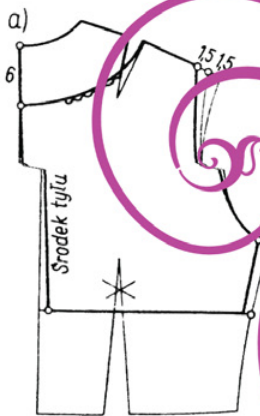
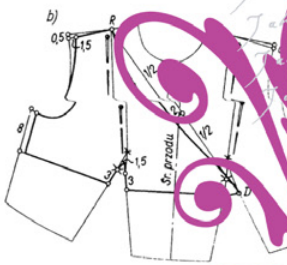
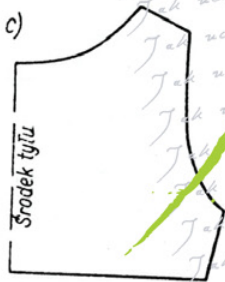
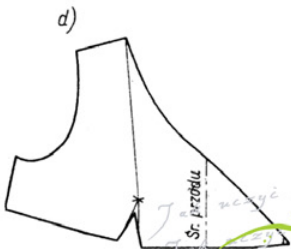
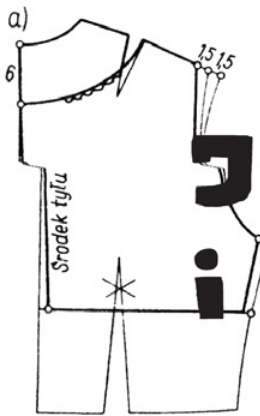


# Jak uczyć modnie i etycznie?



**Przewodnik**  
dla nauczycieli  
i wykładowców  
z zakresu globalnej  
edukacji rozwojowej

Polska Akcja Humanitarna  
Toruń 2008





© Polska Akcja Humanitarna

Redakcja: Anna Paluszek, Marta Dorenda

Autorzy:

Liz Parker, Hannah Higginson, Sue Thomas, dr Kate Fletcher,  
dr Marsha Dickinson, Katarzyna Szeniawska, Anna Paluszek,  
Jessica Witchell, Fola Ekundayo, Louise Robinson, Nina Baldwin,  
John Wells, Ann Thorpe

Podziękowania dla organizacji Labour Behind the Label, RISC, Just Buisness  
oraz Ann Torpe za udostępnienie materiałów zawartych w niniejszym  
przewodniku.

Korekta: Maria Anusiak

Grafika i skład : Anna Prego

Zdjęcia: Polska Akcja Humanitarna, Koalicja KARAT, Clean CLOthes Campaign, Anna Prego

Publikacja przetłumaczona i opracowana w ramach projektu  
międzynarodowego „Fashioning an ethical industry (Modnie i etycznie).

Koordinacja projektu w Polsce

Polska Akcja Humanitarna

Biuro Pomorskie

ul. Wita Stwosza 2

87-100 Toruń

[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)



Ten dokument powstał przy finansowym wsparciu Unii Europejskiej.

Za poglądy i opinie wyrażone w tej publikacji jest odpowiedzialna wyłącznie Polska Akcja Humanitarna i w żadnym wypadku nie mogą być postrzegane jako odzwierciedlenie stanowiska Unii Europejskiej.

Kopiowanie i wykorzystanie materiałów z tej publikacji nie wymaga odrębnej zgody wydawcy, pod warunkiem, że odbywa się to w ramach działalności edukacyjnej nie nastawionej na zysk, a materiały nie będą sprzedawane ani w inny sposób udostępniane osobom trzecim, ani wykorzystane w innych publikacjach.

Wszystkie pytania dotyczące innych sposobów wykorzystywania tej publikacji oraz prośby o bezpłatne egzemplarze należy kierować do Polskiej Akcji Humanitarnej.

**ISBN: 927-83-927976-4-7**

Projekt jest współfinansowany przez Fundację Edukacja dla Demokracji  
w ramach programu pomocy zagranicznej Ministerstwa Spraw Zagranicznych  
RP w 2008 r.

## Spis treści:

- 4. List do czytelnika
- 5. Globalne współzależności w naszych działaniach edukacyjnych...
- 7. Empatia – motywacją do etycznego tworzenia.
- 9. Slow fashion – sposób na etyczną modę.

## SCENARIUSZE I PROPOZYCJE ZAJĘĆ MODNIE I ETYCZNIE – wprowadzenie do tematyki

- 12. Warsztat „Modnie i etycznie” – wprowadzenie.

### Wchodzenie w role

- 19. Zaczynamy od małych kroczków...
- 21. Globalny łańcuch zależności – gra ról
- 24. „Pracuję w fabryce...!”
- 27. „Zwycięzca bierze wszystko” – inscenizacja

### W stronę przyszłości

- 29. Zaprojektuj slow fashion, czyli pobudź innych do zwolnienia!
- 32. Projektowanie przyszłości – gdzie będzie moda w 2020?
- 34. Zwróć uwagę na przejrzystość towaru!

### Z pasją o ubraniach – małe kompendium gier i aktywności

- 38. Graffiti! Hasło: MODA
- 39. Burza pomysłów
- 40. Diamentowy ranking
- 41. Papierowa karuzela

## ZRÓB TO SAM / SAM!

- 42. Zanim wyrzucisz ...Próbujemy dać drugie życie naszym ubraniom
- 44. Do dzieła! Przygotowujemy akcję na rzecz poprawy warunków pracy w fabrykach odzieżowych!
- 47. Quiz, Labour Behind the Label

### Kopalnia wiedzy i pomysłów

- 50. Przydatne adresy stron internetowych w języku polskim
- 51. Przydatne adresy stron internetowych w języku angielskim



## Szanowni Państwo!

Oddajemy w Państwa ręce przewodnik dla nauczycieli i wykładowców, który ma za zadanie ułatwić samodzielne podejmowanie tematyki „Modnie i etycznie” na Państwa zajęciach. Jest on komplementarny do wydanej przez nas publikacji „Etyczne spojrzenie na modę! Przewodnik dla studentów” oraz prowadzonych w ramach projektu szkoleń i spotkań tematycznych.

Przewodniki są oparte na doświadczeniach edukacyjnych brytyjskiej organizacji Labour Behind the Label. Od wielu lat zajmuje się ona podnoszeniem świadomości na temat współzależności pomiędzy poszczególnymi aktorami na rynku mody i ich roli w poprawianiu obecnej sytuacji w przemyśle odzieżowym. Powstały one także w efekcie długoletniej pracy Polskiej Akcji Humanitarnej w ramach edukacji humanitarnej i rozwojowej.

Jesteśmy przekonani, że tematyka praw pracowniczych i etyki w modzie może być włączana do programów różnych zajęć, w zależności od profilu szkoły. Począwszy od produkcji i projektowania odzieży poprzez podstawy przedsiębiorczości i etykę, a skończywszy na zajęciach z wiedzy o społeczeństwie, historii, czy geografii.

W związku z tym staraliśmy się wybrać takie koncepcje wprowadzania tych zagadnień do zajęć, aby można było je zastosować na różnych etapach edukacyjnych w polskiej szkole. Główną przesłanką, jaka nam przyświecała w tworzeniu przewodnika, było ukazanie szerokiego spektrum zagadnień, przy jednoczesnym skupieniu się na aspekcie społecznej odpowiedzialności i solidarności z ludźmi szyczącymi nasze ubrania.

Nie byliśmy w stanie wyczerpać w przyjętej formule przewodnika wszystkich zagadnień, jakie wiążą się z mówieniem o etycznej modzie. Dlatego też zachęcamy do zapoznania się z podanymi w ostatnim rozdziale tej publikacji bardziej szczegółowymi źródłami wiedzy.

Mamy nadzieję, że podane przykłady będą inspiracją dla Państwa. Jednocześnie zachęcamy do odwiedzania naszej strony [www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl), gdzie znaleźć można aktualne informacje o planowanych wydarzeniach.

Polska Akcja Humanitarna



## „Najważniejsza jest edukacja 🤖 🤖 🤖 ”

Tymi słowami odpowiada Katharine Hamnett – brytyjska projektantka, ikona etycznej mody w Wielkiej Brytanii – pytana o szanse rozwoju bardziej zrównoważonego przemysłu odzieżowego na świecie. Do podobnych konkluzji doszło wiele organizacji, w tym Polska Akcja Humanitarna.

**Zasady i warunki, jakie panują obecnie w tym przemyśle, mają ogromny wpływ, często negatywny, na życie milionów ludzi w krajach Globalnego Południa.**

**Ich poprawa nie będzie możliwa, jeśli kluczowi aktorzy rynku mody nie uświadomią sobie własnej roli i możliwości pozytywnego wpływu na sytuację pracowników.**

Z tego powodu praca dydaktyczno-wychowawcza z przyszłymi twórcami przemysłu tekstylno-odzieżowego wydaje się nam niezmiernie istotna. Pragniemy w niej wesprzeć nauczycieli i wykładowców poprzez działania w ramach projektu „Modnie i etycznie”.

**Zacznijmy, więc razem tworzyć zmianę, edukując, uświadamiając i aktywizując do działania!**



WYMIENIALNIA, TORUŃ, FOTO: ANNA PREGO



# Empatia – motywacją do etycznego tworzenia.

Sue Thomas, School of Architecture and Design, RMIT University

**Empatia to słowo kluczowe. Gdy połączy się ją z kreatywnością, pojawia się obietnica lepszych i łatwiej sprzedawalnych rozwiązań dla każdego.**

*(Myerson: 2001, s.3)*

Dlaczego projektanci projektują etycznie lub też chcieliby to robić? Moim zdaniem, jest w nich chęć pomocy i czynienia dobra – etycznego postępowania. Podążając za tym pytaniem, zastanawiałam się, co jest kluczową motywacją do takich zachowań. Obserwacje i literatura wskazują, że jest nią empatia, czyli emocjonalna reakcja na niesprawiedliwość, jaka dotyka inną istotę. Jeśli pragniemy, by nasz przemysł odzieżowy był pełen etycznych zachowań, musimy do nich zachęcać. W moim pojęciu, w połączeniu z empatią etyczne działania projektantów są bardziej zintegrowane i holistyczne. Wywodzą się z logiki rozwiązywania problemów, ale także, co chyba ważniejsze, z ludzkich emocji. Etyka może być wynikiem prawa. W takim wypadku niemożliwe jest utrzymanie długoterminowej zmiany zachowania. Zmiana ta powinna mieć miejsce, ponieważ chcemy być etyczni i jest to nasz wybór.

## Empatia w nauczaniu

Weźmiemy pod uwagę jako przedmiot naszej pracy doświadczenia pracownika lub pracownicy fabryki. W jaki sposób możemy pobudzić współodczuwanie? Zrozumiałym jest, że uczniowie czy studenci mogą mieć problem z utożsamieniem się z pracownikiem/pracownicą z dalekiego kraju, z kobietą o większych rozmiarach kupującą bieliznę, albo ze starszą kobietą poszukującą swojego wizerunku w reklamach. Zaczęłam poszukiwać, więc możliwości uczenia o empatii i zastanawiałam się, gdzie jest ona potrzebna. Jane Fulton Suri (2000) wyróżniła następujące metody rozwijania zachowań współodczuwanie u projektantów:

- Zbieranie informacji
- Bezpośrednie doświadczenie
- Prototyp doświadczenia
- Odgrywanie ról, improwizacja i pantomima
- Opowiadanie historii i budowanie scenariusza.

Z obserwacji studentów wnoszę, że bezpośrednie doświadczenie dostarcza najbardziej autentycznych przeżyć - ważne jest mieć, więc wiedzę z pierwszej ręki. Stawia nas ona w sytuacji osoby, obiektu lub środowiska, z którym chcemy się łączyć w empatii.

Jeśli jednak przebywanie z ludźmi, z którymi mamy się identyfikować jest niemożliwe, mamy jako nauczyciele do dyspozycji historie pracowników, zdjęcia i filmy, które dobrze omówione mogą dać namiastkę poznania. Następnie wykorzystanie tej wiedzy poprzez odgrywanie ról, scen czy pantomimy pozwoli na doświadczenie.



## Empatia a komercja

Zapewne nieoczekiwanym polem, na którym empatia powinna być zastosowana, jest współczesne środowisko. Wydaje się to nieprawdopodobne, ale wierzę, że ma to sens prawdziwie komercyjny. Są cztery sposoby zastosowania empatii w tej dziedzinie.

### Po pierwsze

Empatia może być użyta w metodologii projektowania. Tak, więc projektant wczuwałby się w sytuację pracowników produkcji, ich umiejętności i warunki pracy, a także wyrażałby empatię w stosunku do ziemi, jej obecnych i przyszłych mieszkańców, co prowadzi do tworzenia mniej niszczących produktów.

### Po drugie

Empatyczne projektowanie może być użyte do różnicowania produktów. Pomysł wykorzystania empatii znaczyłby, że powstały w rezultacie produkt będzie różnił się od innych, ponieważ projektant bardziej rozumiałby środowisko i doświadczenie użytkownika/konsumenta lub pracownika.

### Po trzecie

Empatii można użyć jako wskazówki behawioralnej. Koncepcja polega na tym, że projektanci mogliby antycypować zachowanie konsumenta, może nawet jego otoczenia.

### Po czwarte

Empatia może być aspektem nadzoru lub zbiorowym modelem zachowania. Wyobrażenie pracy z innymi ludźmi w sposób empatyczny wydaje się bardzo logiczne, ale jak często się to zdarza? Empatia jest profesjonalną umiejętnością i narzędziem, a także częścią bycia człowiekiem i bycia humanitarnym.

Jest to tylko próba przedstawienia szerokiego spektrum kwestii związanych z zagadnieniem empatii w pracy nauczyciela. Jeśli mamy zaangażować naszych studentów do przygotowania samych siebie do etycznej pracy w naszym przemyśle odzieżowym, muszą być oni w stanie osobiście i profesjonalnie wczuwać się w cudze położenie.

### Bibliografia :

- Barnes, A i Thagard, P (1997). Empathy and Analogy. Dialogue : Canadian Philosophical Review, <http://cogprints.org/620/00/Empathy.html>, 18 października 2006
- Fulton Suri, J (2003). The Experience Evolution : Developments in Design Practice. The Design Journal, v 6, i 2, 39-48.
- Fulton Suri, J (2000). Communicating with Designers : The Role of Empathy, Evidence and Inspiration. Proceedings of IEA 2000/HFES 2000 Congress, 795-798.
- Myerson, J Overview : The Key Word is Empathy. Show and Symposium. The Helen Hamlyn Research Centre, RCA, London <http://www.hhc.rca.ac.uk/CMS/files/RA2001.pdf>
- Schafer, R (1959). Generative empathy in the treatment situation. Psychoanalytic Quarterly, v 28, 342-373.
- Sklar, A, Velazquez, V & Adams, B. (2004). Context and Empathy as Tools for Sustainable Design, Designing for the 21st century III, Proceedings Rio the Janeiro 7-12.12.2004 [http://www.designfor21st.org/proceedings/proceedings/forum\\_sklar.html](http://www.designfor21st.org/proceedings/proceedings/forum_sklar.html)
- Thomas, S (2007) Design Back-story : Empathy, witnessing, reflection and the inclusive response. Include 07, RCA, London.



# Slow fashion – sposób na etyczną modę

dr Kate Fletcher, London College of Fashion, Wielka Brytania.

## Dzisiejszy przemysł tekstylny – odzieżowy cechuje pośpiech, będący kombinacją szybkiej produkcji i równie szybkiej konsumpcji.

Doszliśmy do momentu, gdy od wykonywania próbki lub szkicu projektu do końcowego produktu może upłynąć zaledwie trzy tygodnie. Do osiągnięcia takich wyników przyczyniają się w dużym stopniu rosnące wymagania konsumentów. Ostatnie badania dowiodły, że ludzie kupują o jedną trzecią więcej ubrań, niż cztery lata temu<sup>3</sup>. Motywowani są m.in. wzrostem ilości tanich ubrań na rynku, dzięki działalności „sprzedających po kosztach” firm odzieżowych czy wielkich sieci handlowych.

