



Temat zajęć: **Affluenza**

Warsztat przygotowany do zagadnienia „**Jak ograniczyć nadmierną konsumpcję i wpłynąć na zmianę stylu życia?**”. Część II.

Obszar nauczania: Wiedza o Społeczeństwie, Etyka

Pytanie kluczowe: **CZY KUPUJESZ BO CHCESZ, CZY DLATEGO, ŻE POTRZEBUJESZ?
CZY ZDAJESZ SOBIE SPRAWĘ, Z PRZYWILEJU JAKIM JEST ŻYCIE W ROZWINIĘTYM
KRAJU?**

Cel/cele z Podstawy Programowej, na które odpowiada warsztat:

III ETAP EDUKACYJNY:

- **wiedza o społeczeństwie**, wymagania szczegółowe, pkt 23 (problemy współczesnego świata)

23. Problemy współczesnego świata. Uczeń:

- 1) porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność;
- 2) uzasadnia potrzebę pomocy humanitarnej i angażuje się (w miarę swoich możliwości) w działania instytucji (także pozarządowych), które ją prowadzą;
- 3) wyjaśnia, odwołując się do przykładów, na czym polega globalizacja w sferze kultury, gospodarki i polityki; ocenia jej skutki;
- 4) rozważa, jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. oszczędzanie wody i energii, przemyślane zakupy);
- 5) ocenia sytuację imigrantów i uchodźców we współczesnym świecie;
- 6) wyjaśnia, co to jest terroryzm i w jaki sposób próbuje się go zwalczać.

- **etyka**, wymagania ogólne

V. Stosowanie zasad harmonijnego współistnienia i współdziałania ze środowiskiem społecznym i przyrodniczym.

IV ETAP EDUKACYJNY:

- **wiedza o społeczeństwie**, zakres rozszerzony, wymagania ogólne pkt II

II. Rozpoznawanie i rozwiązywanie problemów.

Uczeń rozpoznaje problemy w skali lokalnej, krajowej, europejskiej i globalnej oraz szuka ich rozwiązania; rozumie złożoność problemów społecznych i politycznych; dostrzega perspektywy różnych uczestników życia publicznego.



- **etyka**, wymagania ogólne

III. Podjęcie samokontroli i pracy nad sobą; przyjmowanie odpowiedzialności za słowa i czyny.

Cele edukacyjne:

- uczniowie rozumieją pojęcie affluenza, potrafią je opisać i podać przykłady;
- uczniowie wiedzą w jaki sposób mogą przeciwdziałać affluencji: redukując, używając ponownie i przetwarzając;
- uczniowie zdobywają wiedzę o danych na temat wyrzucania jedzenia w Polsce i na świecie;
- uczniowie potrafią wskazać przykłady i konkretne postępowania związane z zasadą 3R;
- uczniowie widzą różnicę w życiu w krajach globalnej Północy i globalnego Południa.

Czas: 2 godziny lekcyjne + przerwa

Metody i formy pracy: praca w grupach, praca w parach, pytania otwarte, symulacja, burza mózgów.

Pomoce dydaktyczne: kartki do notatek i długopisy, flipchart, marker, komputer podłączony do rzutnika lub wyposażony w wystarczająco duży ekran tak, aby grupa mogła obejrzeć materiał filmowy, dostęp do Internetu. Odpowiednia ilość kopii załącznika nr 1 i 2 (po jednej kopii na ucznia).

Dodatkowo: 55 cukierków (albo Tic Taców, M&M's), 36 zapalek, 10 torebek foliowych

Słowa kluczowe: affluenza, konsumpcja, recykling, zasada 3R

Uwagi – Warsztat został pomyślany tak, żeby można było przeprowadzić go podczas dwóch godzin lekcyjnych (z przerwą po środku). W zależności od grupy trener może zdecydować się na przeprowadzenie warsztatu po lekcjach i wydłużenie czasu jego trwania do około 150 minut (proponycja dodatkowego ćwiczenia została zaznaczona w programie warsztatu, każdą dyskusję można wydłużyć odpowiednio do potrzeb uczniów). Przedstawiony tutaj warsztat to druga część dwuetapowego warsztatu o konsumpcji. Pierwsza część skupiała się na hierarchii potrzeb i świecie reklamy. Część pytań z warsztatu „Affluenza” nawiązuje do wiedzy z pierwszej części warsztatu.

Szczegółowy przebieg zajęć

1. Powiedz uczniom, że dzisiejszy warsztat będzie poświęcony kulturze konsumowania. Rozdaj uczniom do przeczytania tekst „Drugie życie kromki chleba” (załącznik nr 1). Poproś uczniów o odpowiedzenie na pytania: Ile jedzenia wyrzucamy rocznie na świecie? Ile w Stanach Zjednoczonych? Ile w Polsce? Ile w Afryce? Gdzie, według autorki tekstu, leży główny problem? Czy uczniom zdarzyło się wyrzucić jedzenie? Czy to jest trudne, czy raczej łatwe? (czas: 15 minut).
2. Zapisz na tablicy słowo „affluenza”. Zapytaj uczniów czy kiedyś się z nim zetknęli. Jeśli tak to czy mogą podać jego znaczenie? Jeśli nie to czy domyślają się co może znaczyć? Podpowiedz, że jest to połączenie dwóch angielskich słów.

