

Kas kopīgs zaļajai vardītei un iedzīvotāju medijpratībai

Lidija Kirillova

Latvijas sabiedrībā dominē izteikti stereotipi un piekrišana vispārsteidzošākajām sazvērestību teorijām, secināts Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (NEPLP) pētījumā par Latvijas iedzīvotāju medijpratību. Saskaņā ar pētījumu 86 % respondentu uzskata, ka politiķi neatklāj sabiedrībai savu lēmumu patiesos motīvus. Savukārt 84 % pētījuma dalībnieku uzskata, ka pasaulē notiek ļoti svarīgas lietas, par kurām sabiedrība neko neuzzina. Līdztekus 55 % respondentu domā, ka valsts iestādes rūpīgi uzrauga un izseko visus pilsoņus.

Piekrītīsiet, ka arī savu paziņu lokā esat dzirdējuši gluži vai šausminošas teorijas, kas liecina tikai vienu – valstu valdības un dažādi ļaunie spēki grib mūs iznīcināt. Īpaši spilgti to jutām covidpandēmijas gados, kad cilvēki jau tāpat bija nobijušies un nomākti. Stāsti par līdz ar vakcīnu organismā ievadītajiem “čipiem”, kas mūs pēc tam kontrolēs un vadīs, bieži vien atrada auglīgu augsni. Lai nu kā, bet liela daļa sabiedrības patiešām ir viegli ietekmējama. Ticēšana “pasakām” nomāc un atslēdz veselo saprātu.

Lūk, piemērs ar zaļas vardītes simbolu uz dažādu pārtikas produktu iepakojumiem, kaut vai uz mūsu pašu “Laimas” ražotās šokolādes “Lācītis Ķepainītis”. Neskatoties uz to, ka pie vardītes logo izskaidrota tā jēga, ir cilvēki, kas svēti tic, ka ražošanā izmantotās sastāvdaļas ir indīgas un kaitē cilvēku veselībai, ka šokolādes ražošanā izmantots varžu pulveris.

Patiesībā visdažādāko logo un simbolu uz preču iepakojumiem ir ļoti daudz. Vai mēs zinām un izprotam kaut daļu no tiem? Šajā publikācijā centīsimies iepazīstināt ar dažiem, izmantojot internetresursos pieejamo informāciju. Sāksim ar zaļo vardīti.

Vardītes logo un Geitsu fonds



Sociālajos medijos cirkulē nepatiesi apgalvojumi par to, ko šis logo uz produktu iepakojuma nozīmē. Kāda lasītāja Re:Check bija iesūtījusi krievu valodā publicētu ierakstu, kas Latvijā tiekot izplatīts WhatsApp grupās. Tajā cilvēkiem ieteikts nekādā gadījumā šādi marķētas preces nepirkt: «Tie ir Melindas un Bila Geitsu fonda produkti. Šajos produktos ar šo apzīmējumu atrodas vielas, kas darbojas kā vakcinācija. Tāpat tur ir inde, kas jūs saindēs un jūs slimosiet.» Līdzīgi apgalvojumi par «Geitsu fonda produktiem» un it kā tiem pievienotu vakcīnu šī gada jūlijā izplatīti arī citās valstīs. Par to rakstījuši, piemēram, Lietuvas, Vācijas, Gruzijas, Beļģijas faktu pārbaudītāji. Savukārt aprīlī vairākās valstīs publicēti tikpat melīgi apgalvojumi, ka vardītes logo uz šokolādes «KitKat» nozīmē, ka tajā ir kukaiņu piedevas.

Patiesībā Geitsiem ar to nav nekāda sakara, bet ir runa par starptautiskās nevalstiskās organizācijas «Lietusmežu alianse» sertifikācijas sistēmu. «Lietusmežu alianse» dibināta 1986. gadā, bet dibinātājs ir ASV vides aktīvis Daniels Katcs. Tās sākotnējais mērķis bija lietusmežu pasargāšana no iznīcības. Ar laiku organizācijas darbs būtiski paplašinājies. Pašlaik tā īsteno projektus ilgstspējīgas, dabai, klimatam un vietējiem iedzīvotājiem draudzīgas saimnieciskās veicināšanai pasaules tropu reģionos. Organizācija jau daudzus gadus arī sertificē uzņēmumus, kas atbilstoši tās noteiktiem ilgstspējas standartiem audzē un tirgo kakao un kafijas pupiņas, banānus un citus produktus. Pirms dažiem gadiem programmai pievienojās arī vairāki Latvijā populāri pārtikas ražotāji un tirgotāji, bet saldumu ražotājs «Orkla» šogad paziņoja, ka sertifikāciju saņēmusi arī tās jaunā ražotne.

