



# EKOLOGIA SIĘ OPŁACA

NARRACJA DLA MŁODZIEŻY



Dofinansowano ze środków  
NARODOWEGO FUNDUSZU  
OCHRONY ŚRODOWISKA  
I GOSPODARKI WODNEJ

  
**caritas**  
laudato sí

## PREZENTACJA – EKOLOGIA SIĘ OPŁACA? (30 MINUT / 18 SLAJDÓW)

### 1. Problemy systemu gospodarczego (2 slajdy)

- a. Opowiemy sobie o następujących problemach:
  - nieustanny wzrost,
  - na byciu nieekologicznym można więcej zarobić.

### 2. Konsumpcja (2 slajdy)

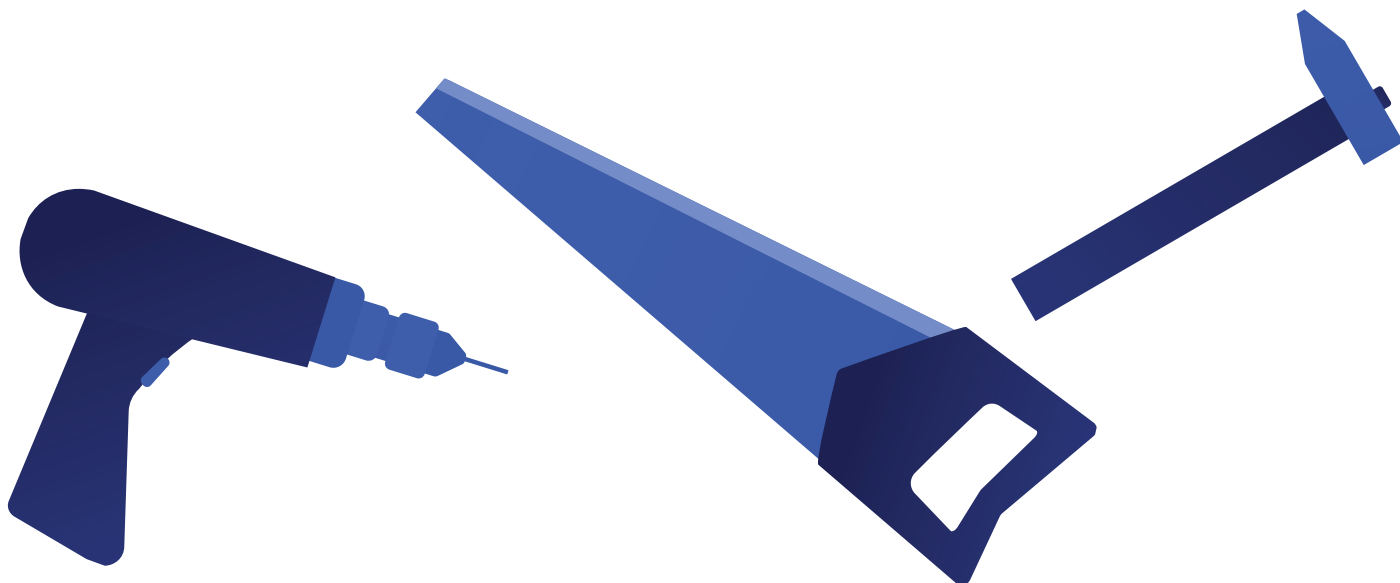
- a. Wzrost gospodarczy oznacza, że produkujemy coraz więcej i konsumujemy coraz więcej,
- b. Nadkonsumpcja zarówno towarów luksusowych jak tanich i ogólnodostępnych.

### 3. Reklama (2 slajdy)

- a. Gra na emocjach - najlepiej sprzedają się produkty dla dzieci i zwierząt, te branże nie ucierpiały nawet podczas lockdownu pandemicznego,
- b. Celem reklamy jest wywołanie świadomości braku, wyolbrzymienie go i sprzedanie rozwiązania,
- c. Kreowane są w nas pragnienia, uciszane są realne potrzeby - np. potrzeba relacji z drugim człowiekiem, przykrywana jest sztucznym rozwiązaniem w postaci kupienia mu materialnego prezentu, który ma tę relację zastąpić, być jej wyrazem.

### 4. Dług (1 slajd)

- a. Łatwy dostęp do kredytów podtrzymuje konsumpcję. Równocześnie prowadzi do powstawania długów i spirali zadłużenia.



## 5. Planowe postarzanie produktów (1 slajd)

- a. Wydaje się Wam, że to dziwny przypadek, że pralka zepsuła się miesiąc po wygaśnięciu reklamacji? Otóż nie, nie wydaje Wam się. Istnieje zjawisko tzw. planowego postarzania produktów.
- b. Zaczęło się w 1921 r. od żarówek Osram, Philipsa i General Electric, których producenci celowo, sztucznie skrócili żywotność, mimo iż w ich czasach istniały jeszcze żarówki świecące po dziś dzień.
- c. Współcześnie znane są podobne praktyki Apple i Samsunga. W ich telefonach instalowane są aplikacje spowalniające działanie telefonu i skracają jego żywotność.
- d. Producenci różnych urządzeń, zwłaszcza elektronicznych, ale nie tylko, projektują je tak, by nie opłacało się ich naprawiać. W konsekwencji nie dość, że wykorzystywanych jest coraz więcej surowców na produkty masowe, niskiej jakości, to jeszcze zanika kultura naprawy. To z kolei ma realne konsekwencje społeczne: rzemieślnicy porzucają fach, idą do pracy w zachodnich fabrykach na linii produkcyjnej, gdzie praca jest nie tylko mało kreatywna i robotyczna, ale również niepewna.