Wyjaśnij, że affluenza to termin, który pojawił się w Stanach na początku XXI wieku. Pochodzi od słów „affluence” – „dostatek” i „influenza” – „grypa”). Oznacza zaraźliwe (bo przenoszone ze



społeczeństwa na społeczeństwo) pragnienie posiadania więcej i więcej rzeczy, a co się z tym łączy pogoń za pieniędzmi i coraz większymi zarobkami. Jest to stan nienasycenia, w którym cały czas człowiek czuje się niespełniony bo co chwilę pojawiają się nowe rzeczy, które chciałby mieć, a te które już ma przestają mieć dla niego wartość. Motto chorych na affluencję to: „Chcę to co chcę, wtedy kiedy tego chcę”. Symptodem affluencji jest marnotrawstwo, wyrzucanie jeszcze funkcjonujących rzeczy, bo już się znudziły, kupowanie na kredyt. Affluencja może prowadzić do zadłużenia, poczucia bezsensu i pustki.

Zapytaj uczniów co sądzą o affluencji. Jak rozumieją motto? Czy znają ludzi dotkniętych tym wirusem? Czy mogą podać inne symptomy? (czas: 10 minut)

3. Rozdaj uczniom test (załącznik nr 2: „Test na affluencję”). Uczul uczniów na to, że test jest ironiczny. Jest raczej żartem z pewnych zachowań. Podkreśl, że nie jest testem psychologicznym. Poproś, żeby podliczyli punkty. Uczniowie nie muszą się dzielić wynikami publicznie. Przeczytaj opis wyników testu na głos (załącznik nr 3: „Test. wyniki”) (czas: 15 minut).
4. Czy Polska jest krajem zarażonym affluencją? Czemu tak? Czemu nie? Czy uczniom zdarza się kupować za dużo? Kupować dlatego, że coś ładnie wygląda? Kupować na kredyt? Czy uważają, że mają affluencję? Powiedz, że na szczęście jest sposób na zatrzymanie epidemii affluencji. Powiesz o nim później (czas: 5 minut).
5. Przerwa (czas: 10 minut)

!DODATKOWO! Przeprowadź ćwiczenie „Światowe zasoby i bogactwo” (załącznik nr 6). czas: 40 minut. **!DODATKOWO!**

6. Pokaż uczniom reklamę społeczną o Haiti przygotowaną przez organizację WATERisLIFE (<http://waterislife.com/media/videos/>) (tłumaczenie w załączniku nr 4: „Tłumaczenie reklamy”). Poproś o komentarze. Do jakich potrzeb odwołuje się reklama? Jakie światy zderza ze sobą? Jaką metodę stosuje? Powiedz, że zdania które wypowiedają Haitańczycy zostały wzięte ze strony na Twitterze, gdzie ludzie piszą o problemach pierwszego świata (<https://twitter.com/search?q=%23firstworldproblems>). Podkreśl, że większość wpisów na tej stronie jest ironiczna i ich celem jest pokazanie jak absurdalne są niektóre problemy. Poproś uczniów, żeby zastanowili się czy zdarza im się mieć tego typu problemy? Czy mogą podać przykłady, czym się ostatnio martwili a co okazało się nie warte ich troski? Czy są to przykłady wskazujące na lekkie zarażenie affluencją? Zapytaj czy Haitańczycy w jakiś sposób zależą od nas? A my od nich? Jakie są główne różnice pomiędzy krajami globalnego Południa i globalnej Północy? Czy uczniowie znają te terminy? Podkreśl, że nie chodzi o to, żeby wzbudzić w nich poczucie winy. Są kraje biedniejsze i bogatsze. Ważne jest, żeby z tej różnicy zdawać sobie sprawę. To, co mamy to wielki przywilej a nie coś naturalnego i oczywistego (czas: 15 minut).
7. Podaj jeszcze raz definicję affluencji. Poproś uczniów, żeby w parach zastanowili się nad pomysłami, jak nie zarazić się affluencją, jak pokonać wirusa. Każdy pomysł jest dobry: nie musi być realny, pozwól uczniom pofantazjować. Jako przykłady możesz podać: zrezygnowanie z kupowania nowych ubrań częściej niż raz na pół roku, zapisanie się do biblioteki, ale też wynalezienie szczepionki, która ograniczy naszą chęć posiadania (czas: 10 minut).
8. Przedstaw uczniom szczepionkę 3R. Napisz na tablicy Reduce, Reuse, Recycle. Obok nich zapisz polskie odpowiedniki: 3U – Unikaj kupowania zbędnych rzeczy, Używaj ponownie, Utylizuj). Poproś uczniów, żeby podzieli się swoimi pomysłami i powiedzieli do której kategorii należą ich metody. Zapisuj metody, które są realne, możliwe to zastosowania w codziennym życiu. Jeśli się

JAK URZĄDZIĆ ŚWIAT



nie pojawiły wśród pomysłów uczniów to podaj przykłady z załącznika nr 5: „Zasada 3R” (czas: 15 minut).

