

Czarna lista firm

Wydano u nas kolejną książkę ważną dla ruchu antyglobalistycznego. Jest nią *Czarna lista firm*, autorstwa Klausa Wernera i Hansa Weissa.

Obaj jej twórcy są niezależnymi dziennikarzami. Z książki możemy się dowiedzieć m.in. tego, jak znane koncerny światowe wspierają współczesne niewolnictwo, tortury, pracę dzieci, reżimy militarne, wojny, zakazane eksperymenty medyczne i dewastację środowiska naturalnego. Dowiemy się również, co chcąc nie chcąc finansujemy, kupując produkty takich marek, jak Bayer, McDonalds, Kraft, Shell, Adidas czy Nike.

Od dawna wartość marki bardziej mierzy się prestiżem niż wysokością sprzedaży czy jakością produktów. Koncerny reklamują się górnolotnymi sloganami, np. „Najlepsi w kwestiach społecznych i ekologicznych” – Adidas Group, „Z paliwem firmy Agip tankują Państwo jakość i chronią środowisko” – Agip (Eni-Group). Albo chwala się, jak Shell, swoją postawą ekologicznego i społecznego pioniera. Jednocześnie te same firmy wyzyskują pracowników, zatrudniają dzieci oraz niszczą środowisko. Globalny wyzysk jest obecnie podstawą interesów wielu koncernów, które osiągają korzyści z ubóstwa w najbiedniejszych krajach – z braku poszanowania tam pracowników i środowiska.



Firmy te czasem starają się pokazać swoje pozytywne oblicze, tworząc kodeksy postępowania, projekty pomocowe czy zmieniając podwykonawców na bardziej dbających o pracowników. Jednak są to tylko krople w morzu potrzeb, a dobra wola przedsiębiorców kończy się, gdy koncerny uświadamiają sobie, że uczciwe postępowanie kosztuje i przynosi mniejsze zyski. Często są to tylko akcje *public relations*, wykorzystywane do polepszenia społecznego odbioru firmy.

Weźmy przykład z naszego „podwórka”: od kilku lat w Polsce firma Bayer stara się o stworzenie pozytywnego, „zielonego” wizerunku, prowadząc różnego rodzaju konkursy ekologiczne i przyznając nagrody w tej dziedzinie. Najlepiej widać, o co w tym wszystkim chodzi koncernowi, gdy porówna się nagrody pieniężne rzędu 10–15 tys. złotych, do kosztów zorganizowania takiego konkursu i wielkich gal wręczania nagród, które można szacować na setki tysięcy złotych. Jednocześnie ten sam Bayer, jeden z największych koncernów farmaceutycznych i chemicznych na świecie, importuje surowce z terenów wojen, finansując ich dalsze trwanie, nieetycznie testuje leki, sprzedaje niebezpieczne dla ludzi i środowiska środki owadobójcze, zaangażowany jest w rozwój technologii organizmów modyfikowanych genetycznie itd.

Z drugiej strony, istnieją organizacje pozarządowe, które pomagają tworzyć ten zielony wizerunek niektórym koncernom. Szczególnie przoduje w tym WWF. W 2005 roku organizacja przyznała szefowi Adidasa tytuł „ekologicznego menedżera roku”, co w omawianej książce zostało określone jako „następstwo oczywistej pomyłki pomiędzy roszczeniami a rzeczywistością” i było efektem lekceważenia wyników kontroli kooperantów firmy i przemilczania warunków tam panujących. Polski oddział WWF także wpisuje się w tę niechlubną tradycję – sponsorują go m.in. Coca-Cola, Ikea, Toyota i Unilever. Co zarzuca się tym koncernom – można przeczytać w *Czarnej liście firm* lub bez wielkiego wysiłku znaleźć w Internecie. Ale są to praktycznie takie same zarzuty, jak dla innych dużych koncernów – wyzysk pracowników i dostawców oraz niszczenie środowiska. WWF jako organizacja ekologiczna mógłby promować bardziej prospołeczne i odpowiedzialne postawy oraz lepiej starać się o dobór sponsorów.

Wracając do samej książki: autorzy radzą, aby to konsumenci, poprzez świadomy wybór produktów

oraz wywierając różnorodny nacisk społeczny na koncerny, zmieniali istniejącą sytuację. Nie chcą zmuszać nikogo do całkowitej zmiany stylu życia. Wolą wierzyć, że lepiej, gdy wielu zrobi choć jeden krok, niż przekonywać ludzi już przekonanych.

Pozostaje pytanie, czy istnieją w ogóle koncerny, które przestrzegają praw pracowników i nie niszczą środowiska. Autorzy książki odpowiadają, że istnieją firmy gospodarujące według ekologicznych i socjalnych standardów, ale są to przedsiębiorstwa lokalne lub regionalne. Koncernów światowych nie da się skontrolować tak dokładnie, żeby można je było „uniewinnić”. A każde globalne przedsiębiorstwo, które wygospodarowuje swoje zyski na bazie różnic dochodów między Północą a Południem, podtrzymuje i wspiera *status quo*, dopóki nie płaci dobrowolnie stawek zapewniających godną egzystencję i nie inwestuje w standardy socjalne i ekologiczne.

Radosław Szymczuk

Klaus Werner, Hans Weiss, *Czarna lista firm*, Wydawnictwo Hidari, Szczecin 2009.
e-mail: info@hidari.pl, hidari.pl