



WEAR(E)ABLE

BEST DRESSED SUSTAINABLY

“WEAR(E)ABLE - BEST DRESSED SUSTAINABLY”

Erasmus+ project 2019-3-AT02-KA205-002603

REZULTAT PROJEKTU 3

WARSZTATY PLAN I INSTRUKCJE --- ZAŁĄCZNIKI ---

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Spis treści

1. Załącznik 1 - Materiały na dzień 1	3
2. Załącznik 2 - Materiały na dzień 2.....	11
3. Załącznik 3 - Materiały na dzień 3.....	22

Załącznik 1. Materiały na dzień 1

STARTER/ICEBREAKER

SAMOOCENA:

DO ZASTOSOWANIA WEWNĄTRZ, NA ZEWNĄTRZ I ONLINE

- Jakimi kryteriami kierujesz się przy zakupie ubrań?
- Co chciałbyś przekazać o sobie za pomocą swojego stroju?
- Jaki obraz siebie chcesz przekazać innym?
- Ile czasu zajmuje Ci wybór stroju/ubrań, które zakładasz?
- Gdzie zazwyczaj kupujesz swoje ubrania?
- Czy sprawdzasz metkę, aby dowiedzieć się, z jakiego materiału wykonane jest ubranie, zanim je kupisz?
- Czy sprawdzasz kraj pochodzenia ubrania przed jego zakupem?
- Czy zwracasz uwagę na instrukcje dotyczące sposobów prania ubrań?
- Czy zazwyczaj naprawiasz swoje ubrania, gdy się uszkodzą?
- Ile średnio kupujesz ubrań w ciągu roku?
- Co sprawia, że decydujesz o tym, czy chcesz ubrać czy wyrzucić ubranie z szafy?
- W jaki sposób pozbywasz się swoich ubrań?



ONLINE

Najprostszym sposobem na przeprowadzenie wstępnej oceny jest stworzenie kwestionariusza za pomocą 'Google Forms'. (<https://www.google.it/intl/en/forms/about/>). Jest to bardzo proste a w internecie istnieje wiele tutoriali wyjaśniających jak go stworzyć. Pamiętaj, aby zarejestrować się wcześniej, jeśli nie masz jeszcze konta.

Innym narzędziem do jej utworzenia może być Survio <https://www.survio.com/it/> albo Survey Monkey <https://it.surveymonkey.com/>. Należy zadbać o to, aby uczestnicy otrzymali kopię swoich odpowiedzi po wypełnieniu formularza.

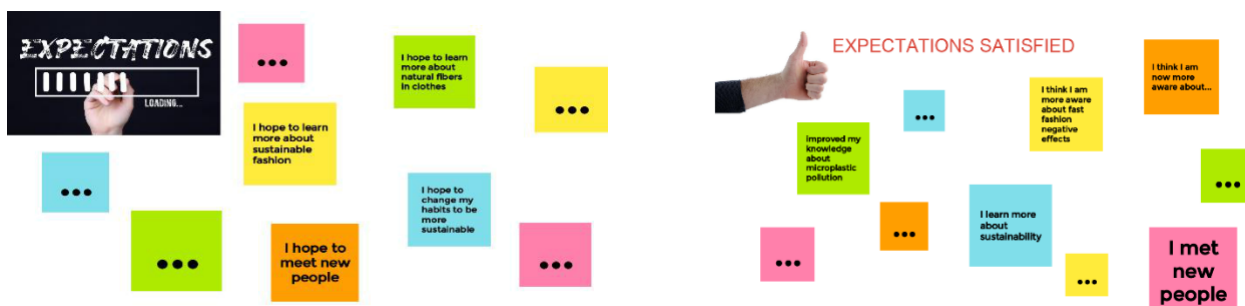
OCZEKIWANIA

ONLINE

Tutaj znajdziesz przykład, jak może wyglądać tablica przygotowana do tego ćwiczenia. Pamiętaj, że tablica ta będzie używana również pod koniec dni warsztatowych, na końcowej sesji podsumowującej. Podajemy tu również przykład, jak tablica ta powinna wyglądać na początku i na końcu całej procedury.