9. Poproś, żeby każdy uczeń na kartce dokończył zdanie „Zobowiązuje się...” wybierając jedno z rozwiązań zapisanych na tablicy. Poproś, żeby każdy uczeń przeczytał głośno swoje zobowiązanie (czas: 8 minut).

Materiały pomocnicze:

- Załącznik nr 1: „Drugie życie kromki chleba.”
- Załącznik nr 2: „Test na affluencję”
- Załącznik nr 3: „Test. Wyniki”
- Załącznik nr 4: „Tłumaczenie reklamy.”
- Załącznik nr 5: „Zasada 3R”
- Załącznik nr 6: „Światowe zasoby i bogactwo”

Lektury uzupełniające dla trenera:

- Ewa Siedlecka. *Demokracja Konsumentów*. <http://efte.org/wp-content/uploads/2007/09/siedlecka.pdf>, 4 grudnia 2012
- Ewa Szul. *Dekonsumpcja – moda czy sposób na kryzys*. W: Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Modernizacja dla spójności społeczno-ekonomicznej w czasach kryzysu, pod red. M. G. Woźniaka, Zeszyt nr 24, UR Rzeszów 2012, s. 316-328. Dostępny w Internecie: <http://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.univ.rzeszow.pl%2Ffile%2F16790%2F23.pdf&ei=KIW-UM27Eejm4QSfhoCACg&usg=AFQjCNFzCZ8Iahtyyx9Igdqk7Eah2pKq4g&sig2=UOnzQPtqFpHGZ0UnLCtpkA>, 4 grudnia 2012.
- Alan Durning. *How much is enough*. W: *The social Contract*, Spring 1993, ss. 177-179. Dostępny w internecie: <http://www.thesocialcontract.com/pdf/three-three/Durning.pdf>, 4 grudnia 2012 (po angielsku)

Dodatkowy materiał:

- Animacje o świadomej konsumpcji grupy eFTE: <http://www.efte.org/historia/animacje/>, 4 grudnia 2012
- film „Affluenza”. Bullfrog Films, 1997. http://www.youtube.com/watch?v=QkiR_q-thjg (po angielsku)



Załącznik 1: „Drugie życie kromki chleba.”

„DRUGIE ŻYCIE KROMKI CHLEBA”, Bożena Aksamit, Aleksandra Kozłowska, Gazeta Wyborcza, 2 listopada 2012.

Co się dzieje z niesprzedaną bułką? Może iść za pół ceny. Stać się bułką tartą. Można ją przerobić na karmę dla mew lub saren. Można oddać biednym dzieciom. W najgorszym razie trafi do śmieci. To też jeszcze nie koniec. Może ją odzyskać bezdomny. Albo freeganin.

Co tam widać w perspektywie? Góra łachów, a się rusza. To dziad Kaczorowski wstaje szukać szczęścia w starych puszkach Kaczorowski, były skrzypek z piosenki Jacka Kleyffa, stołował się po PRL-owskich śmietnikach. Nie miał lekko. Dzisiaj na śmietnikach można się przyzwoicie wyżywić. Wystarczy przestać się brzydzić, że może ręka brudna dotykała paczki z kabanosami (zazwyczaj mają mały nalot i leciutki smrodek, ale kilka minut we wrzątku załatwia sprawę) albo ktoś napluł, psu dał polizać, a zwierzę pogardziło. Wystarczy za dużo nie myśleć. – Brzydzić się? A czego –mówi Katanga, który kiedyś był rzeźnikiem. –Człowiek to czyste zwierzę. Katanga z kolegami ma dom pod wielką rurą ciepłowniczą, na stromym wzgórzu koło śmietnika w Kamiennym Potoku. – Panie Katanga, co Polakowi nie smakuje? –pytamy. –Wszystko – rechocze. Katanga często się śmieje, śmiech ma za darmo. –Trzeba cierpliwym być. Najlepiej jest przed wakacjami. Dobrodziej robi się wyjątkowo rozrzutny. Czy ja wiem dlaczego? Może boi się, że mu lodówka wykituje albo prąd wyłączą. Kiedyś znalazłem kawał schabu, było tego ze dwa kilo, w ogóle nie śmierdział. Ze słoika po majonezie zawsze coś się wyskrobie, warzywa niby sklapiały, ale da się zjeść.

