali, v našich podmienkach nemáme.** Tu sú však základné odporúčania ako rozpoznať greenwashing a stratégie, ktoré používa:

- Pozrite sa, akej činnosti sa daná firma venuje dlhodobo

Ak firma dlhodobo podniká s fosílnymi palivami (uhlie, ropa, plyn), ničí životné prostredie (napr. holorubom), alebo spôsobuje zdravotné problémy znečistením vzduchu (napr. emisiami prachových častíc ako pri autách) a zrazu vidíte reklamu v zelenej farbe s výrazmi ako *ekologický* či *udržateľný* a s využitím prírodných scenérií, tak si dajte pozor.

- Pozrite sa, z čoho má väčšinu príjmov

Firmy, ktoré extenzívne a neudržateľne využívajú prírodné zdroje, môžu mať aj časť portfólia, ktoré sa dá považovať za udržateľné (napr. solárne panely). Ak je však z pohľadu príjmov zanedbateľná, zatiaľ čo vo verejnej prezentácii sa snažia vyzdvihnúť práve ju, tak je to problematické. Jednoducho, snažte sa dostať k podstate biznisu a sledovať odkiaľ sú príjmy.

- Sebareprezentácia je viac ako skutočné riešenie

Existujú, samozrejme, firmy, ktoré sa snažia byť udržateľné a chcú o tom povedať ostatným. To je úplne v poriadku, treba však spozornieť, ak na vás takáto reklama vyskakuje úplne všade, čo znamená, že za ňu niekto poriadne zaplatil. A skúste sa pozrieť na predchádzajúce body. Ak uvidíte nesúlady, prípadne ak máte pocit, že samotná reklama stojí viac ako ponúkané riešenie, pravdepodobne ide o greenwashing.

- **Ak firmy rozdáujú rady ako žiť udržateľnejšie, spozornite**

Niektoré firmy veľmi rady dávajú jednotlivcom rady, ako sa správať ekologicky. Rozdáujú ich však len ostatným, zatiaľ čo u nich vo vnútri sa nič zásadnejšie nemení, aj napriek tomu, že by to bolo potrebné. Toto je klasická greenwashingová taktika, ktorá sa usiluje prehodiť zodpovednosť na vás, zatiaľ čo firmy si naďalej fungujú neudržateľne.

- **Neprehľadná zmeska značiek, log a označovania**

Chaos, zmätok a neprehľadnosť sú častými nástrojmi greenwashingu. Nemáme čas vyznať sa, zisťovať, čo konkrétne znamená symbol na výrobku, aké percento je udržateľné a čo znamená tento výrok v anglickom jazyku. Dlho sme sa učili rozpoznávať určité certifikáty a dôverovať im, ako napr. Fair Trade, Rainforest Alliance, Bio, len preto, aby si podobné značky a certifikáty vytvorila prakticky každá veľká spoločnosť. Ak vidíte certifikát, tak zbystrite pozornosť, nie všetko znamená v skutočnosti to, čo je napísané, a diabol sa skrýva v detailoch.

- **Vizuálna prezentácia**

Ak nájdete výrobok v supermarkete alebo inde vo veľkých množstvách, tak je s veľkou pravdepodobnosťou produkováný priemyselne. Reálna výroba sa teda môže veľmi líšiť od toho, čo je zobrazené na obale. Ak pri vajíčkach z klietkového chovu vidíte šťastnú sliepku na lúke pri západe slnka, pravdepodobne to nekorešponduje s realitou. Ak vidíte benzínové automobily jazdiť v prekrásnej krajine plnej stromov a nádherných výhľadov, tak je to trochu zavádzajúce, pretože realitou auta je v skutočnosti nudné státie na parkovisku alebo pomalý posun v dopravnej zápche. Jednoducho zvážte, ako vyzerajú podmienky výroby a použitia v porovnaní s prezentáciou výrobku. Ak to je príliš zelené a je tam veľa západov slnka, tak niečo neseďí.

- **Príliš technická komunikácia pri odpovediach na otázky**

Ak aj máte podozrenie, že niečo nie je v poriadku a chcete sa spýtať na to, ako daná služba alebo výrobok funguje, tak sa v greenwashingu mení komunikácia. Už nie je jednoduchá, ani ľahko zrozumiteľná, ale sú použité ťažké vety, právnické formulácie, technické popisy a príliš veľa detailov. Majú vás odradiť od ďalšieho skúmania.

