

WSZYSCY JESTEŚMY EKSPERT(K)AMI czyli metoda współdzielonego procesu uczenia się na przykładzie produkcji i konsumpcji jeansów.



Podstawa programowa:

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE, III etap edukacyjny

23. Problemy współczesnego świata. Uczeń:

- 1) porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność;
- 3) wyjaśnia, odwołując się do przykładów, na czym polega globalizacja w sferze kultury, gospodarki i polityki; ocenia jej skutki;
- 4) rozważa jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. oszczędzanie wody i energii, przemyślane zakupy);

29. Przedsiębiorstwo i działalność gospodarcza. Uczeń:

- 4) przedstawia główne prawa i obowiązki pracownika; wyjaśnia czemu służą ubezpieczenia społeczne i zdrowotne.

31. Etyka w życiu gospodarczym. Uczeń:

- 1) przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśnia na czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu;

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE, IV etap edukacyjny – zakres rozszerzony

40. Stosunki międzynarodowe w wymiarze globalnym. Uczeń:

- 3) wyjaśnia przyczyny dysproporcji między globalną Północą i globalnym Południem oraz mechanizmy i działania, które ją zmniejszają lub powiększają;
- 4) przedstawia na przykładach wzajemne zależności pomiędzy państwami biednymi i bogatymi w polityce, ekonomii, kulturze i ekologii;

41. Globalizacja współczesnego świata. Uczeń:

- 1) przedstawia wieloaspektowy charakter procesów globalizacji (polityka, gospodarka, kultura, komunikacja, ekologia);

PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, IV etap edukacyjny

4. Państwo, gospodarka. Uczeń:

- 12) ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.

5. Przedsiębiorstwo. Uczeń:

- 9) charakteryzuje zachowania etyczne i nieetyczne w biznesie krajowym i międzynarodowym;

ETYKA, III etap edukacyjny

11. Praca i jej wartość dla człowieka, znaczenie etyki zawodowej.

ETYKA, IV etap edukacyjny

11. Moralne aspekty pracy i różnych dziedzin życia publicznego. Etyki zawodowe. Przykłady kodeksów etycznych. Korupcja jako negatywne zjawisko naruszające kodeksy etyczne. Zagadnienie wszechstronnego i zrównoważonego rozwoju. Moralny wymiar stosunku człowieka do świata przyrody.

Metoda współdzielonego procesu uczenia się (z ang. *collaborative learning*) polega na tym, że dwie lub więcej osób uczą się lub podejmują próbę uczenia się wspólnie. W przeciwieństwie do indywidualnego procesu uczenia się, ludzie wspólnie się uczący kapitalizują wspólną wiedzę i umiejętności poprzez np. pytanie się nawzajem o dodatkowe informacje, ewaluując swoje pomysły, monitorując swoją pracę itp. Współpraca we współdzielonym procesie uczenia się opiera się o takie formy pracy grupowej jak rozmowy, dyskusja, burza mózgów, zadawanie pytań kontrolnych, ewaluacja, prezentacja. Ważne jest, by w ramach współdzielonego procesu uczenia się nie faworyzować tych co wiedzą więcej, ale zwracać uwagę na to, by wiedza była przekazywana i utrwalana tym, którzy jeszcze jej nie posiadają. Istotnym czynnikiem jest poczucie odpowiedzialności za proces uczenia się całej grupy, a nie wybranych osób.

Grupa wiekowa: szkoły gimnazjalne i ponadgimnazjalne – III i IV etap edukacyjny

Czas trwania: 1 godzina lekcyjna

Miejsce: klasa albo inne pomieszczenie zamknięte

Materiały pomocnicze: 4 koperty zawierające informacje/pocięte fragmenty tekstów na temat 4 różnych aspektów produkcji i konsumpcji jeansów. Każda koperta powinna być oznaczona cyfrą do 1 do 4. W każdej kopercie może być po kilka kopii tekstów, tak by każdy mógł pracować z tekstem samodzielnie jeśli ma na to ochotę

Cel ogólny:

Zapoznanie uczniów z różnymi aspektami produkcji i konsumpcji odzieży na przykładzie jeansów i poddanie refleksji nawyków konsumenckich związanych z kupnem odzieży w aspekcie globalizacji i zjawiska nadkonsumpcji za pomocą metody współdzielonego procesu uczenia się