Polakowi trudno przyznać, że wyrzuca W Polsce co roku marnuje się 9 mln ton żywności. Zdanych FAO (Organizacja ds. Wyżywienia i Rolnictwa Narodów Zjednoczonych) wynika, że marnujemy ponad jedną piątą kupionej żywności. Co ciekawe, gdy ankieterzy TNS OBOP przepytawali Polaków, czy wyrzucają jedzenie do śmieci – trzy piąte uparcie twierdziło, że nie zrobiło tego nigdy. Bardziej prawdopodobnym Polakom (40 procent) poczucie winy może zmniejszyć informacja, że tak naprawdę najwięcej żywności – prawie 7 mln ton – marnuje się podczas produkcji i dystrybucji. Weźmy frytki – dziesięć procent ziemniaków idzie do wyrzucenia dostawy przeznaczonej do produkcji. Od 2 do 12 procent „zjadalnego ziemniaka” odpada przy obieraniu, kolejne kilka przy wybieraniu „najlepszych frytek”, a wreszcie następne dziesięć procent jest gubione w ramach transportu. Jedzenie wyrzucają też sklepy i restauracje. Choć mogłyby każdego roku oddać na cele charytatywne około 30 tysięcy ton jedzenia (to wyliczenia specjalistów z Federacji Banków Żywności) – nie robią tego przez podatek VAT. Z podatku od przekazania jedzenia na cele charytatywne zwolnieni są w Polsce tylko producenci –dystrybutorzy już nie. Im bardziej się opłaca jedzenie wyrzucić, niż darować. Najpierw przecena, w ostateczności – śmietnik – Mamy umowy z producentami, że przeceniamy krótkoterminową żywność. Nawet 70-80 procent. Niedawno poszło tak sto dżemów – tłumaczy kierowniczka supermarketu Grosz na Żabiance w Gdańsku. –Regularnie przeceniamy nabiał: twarogi, mleko, jogurciki, te to nawet po 20-30 groszy sprzedajemy. Rozdać nie możemy, więc chociaż za symboliczną cenę puszcza. Dziś w wózku z napisem „wyprzedaż” słoje (700g) z marchewką groszkiem po 1,99 zł i olej Uniwersalny po 4,29 zł. Cukiernia w pawilonie między blokami na gdańskim Przymorzu. Za szkłem klasyka: serniczki, naleśniki,



eklery, bajaderki, ciasta na wagę. Na ladzie spory wybór towaru za pół ceny: pączki, ciasto drożdżowe, kruche z jagodami, jest też okrągła tarta z truskawkami i winogronami. –Wszystko wczorajsze? – pytamy. – Nie, ma tak ze trzy-cztery dni. Ale przecież drożdżowce nic się nie stanie, kruche też cały czas dobre – zapewnia ekspedientka. – A ta tarta? Sprzedawczyni bierze do ręki ciasto i badawczo mu się przygląda. –Chyba już się nie nadaje, pleśń tu widzę –mówi i bez wahania wyrzuca tartę do śmietnika. – Anie lepiej byłoby czasem po prostu dać komuś takiego pączka czy drożdżówkę, zamiast czekać, aż wyschnie, a potem wyrzucać? – E, nie. Zaraz by się kolejka takich, co chcieliby wszystko za darmo, ustawiała – krzywi się sprzedawczyni. Warszawski Mokotów, kawiarnio-

księgarnia na parterze biurowca, cały dzień kręci się mnóstwo osób. Na regałach książki, czasopisma, w ladzie chłodniczej jedno piętro zajmują pudełka z sushi: duże – 32 zł, małe – 15. Piętro wyżej leżą ciasta: biała beza z żurawiną, tarta malinowa, torcik orzechowy – każda porcja po 10zł. Wszystko tak piękne, że nie ma prawa się zmarnować. A jednak. – Godzinę przed zamknięciem przeceniamy ciastka, nawet o połowę –mówi dziewczyna zza kasy. –Jak nie sprzedamy, zabieramy do domu albo częstujemy chłopaków z ochrony. – A sushi też zjadają ochroniarze? – Nie. W piątek przeceniamy, a to, co zostaje, wraca do firmy. Osiedlowy „rzeźnik” na gdańskiej Żabiance, piątkowe popołudnie. W gablotach: piersi kurczaka, uda indyka, różne szynki i kielbasy. Co się z nimi dzieje, gdy nie znajdują amatora, a termin ważności niedługo się kończy? – Staramy się tyle zamawiać, żeby wszystko schodziło – odpowiada z uśmiechem sprzedawczyni. –A to, co zostaje, czyli głównie „piętki”, końcówki