- **Sadenie stromov**

Ak uvidíte čokoľvek so sadením stromom, pravdepodobne to je problematické. Toto je najčastejšia forma greenwashingu. Určite ste sa s tým stretli: kúpte si minerálku v plastovej fľaške a my zasadíme strom. Kúpte si auto a my zasadíme strom. Alebo, tento rok sme zasadili 100 stromov, pomohli sme prírode. Okrem toho, že sadenie stromov nie je také jednoduché, ako sa zdá, veľmi dlho trvá, kým strom vyrastie a bude poriadne zachytávať CO₂, aj samotný život stromov funguje v interakcii, nie samostatne. Navyše, nikdy nebude taký odolný ako taký, čo prirodzene rástol veľmi dlhú dobu. A tak, ak napr. developer vyrúbe 150-ročné stromy a povie, že namiesto jedného vyrúbaného stromu zasadí ďalšie dva, tak je to problematické.

- **Využívanie nevedomosti**

V realite už máme veľké množstvo systémových opatrení, ktoré regulujú činnosť firiem, aby príliš nedrancovali prírodné zdroje alebo neklamali zákazníkov. Podstatné je rozpoznať, kedy sa niekto stavia do pozície zeleného aktéra len preto, že to musí robiť zo zákona. Toto napríklad platí pre emisné a imisné limity a napr. inštalovanie filtrov, ktoré zachytávajú nebezpečné látky. Firma zväčša neplní limity, dlho lobuje, aby sa to neriešilo, aby dostali výnimku, a ak sa jej to nepodarí, tak si opatrenia osvojí a snaží sa ukázať, ako jej záleží na životnom prostredí. V tomto sú ukážkové produkty, ktoré uvádzajú, že neobsahujú freón, čo je síce fajn, ale freóny sú zakázané už 30 rokov.



Greenwashing je premárnená šanca na zmenu

Za najtragickejší možno považovať fakt, že aktéri využívajúci greenwashing by sa mohli podieľať na skutočnej zmene. Majú na to ekonomickú, politickú a informačnú moc.

Vedia zmeniť svoje vlastné procesy, spôsoby fungovania a činnosti. Svojou silou vedia zatlačiť na ostatných, aby sa tiež zmenili. Vedia výrazne šetriť prírodné zdroje, nastaviť a vymáhať podmienky od dodávateľov, vedia pracovať so svojimi zamestnancami, partnermi a zákazníkmi na tom, aby spoločne prispeli k udržateľnosti. Majú prístup k politickej moci, vedia ovplyvňovať legislatívne návrhy, opatrenia a regulácie. Vedia meniť technické postupy a štandardy na šetrnejšie a udržateľnejšie.

A keby aj aktívne neprispeli k podpore a ochrane prírody a životného prostredia, tak by pomohli už len tým, že by prestali používať greenwashing. Mohli by otázku životného prostredia vo verejnej komunikácii jednoducho ignorovať. Aj to by stačilo.

Kalkulačky, uhlíková stopa a individuálna spotreba

V posledných rokoch sa aj na Slovensku udomácnil termín uhlíková stopa. Je to v zásade termín, ktorý vyjadruje množstvo emisií, ktoré ako jednotlivci, prípadne ako domácnosť vyprodukujeme za určitú časovú jednotku. Zložité výpočty nemusíme robiť my, ale slúžia na to tzv. uhlíkové kalkulačky. Stačí vyplniť informácie a hneď vieme, **kde je problém s naším životným štýlom a čo by sme mali robiť inak.**

Zväčša máme menej jazdiť autom, kupovať lokálne potraviny, nelietaať na dovolenku, redukovaať spotrebu mäsových výrobkov, nakupovať menej oblečenia a mnohé ďalšie opatrenia. Všetko sú to

veľmi užitočné kroky, ktoré však majú len veľmi malý vplyv na riešenie klimatickej zmeny. Môžu však mať zmysel z iných dôvodov (napr. pozri [tu](#)).

Nie každý má možnosť podieľať sa na tomto riešení, napr. preto, že si nemože dovoliť kúpiť lokálne jedlo v bio kvalite, alebo si nemôže vybrať, ako bude kúriť v bytovke, prípadne nemá dobré autobusové spojenie.

Navyše, vedecký tím z Massachusetts Institute of Technology (MIT) vypočítal, že uhlíková stopa človeka bez domova, ktorý prespáva v nocľahárňach a stravuje sa vo vývarovniach, je minimálne 8,5 ton oxidu uhličitého. **To je stále príliš veľa nato, aby sme zabránili klimatickej kríze, aj keby všetci na planéte žili ako ľudia bez domova.** Jednoducho, naše využívanie fosílnych palív je prítomné príliš dominantne a nedá sa im vyhnúť.