Tymczasem wyprodukowanie i skonsumowanie tych tzw. „szybkich” ubrań zabiera tyle samo czasu, co kiedyś. Włókno potrzebuje czasu na wzrost, bez względu na to, jak szybko produkt ma dotrzeć na rynek (w przypadku bawełny to około osiem miesięcy). Aby wyprodukować materiał należy go uprząść, utkać, wybielić, pofarbować, zadrukować, pociąć i zszyć – jak dawniej. Samo kupowanie i używanie odzieży jest również czasochłonne, bez względu na to, jak szybko projekt został przeniesiony ze studia projektowego do sklepów.

Pojęcie „szybki” w kontekście dzisiejszej mody może oznaczać prędkość ekonomiczną. W tym podejściu czas jest jednym z czynników produkcji, obok pracy, kapitału czy zasobów naturalnych. Wszystkie wymienione mogą podlegać manipulacji w celu zwiększania szybkości przepływu dóbr dla osiągnięcia jak największych zysków. Gwałtownie zmieniający się styl jest możliwy w warunkach, gdy ubrania są coraz tańsze (w ciągu ostatnich piętnastu lat ceny ubrań de facto spadły). Podczas gdy koszty przyspieszenia produkcji i konsumpcji są coraz wyższe. Ponoszą je najczęściej kraje, do których przeniesiona została produkcja ze względu na niższe koszty pracy i możliwość wywierania presji na obniżenie standardów ekologicznych i bezpieczeństwa pracy. W dalszej perspektywie ponosi je cały świat.

## Slow oznacza inaczej

Istnieje także inne spojrzenie na kwestie czasu i prędkości, które bierze pod uwagę nie tylko aspekt ekonomiczny, ale także tempo przemian w środowisku naturalnym i zmian kulturowych. Te inne podejścia dają nam klucz do projektowania i tworzenia bardziej etycznych materiałów i ubrań; przyjaznych dla konsumenta, jak i pracownika fabryki odzieżowej. Zapoznają nas one z wieloma aspektami prędkości w dzisiejszym przemyśle odzieżowym, w którym ubrania są obecnie produkowane i konsumowane masowo. Jest to część alternatywnego spojrzenia na świat, gdzie dążenie do zwiększenia produkcji i konsumpcji zostaje zamienione w dążenie do poprawy jakości (płacy, warunków pracy, produktu, środowiska, społeczeństwa itp.). Według tej wizji świata sami projektujemy sobie inny system, w którym zarabia się pieniądze przy poszanowaniu praw pracowników i środowiska i jednocześnie produkuje się modne i etyczne ubrania. Ten inny system jest tu opisywany jako **slow fashion**.

<sup>3</sup>Allwood, J.M, Laursen, S.E, Malvido de Rodriguez, C i Bocken, N.M.P (2006), Well Dressed?, Cambridge : University of Cambridge Institute of Manufacturing, s.12



**Koncepcja Slow fashion** dotyczy projektowania, produkowania, konsumowania i zdrowego stylu życia. Nie chodzi w niej o czas, lecz o jakość. 'Powoli' nie stanowi tu opozycji do 'szybko'. To po prostu odmienne podejście, dzięki któremu projektanci, sprzedawcy i konsumenci są bardziej świadomi wpływu swych zachowań konsumenckich na życie pracowników fabryk, społeczności lokalnych i ekosystemu.

**Slow fashion** zainspirowana jest ruchem slow food, który łączy przyjemność jedzenia ze świadomością i odpowiedzialnością. Ruch slow food skupia się na zapewnieniu różnorodności, poprzez sprzeciwienie się standaryzacji smaku, pełnym informowaniu konsumenta i ochronę tożsamości kulturowej związanej z jedzeniem. Ruch ten zainspirował powstanie wielu ruchów typu 'slow', jak np. slow cities, czyli miasta skupione na poprawie jakości życia swoich mieszkańców. Łącząc idee ruchów 'slow' z globalnym przemysłem odzieżowym, budujemy nową wizję etycznej mody, w której przyjemność i styl związane są ze świadomością i odpowiedzialnością. Slow fashion jest całkowicie związane z możliwością wyboru, informacją, różnorodnością kulturową i tożsamością. A przede wszystkim wiąże się z równowagą. Jest kombinacją szybkich zmian i symbolicznej ekspresji mody oraz wytrzymałości materiału i jakości wykonania produktów.

## **Potrzebna świadomość!**

Obecna „szybka” moda nie zachowuje opisywanej tu równowagi. Jest zupełnie oddzielona od rzeczywistości głodowych płac pracowników, wymuszanych nadgodzin i zmian klimatycznych. Slow fashion przeciwnie – jest produkowana i konsumowana inaczej. Dzięki rosnącej świadomości właścicieli fabryk i zamawiających zmniejsza się presja czasu. Odzież jest nadal produkowana masowo, ale dzieje się to w fabrykach, które płacą wynagrodzenie pozwalające na godne życie i utrzymują wysokie standardy, jeśli chodzi o bezpieczeństwo pracy i środowisko. Wzajemne relacje pomiędzy detalistami i dostawcami są długofalowe, co pomaga ograniczyć nieprzewidywalność małych zamówień i unikać krótkiego czasu zamówienia. Przyczyniało się to do wykorzystywania pracowników i wymuszania nadgodzin i stało się już znakiem firmowym obecnej, napędzanej jedynie ekonomicznymi względami mody.

Tak osiągnięta jakość jednak kosztuje i przynajmniej niektóre ubrania mogą kosztować więcej, niż obecnie. Rezultatem będzie kupowanie przez nas mniejszej ilości rzeczy, ale wyższej jakości, wolniej eksploatowanych i pozwalających chronić zasoby naturalne. Istnieją już pomysły, że gdyby sektor zmniejszył o połowę swoje zużycie materiałów, nie poniósłby strat, gdyby konsumenci płacili wyższą cenę za produkt, który miałby o połowę dłuższą trwałość. Natomiast inne produkty slow fashion mogą kosztować tyle samo lub nawet mniej niż obecnie. Będą one specjalnie zaprojektowane, aby być bardziej wydajne w kontekście zużycia zasobów i produkcji odpadów.

Reasumując **Slow fashion** to sposób na „modną i etyczną” przyszłość dla sektora tekstylnego - odzieżowego. Szansa na uprawianie biznesu z poszanowaniem pracowników, środowiska naturalnego i konsumentów w równym stopniu.

# Scenariusze i propozycje zajęć



# MODNIE I ETYCZNIE – wprowadzenie do tematyki

Modnie i etycznie, Polska Akcja Humanitarna, [www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)

## Scenariusz zajęć dla szkół średnich, policealnych i uczelni wyższych

### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- Rozpoznać podstawowe przyczyny i skutki globalnego zasięgu produkcji odzieży,
- Wyjaśnić zależności zachodzące pomiędzy poszczególnymi aktorami łańcucha dostaw,
- Opisać, w jakich warunkach szyte są nasze ubrania w krajach Południa
- Wymienić kilka przykładów zachowania odpowiedzialnego kupowania
- Osobiście zastosować sposoby na bardziej świadomą konsumpcję ubrań

Liczba uczestników: **10-25**

Czas trwania: **90 minut**

### Materiały:

- Materiały pomocnicze: etykiety z etapami produkcji, pocięte jeansy (wg. wzoru), etykiety z podziałem kosztów
- mapa świata, ok. 10 flipchartów, kolorowe karteczki post-it, markery, flamastry, kredki, wycinanki, stare gazety

**Metody:** praca w grupach, ćwiczenia edukacyjne, dyskusja

### Przebieg:

1. **Prowadzący przedstawia się i prezentują cele oraz plan warsztatu.**
  2. **Ćwiczenie „Metki” - 10 min**
    - uczestnicy w parach sprawdzają sobie nawzajem na metkach, w jakim kraju została wyprodukowana ich odzież
    - osoba prowadząca spisuje nazwy krajów na flipcharcie
    - wspólnie z uczestnikami zaznaczają te kraje na mapie świata za pomocą małych karteczek post-it
    - uczestnicy zastanawiają się, co wynika z tego, że takie kraje mają na swoich metkach
  3. **Ćwiczenie „Globalne jeansy” - 10 min**
    - prowadzący daje kartki z etapami produkcji uczestnikom (Materiał pomocniczy nr 1)
    - uczestnicy zaznaczają ‘drogę jeansów’ na mapie przy pomocy etykiet z etapami produkcji
    - prowadzący opowiada krótko o etapach produkcji odzieży i gdzie jeszcze się one odbywają
    - osoba prowadząca rozpoczyna krótką dyskusję, pytając, jakie są skutki tak globalnego procesu produkcji?
- Propozycja:** Można podzielić tę dyskusję na różne aspekty wpływu, jak: środowiskowe, prawne, społeczne, kulturowe.
4. **Ćwiczenie „Cięcie jeansów” – 10 min**
    - Prowadzący rozkłada przed uczestnikami odpowiednio pocięte jeansy (jak na zdjęciu - str. 14 ) oraz kartoniki z wypisanymi aktorami do podziału zysku (podane w „Informacjach dla osoby prowadzącej”).

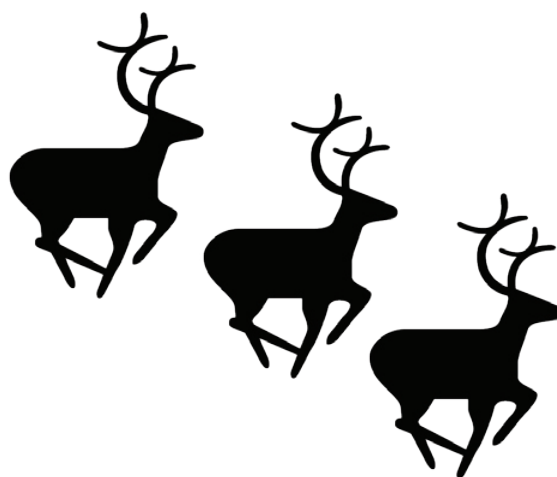
- Uczestnicy przyporządkowują każdą z etykiet do odpowiedniego kawałka jeansów.
- Osoba prowadząca podaje prawidłowe odpowiedzi procentowego udziału w cenie dżinsów (podane w „Informacjach”).
- Osoba prowadząca zwraca uwagę uczestników na to, jak małą część ceny dżinsów otrzymują pracownicy i pracownice fabryk i wyjaśnia, co kryje się pod 1% (patrz „Informacje”).

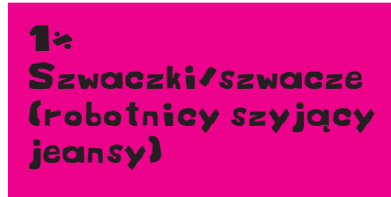
## 5. Warunki pracy - dostarczenie podstawowych informacji o warunkach pracy w fabrykach odzieżowych – 10 min

- Osoba prowadząca opowiada historię pracownic z fabryk szyjących ubrania (patrz „Informacje”).
- Uczestnicy głośno podają, jakie są warunki pracowników i pracownic w fabrykach odzieżowych.
- Osoba prowadząca zapisuje odpowiedzi na flipcharcie i dopowiada w razie potrzeby kontekst.

## 6. Co mogę zrobić ja? - 35 min

- Osoba prowadząca pyta uczestników na co zwracają uwagę przy zakupach ubrań. Zapisuje na flipcharcie, np.: opakowanie, cena, jakość, design, moda-trend, co noszą inni etc.
- Wspólnie z uczestnikami zastanawia się, jak każde z kryteriów wyboru może być też pożyteczne dla pracownika (np. Ashy z Indii lub Razi z Pakistanu). Np. można zmniejszyć ilość opakowań (nie brać dodatkowej reklamówki), napisać razem z kolegami list do producenta ulubionych dżinsów z pytaniem czy wie, w jakich warunkach zostały uszyte? (więcej w „Informacjach”, przykład listu znajdź na str. 46)
- Uczestnicy dobierają się w pary/czwórki. Najpierw rozmawiają o tym, co mogą osobiście zrobić (wybór firmy, sklep, pakowanie, list do producenta, akcja w szkole etc.)
- Następnie uczestnicy wspólnie tworzą plan działania, co mogą zrobić wspólnie, by rozpropagować tę ideę.
- Prowadzący w razie potrzeby poddaje inne pomysły lub rozdaje broszury „Modnie i etycznie” (do wydrukowania ze strony w w . m o d n i e i e t y c z n i e . p l ).







## Informacje i materiały dla osoby prowadzącej:

### 1. Do ćwiczenia „Globalne džinsy”

#### Etapy produkcji odzieży - przykład szwajcarskich jeansów:

- Bawełna jest zbierana w **Burkina Faso, Kazachstanie** albo **Indiach** i wysyłana do **Chin**.
- W **Chinach** przędzie się nici, przy użyciu szwajcarskich maszyn.
- Na **Filipinach**, bawełna jest farbowana kolorami indygo pochodzącymi z Niemiec albo Szwajcarii.
- W **Polsce** tkany jest materiał, przy użyciu szwajcarskich maszyn.
- Metka jeansów pochodzi z **Francji**, a guziki z **Włoch**.
- Projekt graficzny jeansów jest przygotowywany w **Szwajcarii** i wysyłany przez Internet **do fabryki odzieżowej na Filipinach**.
- Wszystkie elementy (guziki, metki, materiał) są transportowane samolotem na **Filipiny** i zszywane razem.
- Jeansy są sprzedawane w **Szwajcarii**.
- Po tym, jak są noszone, oddaje się je do Czerwonego Krzyża/Armii Zbawienia, albo innej organizacji zbierającej odzież używaną.
- Jeansy wysyłane są do **Afryki**, często do Ghany, gdzie nosi się je jeszcze raz.

źródło: Richard Gerster, Ethique et mondialisation, éditions LEP, Lausanne

#### Skutki globalnego procesu produkcji jeansów:

- brak przejrzystości przy produkcji jeansów - trudno śledzić wszystkich podwykonawców
- utrudnienie kontroli warunków pracy w fabrykach – różne normy prawne w różnych krajach
- transport powoduje ogromne zanieczyszczenia środowiska
- kraje rozwijające się zyskują głównie dzięki taniej sile roboczej, ale wartość dodana ich produktów nie jest wysoka
- w krajach rozwiniętych odbywają się te etapy produkcji, które przynoszą najwięcej dochodów – to utrwała nierówności ekonomiczne na świecie

### 2. Do ćwiczenia „Cięcie džinsów”

#### Rozdział dochodów z produkcji jeansów:

- Sprzedaż: 50%
- Reklama: 25%
- Materiał i fabryka: 13%
- Transport i podatki: 11%
- Szwaczki/szwacze (robotnicy szyjący jeansy) 1%

Co kryje się pod **1%** pracownika czy pracownicy?