wędlin, odkładamy i można je kupić po 7 zł za kg. O, niech pani spojrzy – dziś tyle się zaledwie uzbierało. Sprzedawczyni pokazuje niezbyt dużą metalową miskę zapełnioną „piętkami” nawet nie do połowy. –Mamy swoich stałych klientów, którzy przychodzą po nie przed zamknięciem sklepu. Biorą na bigos, na gulasz, albo i dla pieska. A jeśli i tak coś zostanie, to wyrzucamy do śmieci. Bazar na Szembeka na warszawskim Grochowie godzinę przed zamknięciem odwiedzają ci, co pieniędzy nie mają, i tacy, którzy nie lubią wydawać niepotrzebnie. Wybór jest duży. Świńskie ogony (można na nich ugotować zupę), warzywa, ścinki mięsa na bigos, warzywa, które jutro trudno byłoby sprzedać, ale dziś wyglądają całkiem dobrze. Wszystko dużo taniej. Za 3 złote można np. upolować wielkiego żółtego melona. Prosto do kosza W ekskluzywnej cukierni na Starym Mieście w Gdańsku (torty po 40-50zł za kg, babeczki z owocami po 8-10zł za sztukę) na przeceny liczyć nie można. – Jak ciasto jest stare, to je po prostu wyrzucamy – krótko informuje sprzedawczyni. W McDonalddie kanapka, jeśli nie kupi jej klient, żyje 10 minut. Kierownik zmiany powinien ją wyrzucić, czasami –jeśli dobrze się trzyma –żyje pięć minut dłużej. Potem kosz. Kilo piątek z pomidorów dziennie – kosz. Śniadanie, które nie zeszło do 11 rano –kosz. Dziennikarka „Gazety” Dorota Frontczak przez tydzień smażyła kotlety w McDonalddie. Gdy spytała rzeczniczkę firmy o marnowanie jedzenia, dowiedziała się, że odpad to odpad, nie mogą przekazywać go biednym. Zapytana o przeterminowaną żywność kierowniczkę gdańskiej Biedronki sztywnieje: –Muszę spytać szefa, czy mogę udzielać takich informacji. Bez konsultacji z przełożonym odpowiada za to jeden z pracowników: – U nas nie ma przecen. Towar trzymamy

do ostatniego dnia przydatności. To, co zostanie – do śmietnika. Wyżywi się bezdomny, kot i mewa. Żaden sprzedawca, kierownik supermarketu, właściciel sklepu, restaurator oficjalnie się do tego nie przyzna – ale większość jedzenia, zamiast lądować na śmietniku, zaczyna jednak „żyć po życiu”. W10-tysięcznym miasteczku na Kaszubach na plebanii działa PD (punkt dokarmiania) –wiktuały na granicy przeterminowania nielegalnie dostarcza kierownik Lidla i właściciele mniejszych sklepów. – Naleśniki, racuchy, jak zostaną, mogą wziąć do domu pracownicy – opowiada właściciel gdańskiego baru mlecznego. – Zupę bym chciał legalnie rozdawać, ale nie opłaca się. Ale jak przyjdzie do nas biedny czy bezdomny i poprosi o coś ciepłego, to co, mam odmówić? Na gdańskim bazarze Zielony Rynek pod wieczór łatwo jest dostać warzywa za darmo. –Potrzebują coś panie? – pyta jedna ze



sprzedawczyń. I zanim zdążymy coś powiedzieć, podchodzi do samochodu i pakuje do torby piękną, dorodną marchew, dorzuca pęk korzenia pietruchy. –Wiedzą panie, ja rolnik jestem, ze Świętego Wojciecha. Nic się u nas nie zmarnuje. Co zostanie, zabieramy do domu: nadpsute na polu rozrzucę, a to, co jeszcze dobre –dla konia będzie. Kierownik sopockiego baru Przystań (pieczone filety z dorsza lub łososia, tuszki pstrąga i kerguleny, śledzie po kaszubsku) podkreśla, że gotują tyle, żeby nie zostawało. –Ryba jest droga. Przyrządzamy ją na bieżąco. Czasem zostaje chleb –wtedy go kroimy i dajemy dzieciom, żeby mewy i łabędzie karmiły. Rybie resztki dostaje kot – spasiony, czarno-biały leniuch wylegujący się na murku niedaleko wejścia. –A jak pod wieczór przyjdzie bezdomny, zawsze dostanie kawałek ryby woleju – zapewnia kierownik. Śmietnik to też jeszcze nie koniec Życie jedzenia nie kończy się, nawet gdy trafi już na śmietnik. Wielu restauratorów celowo nie zamyka śmietników. Wiedzą, że nocą odwiedzą je bezdomni. Albo Freemanie nazywani u nas kontenerowcami. Ci grzebią nie z biedy – robią to, bo nie znoszą marnotrawstwa. Gdy Wyborcza.pl opublikowała maju fotoreportaż o freeganach, na forum odezwali się polscy kontenerowcy. Tintusia: – Sama „chodziłam na łowy” i mimo że na pierwszy rzut oka wygląda to strasznie, wcale tak nie jest. Nie narzekałam na brak pieniędzy, ale lubię je wydawać na rzeczy, które nie „leżą na ziemi”, a że jedzenia wyrzuca się w bród, to dlaczego nie zanurkować do śmietnika ekskluzywnego supermarketu i odzyskać ciastka za 20 zł paczka? Nat: –W niektórych krajach żywność z supermarketów wyrzucana jest do specjalnych antybakteryjnych koszy właśnie dla freegan. Byłoby super, gdyby w Polsce też to się przyjęło. Daty na warzywach i owocach w supermarketach to absurd – „eksponować do” nie określa przydatności, tylko ile ma leżeć na półce. A po tym czasie wszystko się wyrzuca. Za grzebanie w śmieciach nie grozi żadna kara –bo czy można nazwać kradzieżą okradanie śmietników? Podobno w Warszawie wciąż jednej nocy można spokojnie wygrzebać ok. 30 kilogramów nadających się do zjedzenia warzyw.

