

1. snímek: Co to je greenwashing?

Greenwashing je „dezinformace, šířená organizací za účelem vytváření dojmu vlastní odpovědnosti k životnímu prostředí“.

Tato dezinformace se může vztahovat k celé organizaci, nebo jen k jednotlivým produktům, službám či přístupům.

Šíří se především reklamou, i tou na obalech, a pomocí PR.
(další definice viz Infobox v lekci)

2. snímek: Historie GW

Pojem Greenwashing poprvé použil americký novinář Jay Westerveld v 80. letech minulého století, a to v souvislosti s hotely, které svou odpovědnost k prostředí hostům dokazovaly výzvou k opakovanému používání ručníků.

Efekt takového opatření na ochranu životního prostředí je však zanedbatelný a je zřejmé, že na prezentaci odpovědného přístupu bylo vynaloženo víc prostředků a úsilí než na akt „ochrany přírody“ samotný.

3. snímek: GW v praxi

Jak může GW reálně vypadat:

- Firma, jejíž provoz přispívá k poškození ozónové vrstvy, si přiznává zásluhy jako lídr v její ochraně.
- Obrovská ropná společnost se hlásí k předběžně opatrnému přístupu vůči globálnímu oteplování.
- Velký agrochemický výrobce obchoduje s tak nebezpečnými pesticidy, že byly zakázány v mnoha zemích, a přitom se prezentuje tak, že pomáhá nasytit hladové.
- (Nad)státní instituce prezentují zemní plyn (neobnovitelný zdroj energie) nebo jadernou energii (nevyřešenou environmentální hrozbu) jako čistou a podpory hodnou cestu k uhlíkové neutralitě.

4. snímek: Sedm hříchů GW

Dnes budeme pracovat se seznamem 7 hříchů GW sestaveným společností Terrachoice, který nabízí dobrý přehled o formách GW a pomůže nám rychleji GW odhalit:

- 1. Hřích zatajeného háčku** – záměrné zdůrazňování jedné, pozitivní stránky produktu, spojené se zatajováním stránky jiné, negativní. Příklad: šetrnost plastových či papírových nákupních tašek.
- 2. Hřích tvrzení bez důkazu** – tvrzení nejde snadno dokázat nebo je neověřitelné. Příklad: JarKOLOGIE od Kauflandu.
- 3. Hřích vágního tvrzení** – tvrzení jako „ekologický“, „zelený“ či „přátelský k životnímu prostředí“, přičemž není jasné, co se tím myslí (definice takových slov je příliš obecná a může pod ně spadat naprosto cokoliv). Příklad: 100% ekologická elektřina.
- 4. Hřích irelevantního tvrzení** – tvrzení, která klidně i mohou být pravdivá, která ale o skutečné „zelenosti“ nic neříkají. Příklad: sprej označený jako výrobek bez freonů, přičemž použití freonů je již zakázáno zákonem.
- 5. Hřích menšího zla** – tvrzení o produktu, která mohou být i pravdivá, ale která odvádějí pozornost od negativních dopadů vlastní podstaty produktu. Příklad: cigarety z „biotabáku“.
- 6. Hřích lhaní** – tvrzení, která prostě nejsou pravdivá, například používání známých ekoznaček či označení jako „bio“, aniž by výrobek získal potřebnou certifikaci. Příklad: BIO jogurty od Danone.
- 7. Hřích uctívání falešných značek** – používání vlastních vymyšlených značek, které se tváří jako udělené nezávislou organizací. Příklad: značení Energy Star.

(příklady podrobně viz Příloha č. 3 – Sedm hříchů GW)

5. snímek: Greenwashing a změna klimatu

V souvislosti s uznáním existence klimatické změny a citelným zesilováním jejích dopadů je potřeba začít na situaci reagovat na úrovni celé společnosti. Firmy s ohledem na zachování zisků proto začaly intenzivněji pracovat na svém odpovědném obraze. Většina firem tak už svou odpovědnost ke klimatu prezentuje, nicméně často se dopouští některého ze zmíněných hříchů.

Na závěr je třeba říct, že GW se netýká jen firem, můžeme se s ním setkat i v politice a ve státní správě. Příkladem mohou být konference COP, které se prezentují ambiciózními cíli a závazky ve vztahu k zastavení změn klimatu a ke snižování emisí CO₂, přičemž globální nárůst emisí CO₂ za posledních 20 let je nadále historicky bezprecedentní. Případně aktuální dění okolo evropské „taxonomie“ podporovaných energetických zdrojů, kdy v aktuálním návrhu (leden 2022) ekonomickému hledisku ustupuje hledisko environmentální.