Cele szczegółowe:

Po zakończeniu zajęć uczeń/uczennica:

- zna podstawowe problemy społeczne i środowiskowe występujące w przemyśle tekstylny-odzieżowym
- potrafi ocenić sytuację pracowników i pracowni fabryk odzieżowych z krajów globalnego Południa
- potrafi wskazać działania, jakie mogą być podjęte na poziomie indywidualnym w celu podniesienia standardów społecznych i środowiskowych przy produkcji odzieży
- wie na czym polega umiejętność wspólnego uczenia się, potrafi dzielić się informacjami, zadawać pytania, wysuwać wspólnie wnioski, analizować i ewaluować pracę innych

Przebieg ćwiczenia:

1. Nauczyciel rozmieszcza w różnych częściach klasy 4 koperty z informacjami (opisane powyżej).
2. Nauczyciel dzieli klasę na 4-osobowe grupy. Każda z 4 osób w każdej grupie ma swój przyporządkowany numer. Zadaniem uczniów jest rozejść się do kopert z ich numerkiem. Uczniowie, którzy spotkają się przy kopercie z tym samym numerkiem czytają znajdujące się w niej informacje, robią notatki i wspólnie zastanawiają się nad zdobytymi informacjami. Na koniec uzgadniają, które z tych informacji są najważniejsze, zapisują na kartkach i po upływie ok. 10-15 min. wracają do swojej macierzystej grupy.
3. Gdy wszyscy skończą czytać i robić notatki, następuje czas by zreferować swojej grupie zdobyte informacje. W ten sposób uczniowie stają się "ekspertami" w danej dziedzinie. Na podstawie zebranych informacji grupa planuje przygotowanie plakatu-infografiki ilustrującego omawiane problemy, który pozwoli na lepsze zapamiętanie zdobytej wiedzy. Nauczyciel przypomina, że ma to być prosty układ z graficznym przedstawieniem problemu i ciekawą prezentacją danych. Warto wcześniej przygotować uczniów do zajęć i poprosić o przyniesienie na zajęcia magazynów związanych z modą, by można było wyciąć odpowiednie zdjęcia do plakatu-infografiki.
4. Grupy uczniów prezentują co przygotowali pokazując innym swoje infografiki. Warto po prezentacji wszystkich infografik podsumować, które informacje się powtarzają, dlaczego uczniowie uznali, że jest to ważne, w jaki sposób te same dane zostały zaprezentowane w różnych grupach. Ważne, by zwrócić uczniom uwagę na to, w jaki sposób prezentuje się dane i które z nich mogą przykuć największą uwagę w zależności od sposobu prezentacji.
5. Plakaty z infografikami można powiesić w klasie, mogą stać się ozdobą gazetki szkolnej, można również zrobić im zdjęcie i umieścić na stronie internetowej szkoły.



Małopolska
KRAKÓW Region

Materiały powstały w ramach projektu Fundacji Kupuj Odpowiedzialnie pt. „Kupuj odpowiedzialnie ubrania i elektronikę! – projekt aktywizujący małopolskich nauczycieli i uczniów III i IV etapu edukacyjnego do podejmowania działań na rzecz krajów globalnego Południa”.

Projekt jest realizowany przy wsparciu Unii Europejskiej Umowa nr DCI-NSA-ED/2012/287-834.

MATERIAŁY POMOCNICZE:

1. Bawełna – to z niej powstają jeansy

Jeansy produkuje się z bawełny. Większość upraw tej rośliny zlokalizowana jest w krajach rozwijających się (Chiny, Indie, Pakistan, Uzbekistan, Brazylia, Egipt) a także w Stanach Zjednoczonych.

Pomimo, że na pierwszy rzut oka roślina ta wydaje się naturalna, produkcja bawełny pociąga za sobą tragiczne dla środowiska i ludzi konsekwencje. Trudna w uprawie, wymaga stosowania ogromnej ilości środków chemii rolnej. Bawełnę uprawia się na zaledwie 2,5% ziemi uprawnej świata. Mimo to na jej uprawy przypada 25% światowego zużycia środków owadobójczych (insektycydów) oraz 8 do 10% nawozów sztucznych. Nawet jedna kropla, powszechnie stosowanego przy jej uprawie pestycydu – aldicarpu – po przedostaniu się przez skórę do organizmu ludzkiego, może z łatwością zabić dorosłego człowieka.