Gdyby jedzenie, które ląduje w koszach, przeliczyć na gotówkę, to Polacy co roku wyrzucają ok. 50 mld zł. Każda rodzina – 3,5 tys. zł

1,3miliarda ton żywności wyrzuca się rocznie na świecie w Polsce – 9 mln ton

ILE WYRZUCAMY, ILE TRACIMY

Tyle jedzenia wyrzuca się rocznie do śmieci w gospodarstwach domowych

110 kg

MIESZKANIEC USA

90 kg

MIESZKANIEC EUROPY

50 kg

MIESZKANIEC POLSKI

5 kg

MIESZKANIEC ŚRODKOWEJ AFRYKI

Tyle jedzenia marnuje się rocznie podczas produkcji i dystrybucji (na 1 mieszkańca)

190 kg

W EUROPIE

185 kg

W USA

180 kg

W POLSCE

155 kg

W ŚRODKOWEJ AFRYCE



Załącznik nr 2: „Test na affluencję”

CZY MASZ AFFLUENZĘ?

Odpowiedz na poniższe pytania i podlicz punkty według klucza.

1. Moje życie byłoby szczęśliwsze, gdybym miał/miała więcej pieniędzy
PRAWDA FAŁSZ
2. Chętnie zapłacę więcej za ubranie jeśli ma na sobie fajne logo znanej korporacji.
PRAWDA FAŁSZ
3. Mam kolekcję butów, której Imelda Marcos (żona prezydenta Filipin, miała kilka tysięcy par butów) mogłaby mi pozazdrościć.
PRAWDA FAŁSZ
4. Jestem gotowy/gotowa pracować 40 lat w pracy, za którą nie przepadam po to, żeby móc sobie kupować rzeczy, których pragnę.
PRAWDA FAŁSZ
5. Kiedy jest mi smutno idę na zakupy.
PRAWDA FAŁSZ
6. Marzę o sportowym samochodzie do jeżdżenia po mieście.
PRAWDA FAŁSZ
7. Wierzę, że ten kto ma najwięcej zabawek ten wygrywa.
PRAWDA FAŁSZ
8. Bardzo często czuję, że gdzieś się spieszę, mam za dużo rzeczy do zrobienia i za mało czasu.
PRAWDA FAŁSZ
9. Kiedy robię zakupy zazwyczaj nie sprawdzam, czy rzeczy które kupuję są przyjazne dla środowiska i gdzie zostały zrobione.
PRAWDA FAŁSZ
10. Zdarza mi się kupić coś dlatego, że jest modne a nie dlatego, że mi się podoba
PRAWDA FAŁSZ
11. Większość rzeczy, które lubię robić razem z rodziną albo przyjaciółmi są za darmo.
PRAWDA FAŁSZ
12. Nie oceniam innych po tym, co posiadają.
PRAWDA FAŁSZ
13. Nie oceniam siebie poprzez to, co posiadam.
PRAWDA FAŁSZ



14. Żeby dojechać do szkoły zabieram się większą grupą znajomych jednym samochodem, jadę na rowerze albo używam miejskiego transportu.

PRAWDA

FAŁSZ

15. Wolałbym/Wolałabym być w tej chwili na zakupach.

PRAWDA

FAŁSZ

KLUCZ:

Pytania **1-10** oraz **15**: Odpowiedź „Prawda” – **2 pkt**; Odpowiedź „Fałsz” – **1pkt**.

Pytanie **11-14**: Odpowiedź „Prawda” – **0 pkt**; Odpowiedź „Fałsz” – **2 pkt**.

Zamiast drukować klucz możesz napisać punktację na tablicy albo flipcharcie.

Test został przetłumaczony i zaadaptowany do polskich warunków (<http://www.pbs.org/kcts/affluenza/diag/have.html> i <http://www.pbs.org/kcts/affluenza/escape/quiz/index.html>, 4 grudnia 2012)

**JAK URZĄDZIĆ
ŚWIAT**



Załącznik nr 3: „Test. Wyniki”.

Wyniki

11-16 punktów. Nie masz wyraźnych oznak affluenzy. Zostań na dalszej części warsztatu, żeby dowiedzieć się, jak się przed nią bronić.

