

MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST: CO JE A CO NENÍ GREENWASHING

Úvodní informace k tématu:



Pojmem greenwashing označujeme vědomé či nevědomé šíření dezinformací a zveličování environmentální prospěšnosti určitých produktů nebo celých firem. Jde o marketingový tah, kterým se firmy snaží přilákat ekologicky smýšlející zákazníky a zlepšit svou image. Můžeme se s ním setkat na obalech produktů a v reklamních kampaních, ale i v prezentacích firem. Pod lákavými nápisy „přírodní“, „šetrné k životnímu prostředí“, „bio“, „udržitelné“ se ve skutečnosti může skrývat zboží, které má k těmto hodnotám velmi daleko. Zákazník, který si takové zboží koupí, je napálen a podveden. Bohužel původci greenwashingu svým přístupem škodí poctivým podnikatelům a firmám. Greenwasheři na jejich úkor zaplňují trh neodpovídajícím zbožím a kazí kredit bio či eko produktů.



ROZPOZNAT GREENWASHING NEBÝVÁ SNADNÉ

Obvykle totiž nejde o 100% lživá tvrzení, ale informace vytržené z kontextu. Pokud však kontext dost dobře neznáme, může být náročné se zorientovat. Tričko ve fast fashion řetězci může být opravdu vyrobené z nějaké části z biobavlny nebo recyklovaných materiálů. Větší část ale možná tvoří neekologická syntetická vlákna a celá výroba proběhla za neetických podmínek v některé z rozvojových zemí. Automobilka může za každé prodané auto vysadit jeden strom, ale celkový efekt na životní prostředí bude mít stále velmi negativní. Kosmetika může být zabalená v recyklovaném obalu, ale uvnitř může být chemický mix, který neprospívá ani životnímu prostředí, ani našemu zdraví. Na jogurtu může být vyobrazena kráva pasoucí se na horské louce, ale ve skutečnosti mléko pochází z větší části z velkochovu.

Zadání aktivity:

Níže je uvedeno 5 příkladů, které se dotýkají odpovědné výroby, prodeje a užívání oblečení. Posuďte se spolužáky ve skupině, zda se jedná o greenwashing či nikoliv. Náзор, na kterém se většinově shodnete, запиšte do vyznačené kolonky. Poznamenejte si rovněž argumenty pro tuto odpověď.

PŘÍKLAD 1	Jde o greenwashing, nebo ne? Připravte si také argumenty, kterými názor vaší skupiny obhájíte.
Známý oděvní řetězec pořádá akci zvanou Recyklační týden. Každý, kdo v rámci tohoto týdne přinese do obchodu staré oblečení, které pak tato firma předá na recyklaci, získá poukázku na nákup z nové kolekce.	

PŘÍKLAD 2	Jde o greenwashing, nebo ne? Připravte si také argumenty, kterými názor vaší skupiny obhájíte.
Obchodní řetězec s dětským oblečením na svých webových stránkách, na sociálních sítích a v médiích informoval o kampani, při které podporuje lokální mateřská centra, aby alespoň 2x do roka zorganizovaly swap dětského oblečení. Aktivní maminky tak oblečení, z kterého už jejich děti vyrostly, ale ještě bylo hezké a funkční, nabídly ostatním účastníkům swapu k výměně. Oblečení, které po akci zůstalo a nikdo si ho nevzal, nabídly charitativní organizaci, která podporuje rodiny v nouzi.	
PŘÍKLAD 3	Jde o greenwashing, nebo ne? Připravte si také argumenty, kterými názor vaší skupiny obhájíte.
Z oblečení, které lidé odevzdávají do kontejnerů na použitý textil, začala firma vyrábět stavební a zahradní prvky. Například plotové sloupky, venkovní lavičky a stoly.	
PŘÍKLAD 4	Jde o greenwashing, nebo ne? Připravte si také argumenty, kterými názor vaší skupiny obhájíte.
Oblíbená influencerka prezentuje na sociální síti výhody pořízení oblečení v mezinárodním e-shopu. Nejenže tento asijský řetězec nabízí nepřeberné množství skvělých módních kousků, které se zde dají pořídit za zlomek ceny v běžných obchodech, ale navíc jsou vyrobeny z udržitelných (ekologických) materiálů.	
PŘÍKLAD 5	Jde o greenwashing, nebo ne? Připravte si také argumenty, kterými názor vaší skupiny obhájíte.
Módní firma vsadila na ekologii. Ve své nové kolekci, kterou uvedla do prodeje na začátku jarní sezóny, nabízí produkty, na jejichž visačkách najdeme označení „přírodní“ a „udržitelné“. Navíc tyto produkty mají i visačky z recyklovaných materiálů. Visačky jsou velmi vkusné a vedle základního „eko“ označení už zde najdeme jen informace o cenách a velikostech.	