- Niska płaca – często poniżej ustalonej płacy minimalnej
- Nadgodziny oraz zmienny czas pracy – zależny od zamówień
- Brak umów, regulaminów pracy czy prawa do niezależnych związków zawodowych
- Niebezpieczne warunki pracy

## Do ćwiczenia „Warunki pracy”

### Historie pracownic fabryki<sup>4</sup>

#### Bombaj, Indie

Asha pracowała przy maszynie do szycia w firmie *Go Go International* w Bombaju. Zarabiała 56 dolarów miesięcznie. Pracowała około 6 lat, ale nadal nie była zatrudniona na stałe, podobnie jak inni pracownicy, których staż pracy w fabryce przekraczał nawet ponad 10 lat. Pracodawcy stosowali różnorodne środki kontroli nad pracownikami. Najbardziej skuteczne okazały się dwa: groźba zwolnienia z pracy oraz obecność donosicieli, którzy sprawowali nadzór nad resztą robotników. W fabryce wiele zależało od kaprysu i preferencji pracodawcy, np. większe szanse zatrudnienia mieli ci, którzy pochodzili z tego samego regionu, co on oraz tacy, którzy bez oporów wykonywali wszystkie polecenia. Pracownicy zaradni i przebojowi napotykali na trudności. Asha pracowała od 9.30 do 18.00, od poniedziałku do soboty, w sumie 48 godzin tygodniowo. W ciągu dnia miała jedną 0,5-godzinną i dwie 10-minutowe przerwy na herbatę. Liczba obowiązkowych nadgodzin była zmienna, kobiety pracowały przynajmniej dwie godziny natomiast mężczyźni spędzali w pracy czasem nawet całą dobę bez przerwy. Zwolnione z tego obowiązku były tylko kobiety z maleńkimi dziećmi. W związku z tym pracodawca wolał zatrudnić mężczyzn niż kobiety. Kobiety karane były nawet za drobne spóźnienie do pracy, chociaż często ich powodem był źle działający transport publiczny. Asha, która ma do pokonania długą drogę do pracy, pewnego razu została ukarana za 10-minutowe spóźnienie natychmiastowym odesłaniem do domu.

Źródło: Raport z badań *Subcontracting Chains in the Indian Garment Industry*, Union Research Group, luty 2003

#### Pakistan, Lahore

Razia, wraz z 15 innymi kobietami i 5 mężczyznami, pracowała w dziale wykończeń w firmie *Venus Knitwear*, znajduje się w Lahorie i eksportuje koszulki i dżinsy do USA i Wielkiej Brytanii. W sumie w fabryce pracuje 500 kobiet między 14. a 30. rokiem życia. Kierownik był mężczyzną. Razia pracowała tam 3 lata i wciąż była tylko tymczasową pracownicą. Jej zmiana zaczynała się o 7.00 a kończyła o 22.00 lub 23.00. Czas pracy nie był normowany czasu pracy i często nie wiedziała, kiedy wróci do domu. *„Chodziliśmy do domu, wtedy, kiedy szef nam na to pozwolił. Pracowaliśmy bardzo długo, jednak nikt nie płacił nam za nadgodziny - mówi Razia - Jeżeli ktoś unikał nadgodzin, był zwalniany. Nie wolno nam było również rozmawiać ze sobą”*. W fabryce Razi niewiele kobiet było mężatkami, a nawet jeżeli były i zachodziły w ciążę, nie dostawały urlopów macierzyńskich. Kobiety zarabiały znacznie mniej niż mężczyźni za identyczną pracę. W fabryce nie było ani osobnych toalet dla kobiet ani miejsca, gdzie można byłoby coś zjeść, więc pracownicy jedli na podłodze. Nie było wyznaczonego czasu przerwy na herbatę – niekiedy kierownik taką przerwę zarządzał, ale nie zawsze. Razia pracuje w przygaszonym świetle i z tego powodu ma kłopoty ze wzrokiem i często boli ją głowa. W halach fabrycznych nie ma właściwej wentylacji, dlatego pracownicy często cierpią na astmę lub inne choroby układu oddechowego. Razia zarabia 24 dolary. Pracodawca zmusza pracowników do podpisywania czystej kartki, na której później znajdzie się kwota wypłaty.

Źródło: Raport z badań *Subcontracting Chains in the Pakistan Garment Industry*, Working Women Organization

<sup>4</sup> Więcej opisów warunków pracy i historii pracowników i pracownic znajdziesz w przetłumaczonych raportach organizacji zagranicznych na naszej stronie: [www.modnieietycznie.pl/raporty.html](http://www.modnieietycznie.pl/raporty.html)



**Tabela nr 1** Przykłady nadużyć spotykanych w fabrykach szyjących ubrania. Opracowanie: Polska Akcja Humanitarna

Przyczyny	Nadużycia	Opis sytuacji	Skutki
<p>Pracodawcy często nie pozwalają na tworzenie związków zawodowych i regulaminów pracy, które ułatwiłyby pracownikom dochodzenie swoich praw</p>	<p>brak prawnych podstaw zatrudnienia i regulaminu pracy</p>	<p>W fabrykach często brakuje regulaminu pracy, a wszelkie próby zorganizowania się (np. w związku zawodowe) są blokowane przez właścicieli, więc zatrudnieni są bezsilni w negocjacjach z pracodawcą.</p>	<p>Negocjując indywidualnie, pracownicy są praktycznie bezsilni wobec swoich pracodawców, którzy groźbą grzywny, wstrzymania zapłaty czy wyrzucenia z pracy, są w stanie wycofać pracowników dowolnie, często bardzo złe warunki.</p>
<p>Firmy odzieżowe muszą nadążyć za szybko zmieniającą się modą i zamawiać nowe kolekcje z coraz mniejszym wyprzedzeniem. Fabryki starają się dostosować do wymagań firm odzieżowych, więc obiecują im realizację ogromnych zamówień w krótkich terminach.</p>	<p>zmienna ilość pracy i długie godziny pracy</p>	<p>Fabryki, a więc i robotnicy muszą się dostosować do krótkich terminów zamówień i być gotowi w każdej chwili na nowe zamówienia. Priorytetem jest realizacja zamówienia na czas, wtedy zostaje się w pracy prawie całą dobę. Przykład: Pewna kobieta w Bangladesz pracuje 8 godzin dziennie plus 3 godziny obowiązkowych nadgodzin. Ma wolne w jedną niedzielę miesiąca i 3 dni urlopu w roku.</p>	<p>Pracownikom trudno jest cokolwiek planować w życiu. Nigdy nie mają pewności, czy praca, a zatem pieniądze, będzie, czy nie. W okresach, gdy jest wiele zamówień, muszą pracować długie nadgodziny. W wyniku takiej „elastyczności” firmy mogą przyspieszać i zwiększać zyski, za które płacą tak naprawdę pracownicy fabryk swoim życiem osobistym i zdrowiem.</p>
<p>Kraje Globalnego Południa, w których gospodarki opierają się w dużym stopniu na przemyśle odzieżowym. Chcąc pozostać atrakcyjne dla zachodnich firm, ustalają płace minimalne na bardzo niskim poziomie, często niższym niż ten potrzebny na przeżycie.</p>	<p>nie - przestrzeganie wymogu płacy minimalnej</p>	<p>Pracownicy zarabiają bardzo mało, często poniżej płacy minimalnej (nawet jeśli jest wymagana prawem danego kraju). Przykład: Szwacze w Bułgarii muszą pracować 50 min, żeby móc kupić 1 kg chleba, 1h40, żeby kupić 1 kg ryżu.</p>	<p>Pracownicy nie są w stanie utrzymać ani siebie, ani swojej rodziny, nie mówiąc już o zapewnieniu edukacji dzieciom. Kobiety pracujące w fabrykach często biorą dodatkową pracę do domu lub pracują w nadgodzinach. Odłożenie jakichkolwiek pieniędzy na przyszłość graniczy dla wielu pracowników z cudem.</p>
<p>Chcąc obniżyć koszty, fabryki często rezygnują z niezbędnych remontów i naprawy sprzętu</p>	<p>niebezpieczne warunki pracy</p>	<p>Często nie przestrzega się zasad bezpieczeństwa w fabryce, a robotnicy muszą pracować z niebezpiecznymi maszynami i produktami chemicznymi.</p>	<p>Chcąc obniżyć koszty, fabryki często rezygnują z niezbędnych remontów i naprawy sprzętu. To sprawia, że zarówno budynki i maszyny są często w złym stanie.</p>
<p>Właściciele fabryk chcą zaoszczędzić na ubezpieczeniu i podatkach związanych z umową o pracę, by zachować większą elastyczność w zatrudnianiu pracowników.</p>	<p>brak umowy o pracę</p>	<p>Często robotnicy nie podpisują oficjalnej umowy o pracę z fabryką.</p>	<p>Pracownikom trudno dochodzić swoich praw w razie nie wypłacenia przez fabrykę pensji. Mogą też zostać zwolnieni z dnia na dzień.</p>

## **Materiał pomocniczy**

### **Co możesz zrobić, żeby twoja szafa wyglądała Modnie i Etycznie?**

#### **Szanuj pracę ludzi**

- Przy kolejnych zakupach zastanów się, czy faktycznie potrzebujesz nowych ubrań. Może te stare są jeszcze w dobrym stanie i odrobina kreatywności może sprawić, że znowu zaczną ci się podobać. Szanuj pracę tych, którzy je uszyli.

#### **Wybieraj mądrze**

- Zastanów się, skąd pochodzą twoje ubrania. Czy można ufać firmie, że zadbała o przestrzeganie praw pracownika w szyjących dla niej fabrykach? Jeśli możesz, wybieraj firmy, które znane są z dbania o sytuację pracowników.

#### **Wywieraj nacisk na firmy**

- Siłą, z którą najbardziej liczą się koncerny odzieżowe, jest głos ich klienta. Pozwól im go usłyszeć. Pisz, pytaj, pokaż, że obchodzi cię sytuacja ludzi szyjących twoje ubrania. Zapytaj swoją ulubioną firmę, co robi na rzecz praw pracowniczych.

#### **Wspieraj kampanie na rzecz praw pracowników**

- Działa już wiele kampanii mających na celu poprawę sytuacji pracowników w branży tekstylnej. Aktywiści wywierają nacisk na koncerny odzieżowe, wspierają związki zawodowe pracowników, piszą do rządów swoich państw i rządów w krajach produkujących odzież. Ty też możesz się włączyć te akcje!

#### **Pamiętaj o środowisku**

- Jeśli możesz, wybieraj odzież szytą z bawełny organicznej. W ten sposób wspierasz ekologiczne rozwiązania przy uprawie bawełny i oszczędzasz światu ton szkodliwych pestycydów.

#### **Dowiedz się więcej**

- na temat tego, co dzieje się w fabrykach odzieżowych i co ty możesz zrobić, żeby tę sytuację poprawić.

### **Etykiety do ćwiczenia „Globalne džinsy”**

<b>PROJEKT GRAFICZNY</b>	<b>TKANIE MATERIAŁU</b>
<b>BAWEŁNA</b>	<b>WYKAŃCZANIE</b>
<b>BAWEŁNA</b>	<b>GUZIKI I METKI</b>
<b>BAWEŁNA</b>	<b>SZYCIE</b>
<b>PRZEDZENIE NICI</b>	<b>FARBOWANIE</b>
<b>SPRZEDAŻ</b>	<b>SECOND HAND</b>

# Wchodzenie w rolę

## Zacznijmy od małych kroczków...

Sue Thomas, School of Architecture and Design, RMIT University

### Propozycje na zajęcia na uczelniach i szkołach policealnych i ponadgimnazjalnych<sup>5</sup>

Zastanawiając się nad sposobem, w jaki sposób studenci mogliby „doświadczyć” życia innej osoby w czasie zajęć, zdecydowałam się wybrać przeżycie bardzo podstawowego doświadczenia. Poniżej przedstawiam swoje sposoby na wprowadzenie elementów wchodzenia w czyjąś sytuację.

#### Propozycja nr 1

1. Poproś, żeby wszyscy studenci zdjęli buty i ułożyli je parami w rzędzie. Aby zaangażować się w sytuację, warto by prowadzący również zdjął swoje buty.
2. Przez dłuższą chwilę, nie wyjaśniając celu całego przedsięwzięcia, pooglądajcie powstały układ.
3. Następnie zasugeruj, żeby przesunąć jedną lub dwie pary butów w prawo – wprowadzić zmiany w poprzednim układzie.
4. Zaproponuj, żeby założyć buty innej osoby. Następnie zapytaj tych, którzy założą czyjeś buty: „Jak się czujesz w takiej sytuacji, jakie są twoje wrażenia/odczucia?”
5. Na koniec przeprowadź quiz, w którym uczestnicy zgadują rozmiar cudzej stopy i w jaki sposób inna osoba chodziła w swoim bucie. Dzięki temu mogli wczuć się w to, kim była.

#### Propozycja nr 2

Innym sposobem jest praca z obrazem, której celem jest utożsamienie się z wizerunkiem. Do tego ćwiczenia potrzebne są fotografie ze specyficznego miejsca, które nawiązuje w jakimś stopniu do podejmowanych dalej kwestii. Jest to ćwiczenie wyobraźni – sfery bardzo dobrze wykształconej u większości studentów i uczniów.

Użytecznym źródłem są zdjęcia dostępne w internetowych serwisach

– Al Jazeera, <http://english.aljazeera.net/>, Associated Press, <http://www.reuters.com/>, BBC World Service <http://news.bbc.co.uk>, CNN <http://www.cnn.com/>.

#### Wariant A

Po wybraniu kilku zdjęć, pokazuj je po kolei, zadając przykładowo takie pytania:

„Jak nazywała się ta osoba?”, „Jak sądzicie, gdzie się urodził/a?”, „Jaki ma smak w ustach? Skąd to wiecie?”

Ważne! Nie ma dobrych czy złych odpowiedzi, ale ideą jest, by studenci próbowali popracować nad zrozumieniem i docenieniem innej osoby – właśnie nad empatią. Istotna jest atmosfera spotkania, by uczestnicy dzielili się prawdziwie wnikliwymi obserwacjami.

#### Wariant B (dla dużych grup)

1. Podziel uczestników na 4-5 osobowe grupy.
2. Następnie rozdaj po trzy fotografie każdej grupie. Poproś, aby zastanowiły się nad opisem osoby, wyobrażeniem jaki jest człowiek przedstawiony na fotografii.

<sup>5</sup> Zob. Sue Thomas, Empatia – motywacją do etycznego tworzenia, w niniejszej publikacji.



3. Można również wesprzeć się zadaniem pytań, by ustalić, jaki dystans dzieli ich od ludzi na fotografiach:
  - Czy jesteś związany z tą osobą?
  - Czy jest twoim przyjacielem?
  - Czy pochodzi z tej samej kultury, co ty?
  - Czy mieszka w twoim mieście?
  - Czy mieszka w twoim kraju?
4. Następnie warto poprosić uczestników, aby zastanowili się „o ile ludzi są oddaleni” od innej osoby na poszczególnych fotografiach.

**Uwaga!** Pamiętaj o selekcji zdjęć, by ostatecznie dojść do tematu empatii. Będziesz potrzebować przynajmniej kilku zdjęć, by studenci/uczniowie poćwiczyli wyobrażanie sobie i wczuwanie się w sytuację innych osób. Możesz zacząć od fotografii ludzi będących w konflikcie i doprowadzić do zdjęć konsumentów, pracowników, w zależności od tematu twojego kursu. Najlepiej zacząć od ogólnych zdjęć i skierować to doświadczenie w specyficznym kierunku, np. ku pracownikom przemysłu odzieżowego w ich miejscu pracy.



# Globalny łańcuch zależności – gra ról

Modnie i etycznie, Polska Akcja Humanitarna, w w w . m o d n i e i e t y c z n i e . p l

## Scenariusz dla szkół średnich, policealnych i wyższych uczelni

### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- wskazać mechanizmy funkcjonowania globalnego przemysłu odzieżowego
- wyjaśnić zależności, jakie zachodzą w łańcuchu dostaw
- zinterpretować obecną sytuację w przemyśle odzieżowym w kontekście roli konsumentów

Liczba uczestników: **8-24**

Czas trwania: **90 min**

**Materiały:** Karty ról, 5 kart flipchartowych, markery, taśma mocująca.

**Metody:** praca w grupach, wcielanie się w role, dyskusja

Grę najlepiej przeprowadzić w grupie zaznajomionej już z realiami przemysłu odzieżowego w kontekście praw pracowniczych.