17-23 punkty. Uwaga! Masz lekką formę affluenzy. Zostań na dalszej części warsztatu, żeby zapobiec pełnej wersji affluenzy i pokonać tego niezdolnego wirusa.

24-30 punkty. Wyrzuć portfel. Przez najbliższy rok ani razu nie idź na zakupy. Koniecznie zostań na dalszej części warsztatu. Dowiesz się, jak walczyć z wirusem.



Załącznik 4: „Tłumaczenie reklamy.”

Reklama „First World Problems” została przygotowana przez organizację WATERisLIFE (<http://waterislife.com>). Pokazuje Haitańczyków, którzy w miejscu, którym mieszkają wypowiadają zdania dotyczące problemów „Pierwszego Świata” – świata zachodniego, bogatszego, w którym podstawowe potrzeby zostały zaspokojone.

Możesz pokazać ten film korzystając z jednego z dwóch linków

1. Oficjalna strona WATERisLIFE: <http://waterislife.com/media/videos/> (4 grudnia 2012). Podczas odtwarzania pojawi się reklama.
2. Opis reklamy w internetowym wydaniu magazynu TIME (10 października 2012): <http://newsfeed.time.com/2012/10/10/firstworldproblems-tweets-as-read-by-poverty-stricken-haitians/> (4 grudnia 2012). Bez reklam.

Tłumaczenie podpisów pojawiających się na filmie:

1. Nienawidzę, kiedy moja ładowarka do komórki nie sięga do mojego łóżka.
2. Nienawidzę, kiedy moje skórzane siedzenia nie są podgrzane.
3. Kiedy idę do łazienki i zapominam telefonu.
4. Kiedy zostawiam moje ubrania w pralce na tak długo, że zaczynają śmierdzieć.
5. Nienawidzę, kiedy mój dom jest tak duży, że potrzebuję dwóch bezprzewodowych routerów.
6. Kiedy moja guma miętowa powoduje, że moja zimna woda wydaje się jeszcze zimniejsza.
7. Kiedy muszę wypisać mojej służącej czek ale zapomniałem jej nazwiska.
8. Kiedy nie mogę jednocześnie chodzić i pisać SMSa.
9. Kiedy zostawiam ładowarkę na dole.
10. Nienawidzę kiedy moi sąsiedzi blokują swoje WiFi.
11. Nienawidzę kiedy mówię im „bez kiszzonego ogórka, a oni i tak dają mi ten ogórek”.



Załącznik 5: „Zasada 3R”

Zasada ta promuje zdrowy dla środowiska styl życia, pozwala zmniejszyć konsumpcję i zastanowić się nad rzeczami, które kupujemy. Dzięki unikaniu kupowania zbędnych rzeczy mniej wydajemy, ale też mniej wyrzucamy. Do odróżniania pomiędzy zbędnymi i potrzebnymi rzeczami może się przydać pierwsza część warsztatu, gdzie szczegółowo została omówiona hierarchia potrzeb i wpływ reklam na nasze samopoczucie i decyzje zakupowe. Dzięki ponownemu używaniu znowu mniej wyrzucamy – pozornie jednorazowe rzeczy znajdują nowe zastosowanie. Kiedy nie jesteśmy w stanie danego materiału wykorzystać ponownie w warunkach domowych należy go odpowiednio zutylizować. Naszym zadaniem jest wyrzucenie go do odpowiednio oznakowanego pojemnika – dzięki temu będzie mógł zostać przetworzony, a nie trafi na wysypisko śmieci.

Kolejność 3R (3U) ma znaczenie. Największe korzyści dla środowiska przynosi ograniczenie konsumpcji, w drugiej kolejności ponowne użycie. Utylizowanie pomaga zmniejszyć obciążenia dla środowiska związane z wysypiskami śmieci.

Poniżej zostały wypisane przykłady (za: <http://www.efte.org/porady/3r/> i <http://www.miejscedobrejenergii.pl/zasada-3r-jak-wprowadzic-ja-w-zycie>, 4 grudnia 2012). Podziel się nimi z uczniami podczas dyskusji, jeśli sami ich nie podali.

Unikaj kupowania zbędnych rzeczy

- ogranicz konsumpcję
- nie kupuj rzeczy wielokrotnie pakowanych (np. herbata liściasta zamiast w torebkach)
- nie kupuj rzeczy w opakowaniach, których nie da się przetworzyć
- kupuj baterie, które można ładować wielokrotnie
- kupuj papier z recyklingu
- używaj materiałowych toreb na zakupach
- nie drukuj bez potrzeby
- jeśli już drukujesz to drukuj dwustronnie
- zamiast 4 butelek 1,5 litrowych kupuj 1 6-litrową

Używaj ponownie

- do notatek używaj kartek zapisanych z jednej strony
- nieużywany sprzęt oddaj ludziom, którzy będą z niego korzystać
- jeśli masz foliowe torby używaj ich wielokrotnie podczas zakupów
- nie kupuj jednorazowych naczyń
- wymieniaj się ze znajomymi książkami, płytami, gazetami
- kupuj napoje w butelkach zwrotnych
- zużyte słoiki wykorzystaj jako pojemniki
- podarte ubrania możesz wykorzystać jako ściereki
- pudełko po czekłdkach użyj do zrobienia kostek lodu