Dodatkowo, uprawa bawełny pochłania ogromne ilości wody, co wpływa na rozregulowanie gospodarki wodnej w okolicach upraw. Szacuje się, że zużycie wody może wynosić od ponad 2 tys. litrów w Sudanie do 7 tys. litrów w Izraelu na kilogram gotowej bawełny. Niszczycielski wpływ upraw bawełny bardzo wyraźnie widać w Uzbekistanie, gdzie Morze Aralskie zmniejszyło swoją objętość o 85%, zwiększając przy tym swoje zasolenie o prawie 600%. Spowodowało to wymarcie wszystkich zwierząt żyjących w tym akwenie.

Wg Environmental Justice Foundation przypadki pracy dzieci przy uprawie bawełny odnotowano u sześciu na siedem największych jej producentów (pracy dzieci nie stwierdzono tylko w USA). W Uzbekistanie, na czas zbiorów, setki tysięcy dzieci jest zmuszanych do niewolniczej pracy. Szkoły są tymczasowo zamykane, a dzieci muszą pracować do 10 godzin dziennie zazwyczaj za darmo lub za symboliczne grosze. Podobna sytuacja ma miejsce w Egipcie, gdzie ok. milion dzieci w wieku od 5 do 10 lat pracuje w 40-stopniowym skwarze sprawdzając na kłęczkach, czy uprawy nie są atakowane przez szkodniki. Doglądając upraw obficie traktowanych pestycydami, mają później problemy z oddychaniem.

Źródła: www.ekonsument.pl/a683_.html, www.ekonsument.pl/s128_.html

2. Kto i w jakich warunkach szyje jeansy?

Krojenie, szycie i wykańczanie jeansów jest najbardziej pracochłonnym etapem produkcji, przy którym zatrudnionych jest najwięcej pracowników i który odbywa się głównie w takich krajach jak Chiny, Bangladesz, Turcja, Meksyk. To o tym etapie mówi nam metka z napisem *Made in...*



Większość jeansów, które kupujemy w Polsce jest szyta w Azji czy Europie Wschodniej. Szyją je głównie kobiety, młode dziewczęta w wieku od 16 do 25 lat. Płace, które otrzymują szwaczki są tak skandalicznie niskie (nawet jak na lokalne warunki), że z trudem są w stanie wyżywić siebie i swoje rodziny. Wynagrodzenia nie wystarczają na pokrycie kosztów jedzenia, czynszu czy lekarstw. Pracują po 12-16 godzin dziennie, 6-7 dni w tygodniu w warunkach urągających ich godności, a za dodatkowe nadgodziny (do których zwykle są przymuszane przez pracodawców) nie dostają ani grosza więcej. Brak przestrzegania zasad bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym niezapewnianie szwaczkom odzieży ochronnej, konieczność pracy z toksycznymi substancjami, brak zabezpieczeń przeciwpożarowych, zablokowane wyjścia ewakuacyjne, to niestety – pomimo stosunkowo łatwych możliwości implementacji – wciąż chleb powszedni w fabrykach szyjących jeansy.

Według najnowszych wyliczeń organizacji i związków zawodowych zrzeszonych w Asia Floor Wage Alliance, zysk jaki generuje sprzedaż markowych ubrań nawet czterokrotnie przewyższa całkowite koszty ich produkcji w krajach azjatyckich (wraz z transportem do Europy). Do szwaczki lub szwacza, który uszył nasze jeansy trafia ok. 1-2% ceny jaką za nie płacimy w sklepie.

Źródła: www.ekonsument.pl/a598_.html

3. Piaskowanie – czyli jeansy z mrocznym charakterem

Jeansy to najbardziej popularne ubranie na świecie. Noszą je dzieci, nastolatki, ogrodnicy, podróżnicy, członkowie Genesis, Barak Obama i większość z nas. Jeansy powinny mieć swój niepowtarzalny charakter. Można je znosić, ale to trwa, dlatego firmy produkujące jeansy postanowiły wyjść naprzeciw potrzebom konsumentów sprzedając już starte jeansy z charakterem.