### Przebieg:

1. Osoba prowadząca zapoznaje uczestników z celami i planem warsztatu.
2. **Podział na grupy – 5 min.** Po wyjaśnienie celu gry podziel uczestników na 4 grupy (odliczając do 4, metodą nalepek na plecach lub inną)
3. **Praca w grupach – 20 min.** Każda z grup otrzymuje kartę z jedną z ról, flipchart i marker. Każda grupa ma za zadanie uważne przeczytanie opisu i zastanowienie się, wczuwając się w sytuację opisanej osoby lub grupy, nad odpowiedziami na następujące pytania:
  - jak wygląda twoje życie?
  - co jest dla ciebie najważniejsze?
  - od kogo zależysz w łańcuchu dostaw?
  - kto zależy od ciebie w łańcuchu dostaw?

### Propozycja:

Uczestnicy mogą, jeśli chcą, przedstawić odpowiedzi w formie graficznej: rysunków, komiksów etc. Na koniec grupy wybiera osobę, która zaprezentuje jej wyniki pracy.

4. **Prezentacja wyników pracy grup – 20 min.** Reprezentanci grup prezentują wyniki swojej pracy w następującej kolejności: pracownicy i pracownice, właściciel fabryki, firma odzieżowa i konsumentki/konsumenci, po ok. 5 min na grupę. Po prezentacji mocują swoje karty z odpowiedziami taśmą na ścianie lub tablicy.
5. **Dyskusja nad przyczynami takiego podziału ról w łańcuchu dostaw – 10 min.** Podczas dyskusji na forum uczestnicy powinni nadal siedzieć w grupach i pozostawać w przypisanych sobie rolach. Jest to czas na podzielenie się uwagami o przyczynach takiej sytuacji i skutkach dla poszczególnych grup. Prowadzący ma czas na wyjaśnienie ewentualnych wątpliwości uczestników.
6. **Niech zadziała łańcuch współzależności – 20 min.** W momencie przygaszenia dyskusji, osoba prowadząca zwraca się do całej grupy z następującą informacją (opisaną w ogólnopolskiej gazecie):

„Ostatnie śledztwo dziennikarskie wykazało, że w fabryce szyjącej dla znanej firmy odzieżowej „Big Logo” pracownicy pracują po kilkanaście godzin dziennie, siedem dni w tygodniu. Praca odbywa się w niebezpiecznych dla zdrowia warunkach i zdarzają się przypadki pracy nieletnich”.

Następnie poproś każdą z grup o zastanowienie się nad własną reakcją (może być w formie przygotowania oświadczenia) i **daj im na to ok. 5 min.**

- Pierwsi prezentują się konsumenci. Przedstawiają swoją reakcję, może to być podjęcie akcji, bojkot firmy lub obojętność – decyzja należy do osób znajdujących się w grupie.
- Następnie pytasz o reakcję zarząd firmy „Big Logo”, która może jednocześnie odnieść się do reakcji konsumentów.
- Potem wypowiada się właściciel fabryki, odnosząc się do samej informacji prasowej oraz decyzji zarządu i konsumentów.
- Na koniec swoje przemyślenia odnośnie całej sytuacji i poszczególnych decyzji przedstawiają pracownice i pracownicy. Jeśli uznają to za potrzebne mogą przedstawić jakieś rekomendacje dla konsumentów.

Każda grupa ma **3 min** na prezentację swojego stanowiska!

#### 7. **Wyjście z ról i dyskusja podsumowująca – 15 min.**

- Osoba prowadząca prosi wszystkich uczestników o ponownie zajęcie miejsca w okręgu i podzielenie się w jednym zdaniu swoimi wrażeniami na temat roli, w jakiej się znaleźli.
- Na koniec wszyscy wspólnie zastanawiają się nad rolą konsumentów w łańcuchu dostaw i związaną z nią odpowiedzialnością oraz nad tym, co sami mogą zrobić.
- Osoba prowadząca wypisuje pomysły na indywidualne działanie na flipcharcie.



Akcja przed sklepem DESA, Istambuł, 2008



## **PRACOWNICE I PRACOWNICY FABRYKI**

Mieszkacie w Bangladeszu. Macie po 16-18 lat, przeważnie pracujecie od 8 roku życia. Pracujecie po kilkanaście godzin dziennie, z czego 1/3 to obowiązkowe nadgodziny, nie zawsze opłacone, co powoduje nadmiernie wydłużony czas pracy. Pracujecie ponad siły, by utrzymać się z pensji poniżej płacy minimalnej, która wynosi: 12 funtów na miesiąc od 2006 r. Mieszkacie w jednopokojowych domkach z blachy wraz z rodzinami. W najbliższej okolicy nie ma innej możliwości zatrudnienia, codziennie przybywają nowe osoby z okolicznych, często oddalonych wiosek, aby się zatrudnić w fabryce. Gdy jest za mało zleceń, jesteście odsyłani do domu, gdzie możecie dorobić, pracując za mniejszą stawkę. W zeszłym roku pracownicy, którzy próbowali stworzyć związek zawodowy i zaczęli walczyć o lepsze warunki życiowe oraz płacowe, zostali zwolnieni. Od tej pory nikt nie próbuje walczyć o lepsze warunki. Co jakiś czas przybywa kontrola (audyt) - wtedy dostajecie instrukcje, na jakie pytania i w jaki sposób macie odpowiadać.

## **WŁAŚCICIEL FABRYKI ODZIEŻOWEJ**

Twoją główną zaletą dla zleceniodawców (często znanych marek) jest tania siła robocza i możliwość omijania zasad dotyczących ochrony środowiska i bezpieczeństwa pracy. Rząd przyryka na to oko, bo inwestycje zagraniczne są jednym z istotniejszych dochodów państwa. Są okresy, gdy dostajesz naprawdę wiele zamówień, z którymi na starym sprzęcie nawet doświadczeni robotnicy się nie wyrabiają. Dlatego często zlecasz część pracy mniejszym zakładom, które wykonują je za jeszcze mniejszą stawkę. W razie potrzeby zlecasz część pracy chałupnikom, płacisz im mniej i nie płacisz za nich podatków. Inną zaletą podwykonawców jest fakt, że kontrola (audyt) do nich zazwyczaj nie dociera. Aby być konkurencyjnym, nie możesz podwyższyć pensji pracownikom, a związki zawodowe Ci nie grożą, ponieważ założyłeś kontrolowany związek (tzw. Żółty związek zawodowy), który popiera twoją politykę w stosunku do pracowników.

## **Zarząd firmy odzieżowej „Big Logo”**

Co roku staracie się zdobyć konsumenta, który jest coraz bardziej wymagający. Chce kupować dobrze i tanio. Specjaliści od reklamy pracują nad marką waszych produktów, jednak to cena zwraca uwagę klienta, a szczególnie promocje, na których także trzeba zarobić, aby inwestorzy byli zadowoleni. Zgodnie z globalnym trendem przenosicie swoją produkcję do jednego z ubogich państw, gdzie ludzie nie mają pracy, a rządy są zainteresowane głównie utrzymaniem władzy i chętnie udzielają zarówno ulg podatkowych. Co najważniejsze, nie będą się interesować stanem swojego środowiska czy warunkami pracy w fabrykach. Generalnie jako zarząd korporacji nie interesuje was, jak wyglądają sprawy w poszczególnych fabrykach. Jest ich tak wiele! Czasami dochodzi do strajku lub wykryte zostają jakieś uchybienia. W takich sytuacjach staracie się uniknąć rozgłosu i złej reklamy, która może przynieść wielkie straty idące w milionach dolarów.

## **KONSUMENCI**

Mieszkacie w Polsce, w mieście średniej wielkości. Jesteście studentami, czasem pracujecie dorywczo. Zastanówcie się. Na czym wam zależy? Jak się zachowujecie? Co jest dla was najważniejsze przy robieniu zakupów?



## „Pracuję w fabryce”

Jessica Witchell, Fola Ekundayo, Louise Robinson, Passion for Fashion.  
An exploration of global fashion industry, Reading International Solidarity Centra.

### Scenariusz warsztatu dla szkół ponadgimnazjalnych i policealnych

#### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- Wczuć się w rolę pracownika odzieżowego
- Opisać wiele kwestii związanych z życiem codziennym pracownika
- Wykazać objawy społecznej niesprawiedliwości i potrzebę zmian

Liczba uczestników: **12 - 25**

Czas trwania: **90 minut**

**Materiały:** karty z rolami, rekwizyty potrzebne do odegrania scenki

**Metody:** drama (wcielanie się w rolę)

#### Przebieg:

1. Osoba prowadząca inicjuje rozgrzewkę z grami integracyjno-zapoznawczymi. Gry zależą od stopnia zintegrowania grupy i osoby prowadzącej. **(5-15 minut)**
2. **Przygotowanie scenki (20 – 30 minut)**
  - a. Grupa wspólnie zastanawia się nad szkicem sytuacji dramy, bazującej na studium przypadków: pracownik fabryk z Chin i Bangladeszu.
  - b. W zależności od liczebności grupy, to ćwiczenie może być zorganizowane na wiele sposobów:
    - podzielić grupę na dwie mniejsze i każda z nich zajmie się jednym studium przypadku
    - cała grupa decyduje, jak połączyć ze sobą dwie różne historie
    - wybieracie jedną historię, nad którą grupa będzie pracować wspólnie

**Ważne!** Uczestnicy powinni mieć czas na rozwinięcie swojej interpretacji studium przypadku – muszą przetrwać i przekazać informacje w sposób, który jest pełen znaczeń dla nich i ich rówieśników.

- c. Ustalcie następujące kwestie:
  - miejsce i czas sceny
  - podział ról między uczestników w grupie, nie wszyscy muszą brać udział w odgrywaniu sceny (można stworzyć grupę obserwatorów)
  - scenografię, przynajmniej w minimalnym stopniu zmieniona sala ułatwi wejście w rolę
3. **Odegranie dramy – 10 min**
4. **Ewaluacja i podsumowanie – 35 min**
  - a. Osoba prowadząca prosi każdego uczestnika o krótkie opowiadanie, jak się czuł/czuła w swojej roli.
  - b. Odczaruj grupę, mówiąc, że powrócili już do swojej rzeczywistości.
  - c. Zapytaj, czy taki podział ról jest sprawiedliwy dla wszystkich jego uczestników? Czy jest możliwa zmiana sytuacji pracownic opisanych w studiach przypadku?

# Studium przypadku: Shamsun w Bangladeszu

Jestem Shamsun i pracuję w fabryce The Arrow w Bangladeszu. Pracuję przy maszynie do szycia 13 godzin dziennie, 7 dni w tygodniu. Wstaję o 5 rano, by iść do pracy. Zarabiam 30 funtów miesięcznie. Za nadgodziny dostaję mniej niż za normalną pracę. Młodzi pracownicy pomagają przy wykańczaniu ubrań, które szyją na maszynach. Niektórzy z nich mają poniżej 13 lat, co stanowi legalny wiek rozpoczęcia pracy. Zarabiają tylko 7.5 funta miesięcznie (2.5 pensa za godzinę).

Arrow nie jest taka zła jak niektóre fabryki. Pensje są wypłacane na czas i każdego roku mam 12 dni wakacji... ile dni dostajecie w Polsce? 10 lat temu pracowałam w innej fabryce. Zebrałam się wraz z innymi pracownikami i próbowaliśmy założyć związek zawodowy. Zostałam zwolniona. Wtedy wszyscy pracownicy przestali pracować – ale fabryka miała wielkie zamówienie, więc zatrudnili wszystkich z powrotem. W tym samym roku fabryka została zamknięta – prawdopodobnie otworzyła się gdzie indziej pod inną nazwą. Tak właśnie fabryki pozbywają się związków zawodowych.

Mieszkam w chatce z dwiema innymi dziewczynami; strzeżemy się nawzajem i uważamy na siebie. Chatka jest pusta, mamy tylko kilka ubrań wiszących na bambusowych drążkach i trochę garnków. W Dhace są tysiące takich chatek, zbudowanych z tego, co ludzie mogli znaleźć. Żeby do niej dotrzeć, musisz iść wzdłuż linii kolejowej. Dzielimy 2 toalety ze 120 osobami. Tylko jedna jest sprawna, kobiety stoją w kolejce, by nabrać wody – czasami wybuchają bójkami!

W sąsiedniej chatce mieszka 14 pracujących osób. To głównie dzieci w wieku od 10 do 14 lat. Pracują 12 godzin dziennie, robiąc otworki w butach. Jest tam tylko jedna żarówka. Kiedy wyłączają prąd, pracują przy świecy. Fabryka Arrow jest lepsza przynajmniej od takich warunków.

## Studium przypadku: Yuying w Chinach

Jestem Yuying i pracuję w Hua Yong Clothes Factory w Dougguan, niedaleko Hong Kongu. Mam 18 lat i przeprowadziłam się ze wsi do miasta, aby znaleźć pracę. Musiałam zapłacić łapówkę, by dostać tę pracę, choć w Chinach to nielegalne. Pracuję ze 150 innymi młodymi kobietami szyjąc ubrania, które zostaną sprzedane w sklepach w Ameryce Północnej i Europie – może sami je kupiliście! Pracuję 7 dni w tygodniu, 60 godzin tygodniowo, a dodatkowo wyrabiam od 18 do 36 nadgodzin. Zarabiam 16 pensów na godzinę, co daje mi 12.48 funta za 78-godzinny tydzień pracy. Miesięcznie mam dwa dni wolne. Nie dostaję pieniędzy za zwolnienie chorobowe ani za wakacje. Jeśli nie wyrabiam nadgodzin, muszę zapłacić karę. Podczas festiwalu Smoczyc Łodzi opuściłam swoją zmianę, by być z przyjaciółmi. Zostałam ukarana brakiem pensji za cały dzień. Dzielę sypialnię z ośmioma innymi kobietami. Muszę przejść przez fabrykę, by dostać się do mojego pokoju. Nie wolno przyjmować gości i nie ma też wyjścia awaryjnego na wypadek pożaru, co jest niepokojące. Muszę pracować 6 godzin każdego dnia, by zarobić na samo jedzenie – a w sypialni nie ma gdzie gotować. W fabryce nie ma związku zawodowego, o ile wiem, fabryka nie ma „Kodeksu Postępowania” (Code of conduct), aby zapewnić, że my, pracownicy, jesteśmy uczciwie traktowani. Nikt z nas nie ma umowy, więc nie mamy praw – to oznacza, że zarząd może nas traktować jak chce.

## „Zwycięzca bierze wszystko” – inscenizacja

Jessica Witchell, Fola Ekundayo, Louise Robinson, Passion for Fashion.  
An exploration of global fashion industry, Reading International Solidarity Centra (RISC).

### Scenariusz zajęć dla szkół ponadgimnazjalnych i policealnych

#### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- Przedstawić, w jaki sposób zasady globalnego przemysłu wpływają na ludzi
- Przedstawić, z jakimi problemami borykają się plantatorzy bawełny
- Wykazać specyfikę poszczególnych aktorów w łańcuchu dostaw

Liczba uczestników: **12 - 25**

Czas trwania: **45 minut**

**Materiały:** karty z rolami, rekwizyty potrzebne do odegrania scenki

**Metody:** wcielanie się w rolę

#### Przebieg:

##### 1. **Odczytaj historię Seniora Gabriela:**

*Senior Gabriel jest plantatorem bawełny w Mozambiku. W 1992 r. Lonro, brytyjska firma, zdecydowała, że będzie kupować w jego regionie bawełnę, a potem sprzedawać ją firmom takim, jak GAP czy Next. Po raz pierwszy od prawie dwóch lat Senior Gabriel miał zagwarantowany dochód i był w stanie kupować rzeczy takie jak ubrania, garnki i nawóz dla swoich roślin. Lonro naprawiło nawet drogi. Ale w tym świecie handel nie daje nikomu żadnych gwarancji. W 1996 r. cena, którą Senior Gabriel otrzymywał za swoją bawełnę, spadła o jedną czwartą. Do 1997 r. cena bawełny na rynku spadła znacznie i Lonro postanowiło przestać skupować bawełnę z wioski Seniora Gabriela, bo gdzie indziej mogli dostać ją taniej. Obecnie Senior Gabriel nie ma komu sprzedawać bawełny, a jego zarobek odszedł w raz z firmą Lonro.*

##### 2. **Podziel uczestników na trzy grupy.**

3. Rozdaj każdej grupie kartę z rolą (plantatorzy bawełny, Lonro i kupujący Europejczyk) i daj uczestnikom **10 minut** na przemyślenie swoich ról i wzięcie pod uwagę pytań na kartce z rolą

4. Następnie grupa zbiorowo (jeśli jest duża grupa – tylko wybrane osoby) wchodzi w rolę i bierze udział w telewizyjnym talk show. Osoba prowadząca gra prezentera i zadaje pytania, pomagając uczestnikom opowiedzieć ich historię i znaleźć powiązania pomiędzy różnymi rolami.