W sieci można znaleźć inne narzędzia do tworzenia tablic za darmo, ale zazwyczaj wymagane jest założenie konta. Do najczęściej używanych należą:

- Google Jamboard
- Miro <https://miro.com/>
- Keyboard <https://www.ryeboard.com/>
- Mural <https://www.mural.co/>



SESJA 1

ZRÓWNOWAŻONY PODWIECZOREK

WEWNĄTRZ, NA ZEWNĄTRZ & ONLINE

Tutaj można znaleźć przydatne strony internetowe na temat koncepcji zrównoważonego rozwoju i 3 filarów:

angielski	https://www.environmentalscience.org/sustainability https://circularecology.com/sustainability-and-sustainable-development.html filmy: https://www.youtube.com/watch?v=rmQby7adocM
niemiecki	https://thesustainablepeople.com/das-drei-saeulen-modell-der-nachhaltigkeit/ https://www.wir-leben-nachhaltig.at/aktuell/detailansicht/nachhaltigkeit https://initiative-bettermorrow.de/was-ist-eigentlich-die-definition-von-nachhaltigkeit/ https://utopia.de/ratgeber/drei-saeulen-der-nachhaltigkeit-modell/ https://kinder.wdr.de/tv/neuneinhalb/mehrwissen/extras/beitrag-extra-nachhaltigkeit100.html filmy: https://www.youtube.com/watch?v=RcNKHQb8QIc
włoski	https://treccani.it/enciclopedia/sostenibilita/ https://www.ambientediritto.it/wp-content/uploads/2020/04/LO-SVILUPPO-SOSTENIBILE_Salvemini.pdf (bardziej naukowe) https://www.minambiente.it/pagina/pillole-di-sostenibilita https://www.minambiente.it/pagina/strategia-nazionale-lo-sviluppo-sostenibile https://www.francoangeli.it/Area_PDFDemo/365.734_demo.pdf
litewskie	https://lt.uzvisit.com/4650-sustainability https://www.ekoloji.com/lt/ekoloji/surdurulebilirlik-nedir/ https://dusk.lt/kas-yra-tvari-mada/

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

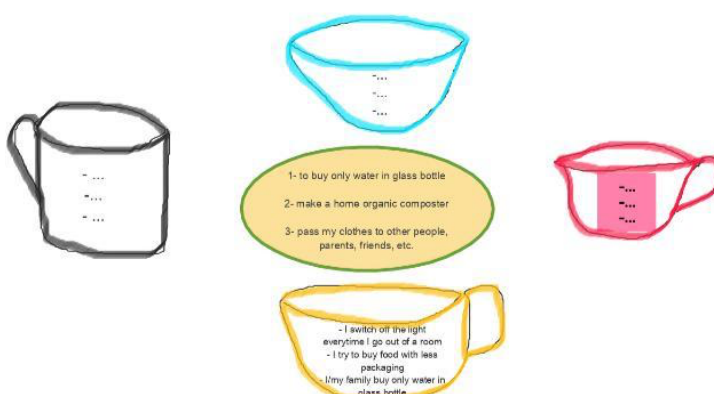
	https://www.bernardinai.lt/2019-08-19-tvari-mada-kaip-ismokti-noreti-maziau-ir-pamilti-tai-kas-yra-spintoje/ https://vb.vda.lt/object/elaba:8676600/8676600.pdf f
polskie	https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologia/zrownowazony-rozwoj https://www.researchgate.net/profile/Robert-Barelkowski/publication/291348819_SPSP-W01_Koncepcja-zrownowazonego-rozwoju/links/56a1b32c08ae24f6270212c3/SPSP-W01-Koncepcja-zrownowazonego-rozwoju.pdf https://mfiles.pl/pl/index.php/Idea_zr%C3%B3wnowa%C5%BConego_rozwoju http://www.howtowearfair.com https://www.youtube.com/watch?v=JKD2TSPfma8 https://www.youtube.com/watch?v=CZaZFUF8ED A https://www.youtube.com/watch?v=4U1iIEjIVCQ

ONLINE

Do tego działania potrzebne jest narzędzie online do tworzenia różnych tablic, jak wspomniano w powyższej sesji, można je znaleźć za darmo i zazwyczaj potrzebne jest konto. Najczęściej używane to