Līdz ar to uz produktiem, kas ražoti no sertificētās saimniecībās iegūtām izejvielām vai sertificētās ražotnēs, patērētāju informēšanai var tikt izvietots alianse logo ar zaļu vardīti jeb sarkanacu kokvardi, kas izraudzīta par organizācijas simbolu.

Dezinformācijas kampaņā tiek aktualizēta ideja, ka sertificētajiem uzņēmumiem «jāpiedalās cilvēku muļķošanā par to, ka viņi bojā klimatu». Taču cilvēku darbības negatīva ietekme uz klimata pārmaiņām nav afēra vai «muļķošana». Straujās globālās sasilšanas galvenais cēlonis ir siltumnīcefekta gāzes, kuras rodas no fosilo enerģoresursu dedzināšanas, izmantošanas rūpniecībā, intensīvas mēslošanas un lopkopības (galvenokārt no liellopu un aitu audzēšanas). Meži un jo īpaši lietusmeži uzkrāj lielu daļu no ogļskābās gāzes izmešiem, kuru nokļūšana atmosfērā ir vidējās globālās temperatūras straujā kāpuma galvenais iemesls.

Par to, ka iemesls ir cilvēku saimnieciskā darbība, vienisprātis ir absolūtais vairums klimata pētnieku. Atliek secināt, ka lielākais dabas kaitnieks ir cilvēks pats, zaļā vardīte patiešām nav ne pie kā vainīga.

Citi Latvijā pieejamie vides marķējumi



Biolapiņa. Tas ir Eiropas Savienības bioloģiskās lauksaimniecības marķējums, kas nosaka, ka, iegādājoties produktus, kas marķēti ar šo zīmi, patērētāji var būt pārliecināti, ka vismaz 95 % no šī produkta lauksaimniecības izcelsmes sastāvdaļām ir ražotas bioloģiski; produkts atbilst oficiālās kontroles shēmas noteikumiem; produkts slēgtā iepakojumā nācis tieši no ražotāja vai fasētāja; uz produkta atrodas ražotāja, fasētāja vai tirgotāja nosaukums un kontroles institūcijas nosaukums vai kods.



Ekoaboliņš nozīmē, ka tas ir Latvijas eko produkts. Šī zīme pieder Latvijas Bioloģiskās lauksaimniecības organizāciju ap-

vienībai un apliecina, ka noteiktais produkts ir ražots no ekoloģiski tīrām izejvielām. Lai šo zīmi iegūtu, ir jāsaņem sertifikāts, kuru izsniedz akreditēta organizācija.

Eiropas Savienības oficiālais **vides marķējums**. To var saņemt arī Latvijas ražotāji. Pašlaik Latvijā ar šo marķējumu pieejami tikai tekstilizstrādājumi, grīdas segumi un biroja papīrs (attiecībā uz papīru nosaka tikai kritērijus par energopatēriņu un mežstrādi. Nav noteiktas prasības ķīmikāliju, atkritumu un kvalitātes nodrošināšanai).



Zilais eņģelis ir Vācijas vides marķējums, kurš pastāv kopš 1978. gada un tiek uzskatīts par vienu no pasaules visizstrādātākajiem vides marķējumiem. Atrodas uz vairāk nekā 3500 produktiem.



Baltais trusis – šis marķējums apliecina, ka attiecīgā produkta un tā sastāvdaļu ražošanā nav veikti eksperimenti ar dzīvniekiem.