Zároveň pojmy uhlíková stopa a uhlíkové kalkulačky odvádzajú pozornosť od skutočných systémových riešení. Tie by sa mali zameriavať na systém, na veľkých producentov skleníkových plynov a nastavovať podmienky tak, aby bolo výhodnejšie prejsť na udržateľné produkty, tovary a služby. Z začať sa môže napr. tým, že prestaneme z našich daní dotovať fosílné projekty, do ktorých sa vkladá takmer štvornásobne viac finančných prostriedkov ako do obnoviteľných zdrojov.

Generálny tajomník OSN António Guterres na klimatickej konferencii vo Viedni veľmi presne komentoval súčasný problematický stav:

„To, čo robíme, je, že používame peniaze daňových poplatníkov – čiže naše peniaze –, aby sme podporili hurikány, šírili hrozné suchá, topili ľadovce, bielili korále. Jednoducho, aby sme zničili svet“.

Ako dodal, musí sa to zmeniť a dosiahne sa to jedine systémovými opatreniami.

Nikdy nedosiahneme potrebné zmeny, ak budeme pozeráť len na svoju individuálnu uhlíkovú stopu. V prostredí obmedzeného času sa nedostaneme k tomu, aby sme vládu dotlačili k spôsobu výkonu verejnej moci, v ktorom by finančné zdroje spravovala s ohľadom na dlhodobú udržateľnosť.

A presne to bol pôvodný zámer ropnej a plynovej spoločnosti British Petroleum (dnes Beyond Petroleum), ktorá ako prvá prišla s pojmom uhlíková stopa (carbon footprint) a s prvou uhlíkovou kalkulačkou. Vymyslela im to reklamná agentúra, aby ľudia neriešili problémy systému a veľkých hráčov, ale sústredili sa na svoje individuálne životy.



Čo s tým?

- Akceptujte, že greenwashing existuje, a ďalej sa vzdelávajte napr. v tom, ako rozlišovať rôzne certifikáty, ako si vyhľadávať a overovať informácie;
- Pracujte na rozvoji svojho kritického myslenia a mediálnej gramotnosti;
- Rozprávajte sa o tejto praktike s ľuďmi vo vašom okolí;
- Poskytnite konštruktívnu spätnú väzbu firmám, pýtajte sa na ich dlhodobé ciele v oblasti udržateľnosti, prípadne im pošlite aj návrh na zmeny, ktoré môžu zväziť;
- Ak vám niečo veľmi vadí, považujete za veľký problém, tak môžete podať podnet na relevantné úrady, užitočný zoznam nájdete tu https://www.slovensko.sk/sk/zivotne-situacie/zivotna-situacia/_kde-hladat-pomoc-v-spotrebiteľ

Otázky na zamyslenie

Veľmi nám záleží na tom, aby dokumentárny film podnietil diskusiu. Dopomôcť k tomu má aj tento sprievodný materiál, no samotnú diskusiu môžete otvoriť, viesť a uzavrieť len vy. Aby sme vám to uľahčili, pripravili sme pár otázok, ktoré vás môžu na začiatku trochu podporiť vo vašom úsilí:

- Ako sa cítite po vzhliadnutí dokumentárneho filmu Zelená lož (Green lie)?
- Čo vás najviac prekvapilo z toho, čo vo filme alebo v sprievodnom materiáli zaznelo?
- Čo už ste vedeli z toho, čo vo filme alebo v sprievodnom materiáli zaznelo?
- Stretli ste sa už niekedy s greenwashingom vo svojom živote? Viete uviesť konkrétny príklad?
- Viete pri tomto konkrétnom príklade prísť na to, čo by mohla daná firma spraviť namiesto greenwashovej praktiky, aby skutočne prispela k ochrane a regenerácii prírody a životného prostredia?
- Ako vnímate tému greenwashingu vo svojom živote?
- Vieme, že greenwashing je problém viacerých aktérov. Ako by ste sa rozhodovali vy, keby ste boli v pozícii verejne známych dôveryhodných ľudí, ktorí by dostali možnosť podieľať sa na greenwashingovej aktivite za príjemnú finančnú sumu? Prečo práve tak?
- Vo filme a v sprievodnom materiáli bola spomínaná individuálna zodpovednosť napr. riešením uhlíkovej stopy a systémové riešenia, ktoré sa snažia nastaviť podmienky pre systém ako celok. Myslíte si, že individuálna zodpovednosť má zmysel pri riešení klimatickej krízy? Ak áno, skúste povedať prečo a aký.
- V prípade, že vaša odpoveď je nie, viete si predstaviť konkrétne systémové opatrenia? Ako by vyzerali? V ktorej oblasti? Ako by ste chceli prispieť k ich presadeniu?
- Čo by sme mohli reálne spraviť, aby sme sa k tejto téme postavili zodpovedne?