Utylizuj

- Szkło, plastik i papier wrzucaj do odpowiednich pojemników
- oddzielaj od siebie różne materiały - kapsel to metal, butelka - szkło
- zadbaj o to, żeby już w domu mieć oddzielne pojemniki, będzie ci łatwiej segregować
- zgniataj pudełka i butelki przed wyrzuceniem
- sprzęt elektroniczny, z którego już nie można korzystać oddaj do punktu zajmującego się utylizacją
- podlewaj rośliny deszczówką



Załącznik nr 6: „Światowe zasoby i bogactwo”.

Ćwiczenie to zostało zainspirowane ćwiczeniem ze strony www.worldof7billion.org (http://www.worldof7billion.org/images/uploads/Food_For_Thought.pdf).

Ćwiczenie ma na celu pokazanie, jak nierówno konsumowane są dobra. Uczniowie będą reprezentowali pięć regionów świata (Amerykę Północną, Amerykę Południową, Europę, Afrykę i Azję). Dostaną zasoby według tabeli przygotowanej przez worldof7billion (dane z 2011 roku). Podział zasobów będzie początkiem do dyskusji o różnicach i odpowiedzialności za nie.

Żeby przeprowadzić ćwiczenie trener potrzebuje:

- 55 cukierków (każdy zapakowany oddzielnie), albo 55 Tic Taców, M&M's, itp.
- 36 zapałek
- 10 torebek foliowych

Przed rozpoczęciem zajęć podziel cukierki i zapałki i włóż je do przygotowanych torebek. Napisz na nich nazwę kraju i ile jest w środku zapałek i ile cukierków. Zapałki symbolizują konsumpcję energii (mierzonej w baryłkach ropy) – a więc zasoby. Cukierki symbolizują PKB per capita – bogactwo.

Ameryka Północna	Ameryka Południowa	Europa	Afryka	Azja
•19 zapałek •30 cukierki	•4 zapałki •4 cukierki	•9 zapałek •17 cukierków	•1 zapałka •1 cukierek	•3 zapałki •3 cukierki

1. Podziel uczniów na pięć grup w proporcjach: 5%(Ameryka Północna), 9% (Ameryka Południowa), 11% (Europa), 15% (Afryka), 60% (Azja). Jeśli w klasie jest 25 uczniów to dzielisz ich na grupy: 1, 3, 3, 4, 14. (czas: 5 minut).
2. Wyjaśnij, że każda grupa reprezentuje inny region świata (powiedz jaki – możesz poprosić uczniów, żeby napisali nazwę swojego regionu i położyli w widocznym miejscu). Każdy region różni się populacją, bogactwem i zużyciem zasobów. To ile ludzi mieszka w danym miejscu i ile ma zasobów do wykorzystania wpływa na ich jakość życia (czas: 2 minuty).
3. Poproś na środek reprezentanta każdej grupy. Rozdaj im przygotowane wcześniej cukierki (bogactwo) i zapałki (zasoby) tłumacząc co one znaczą. Zaczynaj od najmniejszych zasobów (Afryka), skończ na największych (Ameryka Północna). Poproś każdego reprezentanta, żeby głośno przeczytał ile zasobów i jakie bogactwo ma jego region. Reprezentanci wracają do swoich grup (czas: 5 minut).
4. Poproś reprezentantów, żeby zaczęli równocześnie odpalać zapałki. Afryka skończy po sekundzie. Ameryka Północna po 2-3 minutach (czas: 5 minut).
5. Powiedz uczniom, że mogą się w obrębie swojej grupy podzielić cukierkami (3 minuty).
6. Poproś uczniów o powrót na miejsca. Zaczynaj dyskusję:

JAK URZĄDZIĆ ŚWIAT



Jak czuli się ludzie w regionie Afryki i Azji patrząc na pozostałe regiony? Jak czuła się Ameryka Południowa? Jak Europa i Ameryka Północna?

Jak ludzie z regionów o mniejszym bogactwie i mniejszej możliwości używania zasobów mogliby zdobyć dostęp do nich? W jaki sposób bogatsze kraje zdecydują komu będą pomagać? Czy będą stawiać warunki? Będą kontrolować to, co z ich bogactwem i zasobami robią biedniejsze kraje? W jaki sposób mniej zaludnione regiony zdecydują skąd będą przyjmować imigrantów? Na jakiej podstawie będą ich przyjmować? Kto zostawił po sobie najwięcej śmieci (wypalone zapałki, papierki od cukierków)? Uważa się, że populacja Azji podwoi się w ciągu 58 lat, jakie konsekwencje niesie to ze sobą? Jak to wpłynie na jakość życia? (czas: 20 minut).