5. **Na koniec** prosisz każdego uczestnika inscenizacji o opowiedzenie jak się czuł w swojej roli.

<sup>6</sup> Rozumiany jako łańcuch: od osoby, uprawia bawełnę lub produkuje (szyje) ubrania, do tej, która kupuje je w krajach globalnej Północy (m.in. Europa Zachodnia i Środkowa, Ameryka Płn., Australia, Japonia). Ilustruje on, jak nasze życie jest powiązane z życiem ludzi z całego świata.

## Karty z rolami

### **Konsument/ka :**

**Regularnie kupujesz w GAP i Next itp. i kochasz ich ciuchy**

Nigdy nie poświęciłeś wiele uwagi temu, skąd pochodzi bawełna i kto wytwarza ubrania, dopóki nie zobaczyłeś w wiadomościach, że Lonro wycofało się z Mozambiku, zostawiając plantatorów bawełny bez pracy i pieniędzy

- **Jak się czujesz w związku z decyzją Lonro?**
- **Czy to sprawiedliwe, że rolnicy zostają nagle bez dochodu, ponieważ nie mogą sprzedać swojej bawełny?**
- **Czy GAP i Next powinni nalegać, by rolnicy byli traktowani uczciwie?**
- **Czy masz możliwość dokonać zmiany?**

### **LONRO – duża firma odzieżowa Jesteś członkiem zarządu LONRO.**

Przez 7 lat kupowałeś swoją bawełnę od farmerów z Mozambiku i odsprzedawałeś firmom takim jak GAP i Next. Musisz płacić za bawełnę tak mało, jak się da, aby mieć jak największy dochód. Kiedy światowa cena bawełny spadła, przestałeś kupować ją w Mozambiku – taniej było dostać ją gdzie indziej. W swoim biznesie musisz podejmować trudne decyzje – jesteś odpowiedzialny przed swoimi udziałowcami za pomnażanie zysków

- **Jak się czujesz ze swoją decyzją o wycofaniu się z Mozambiku?**
- **Co to oznacza dla LONRO?**
- **Czy myślisz, że twoim obowiązkiem jest kontynuowanie handlu z tamtejszymi rolnikami?**

### **Plantatorzy bawełny**

**Jesteście plantatorami bawełny z Mozambiku.**

Przez 7 lat sprzedawaliście swoją bawełnę dużej brytyjskiej firmie LONRO. LONRO sprzedaje potem waszą bawełnę firmom takim, jak GAP i Next. Polegasz na sprzedaży bawełny, by kupić jedzenie, ubrania i wszystko, czego potrzebujesz do życia. W tym roku światowa cena bawełny spadła, więc teraz zarabiasz mniej niż połowę tego, co kiedyś. Co gorsza, LONRO zdecydowało, że nie będzie więcej kupować twojej bawełny – może dostać tańszą w innym kraju. Teraz nie masz komu sprzedawać bawełny

- **Jak się z tym czujesz?**
- **Co to oznacza dla ciebie i twojej rodziny?**
- **Czy myślisz, że to uczciwe?**

## W stronę przyszłości

### Zaprojektuj slow fashion, czyli pobudź innych do zwolnienia!

dr Kate Fletcher, London College of Fashion, Wielka Brytania.

#### Propozycja na zajęcia w szkołach policealnych i na uczelniach wyższych

Projektowanie mody w tempie innym niż szybkie i komercyjne może wpływać pozytywnie na kwestie praw pracowniczych i ochrony środowiska. Warto podjąć te zagadnienia ze studentami czy uczniami. Punktem wyjścia będzie budowanie świadomości na temat prędkości produkcji rozpowszechnionych ubiorów (patrz „Slow fashion – sposób na etyczną modę”). Poniżej znajdziesz krótko opisaną serię ćwiczeń, które mogą być przeprowadzane oddzielnie lub w sekwencji.

#### Cel:

- eksploracja różnych prędkości używanych w modzie
- zastanowienie się nad możliwościami operowania różnymi prędkościami przy projektowaniu.

#### I etap - Wprowadzenie do tematyki.

1. Zapoznaj uczestników w formie wykładu z zagadnieniami: slow fashion oraz różnymi prędkościami w świecie.
2. Następnie, rozpoczynając burzę mózgow, poproś uczestników o podanie jak największej możliwych odpowiedzi na pytanie: Jak długo ubrania są „w użyciu”? Jak długo pozostają modne? Pod uwagę mogą wziąć różne rodzaje ubrań, jak bielizna, dzinsy, koszulki, płaszcze.

**Uwaga!** Jeśli grupa jest liczna, można ją podzielić na 4-5 grup, każda niech pracuje nad inną częścią garderoby.

3. Zapisz pomysły, poszukajcie różnic pomiędzy różnymi częściami garderoby, które wynikają z takich czynników, jak konsumpcja, prędkość zużycia czy jednorazowość ubrań.
4. Zastanówcie się wspólnie nad wpływem prędkości konsumowania lub zużycia na projektowanie poszczególnych rodzajów ubrań. Spróbujcie wstępnie odpowiedzieć na pytanie, czy rodzaj projektu może wpłynąć na prędkość konsumpcji?
5. Przedstaw poniższe dwa zadania, które studenci mają przygotować na następne zajęcia lub inny wyznaczony termin.

#### II etap - Badanie.

##### Zadanie nr 1

Poleć studentom zrobienie badania w sklepach oraz przeanalizowanie ofert 4 wiodących na rynku firm odzieżowych, wybranych przez nich samych. Prowadzący badanie będą mieli za zadanie odpowiedzieć na następujące pytanie:

Czy różne prędkości są widoczne w szerokiej gamie ubiorów, jakie sprzedają te firmy? Jeśli tak, czym różnią się konkretne elementy ubioru?

## Zadanie nr 2

Poproś studentów o przejrzenie szaf i przerzucenia szuflad własnych oraz ich przyjaciół, w poszukiwaniu różnych rytmów, w których odzież jest używana.

Poproś ich o uporządkowanie części garderoby, według tego w jakim tempie się zużywają i „przechodzą na emeryturę”.

1. Niech określą te typy ubrań (od bielizny, po okrycia wierzchnie i suknie wieczorowe) w skali od 1 – 5 (1 oznacza najwolniej zużywające się części i odpowiednio rosnąc do 5 – najszybciej konsumowaną część garderoby).
2. Następnie niech określą różne prędkości według najczęściej powtarzającego się koloru, rodzaju włókna, kroju itp.

**U w a g a!** Badania powinny zostać wykonane indywidualnie lub w małych ok. 3 osobowych grupach.

## Zadanie nr 3

Poproś studentów, aby przynieśli na zajęcia elementy ubioru, które reprezentowałyby wysokie i niskie prędkości w modzie. W małych grupach przeanalizujcie różnice i podobieństwa pomiędzy tymi elementami, tworząc listę kluczowych cech charakterystycznych i zestawiając wartości, które posiadacz im przypisuje, a także niektóre historie związane z ich użytkowaniem.

Podziel się tymi charakterystykami, wartościami i historiami z większą grupą i wspólnie rozwijajcie zrozumienie tego, jak szybka i wolna moda wygląda dziś w formie ubrania.

## III etap

### Prezentacja badań, wnioski i działanie.

1. Poproś, aby studenci w małych (4-6 osobowych) grupach zaprezentowali wyniki swoich badań zarówno indywidualnych, jak i grupowych, jeśli takowe były robione.
2. W trakcie analizowania efektów pracy grupa ma znaleźć główne trendy w występujących prędkościach przy określonych częściach garderoby.
3. Każda grupa wybiera reprezentanta, który przedstawia swoje wnioski, lub ewentualne różnice na forum. Wspólnie poszukajcie wzorów i trendów, które się z tego wyłaniają.
4. Następnie zastanówcie się, jak kwestie związane z szybkością konsumpcji/zużycia wpływają na to, w jakich warunkach odbywa się produkcja (np. szybka konsumpcja, a więc krótki czas dany fabryce na realizację zamówienia przyczynia się do nadgodzin).
5. Podziel uczestników na 4 grupy.
6. Każda będzie miała za zadanie zastanowić się nad różnymi kombinacjami prędkości konsumpcji oraz produkcji, np. powolna produkcja odzieży z wysokiej półki i szybkie tempo konsumpcji, itp. Niech zastanowią się, jak poszczególne wyodrębnione przez nich kombinacje wpływają na pracowników, środowisko i konsumenta i czy są różne w przypadku różnych elementów odzieży?
7. Następnie poproś o zastanowienie się, co charakteryzuje prędkość przyjazną pracownikowi, środowisku czy wreszcie konsumentowi? Jak można je polepszyć? W jaki sposób negatywny wpływ tych prędkości może być zredukowany?
8. Jako wstęp do stworzenia własnych projektów. Każda grupa wykorzystując zdobytą wiedzę i własne badania będzie miała za zadanie przygotować wstępną koncepcję lub projekt ubrania, które współgra z tymi uznanymi za przyjazne dla pracownika prędkościami (może to być kombinacja szybkiego i wolnego tempa).



**UWAGA !** Pomocnym na etapie planowania działań może być przedstawienie już zrealizowanych według koncepcji slow fashion projektów. Patrz: „Etyczne spojrzenie na modę! Przewodnik dla studentów”, Polska Akcja Humanitarna, w w w . m o d n i e i e t y c z n i e . p l

## **Informacja dodatkowa dla osoby prowadzącej**

### **Wprowadzenie do koncepcji różnych prędkości**

Jeśli przyjrzymy się, jak wygląda prędkość w miejscach innych niż moda, ujrzymy kombinację szybkiego i wolnego upływu czasu. Starożytni Grecy mówili o dwóch różnych rodzajach czasu – jednym, który skupiał się na danym momencie i drugim, dotyczącym mijającego czasu. W środowisku naturalnym istnieje równoległa zmiana, która dzieje się na wielką skalę, ale powoli (np. czas potrzebny na wyrośnięcie dorosłego lasu) z szybką, na małą skalę (taką jak cykl życia rośliny kwitnącej). Wahania zachodzące wewnątrz ekosystemu efektywnie pomagają go podtrzymać, pozwalając mu przetrwać potencjalnie niszczące zdarzenia. Dzieje się tak, ponieważ szybko reagujące części natychmiast spełniają swoją funkcję, podczas gdy te, które reagują wolniej, utrzymują trwałość systemu.

Stewart Brand w swojej książce *The Clock of the Long Now* twierdzi, że każda cywilizacja potrzebuje podobnych warstw szybkich i wolnych aktywności, aby się nawzajem równoważyły. Sugeruje on istnienie sześciu poziomów tempa i rozmiaru. Od szybkiego do wolnego (i ze zwiększającym się rozmiarem) te warstwy to: sztuka / moda, handel, infrastruktura, rząd, kultura i natura. Najszybsze warstwy, takie jak moda, przynoszą błyskawiczną zmianę, podczas gdy wolniejsze utrzymują stałość i zapewniają długoterminową pomocną strukturę. Co najistotniejsze, system pracuje, gdy każda warstwa jest dostosowana do tempa innych.

Jednak obecnie istniejący przemysł odzieżowy nie respektuje innych warstw. Właściwie coraz więcej dowodów wskazuje na to, że jest on niebywale oddzielony od efektów swojej produkcji i wpływu na naturę oraz kulturę. Ignoruje swój wpływ na takie kwestie, jak głodowe pensje, wymuszane nadgodziny, góry ścieków i zmiany klimatyczne, biorąc pod uwagę jedynie ekonomiczne aspekty.

# Projektowanie przyszłości – gdzie będzie moda w 2020?

Nina Baldwin, Centre for Sustainable Fashion, London College of Fashion.

## Scenariusz zajęć dla szkół policealnych i uczelni wyższych

### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- Uświadomić sobie własną rolę w tworzeniu etycznego przemysłu odzieżowego
- Wymienić i opisać min. trzy obszary, w których można wprowadzić podejście etyczne do mody
- Przedstawić i uargumentować min. jeden pomysł na to, w jaki sposób rozwinie się moda w kontekście ekologii

Liczba uczestników: **od 12 do 30**

Czas trwania: **90 minut**

**Metody:** wykład, dyskusja, praca w grupach

**Materiały:** Blok flipchartowy, kolorowe długopisy/flamastry, klej, nożyczki, wybór magazynów i gazet, folderów/broszur

„Projektowanie przyszłości” to ćwiczenie pozwalające studentom zgłębiać wiele kwestii towarzyszących etyce w modzie, a także rozwinąć twórcze wizje w odpowiedzi na te zagadnienia. Spójrzmy na uczestników naszych zajęć jak na profesjonalistów, decydujących o modzie przyszłości. Dzięki przypatrzeniu się głównym etycznym i związanym ze środowiskiem kwestiom i debacie na ich temat, będą mogli zrozumieć wagę swojej roli i własnej kreatywności we wprowadzaniu nowych rozwiązań.

### Przebieg:

1. Prowadzący przedstawia zagadnienia związane powiązaniem mody oraz kwestii ochrony środowiska. Szczegółowość wykładu zależy od poziomu znajomości tematyki przez grupę. (ok. 15 min)
2. Uczestnicy zostają podzieleni na grupy po 4-8 osób, w zależności od wielkości grupy.
3. Prowadzący prosi każdą grupę o wybranie trzech zjawisk związanych z modą wpływających istotnie na środowisko naturalne lub ludzi w łańcuchu dostaw (konsumenci, przedsiębiorcy, fabrykanci, pracownicy i pracownice).

### Przykładowe zjawiska do dyskusji:

- użycie pestycydów w produkcji bawełny,
- użycie niebezpiecznych dla ludzi i środowiska barwników w farbiarniach,
- niebezpieczne warunki pracy w fabrykach odzieży,
- korytarze powietrzne i ślady węgla związane z przewożeniem towaru drogą powietrzną i dostarczaniem na długie dystansy,
- szybka moda i współczesna konsumpcja,
- dbałość o odzież i naprawianie jej,
- cykl życia produktu, a szczególnie jego koniec (np. ubrania lądujące w schowku, recykling)

4. Grupy mają za zadanie omówić wybrane zjawiska, starając się ustalić hierarchię od tych, na które największy wpływ do tych, na które mają najmniejszy wpływ. **(15 minut)**

**Propozycja:** Można użyć w tym celu metody „Diamentowy ranking”, omówionej w niniejszej publikacji.

5. Każda grupa przedstawia i krótko argumentuje ustaloną przez siebie hierarchię wybranych zjawisk. I określa, nad którą z kwestii chce dalej pracować. **(3 minuty na każdą grupę)**
6. Prowadzący zaczyna dyskusję na forum. Podaje takie przejawy mody w naszym codziennym życiu jak TV (pokazy mody, filmy, seriale), zakupy, dziennikarstwo, fotografia, reklama, muzyka, itd.

**Propozycja:** Można użyć metody burzy mózgów, co pozwoli na uświadomienie sobie, w jak wielu przejawach życia społecznego obecna jest moda.