## 6. Globalizacja

- a. Podział świata na bogatych konsumentów i ubogich producentów - prostych wykonawców,
- b. Obecnie transport odpowiada za prawie 30 proc. światowych emisji,
- c. Specjalizacja w skali globalnej faktycznie obniża ceny w marketach, jednak kosztem środowiska i społeczności zarówno ubogich, jak i bogatych krajów. Pokazały to pandemia i wojna - nagłe przerwanie łańcuchów dostaw pokazało, jak ważne jest mieć własne rolnictwo, zamiast polegać na dostawach zza oceanu.

## 7. Perspektywa chrześcijańska, czyli co mówi KNS

- a. Praca jest źródłem bogactwa i realizacji człowieczeństwa (JP II, „Laborem Exercens”). Bierność, dochód pasywny i „odpoczywanie do końca życia” są stanem nienaturalnym i niedobrym dla człowieka, prowadzącym do stopniowej apatii, niechęci i znudzenia. Źródłem naszego bogactwa powinno być nasze działanie a nie pozycja społeczna, dodatkowo utrwalająca podziały i rozwarstwienie majątkowe,
- b. Partycypacja społeczna - z poprzedniego punktu wynika obowiązek zaangażowania się w dobro wspólne i działanie we współpracy z innymi. Człowiek jest istotą naturalnie współpracującą a nie konkurującą, co pokazuje wiele badań antropologicznych. Dopiero źle rozumiana ekonomia wmawia nam, że całe życie musimy konkurować o ograniczone zasoby - w rzeczywistości powinniśmy się nimi przede wszystkim dzielić, gdyż ewolucyjnie przetrwają „najżyczliwsi” a nie najsilniejsi.

## 8. Czy ekologia jest droga? Czy droga = nieopłacalna? (2 slajdy)

- a. Czy ekologia jest droga? Czy droga = nieopłacalna?
- b. Produkty „ekologiczne” są droższe z dwóch powodów:
  - Wyższa jakość, wyższe koszty produkcji, większe koszty zewnętrzne,
  - Wykorzystanie mody.
- c. Jakość musi kosztować i jest opłacalna w dłuższym terminie. Jeśli kupimy parę lepszych butów i będziemy o nie dbali, nie będziemy musieli ich wymieniać co 3 miesiące. Jeszcze lepszym przykładem opłacalności jest jakościowe jedzenie - być może jest nieco droższe teraz, ale znacząco podwyższa nasz komfort życia i obniża koszty ratowania zdrowia w przyszłości - zarówno nasze własne, jak i systemowe (wszyscy dorzucamy się do systemu ochrony zdrowia).
- d. Wykorzystanie mody i wyższa marża na produktach kreowanych na „ekologiczne” - np. świece lub kotlety sojowe, z soi, pod której uprawę wycięto hektary lasów w Ameryce Południowej i zabito przy tej okazji kilkunastu autochtonów.

## 9. Greenwashing (1 slajd)

- a. Firmy starają się zachować status quo i nie zmniejszyć sprzedaży, ubierając dotychczasowy model działania w zielone szaty, najczęściej w żaden realny sposób nie naprawiając szkód, które wyrządzają, a jedynie przekazując skromne kwoty na inicjatywy, które dobrze wyglądają w mediach.

## 9. Greenwashing (1 slajd)

- a. La Chutothèque, czyli w wolnym tłumaczeniu Ścinkarnia, to miejsce w Tours we Francji, którego głównym celem jest rozwijanie nowych sposobów wykorzystania odpadów pochodzących z przemysłu. Współpracując z działającymi w regionie firmami (fabrykami, przetwórniami, zakładami produkcyjnymi), mapują i pozyskują różnorodne materiały, które w przeciwnym razie trafiłyby na śmietnik. Są to między innymi ścinki materiałów płóciennych, papier, muszle, kompozyty, plastik, drewno, szkło i wiele innych. Wyselekcjonowane materiały trafiają do swojego rodzaju „biblioteki odpadków”. Jest to miejsce otwarte i dostępne dla wszystkich, w szczególności adresowane do projektantów, artystów, studentów i badaczy zainteresowanych tworzeniem nowych produktów na bazie surowców wtórnych oraz rozwijaniem biomateriałów.
- b. Każda Jadłodzielnia to wydzielone miejsce ze społeczną lodówko-szafką, gdzie każdy może się podzielić jedzeniem z każdym. Kto wyprodukował, kupił lub ugotował za dużo - przynosi, kto ma ochotę - częstuje się nim bezpłatnie. Zarówno dzieląc się, jak częstując produktami zapobiega się marnotrawieniu jedzenia, ale właściwa walka z konsumpcjonizmem odbywa się przez branie, nie dawanie
- c. Fairphone to holenderska firma, która produkuje telefony, które można samemu naprawiać, z pięcioletnią gwarancją na bazie materiałów pochodzących z recyklingu. Jeśli oddasz im swój stary smartphone dostaniesz zniżkę na nowy.