- Google Jamboard (Jeśli masz już konto Google, możesz go znaleźć wśród innych narzędzi, takich jak gmail, dysk, itp.)
- Miro <https://miro.com/>
- Reyboard <https://www.ryeboard.com/>
- Mural <https://www.mural.co/>

Oto kilka przykładów, jak w przybliżeniu mogą wyglądać tablice do tego ćwiczenia

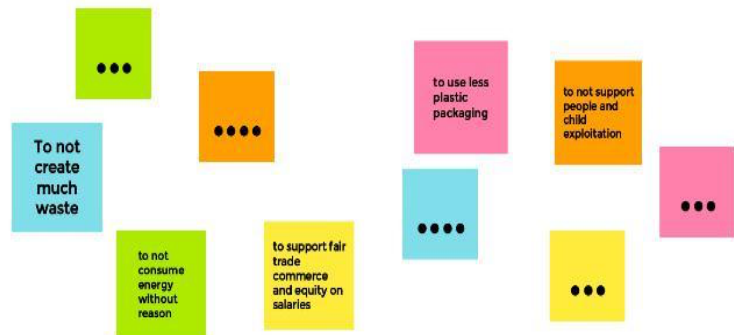




Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

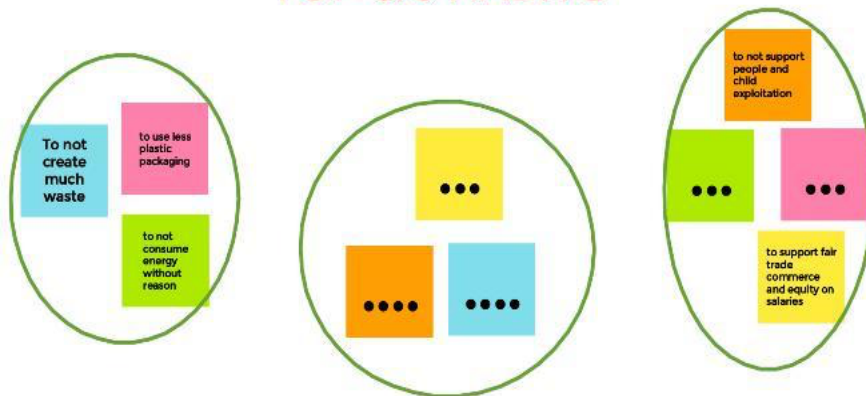
This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

REASON ON WHY YOU CHOSE THESE TOP 3/5 HABITS

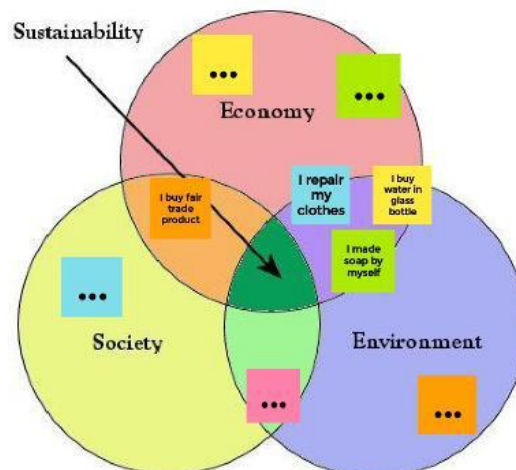


2

REASON ON WHY YOU CHOSE THESE TOP 3/5 HABITS



3



4

7

ICEBREAKER (przed sesją 2)

ONLINE

Karty do gry w bingo powinny wyglądać tak jak ta. W planie warsztatów znajdziesz link, pod którym znajdziesz już przygotowane karty do bingo (na każdy link przypadają tylko darmowe karty do bingo, więc jeśli link nie działa, musisz utworzyć nowy, a to jest ten właśnie link <https://myfreebingocards.com/bingo-card-generator> aby stworzyć własne).