7. Wspólnie zastanawiacie się nad tym, jak może wyglądać moda w 2020 r. Zapisz w widocznym miejscu w sposób hasłowy proponowane odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jak będziemy kupować ubrania w 2020?
- W jaki sposób odzież będzie reklamowana?
- Jaką rolę w handlu i promocji będzie odgrywał Internet?
- Czy wielkie marki nadal będą istniały?
- Czy ubrania będą relatywnie tańsze czy droższe?
- Jaką rolę będą odgrywały magazyny o modzie?
- Co będziemy robić z ubraniami, kiedy nam się znudzą?
- Jakie odczucia będzie nam towarzyszyć przy wyborze garderoby?

8. Poproś o powrót do pracy w grupach i rozdaj magazyny, gazety, foldery, broszury związane w ubraniami etc.
9. Grupy na podstawie wcześniejszej dyskusji oraz własnych przemyśleń mają zdecydować, które z pojawiających się haseł, strategii czy sposobów kupowania, sprzedawania (zamieszczone w rozdanych materiałach) mogą być nadal aktualne w 2020 r. Może to być projekt mody, koncepcja handlowa lub kampania reklamowa, dotycząca tego, jak rzeczy są projektowane lub konsumowane.
10. Za pomocą materiałów i własnej inwencji starają się przedstawić graficznie, jak będzie wyglądać moda w 2020 r. w kontekście wcześniej wybranego zjawiska. *Na przykład, informacja handlowa o organicznej bawełnie, może być nawet lepiej rozwinięta w 2020 r. niż obecnie, co przyczyni się do zmniejszenia użycia pestycydów przy jej uprawie.*
11. Każda grupa prezentuje swój pomysł, a inni mają możliwość zadawania pytań i debatowania nad nim.
12. Każda grupa przyznaje innym punkty (do dziesięciu), a zwycięzca może otrzymać nagrodę (opcjonalnie).



## Zwróć uwagę na przejrzystość towaru!

Zaczerpnięte z "Teaching Guide for The Designer's Atlas of Sustainability", oryginalnie opracowane przez Johna Wellsa, University of Washington i Ann Thorpe, University College for the Creative Arts

### Propozycja projektu dla uczelni wyższych i szkół policealnych

#### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- Wskazywać ukryte przez reklamę aspekty produktów codziennego użytku
- Przedstawić pozytywne i negatywne obszary wpływu produktu na środowisko
- Przedstawić alternatywną propozycję produktu przejrzystego

**Czas trwania:** dostosowany do potrzeb i możliwości grupy

Liczba uczestników: **ok. 20 – 25**

**Metody:** praca z tekstem, obrazem, praca w grupach, praca indywidualna

**Streszczenie:** Po przeprowadzeniu badań nad określonym typem produktu (np. buty sportowe), studenci projektują wersję, która sprawia, że są wyraźnie dostrzegalne pewne aspekty produktu, nie znajdujące zazwyczaj swego odbicia w jego rynkowej cenie.

#### Proponowany przebieg:

##### I etap

Najpierw studenci badają wybrany popularny produkt, jak np. buty sportowe, aby odkryć jego ukryte przed zwykłym konsumentem aspekty powstawania.

1. Postaraj się znaleźć zdjęcia<sup>7</sup>, pokazujące niektóre z problemów wyszczególnionych w tabeli poniżej, np. praca w sweatshopach<sup>8</sup>, niebezpieczne warunki pracy, deformacje spowodowane zanieczyszczeniami (np. żaby i inne gatunki), ekologiczne zniszczenie w kopalniach, lasy itp.
2. Możesz także rozważyć zadanie studentom pracy domowej, żeby najpierw przeczytali krótki artykuł, np. „Małe ręce pełne roboty”, Maciej Kuźmicz, GW lub „Naga prawda o ubraniach”, Arkadiusz Bartosiak, Przekrój (dostępne w Internecie).
3. Dobrym sposobem jest obejrzenie fragmentu filmu dokumentalnego<sup>9</sup> na jeden z tych tematów.

**Propozycja:** Częścią zadania może być właściwie wyszukiwanie przez studentów takich „poruszających” zdjęć / videoklipów, którymi mogliby podzielić się z grupą, aby projekt stał się dla nich bardziej realny.

<sup>7</sup> W celu uzyskania zdjęć z fabryk do wykorzystania w działaniach edukacyjnych można zgłosić się do koordynatorki „Modnie i etycznie” w Polsce – [anna.paluszek@pah.org.pl](mailto:anna.paluszek@pah.org.pl)

<sup>8</sup> Sweatshop to amerykańskie określenie na miejsca pracy, głównie w zakładach odzieżowych, gdzie dosłownie „wyciska się”, „wypaca” z pracowników wszystkie siły w celu wyprodukowania odpowiedniej ilości towaru. Ludzie zmuszani są do ekstremalnego wysiłku i łamane są nagminnie pracą pracowniczą. Więcej: Joanna Lewandowska, Made in USA: Walka ze sweatshops, [www.modnieietycznie.pl/problem,sweatshops.html](http://www.modnieietycznie.pl/problem,sweatshops.html)

<sup>9</sup> Filmy ukazujące problemy z jakimi się borykają pracownicy znajdź na stronie brytyjskiej „Modnie i etycznie”: <http://fashioninganethicalindustry.org/resources/ChinaBlue/>

4. Na pierwszym etapie tego projektu studenci próbują odpowiedzieć na pytanie:

- **Jakie koszty i wartości związane z tym produktem nie są wliczane do płatności pieniężnych?**
- **Jaki wpływ produktu na środowisko, ludzi etc. nie jest pokazany konsumentowi, co pozwala na wiele nadużyć.**

**Propozycja:** Ten segment zadania może być efektywnie przeprowadzony w małych grupach. Grupy wybierają sobie produkt i zaczynają (mając na to określoną ilość czasu) badać jego specyfikę i wpływ na różne obszary życia.

Aby pomóc studentom w myśleniu nad aspektami produktu, które nie są odzwierciedlone w cenie, zasugerowaliśmy, aby zastanowili się nad dużymi firmami, które wytwarzają produkt i poszukali na ich temat informacji.

Pomocną może być wyodrębnienie niektórych kwestii kluczowych do rozważenia. Przykładowe pokazane są w poniższej tabeli nr 2, jako „potencjalne tematy” (str. 36).

## **II etap**

Na tym etapie sami projektują nową wersję wybranego produktu, która pozwoli zidentyfikować jeden lub więcej z ukrytych aspektów.

Podczas tego etapu studenci pracują indywidualnie nad zaprojektowaniem wersji produktu, pokazującej jeden lub więcej ukrytych zazwyczaj aspektów. Na tym etapie projektu mają wolną rękę, by podkreślić swoje umiejętności projektanckie (umiejętność robienia modeli, szkicowania, kreatywność), które zazębiają się z szerokimi potrzebami programowymi.

## **III etap**

Prezentacja prac studentów. W tym celu warto przygotować prezentację, wystawę lub pokaz projektów czy prototypów produktów dla szerszej publiczności. Podobne projektu często nabierają wymiaru międzynarodowego poprzez umieszczanie prac w Internecie i współpracę z grupami z innych krajów.



**Tabela nr 2** Potencjalne tematy w wybranych aspektach produktu

<b>Aspekty</b>	<b>Potencjalne tematy</b>
Praca/ludzie	<ul style="list-style-type: none"><li>• sweatshop</li><li>• godziny pracy oraz nadgodziny</li><li>• umiejętność pisania i czytania u pracowników</li><li>• wynagrodzenie</li><li>• praca dzieci</li><li>• bezpieczeństwo</li><li>• kraje produkcji</li><li>• sprawiedliwy handel</li></ul>
Materiały/środowisko	<ul style="list-style-type: none"><li>• wydajność wykorzystywania zasobów</li><li>• odnawialność surowców</li><li>• bezpieczeństwo/toksyczność materiałów</li><li>• ponowne użycie produktu</li><li>• produkt jako odpad oraz rynek przedmiotów używanych</li></ul>
Rynki/praktyki handlowe	<ul style="list-style-type: none"><li>• podział rynków przez wielkie firmy</li><li>• wzory dystrybucji – odległość od rynku (energia)</li><li>• kwestie handlu międzynarodowego (bariery w handlu, protekcjonizm, prawo do własności intelektualnej)</li><li>• rodzaje umów</li><li>• kontrola rynku</li><li>• zbiorowa odpowiedzialność</li><li>• kwestia społecznej odpowiedzialności w biznesie</li></ul>

## Informacja dodatkowa dla prowadzącego:

Wybraliśmy buty do biegania z powodu towarzyszącemu im rozgłosu, związanego odpowiednio z praktykami na polu pracowniczym i toksynami. Jednak każdy produkt konsumpcyjny zawiera w sobie cały zakres ukrytych kosztów i wartości, które nie są wliczane do płatności pieniężnych.

### Na przykład:

- Produkty zawierające szkodliwe materiały
- Warunki pracy w fabrykach/zakładach krajów Południa często są ciężkie i niesprawiedliwe
- Trwonione są nieodnawialne materiały i energia
- Międzynarodowe umowy handlowe faworyzują bogate kraje kosztem ubogiej światowej większości
- Duże korporacje kontrolują rynki, podejmując decyzje, które negatywnie odbijają się na lokalnych społecznościach
- Niepotrzebne produkty spiętrzają się lub są dostarczane do krajów Południa na rynek odzieży używanej, niszcząc w ten sposób tamtejszą produkcję

W ciągu ostatniego stulecia problemy ekologiczne, a zwłaszcza problemy prowadzące do niezrównoważonego rozwoju, stały się bardziej znane globalnie. Dotyczy to zagadnień takich jak przeredzenie się lasów, ocieplenie klimatu i dziura w warstwie ozonowej. To właśnie globalna natura tych problemów sprawia, że, na co dzień są one niedostrzegalne. To samo dotyczy innych aspektów związanych z dobrami konsumpcyjnymi. Stajemy się coraz bardziej odseparowani od pracowników, którzy je wytwarzają, podstawowych materiałów służących do ich produkcji lub nawet naszych własnych odpadów.

Jednym z centralnych punktów debaty nad etycznym produktem jest pytanie, jak powinien on wyglądać. Czy tak samo jak „zwykły” (według naszej wiedzy „nieetyczny”) produkt? Czy też „etyczny produkt” powinien być łatwy do zidentyfikowania przez konsumenta? Do tej pory „wygląd eko” miał złą reputację, ponieważ nie wyglądał zachęcająco, kojarząc się z ograniczoną liczbą kolorów, brakiem wygody i szorstkimi materiałami.

Krótkoterminowym rozwiązaniem tej kwestii jest wprowadzenie zróżnicowanych systemów metkowania, takich jak Zielony Krzyż w USA, Zielona Kropka w Niemczech i metka Nordycki Łabędź w krajach skandynawskich. Wiele przyrządów jest obecnie oznaczanych metkami związanymi z energią. Na niektórych z nich widoczne jest, jakie są koszty energii związanej z użytkowaniem tego urządzenia w stosunku do innych podobnych urządzeń. Jednakże znaczenie metek może być nieco ograniczone, jeśli chodzi o liczbę informacji, jakich dostarczają na temat produktu. W szerszym kontekście są one symbolem wyrażanej przez konsumentów potrzeby większej przejrzystości wewnątrz łańcucha dostaw. Pełna informacja jest to niezbędny krok ku bardziej etycznym produktom, które wybierać ma świadomy, poinformowany konsument lub przedsiębiorca.

Projekt ma za zadanie wyjrzenie poza standardowe metki i stworzenie kreatywnego, innowacyjnego podejścia do informacji o produktach, w tym ubraniach.

## Z pasją o ubraniach – małe kompendium gier i aktywności

Przedstawiony pakiet aktywności jest przeznaczony do różnych grup wiekowych i poziomów wiedzy na temat globalnego przemysłu odzieżowego. Przedstawiony krótki katalog pomysłów ma być wsparciem przy tworzeniu zajęć i projektów.

### Graffiti! Hasło: MODA

Jessica Witchell, Fola Ekundayo, Louise Robinson, Passion for Fashion.  
An exploration of global fashion industry, Reading International Solidarity Centra.

#### Cel:

- Zainspirowanie do zastanowienia się, co moda znaczy dla nas jako jednostek i ogółu ludzi
- Zinterpretowanie własnych działań jako konsumenta

Liczba uczestników: **8 - 30**

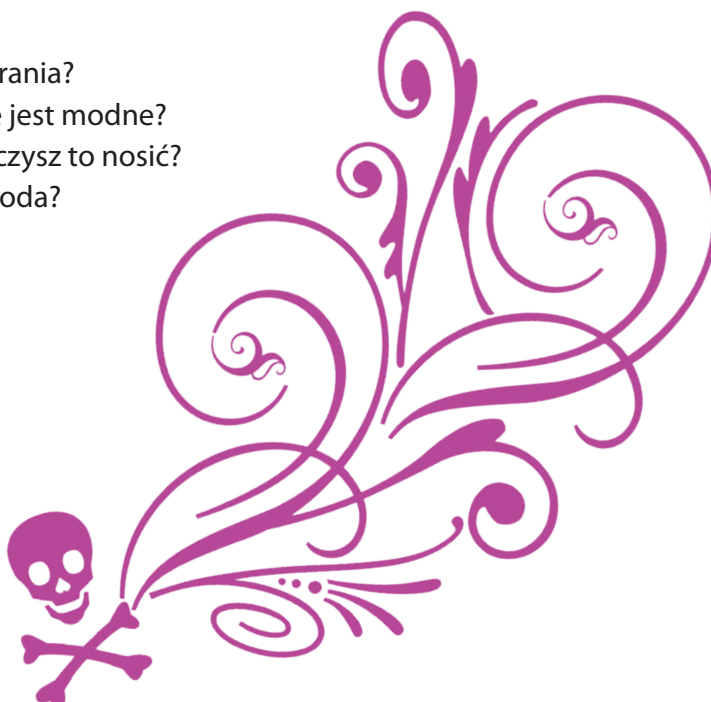
Czas trwania: **10 minut**

**Materiały:** arkusz A1 (kolorowy), kolorowe markery, długopisy, pisaki,

#### Przebieg:

1. Użyj kolorowego papieru o formacie A1 i napisz na górze: Co oznacza dla nas moda?
2. Rozdaj uczestnikom kolorowe długopisy i markery. Poproś, aby napisali na papierze w przypadkowym miejscu (w stylu graffiti), pierwsze skojarzenie, które przychodzi im na myśl, gdy pada temat mody.
3. Następnie szerzej omówcie kwestie, które się pojawiły i spróbujcie odpowiedzieć na następujące pytania:

- Gdzie kupujesz swoje ubrania?
- Skąd wiesz, że coś już nie jest modne?
- Co z tym robisz, gdy kończysz to nosić?
- Jak szybko zmienia się moda?