Zaļā karotīte ir nacionālā pārtikas kvalitātes shēma, kas apliecina, ka:

- vismaz 95 % no produkta ražošanā izmantotajām izejvielām (arī pamatizejviela), izņemot ūdeni, sāli un cukuru, atbilst noteiktajām kvalitātes prasībām;
- tas nesatur ģenētiski modificētus organismus, nesastāv un nav ražots no tiem;
- produkta ražošanā nav izmantotas atsevišķas pārtikas krāsvielas;
- vismaz 75 % no produkta ražošanā izmantotajām izejvielām ir iegūtas vienā Eiropas Savienības dalībvalstī vai reģionā, kas norādē minēta kā izcelsmes valsts vai reģions. Ar zaļās krāsas norādi jeb Zaļo karotīti – marķē:

– medu un biškopības produktus, svaigus dārzeņus, kartupeļus, augļus un ogas, svaigu gaļu, svaigus zivis un svaigas olas, ja tie pilnībā iegūti vienā ES dalībvalstī vai reģionā, kas shēmas norādē minēta kā izcelsmes valsts vai reģions, piemēram, Latvija,

– produktus, kas atbilst paaugstinātas kvalitātes kritērijiem un 75 % izejviela iegūta vienā ES dalībvalstī vai reģionā, kas shēmas norādē minēta kā izcelsmes valsts vai reģions.

Ar bordo krāsas norādi – **Bordo karotīti** – marķē:

paaugstinātas kvalitātes produktus, kuriem pārsniegts vispārīgais komerciālu preču standarts un kuru pilns pārstrādes cikls notiek vienā ES dalībvalstī vai reģionā, piemēram, Latvijā. Produktiem, kuriem piešķirta šī karotīte, ir priekšrocības valsts un pašvaldību iepirkumos.



Zaļais punkts nozīmē, ka iepakojuma ražotājs vai preces izplatītājs vai importētājs ir samaksājis par šī iepakojuma otrreizēju pārstrādi. Latvijā ir izveidots Latvijas Zaļais punkts (LZP), kurš darbojas uz brīvprātības principa un tā līgumpartneri (uzņēmumi), nomaksājot biedru naudu LZP, saņem 80 % dabas resursu nodokļa atlaidi. Šie uzņēmumi LZP ir deleģējuši rūpēties par to, lai šis iepakojums nonāktu otrreizējā pārstrādē.



Otrreizējās pārstrādes simbols. Patiesībā Latvijas patērētāji var sastapties ar divu veidu šādiem simboliem. Pirmais atrodas uz precēm, kuras var tikt otrreizēji pārstrādātas. Dažreiz zīmei virsū ir arī kāds cipars, kurš norāda, kādai pārstrādājamo materiālu grupai tas pieder. Otrais simbols norāda, ka prece vai tās iepakojums, ir daļēji vai pilnīgi ražoti no otrreizēji pārstrādātiem materiāliem. Dažreiz simbola vidū var redzēt, piemēram 40 vai 80 % uzrakstu. Tas nozīmē, ka produktā tik procentu ir otrreizēji pārstrādātā materiāla.

Ekopuķīte. EU ECOLABEL jeb «ekopuķīte» kopš 1992. gada ir Eiropas Savienības ekomarķējums, brīvprātīga sistēma, kura palīdz patērētājam atpazīt tos produktus un pakalpojumus, kuru ietekme uz vidi visā to dzīves ciklā ir iespējami maza. «Ekopuķīte» ir ieraugāma uz visdažādākajiem produktiem: uz trauku mazgāšanas līdzekļiem, ziepēm, šampūniem, uz krāsām un lakām, uz tualetes papīra un papīra kabatlakatiņiem, arī uz tādām dārzniecības līdzekļiem, kas neaizbiedēs bites no paša pagalma. Pat uz matračiem un mēbelēm, uz jumtu un grīdu segumiem un pat uz dārttechnikas.

Izvēloties produktu ar «ekopuķīti», pircējs var būt pārliecināts, ka šī izvēle ir tā brīža iespējami labākā izvēle konkrētajās produktu grupās, jo «ekopuķīti» saņem uz noteiktu laiku – no četriem līdz sešiem gadiem –, pēc kura ražotājam atkārtoti jāveic sertifikācijas process.

Šoreiz jūs iepazīstinājām ar pavisam nedaudziem marķējumiem, ko ikdienā redzam uz produktu un preču iepakojumiem. Lai neiekrītu maldinātāju un konspirologu tīklos, ir jāņem talkā veselais saprāts un jāsameklē informācija drošos pirmavotos. Medijpratība šobrīd nav tikai moderns termins, bet nepieciešamība. ▣

«Projektu finansē Mediju atbalsta fonds no Latvijas valsts budžeta līdzekļiem». «Par projekta raksta «Kas kopīgs zaļajai vardītei un iedzīvotāju medijpratībai» saturu atbild SIA «Vietējā»».

MAF
Mediju atbalsta fonds