

pripade aj producent) urobil dobre svoju prácu, a *ti-
chým prísľubom*, že pri premietaní jeho filmu zažijeme
podobne krásne chvíle ako tisíce Bratislavčanov, ktorí
v chladných novembrových dňoch 1989-eho roku „len
tak“ chodili po najfrekventovanejších podchodoch a s

úžasom čítali na stenách nalepené plagáty, ktoré ako-
by zázrakom prezentovali ich najtajnejšie myšlienky,
predstavy a sny o ľudskej spolupatričnosti, dôstojnosti
a *udržateľnosti*, a vôbec netúžili po čoraz nudnejších
a hlúpejších akčných filmoch, morbidných hororoch,

falošne sentimentálnych telenovelách či infantilných,
plyšovými macíkmi zamorených speváckych súťa-
žiach. Ak DiCapriov nový film aspoň sčasti naplní ta-
kéto veľké očakávania, potom sa pri jeho premietaní
máme všetci naozaj na čo tešiť.

Warner Bros. to s ochranou životného prostredia myslí vážne

Film Leonarda DiCapria a sestier Connersových *Jedenásta hodina* vznikol vo filmovej spoločnosti Warner Bros. Spoločnosť síce zamestnáva „len“ 4 600 zamestnancov, ale ako taká je súčasťou globálneho podnikateľského komplexu Time Warner, zahŕňajúceho okrem iného aj známy týždenník Time, televíznu stanicu HBO či ešte slávnejšiu CNN, a spolu tak zamestnávajú asi 87 000 ľudí. Filmové štúdiá Warner Bros. sú pritom podstatne menšie, ale aj tak pri svojej každodennej činnosti môžu nezanedbateľným spôsobom ovplyvniť svoje životné prostredie, a tak je len logické, že v rámci týchto štúdií už takmer 15 rokov pôsobí špeciálne environmentálne oddelenie, ktoré sa vo svojej práci zameriava *tak na znižovanie ekologickej stopy samotnej spoločnosti, ako aj na propagovanie progresívnych a verejnosti ľahko zrozumiteľných environmentálnych postupov a myšlienok.*

Ako sa uvádza v Environmentálnom vyhlásení celého



masmediálneho komplexu, všetky doteraz získané skúsenosti ukazujú, že „udržateľné podnikateľské praktiky môžu byť nízkonákladové, podporovať lojalitu zamestnancov i zákazníkov a dokonca prinášať nové podnikateľské príležitosti“. Nie sú to prázdne reči, pretože filmovým štúdiám Warner Bros. sa medzi rokmi 1992 až 2005 podarilo zvýšiť celkové množstvo recyklovaného materiálu zo 7 % na 65 %, čo im v roku 2005 pomohlo ušetriť až 300 000 dolárov len za odvoz odpadkov. Od roku 1993 sa v štúdiách takisto uplatňuje environmentálna nákupná politika, v rámci ktorej sú zamestnanci povinní prednostne nakupovať výrobky s čo najvyšším podielom recyklovaného materiálu, vrátane chlórom nebieleného papiera, recyklovateľných



kartridžov a i., čím sa opäť znižuje tlak na životné prostredie a zároveň vytvára stále väčší trh pre recyklované výrobky.

Prostredníctvom programu *Druhý raz do obehu* zas spoločnosť obdarúva svojimi staršími počítačmi, kancelárskymi potrebami, farbami, nepotrebným drevom a lešenárskymi podporami školy a neziskové organizácie po celej južnej Kalifornii, čím nielen veľmi účinne podporuje miestnu komunitu, ale aj znova šetrí tisíce dolárov za odvoz a spracovanie svojich „odpadkov“. Samozrejmosťou je



takisto *predchádzanie odpadom pomocou obojstranného kopírovania či elektronickej komunikácie a informovania.* Zamestnanci spoločnosti sa tiež musia veľmi dobre cítiť v ich úradnej budove, ktorá bola ocenená zvláštnou cenou Americké rady pre zelené budovy, pretože bola z veľkej časti vyrobená z recyklovaných, netoxických a miestne vyprodukovaných materiálov, využíva veľmi účinne obnoviteľné energie a navyše sa vyznačuje vysokou kvalitou vo vnútri dýchaného vzduchu. Táto prvá „zelená“ budova v rámci zábavného priemyslu je tak o 35 % energeticky efektívnejšia ako štandardné budovy.



Za zmienku určite stojí aj *Zelená cesta* – špeciálna príručka vypracovaná 5-členným environmentálnym oddelením, ktorá nielen postupne predstavuje všetky environmentálne iniciatívy spoločnosti, ale aj *priamo a veľmi detailne informuje zamestnancov, ako majú vo svojej každodennej činnosti postupovať.* Je to skutočná zásobáreň jednoduchých a pritom skvelých nápadov, ktoré by aj u nás, na Slovensku, mohli využiť všetky firmy, ktorým záleží na vlastnej hospodárnosti i ekologickej zodpovednosti. Ak k



tomu všetkému prirátame okrem iného ešte aj pravidelné každoročné vysádzanie stromov spolu s miestnymi školami, participovanie na ich environmentálnych vzdelávacích programoch, každodenné dotovanie potravín v miestnych útulkoch pre sociálne slabších či nedávno nakrútený politický triler Syriana (pri ktorom boli všetky emisie CO₂ nakoniec vykompenzované ekologickými kreditmi), celkom prirodzene sa nevyhne otázka – čo vlastne motivuje manažérov spoločnosti k takémuto správaniu?

V propagačných materiáloch celého masmediálneho komplexu síce všetci manažéri tvrdia, že sú pritom vedení snahou stať sa globálnymi korporatívnymi svetoobčanmi, ale je dosť ťažké ubrániť sa podozreniu, že aspoň sčasti tu máme do činenia s vcelku nevyhnutnou reakciou racionálne uvažujúcich vodcovských osobností, ktoré museli študovať v Spojených



štátoch veľmi rozšírenú antiglobalistickú literatúru, v ktorej sú nadnárodné spoločnosti bežne zobrazované ako *nenásytné a bezcitné obludy, ktoré vysávajú jednu krajinu za druhou*, pričom neberú nijaký ohľad na miestne komunity a ich tradície, ako sa môžeme presvedčiť aj v u nás vydanéj Davidovej Kortenovej knihe *Keď korporácie vládnu svetu*. Pokiaľ by sa ale všetky takto vykreslené nadnárodné spoločnosti začali správať podobne ako filmové štúdiá Warner Bros., celý svet okolo nás (a v nás) by sa určite stal o niečo lepším, spravodlivejším a krajším. (Pozn. red: Viac informácií nájdete na internetovej stránke <http://www2.warnerbros.com/corp-comm/> - špeciálne na <http://wbenvironmental.warnerbros.com/> - ktorá názorným spôsobom predstavuje environmentálny program spoločnosti Warner Bros. s využitím animácií, videosekvencií s výchovno-vzdelávacím podtextom.)

Mgr. Robert Burgan