## Burza pomysłów

Na podstawie „Development education toolbox”, Labour Behind the Label

### Cel :

- Wyłonienie jak największej ilości nowych pomysłów
- Przyczynienie się do uświadomienia sobie przez uczestników własnego wpływu na świat

Liczba uczestników: **6-30**

Czas trwania: **15 minut**

**Materiały:** bloczek kartek samoprzylepnych (inny kolor dla każdej grupy), pisaki, tablica

### Przebieg:

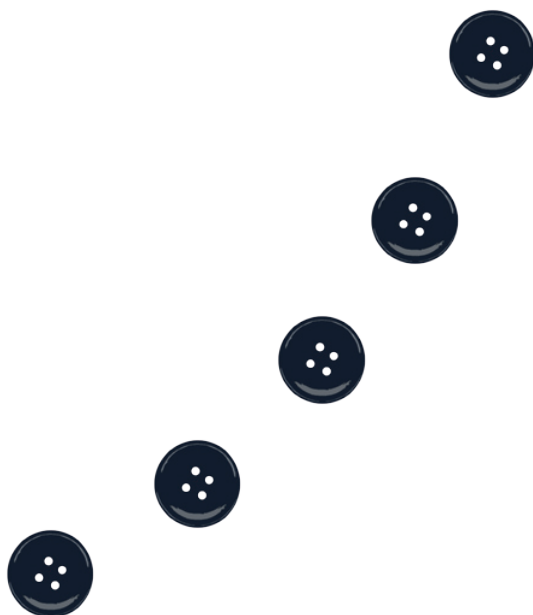
1. Stwórz małe grupy, złożone z 3-4 osób, każdej rozdaj pisaki oraz bloczek karteczek samoprzylepnych w różnych kolorach, aby grupy mogły widzieć swój wkład do całości.
2. Podaj temat dyskusji:

#### **Jakie kroki mogą podjąć koncerny w celu poprawienia sytuacji pracowników i pracowników w przemyśle odzieżowym?**

3. Każda grupa zapisuje swoje odpowiedzi (ok. 5), każdą na oddzielnej karteczce i przykleja do tablicy lub udostępnionej w tym celu ściany.
4. Gdy wszystkie karteczki są przyklejone, spróbujcie je połączyć w kategorie, jeśli to możliwe.
5. Przeanalizuj grupy zagadnień z uczestnikami i sprawdź, czy się zgadzacie na taki układ. Zmień zawartość kategorii, jeśli to potrzebne.
6. Kiedy już macie całościowe spojrzenie na kwestie i pozostaje jedna kwestia, która nie pasuje do żadnej z grup, zastanówcie się: Czy jest naprawdę ważna? Czy jest aktualna?

### Rozwinięcie ćwiczenia:

- Poszczególne kategorie możesz posegregować według stopnia ważności.
- Następnie możecie przedyskutować, w jaki sposób te cele mogą być zrealizowane.



## Diamentowy ranking

Na podstawie „Development education toolbox”, Labour Behind the Label

### Cel:

- Zgłębianie zagadnień oraz szerokich zjawisk
- Umożliwia uszeregowanie czynników, wpływających na zjawisko według ważności

Liczba uczestników: **6 - 25 uczestników.**

Czas trwania: **20 minut**

**Materiały:** kartki z opisaną sytuacją, karteczki samoprzylepne, przykład układu diamentowego, pisaki

### Przebieg:

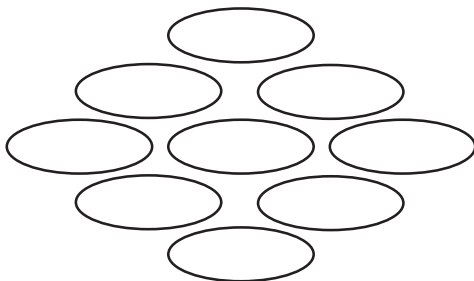
1. Przeczytaj lub rozdaj na kartkach opis sytuacji, jaką mają przemysleć uczestnicy.

„Właśnie założyłeś firmę odzieżową, która chce zacząć etycznie inwestować. Masz za zadanie uszeregować według ważności 9 głównych działań, których chcielibyście w firmie uniknąć.”

2. Zdecyduj, co będzie stanowić owe 9 działań i napisz każde z nich na karteczce samoprzylepnej. Przykładowo:

Niebezpieczne barwniki	Handel z krajami łamiącymi prawa człowieka	Dyskryminacja płci
Testowanie na zwierzętach	Praca dzieci	Niebezpieczne warunki pracy w fabrykach
Zatrucie środowiska	Praca przymusowa	Wyczerpywanie źródeł wody

3. Daj grupom 5-10 minut na ułożenie karteczek w kształt diamentu. Na górze najważniejsza kwestia, potem dwie, potem linia złożona z trzech, następnie ponownie dwie, a na dole najmniej ważna kwestia.



4. Jeśli jest kilka grup, możesz prosić o równoległe podawanie odpowiedzi od najbardziej ważnych do najmniej ważnych.
5. Zapytaj, czy łatwo było uporządkować te zagadnienia i czy natrafili na jakieś trudności w trakcie wykonywania ćwiczenia.

# Papierowa karuzela

Na podstawie „Development education toolbox”, Labour Behind the Label

## Cel:

- Pogłębienie i uporządkowanie wiedzy na temat współzależności globalnych
- Pobudzenie do szukania nowych aspektów znanego zagadnienia

Liczba uczestników: **12 -24**

Czas trwania: **25 minut**

**Materiały:** karty z wypisanym problemem, karty z wypisanymi kategoriami wpływu, karty z bloku flipchartowego, markery,

## Przebieg:

1. Uczestnicy zostają podzieleni na 4 grupy.
2. Na dużym centralnie ułożonym kartonie wypisujemy główne zagadnienie, np. **Przenoszenie produkcji odzieży (fabryk) do krajów Globalnego Południa lub Wzrost konsumpcji w krajach Globalnej Północy.**
3. Wokół rozkładamy karty z wypisanymi kategoriami oddziaływania, jak:

- Wpływ na naturę

Jakie są pozytywne/negatywne skutki dla środowiska?  
(lokalne/regionalne/globalne)

- Wpływ na społeczeństwo

Jakie są skutki kulturowe?  
Jakie korzyści? Jakie straty?

- Skutki gospodarcze

Jakie są pozytywne/negatywne skutki dla gospodarki?  
Jakie korzyści? Jakie straty?

- Skutki polityczne

Czym kierują się decydenci w swoim działaniach?  
Kto ma kontrolę nad procesami decyzyjnymi?  
Jaki to ma wpływ na lokalne/narodowe procesy demokratyczne?

Następny krąg układamy z kartek bloku flipchartowego (mogą być mniejsze kartki, w zależności od wielkości grupy) z miejscem na uwagi i odpowiedzi grup.

4. Każda grupa ma 2-3 minuty na zastanowienie się nad pierwszą z kategorii, do której zostali przydzieleni.
5. Po tym czasie grupy przemieszczają się wokół, jak na karuzeli. Mają 2-3 minuty, aby rzucić okiem na notatki poprzednich grup (mogą je zaznaczać lub zapytać), a potem dodają kolejne notatki.
6. Kiedy wszystkie grupy zatoczą koło, przeprowadź podsumowanie prac nad karuzelą.

## ZRÓB TO SAM/ SAMA!

Opracowanie: Polska Akcja Humanitarna, na podstawie Passion for Fashion. An exploration of global fashion industry, Reading International Solidarity Centra.

### Propozycje warsztatów

Warsztaty najlepiej się realizuje w grupach **10-15 osobowych**. Jeśli jest więcej uczestników, dzielimy ich na takie grupy i warsztaty, w zależności od możliwości prowadzących, mogą być poprowadzone równolegle lub po kolei z każdą grupą.

## Zanim wyrzucisz ...

### Próbujemy dać drugie życie naszym ubraniom

#### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- Podać kilka przykładów na przerabianie ubrań
- Wykonać przeróbki na miarę swoich możliwości

Czas trwania: **90 minut**

**Materiały:** Poproś uczestników o przyniesienie ubrań, które chcą naprawić, jak również innych użytecznych kawałków materiału, które mogą być użyte przy przerabianiu ubrań. Konieczne jest również zapewnienie następujących rzeczy:

- deska do prasowania i żelazko
- maszyna do szycia
- długopisy i farby do tkanin
- klej do tkanin
- kreda krawiecka
- nożyczki krawieckie
- igły i różnokolorowe nici
- papier i długopisy do rysowania szkiców
- taśma miernicza
- strony z magazynów o modzie, jako źródło pomysłów
- taśma samoprzylepna
- dodatkowy filc i materiał
- wybór ozdób do wprasowywania, wszywania i naszywania – guzików, cekinów i ścinków, takich jak koronka i futro.

#### Przebieg:

1. Prowadzący robi krótkie wprowadzenie o różnych przesłankach przerabiania ubrań. Następnie zachęca do krótkiej dyskusji o tym, dlaczego warto to robić (kwestie ekologiczne, etyczne, szycie u krawca, oszczędność pieniędzy itp.) (5 –10 minut)
2. Prowadzący poddaje praktyczne pomysły na to, jak naprawić większość ubrań, które w przeciwnym razie skończyłyby w śmietniku. Pokazuje różne sposoby na zrobienie prostych opcji szycia, np. portmonetki lub torby na zakupy ze starego materiału. (15 minut)
3. Zachęć uczestników do zastanowienia się, co chcą zrobić z tym, co mają przed sobą i do naszkicowania pomysłów, jeśli chcą. Każdy przerabia przynajmniej jeden element garderoby na nowy.

## Informacje dodatkowe dla osoby prowadzącej

**Warsztat wymaga pewnych umiejętności praktycznych od osoby prowadzącej odnośnie szycia i przeróbek ubrań.**

Na wstępie warto uświadomić sobie, że przeróbki są nie tylko dobrym sposobem na oryginalne ubranie, wyróżniające się spośród tych sprzedawanych w sklepach. Pamiętajmy o zależnościach między dbałością o już posiadane ubrania a ochroną środowiska. Nie zawsze zdajemy sobie sprawę, że nienoszone, a następnie wyrzucane ubrania powiększają stertę śmieci. Dlatego też ponowne używanie już noszonych rzeczy może stać jednym ze sposobów dbałości o środowisko. Jest to także cenny sposób na symboliczne ukazanie szacunku osobom, które te ubrania uszyły i zastanowienie się, jakie są przyczyny nadmiernie szybkiej konsumpcji ubrań.

### **Kilka wskazówek, jak przerabiać ubrania:**

Przed wszystkim należy zwrócić uwagę na rodzaj materiału, fason i deseń danej rzeczy. Ważnym jest, aby wykorzystywać te elementy w naszych przeróbkach i pamiętać, że nie wszystkie rodzaje materiału nadają się do konkretnych działań.

### **Co można zrobić ze zniszczonymi ciuchami?**

#### **Można:**

- naszyć aplikację, ciekawy guzik, różne formy wycięte z jednego materiału lub takie same formy wycięte z różnych materiałów,
- doszyć kokardkę, tasiemkę, kieszonkę, cekiny, np. do bluzek z krótkim rękawem można doszywać długi rękaw z innego materiału, a do spódnic inny rodzaj materiału wychodzący spod spodu,
- naszyć kompozycje z materiałów tworząc rodzaj patchworka,
- dużym bluzkom i spódnicom możemy nadać fantazyjne kształty poprzez ich upinanie i zszywanie w wybranych miejscach,
- chcąc zmienić fason jakiejś rzeczy można wszyć tunel i regulować jego ściąganie, co będzie regulowało kształt ubrania,
- kiedy bluzka jest za krótka, można doszyć pas wiązany na boku z innego materiału, rodzaje tkaniny muszą jednak do siebie pasować,
- jeżeli coś jest za wąskie, można starać się zmienić to suwakami, które po wszyciu wypełniają brakującą przestrzeń,
- stare koszulki, spodnie, spódnice czy torby można ozdabiać technikami street-artu poprzez użycie szablonu czy prasowanki.

autorka: *Katarzyna Głogowska*



## Do dzieła!

### Przygotujemy akcję na rzecz poprawy warunków pracy w fabrykach odzieżowych!

#### Po zajęciach uczestnik potrafi:

- przedstawić kilka sposobów świadomego działania konsumenckiego
- zaplanować i zrealizować akcję na rzecz pracowników i pracowników szyjących nasze ubrania

Czas trwania: **90 minut**

#### Materiały:

- nożyczki, papiery, pióra kulkowe, ołówki
- blok techniczny i odpowiednie pisaki
- materiał i długopisy do tkanin (opcjonalnie – potrzebne do wykonania banneru)
- specjalny papier do samodzielnego zaprasowania wzorów
- kolorowa drukarka
- żelazko i deska do prasowania
- informacje o różnych kampaniach i łamaniu praw człowieka (można znaleźć interesujące nas bieżące akcje lub Pilne Apele na: [www.cleanclothescampaign.com](http://www.cleanclothescampaign.com) lub [www.karat.org.pl/playfair](http://www.karat.org.pl/playfair) ), broszury „Modnie i etycznie”
- przykład listu do firm na: [www.modnieietycznie.pl/nasze\\_akce,wyslij\\_list.html](http://www.modnieietycznie.pl/nasze_akce,wyslij_list.html)

#### Przebieg:

- Przypomnij i omów z uczestnikami to, czego do tej pory dowiedzieli na temat przemysłu odzieżowego. Zastanówcie wspólnie, jakie kwestie was najbardziej poruszają; łamanie praw człowieka, zanieczyszczanie środowiska czy nadmierna konsumpcja etc.  
**(10 minut)**
- Przeprowadź burzę mózgow na temat tego, jakie akcje możecie przedsięwziąć w omawianych kwestiach, np. pisanie do firm produkujących odzież w krajach Globalnego Południa, produkcja ulotek/koszulek, happening w centrum handlowym itd.  
**(10 minut)**
- Podzielcie się na grupy zadaniowe i wyznaczcie plan działania z określeniem, kto w jakiej grupie będzie pracował – jeśli wybraliście kilka form działania.
- Zastanówcie się, co możecie zrobić wspólnie, np. pisanie listów, a czym możecie się podzielić – robienie koszulek, ulotek, bannerów.
- Zastanówcie się wspólnie nad hasłem akcji i zapiszcie go na papierze (można w tym celu zmienić obowiązujący slogan jakiejś firmy i nawiązać do nieprzestrzegania praw człowieka, przykłady takich działań znajdziesz na: [www.cleanclothescampaign.com](http://www.cleanclothescampaign.com)).
- Zachęć uczestników do aktywnego udziału w poszczególnych grupach zadaniowych. Grupie zajmującej się koszulkami przedstaw „Instrukcję”, grupie przygotowującej akcję pisania listów – pokaż jego przykład („Materiały Pomocnicze”). Inna grupa może zająć się przygotowaniem ulotek, do tego mogą wykorzystać już istniejącą broszurę Modnie i etycznie (do ściągnięcia na stronie)
- Po przygotowaniu wszystkiego zastanówcie się w jakiej przestrzeni zorganizujecie akcję i do dzieła!



pracownica w spółdzielni IFAT, Kenia, foto: Katarzyna Szeniawska



Tajlandia, Clean Clothes Campaign



Lesoto, Clean Clothes Campaign

### Przykładowy list do firmy odzieżowej:

Szanowna Pani/Szanowny Panie

Jestem Państwa częstym/q klientem/klientką. Lubię Państwa produkty i chciałbym / chciałabym dowiedzieć się, czy są one produkowane w godziwych warunkach. Jestem zaniepokojona/y różnymi doniesieniami o wykorzystywaniu pracowników w fabrykach odzieżowych i chciałabym/chciałbym się dowiedzieć :

- Czy Państwa firma zna miejsca (konkretne fabryki) produkcji swoich ubrań i monitoruje przebieg produkcji pod względem warunków pracy pracowników i pracownic?
- Czy pracownicy szyjący ubrania do Państwa kolekcji otrzymują wynagrodzenia, za które mogą się utrzymać i czy pracują w normowanym czasie pracy?
- Czy Państwa firma posiada i realizuje w swoich działaniach tzw. kodeks postępowania, zgodny ze standardami Międzynarodowej Organizacji Pracy?
- Jeśli tak, czy jego realizację monitoruje jakaś niezależna organizacja?

Liczę na Państwa odpowiedź

z poważaniem

.....