Firmy takie jak Levi's czy Diesel wpadły na pomysł sprzedawania „znoszonych” jeansów kilka lat temu. Pomysł, by do procesu wykańczania dodać jeszcze jeden etap produkcji wydawał się prosty i dawał wizję zadowolonych klientów a w związku z tym dobrych zarobków. Sandblasting (z ang. *sand* – piasek; *blasting* – strzelanie) jest jedną z metod uzyskiwania tego „znoszonego” efektu. Niestety ta metoda wiąże się z cierpieniem pracowników.

Dzieje się tak, ponieważ krzemionka zawarta w piasku rozpylanym na jeans przez pracowników używających wysokociśnieniowych pistoletów, unosi się w powietrzu, którym te osoby oddychają. Zazwyczaj pracownicy nie mają strojów ochronnych, a pomieszczenia nie są wentylowane, wobec tego spędzają oni całe dni w pylu i kurzu. Uważa się, że długotrwałe narażenie na kontakt z pyłem krzemionkowym w wysokich stężeniach stwarza możliwość powstania krzemicy, groźnej choroby płuc, na którą nie wynaleziono jeszcze lekarstwa. Choroba ta ujawnia się u pracowników po 6-24 miesiącach pracy i niejednokrotnie prowadzi do bolesnej śmierci.

W 2009 r. w Turcji zabroniono stosowania piaskowania, co przyczyniło się do przeniesienia produkcji piaskowanego jeansu do Chin, Indii, Bangladeszu, Pakistanu oraz do krajów północnej Afryki.

Źródła: www.ekonsument.pl/a66496_.html, www.ekonsument.pl/a756_.html, www.ekonsument.pl/a66653_.html

4. Zanim kupisz, wypierzesz lub wyrzucisz jeansy...

Noś jeansy które już masz tak długo jak to możliwe. Przed kupnem nowej pary zadaj sobie pytania: Czy na pewno ich potrzebuję, a nie ulegam trendom? Czy nie mam podobnych w szafie? Czy moje jeansy po lekkiej przeróbce (np. zwężeniu) nie będą równie atrakcyjne jak te nowe?



Unikaj kupowania jeansów poddanych efektowi „postarzania”. Sandblasting czyli piaskowanie jeansów mające na celu uzyskać ich znoszony wygląd jest bardzo niebezpieczne dla pracowników w fabrykach i może prowadzić nawet do ich śmierci.

Kupuj używane jeansy w second-handach lub bierz udział w wymienialni ubrań. Wymienialnie wspierają ekologiczną ideę wielokrotnego użycia. Poprzez udział w wymienialniach zmniejsza się ilość odpadów oraz emisję CO2 do atmosfery. W Polsce wymienialnie organizowane są już w wielu miastach i miasteczkach. Wymieniać się można także przez internet.

Jeśli koniecznie musisz mieć nowe jeansy, wybierz markę, która publicznie zadeklarowała, że zakazała stosowania sandblastingu wśród swoich dostawców. Jak dotąd zrobiły to takie marki jak: Benetton, Bestseller (Vero Moda), Burberry, C&A, Esprit, H&M, Levi's, New Yorker, Mango, New Look, Pepe Jeans, Replay. Postaw także na odpowiedzialną modę czyli firmy, które faktycznie starają się w pełni przestrzegać praw człowieka i zasad ochrony środowiska. Kilka marek dostępnych na polskim rynku znajdziesz na stronie dobrezakupy.ekonsument.pl/pl/ubrania.

Zanim założysz jakiegokolwiek nowe ubranie, w tym jeansy, zawsze najpierw je wypierz: w ten sposób unikniesz ryzyka związanego z kontaktem z toksycznymi substancjami. Oszczędzaj wodę i energię elektryczną podczas prania. Załaduj pełną pralkę i pierz ubrania, w tym jeansy w temperaturze 30°, nie prasuj: jeansy prasują się same gdy jenosisz. Używaj proszków do prania, nie płynów (powodują większe zanieczyszczenie), stosuj minimalną zalecaną miarę i nie używaj płynu do płukania tkanin.

Źródła: www.ekonsument.pl/a66496_.html, www.ekonsument.pl/s160_.html