Použité zdroje a ďalšie odkazy na čítanie:

Kaufman Mark. The carbon footprint sham. Mashable. Voľne dostupné na: <https://mashable.com/feature/carbon-footprint-pr-campaign-sham/?europe=true>

Mann E. Michael. Lifestyle Changes Aren't Enough to Save the Planet. Here's What Could. Time, 2019. Voľne dostupné na: <https://time.com/5669071/lifestyle-changes-climate-change/>

Valle del Gaby. Can consumer choices ward off the worst effects of climate change? An expert explains. Vox, 2019. Voľne dostupné na: <https://www.vox.com/the-goods/2018/10/12/17967738/climate-change-consumer-choices-green-renewable-energy>

Chandler David. Leaving our mark. MIT class tracks carbon footprint of different lifestyles; finds even the smallest U.S. footprints are relatively large. MIT. 2018. Voľne dostupné na: <https://news.mit.edu/2008/footprint-tt0416>

Carrington Damian. Just 10% of fossil fuel subsidy cash 'could pay for green transition'. The Guardian. 2019. Voľne dostupné na: <https://www.theguardian.com/environment/2019/aug/01/fossil-fuel-subsidy-cash-pay-green-energy-transition>

Rowling Megan. Fossil fuel subsidies are wrecking the world, says U.N. chief. Thomson reuters foundation. 2019. Voľne dostupné na: <https://www.reuters.com/article/global-climatechange-energy/fossil-fuel-subsidies-are-wrecking-the-world-says-u-n-chief-idUKL8N2345F6?edition-redirect=uk>

Prečítajte si:

Knižnú verziu dokumentárneho filmu Zelená lož s názvom Zelené Klamstvo od Kathrin Hartman, hlavnou protagonistkou filmu.

https://premedia.sk/index.php/sk/literatura_faktu/kathrin_hartmann_zelene_klamstvo

Rozhovor Michala Hvoreckého s ústrednou protagonistkou filmu Kathrin Hartman v DenníkN.

<https://dennikn.sk/2084233/nehlasajte-zelenu-ekonomiku-ked-podporujete-konzum-a-automobilizmus-tvrdi-autorka-knihy-o-greenwashingu/>

Recenziu knihy Zelená klamstvo, ktorú pripravil Ľubomír Jaško zo SME.

<https://komentare.sme.sk/c/22443696/racite-zeleny-benzin-alebo-kabelku-z-recyklovanych-clnov.html>

Článok o elektroautách a ich vplyvu na klimatickú zmenu v Hospodárskych novinách

<https://hnonline.sk/svet/2177846-boom-elektroaut-ako-liek-na-klimaticku-zmenu-najprv-zmenme-energetiku-zhoduju-sa-studie>

O plánoch Európskej komisie ako riešiť Greenwashing

https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative_on_green_claims.htm

Článok o 7 hriechoch Greenwashingu

<https://globalnevezdelavanie.sk/greenwashing-ako-to-vyzera-ked-sa-firmy-farbia-na-zeleno/>

Článok o Greenwashingu v textilnom priemysle na portáli Refresher

<https://refresher.sk/56815-Moda-a-greenwashing-alebo-ked-sa-snazis-obliekat-ekologicky-a-nieko-na-tebe-poriadne-zaraba>

O autorovi

Autor tohto sprievodného materiálu k filmu Zelená lož je vedúci oddelenia Globálneho vzdelávania a ľudských práv v organizácii Človek v ohrození. Predtým pracoval v Hnutí DUHA - Friends of the Earth Czech Republic, kde mal na starosti zapájanie ľudí do občianskych kampaní v oblasti ochrany prírody a životného prostredia a taktiež Školu občianskej iniciatívy. Je členom Výboru pre výskum, vzdelávanie a výchovu v oblasti ľudských práv a rozvojového vzdelávania SR, externe spolupracoval s českým ministerstvom školstva i Juhomoravským krajom na téme občianskej participácie a zapájania mladých ľudí. Je spoluautorom viacerých vzdelávacích publikácií v oblasti občianskej participácie, klimatickej zmeny, migrácie, extrémizmu a trvalo udržateľného rozvoja. Považuje sa za súčasť globálneho hnutia za klimatickú spravodlivosť.

Autor: Lukáš Osvald

Jazyková editácia: Alexandra Strelková

Človek v ohrození n.o. apríl 2021

www.clovekvohrozeni.sk

www.jedensvet.sk

www.globalnevzdelavanie.sk



Vytvorenie tohto informačného materiálu bolo financované z prostriedkov Európskej únie. Za jeho obsah je výhradne zodpovedná organizácia Človek v ohrození n.o. a nemusí nutne odrážať názory donora.