**Nie zapomnij podać swoje pełne imię i nazwisko oraz adres, aby otrzymać odpowiedź!  
Zachęć swoich znajomych, klasę czy rodzinę do wspólnego napisania list.  
Większa ilość może odnieść większy efekt**

### Instrukcja wykonania hasła na koszulkach lub tkaninie:

- Opracuj graficznie wybrane hasło, aby zwracał uwagę.
- Zeskanuj obrazek lub wykorzystaj istniejące w Internecie. W programie graficznym utwórz odbicie lustrzane swojego wzoru i wydrukuj w kolorze na papierze do naprasowanek.
- Wyprasuj koszulkę, ułóż ją i wprasuj projekt (najpierw przeczytaj instrukcję!)
- Po około 10 minutach prasowania (zależy to od papieru, jakiego używałeś) usuń zewnętrzną warstwę, co odsłoni ukończoną koszulkę z hasłem!
- Możesz także użyć kolorowych długopisów do tkanin, by narysować logo lub obrazek na koszulkach lub płachtach materiału



## Quiz

Labour Behind the Label,  
Fashioning an ethical industry - [www.fashioningamethicalindustry.org](http://www.fashioningamethicalindustry.org)

### Cel:

- Wprowadzenie uczestników do tematyki nierówności w przemyśle odzieżowym
- Pobudzenie do zastanowienia się nad zasadami, jakimi kierują się duże firmy
- Wprowadzenie do zagadnienia warunków pracy w przemyśle odzieżowym

**U w a g a!** Pamiętajcie, że nie jest to test i nie jest istotne odgadnięcie poprawnych odpowiedzi.

### Wariant A

1. Prześledźcie quiz wspólnie na forum. Spróbujcie wspólnie odpowiedzieć na pytania.
2. Zastanówcie się nad tym, co studenci/uczniowie wiedzieli wcześniej o warunkach pracy w przemyśle odzieżowym, co ich zaskoczyło.

### Wariant B

1. Połącz uczestników w pary lub grupy i rozdaj im karty z pytaniami i poproś o wybór odpowiedzi.
2. Następnie ujawnij poprawne odpowiedzi, które uczestnicy porównają ze swoimi i chwilę przedyskutuj ewentualne niezgodności w swoim gronie.

Na forum poproś ich o podzielenie się refleksjami, jakie się im nasunęły i rozważenie, jakie pozytywne oddziaływanie przemysł może wywierać na swoich pracowników, ich społeczności i kraj. Pod uwagę można wziąć następujące kwestie:

- wynagrodzenia,
- zatrudnienie,
- infrastruktura (drogi, porty itd.),
- rozwój powiązanych gałęzi przemysłu ( pakowanie, transport itd.),
- równowaga płci,
- zagraniczne inwestycje.

**Postaraj się zebrać kilka faktów związanych z przedstawianymi w quizie kwestiami. Używając do tego podanych źródeł lub odwiedzając stronę:**  
[www.modnieietycznie.pl/raporty](http://www.modnieietycznie.pl/raporty).

## QUIZ!

1. Jaką sumę rocznie wydaje się na całym świecie na ubrania?

- a. 1 trylion dolarów    b. 50 miliardów dolarów    c. 10 milionów dolarów

2. Na jaką wartość wyceniana jest marka odzieżowa Nike?

- a. 2.7 milion dolarów    b. 12 miliardów dolarów    c. 50 miliardów dolarów

3. Jaki procent z końcowej ceny pary dżinsów otrzymuje średnio pracownik fabryki, która je produkuje?

- a. 10%                      b. 5%                      c. 1%

4. Jaka jest minimalna miesięczna pensja pracownika przemysłu odzieżowego z Bangladeszu?

- a. 113,53 funtów            b. 32,82 funta            c. 12,41 funtów

5. Jaki procent pracowników przemysłu odzieżowego to kobiety?

- a. 10%                      b. 55%                      c. 75%

6. Ile czasu może zająć droga projektu pokazanego na wybiegach do sklepów z ubraniami?

- a. Pół roku                b. Sześć tygodni            c. Sześć dni

7. Jaki procent ubrań jest kupowanych od sprzedawców detalicznych w Wielkiej Brytanii (np. TESCO), którzy sprzedają tanie ubrania?

- a. 10%                      b. 40%                      c. 70%

## QUIZ – ODPOWIEDZI

1. Jaką sumę rocznie wydaje się na całym świecie na ubrania?

**1 trylion \$** za 2000 rok – z tego jedna trzecia jest wydawana w Europie Zachodniej, jedna trzecia w Ameryce Północnej i jedna czwarta w Azji.

Źródło: Trading away our rights: Oxfam 2004.

2. Na jaką wartość wyceniana jest marka odzieżowa Nike?

W 2003 roku była wyceniana na **12 mld dolarów**.

Źródło: [http://interbrand.com/best\\_brands\\_2007.asp](http://interbrand.com/best_brands_2007.asp)

3. Jaki procent z końcowej ceny pary dżinsów otrzymuje średnio pracownik fabryki, która je produkuje?

Zazwyczaj, udział pensji pracownika oscyluje wokół **1%**, a bardzo często poniżej.

Źródło: Raport Kampanii PlayFair2008: 'Pekin 2008: Bez medalu za przestrzeganie praw pracowniczych', dostępny: <http://www.kobietypraca.org/fairplay/>

4. Jaka jest minimalna miesięczna pensja pracownika przemysłu odzieżowego z Bangladeszu?

Pensja minimalna pracownika przemysłu odzieżowego w Bangladeszu wzrosła do **12,41 funtów** miesięcznie (dane za październik 2006 r.). Tymczasem ocenia się, że pojedyncza osoba musi wydać miesięcznie pomiędzy 16 a 25 ? na zaspokojenie najbardziej podstawowych potrzeb.

Źródło: <http://www.cleanclothes.org/urgent/06-09-22.htm#wages>

5. Jaki procent pracowników przemysłu odzieżowego to kobiety?

**Ponad 75%** prac w przemyśle odzieżowym jest wykonywanych przez kobiety.

Źródło: Ofiary mody, War on Want, dostępny w wersji polskojęzycznej na [www.modnieietycznie.pl/raporty](http://www.modnieietycznie.pl/raporty)

6. Ile czasu może zająć droga projektu pokazanego na wybiegach do sklepów z ubraniami?

Najnowsze trendy mogą pojawić się w sklepach już w **sześć tygodni** po tym, jak pierwszy raz pojawią się na wybiegach.

Źródło: Fashioning an ethical industry, FEI Conference Report 2007

7. Jaki procent ubrań jest kupowanych od sprzedawców detalicznych w Wielkiej Brytanii, którzy kupują po kosztach?

W Wielkiej Brytanii obecnie **40%** wszystkich ubrań kupuje się od zaopatrujących się po kosztach detalistów – jednocześnie to tylko 17% budżetu przeznaczonego na ubrania.

Źródło: Who pays for cheap clothes? Labour Behind The Label 2006.  
<http://fashioninganethicalindustry.org/resources/reports/>

# Kopalnia wiedzy i pomysłów

**Jeśli szukasz bardziej szczegółowych informacji, materiałów, raportów dotyczących kwestii podejmowanych w tym przewodniku, ta lista może Ci się przydać!**

Zawiera ona strony organizacji skupiających się na promowaniu idei bardziej sprawiedliwego i odpowiedzialnego handlu, jak i strony różnych instytucji zaangażowanych w promowanie idei społecznej odpowiedzialności biznesie (także w przemyśle tekstylnym – odzieżowym).

## **W języku polskim:**

### **Projekt „Modnie i etycznie” [www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)**

Projekt Polskiej Akcji Humanitarnej, którego ideą jest przyczynienie się do tego, aby następne pokolenie twórców przemysłu tekstylnego-odzieżowego zainspirować do podniesienia standardów pracy producentów odzieży w przemyśle przyszłości. Na stronie znajdziesz wiele przydatnych do zajęć, m.in. raportów i informacji o szkoleniach.

### **Projekt „Fair Play” [www.kobietypraca.org/fairplay](http://www.kobietypraca.org/fairplay)**

Prowadzony przez Koalicję Karat we współpracy z Clean Clothes Campaign. Projekt dotyczy przede wszystkim kampanii i akcji na rzecz praw pracownic i pracowników produkujących odzież sportową. Na stronie znajdziesz wiele raportów przydatnych do zajęć.

### **Grupa EFTE Warszawa [www.efte.org](http://www.efte.org)**

Stowarzyszenie zajmujące się odpowiedzialną konsumpcją i sprawiedliwym handlem.

### **Ekonsument [ekonsument.pl](http://ekonsument.pl)**

Projekt Polskiej Zielonej Sieci zachęcający do ekologicznej i odpowiedzialnej konsumpcji. Na tej stronie znajdziecie wiele ciekawych materiałów.

### **Fair Trade w Polsce [www.fairtrade.org.pl](http://www.fairtrade.org.pl)**

Inicjatywa Polskiej Zielonej Sieci, Fundacji Wspierania Inicjatyw Ekologicznych oraz Grupy EFTA na rzecz promowania idei Sprawiedliwego Handlu. Znajdziesz tu informacje o wydarzeniach związanych ze Sprawiedliwym Handlem w Polsce, materiały edukacyjne i szkoleniowe.

### **Forum Odpowiedzialnego Biznesu [www.fob.org.pl](http://www.fob.org.pl)**

Misją FOB jest upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska. Jedną z głównych instytucji doradczo-informacyjnych na temat CSR w Polsce.

### **CSR info [www.csrinfo.org](http://www.csrinfo.org)**

CSRinfo to projekt, który ma za zadanie wesprzeć praktyków w procesach decyzyjnych, przyczynić się do ich rozwoju w zakresie CSR i zrównoważonego rozwoju. Szeroka oferta wsparcia skierowana jest do przedstawicieli biznesu, ngo's oraz wykładowców i studentów.

### **EtykaBiznesu.pl [www.etykabiznesu.pl](http://www.etykabiznesu.pl)**

Akademicki wortal tematyczny jest inicjatywą pracowników Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Wortal ma być przewodnikiem po gąszczu wiedzy dotyczącej CSR zgromadzonych w światowych, jak również w polskich ośrodkach akademickich.

## W języku angielskim

### **Anti-Slavery International** [www.antislavery.org](http://www.antislavery.org)

Kampania na rzecz zniesienia współczesnych form niewolnictwa, włączając w to przymusową pracę dzieci.

### **Banana Link** [www.bananalink.org.uk](http://www.bananalink.org.uk)

Kampania na rzecz małych producentów bananów z Wysp Karaibskich oraz przestrzeganiu praw pracownika na wielkich plantacjach.

### **Clean Clothes Campaign** [www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org)

Celem tej platformy współpracy wielu organizacji europejskich jest poprawa warunków pracy w przemyśle odzieżowym poprzez mobilizowanie konsumentów. Można tu znaleźć wiele raportów na temat łamania praw pracowniczych w fabrykach, jak i przykłady działania na rzecz zmiany. Można się także włączyć w system Pilnych Apeli na rzecz pracowników z krajów Globalnego Południa.

### **Christian Aid** [www.christian-aid.org.uk](http://www.christian-aid.org.uk)

Znajdziesz tu wiele materiałów edukacyjnych podejmujących kwestie bardziej sprawiedliwego handlu oraz globalizacji w handlu.

### **Ethical Trading Initiative** [www.ethicaltrade.org](http://www.ethicaltrade.org)

Koalicja związków zawodowych, przedstawicieli biznesu oraz organizacji pozarządowych działających na rzecz promowania dobrych praktyk we wprowadzaniu w życie etycznych zasad i standardów do handlu.

### **Ethical Consumer** <http://www.ethicalconsumer.org>

Wiodąca brytyjska organizacja świadomego konsumenta. Znajdziesz tu wiele wskazówek, co dzieje się w świecie etycznej mody, jakie są trendy i kierunki rozwoju. Znajdziesz tu raporty na temat etycznych działań znanych firm i marek.

### **The Fairtrade Foundation** [www.fairtrade.org](http://www.fairtrade.org)

Organizacja promująca i zarządzająca znakiem Fairtrade. Prowadzi kampanię na rzecz Miast Fairtrade.

### **Global Trade** [www.tradewatch.org](http://www.tradewatch.org)

Promuje rządową oraz korporacyjną odpowiedzialność w międzynarodowym systemie porozumień handlowych tworzących współczesny zglobalizowany rynek.

### **Human Rights for Workers** [www.senser.com](http://www.senser.com)

Znajdziesz tu informacje odnośnie tego, jak globalizacja wpływa na pracowników.

### **Just Business** [www.jusbiz.org](http://www.jusbiz.org)

Podjeżdżuje kwestie globalnej i etycznej perspektywy w nauczaniu na Wydziałach Biznesu i Ekonomii w szkołach Wielkiej Brytanii.

### **Labour Behind the Label** [www.labourbehindthelabour.org](http://www.labourbehindthelabour.org)

Koordynuje brytyjską kampanię na rzecz praw pracowniczych w przemyśle tekstylnym odzieżowym oraz obuwniczym. Organizacja partnerska Polskiej Akcji Humanitarnej w projekcie „Modnie i etycznie”.

### **Maquila Solidarity Network** [www.maquilasolidarity.org](http://www.maquilasolidarity.org)

Kanadyjska sieć organizacji promująca solidarność z grupami typu “maquiladora” w fabrykach, które walczą o poprawienie warunków pracy i osiągnięcie sprawiedliwej płacy. Można tam znaleźć pomysły na akcje oraz pobrać ulotki kampanii.

**No Sweat** [www.nosweat.org.uk](http://www.nosweat.org.uk)

Brytyjska kampania na rzecz walki z wykorzystywaniem taniej siły roboczej.

**Oxfam** [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org)

Organizacja rozwojowa tworząca wiele materiałów edukacyjnych i przydatnych w tworzeniu kampanii i akcji na temat sprawiedliwego handlu i zrównoważonego rozwoju.

**Reading International Solidarity Centre (RISC)** [www.risc.org.uk](http://www.risc.org.uk)

Największy wybór materiałów edukacyjnych na temat globalnej edukacji rozwojowej w Wielkiej Brytanii.

**Sweatshop Watch** [www.sweatshop.org](http://www.sweatshop.org)

Koalicja organizacji ze Stanów Zjednoczonych skupiająca się na zwalczaniu wykorzystywania taniej siły roboczej.

**SustainAbility** [www.sustainability.co.uk](http://www.sustainability.co.uk)

Założona w 1987 r. grupa doradcza wspierająca wszelkie inicjatywy na rzecz upowszechniania idei zrównoważonego biznesu. Znajdziesz tam raporty oraz studium przypadku firm.

**Trade Justice Movement** [www.tradejusticemovement.org.uk](http://www.tradejusticemovement.org.uk)

Porozumienie brytyjskich organizacji pozarządowych skupionych na negatywnym wpływie reguł międzynarodowego handlu na najbardziej niekorzystne kraje świata, środowisko naturalne czy demokrację.

**War on Want** [www.waronwant.org](http://www.waronwant.org)

Organizacja rozwojowa wzywająca między innymi do zmian w światowym systemie finansowym. W raportach organizacji można znaleźć wiele informacji bezpośrednio na temat życia pracowników krajach Globalnego Południa.





**Projekt „Modnie i Etycznie”** jest edukacyjnym projektem Polskiej Akcji Humanitarnej i jest realizowany w partnerstwie z Suedwind Agentur z Austrii, Schone Kleren Kampagne z Holandii i Labour Behind the Label z Wielkiej Brytanii.

Celem projektu jest praca z nauczycielami i wykładowcami oraz studentami polskich szkół średnich, policealnych i uczelni wyższych, aby uzyskali oni ogólne spojrzenie na pozytywny i negatywny wpływ, jaki przemysł odzieżowy wywiera na warunki pracy w krajach Globalnego Południa. Ideą „Modnie i etycznie” we wszystkich krajach projektu jest przyczynienie się, aby następne pokolenie twórców przemysłu tekstylnego - odzieżowego zainspirować do podniesienia standardów pracy producentów odzieży w przemyśle przyszłości.

**Dystrybucja przewodnika:**

Polska Akcja Humanitarna  
Biuro Pomorskie  
Ul. Wita Stwosza 2  
87-100 Toruń  
[www.pah.org.pl](http://www.pah.org.pl)  
[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)

Jeśli chcesz zamówić więcej kopii tej publikacji, skontaktuj się z nami przez e-mail:  
[anna.paluszek@pah.org.pl](mailto:anna.paluszek@pah.org.pl)