SESJA 2

POTĘGA OBRAZÓW

WEWNĄTRZ & ONLINE

Dla tego ćwiczenia, wszystkie linki do zdjęć i prezentacji można znaleźć w instrukcji do planu warsztatów, przy okazji, poniżej proponujemy kilka ważnych zagadnień, aby pobudzić młodych ludzi do dyskusji i refleksji nad następującymi kwestiami:

Obraz 1 Służy wprowadzeniu pojęcia **cyklu życia** oraz tego, że każdy proces, który składa się na cykl życia dzinsów, jak również każdej innej odzieży, którą decydujemy się nosić (zużywającej energię i surowce), ma wpływ na środowisko - czego plakaty reklamowe nie wychwytyją. Pierwszy wpływ na środowisko można zmierzyć w emisji gazów zmieniających klimat, które przyczyniają się do efektu cieplarnianego (z angielskiego carbon footprint).

Obraz 2 Poza danymi liczbowymi, ważne jest, aby ludzie myśleli o koncepcji **śladu wodnego**, tzn. że wszystkie rzeczy, które kupujemy, musimy sobie wyobrazić w ilości wody, która była potrzebna do ich wyprodukowania; możesz zasugerować, aby odwiedzić stronę <https://waterfootprint.org/en/water-footprint/product-water-footprint/>

Obraz 3 W tym przypadku ważne jest, aby porównać **wartość towaru** i **wartość ludzką** (rozumianą jako zasób ludzki), które niestety są równoważne lub nawet gorsze w krajach słabo rozwiniętych, gdzie ludzie, którzy produkują te przedmioty, nie są nawet w stanie ich kupić. Należy położyć nacisk na odpowiedzialność konsumenta, aby zwracał uwagę na etykietę i sprawdzał, czy w kraju produkcji przestrzegane są prawa pracownicze (zrównoważony rozwój społeczny i ekonomiczny).

Obraz 4 Pierwszy obrazek służy do zebrania cen przypisanych przez uczestników do przedmiotu (wartość początkowa). Drugi obrazek porównuje powstałą chmurę cenową, cenę sprzedaży nowego przedmiotu i kwotę, jaką zapłaciłbyś za niego w sklepie z używaną odzieżą. Przedmiotem refleksji jest **wartość rzeczy** oraz fakt, że można również znaleźć piękną i trwałą odzież używaną. Dzięki tej sugestii powinniśmy zdekonstruować koncepcję, że **zrównoważony rozwój = brzydota**. Istnieje wiele miejsc, w których można kupić używane ubrania, nie brakuje również aplikacji do kupowania ubrań z drugiej ręki.

Obraz 5 Biorąc pod uwagę wpływ na środowisko sugestii dotyczących nowych ubrań, refleksja ta służy podkreśleniu z jednej strony **piękna odzieży używanej** lub pochodzącej z recyklingu, a z drugiej **mniejszego wpływu**, jaki ona generuje. Dlatego odzież używana/recyklingowa ma nie tylko wartość, jak już podkreślono w sugestii nr 4, ale **etyczny i zrównoważony wybór ma również istotny wpływ na środowisko**.

> 0 km pokonane samochodem

> 0 l wody zużyte

Obraz 6 Chodzi o to, aby podkreślić, że **zrównoważony rozwój jest innowacją**. Pierwszy obrazek przedstawia kurtkę wyprodukowaną z ECONYL. Możesz wspomnieć lub nie nazwę zastrzeżoną włókna, ważne jest, aby zgromadzić przymiotniki, które uczestnicy będą wypowiadać. Drugi obrazek pokazuje **innowacyjny proces**, który firma wdrożyła, aby produkować przedmioty, które są **estetycznie takie same jak te wyprodukowane z włókien pierwotnych, ale z wartością dodaną bycia cyrkularnym**, tj. z recyklingu innych produktów, które w przeciwnym razie zostałyby wyrzucone: sieci rybackie, tapicerki i inne odpady wykonane głównie z nylonu.

Obraz 7 Myślmy, że **zanieczyszczenie spowodowane naszymi nawykami jest często niewidoczne** gołym okiem, ale jest ono bardzo obecne i dlatego jeszcze bardziej niebezpieczne, ponieważ ludzie nie mogą zobaczyć i zaobserwować w krótkim czasie jego skutków.

Mikroplastiki są przykładem pojawiających się zanieczyszczeń, są zawarte w większości naszych ubrań, a ścięki, nawet jeśli oczyszczone, przenoszą te mikrozanieczyszczenia do środowiska.

Obraz 8 Tak wyglądają "kulisy" malediwskiego kurortu.

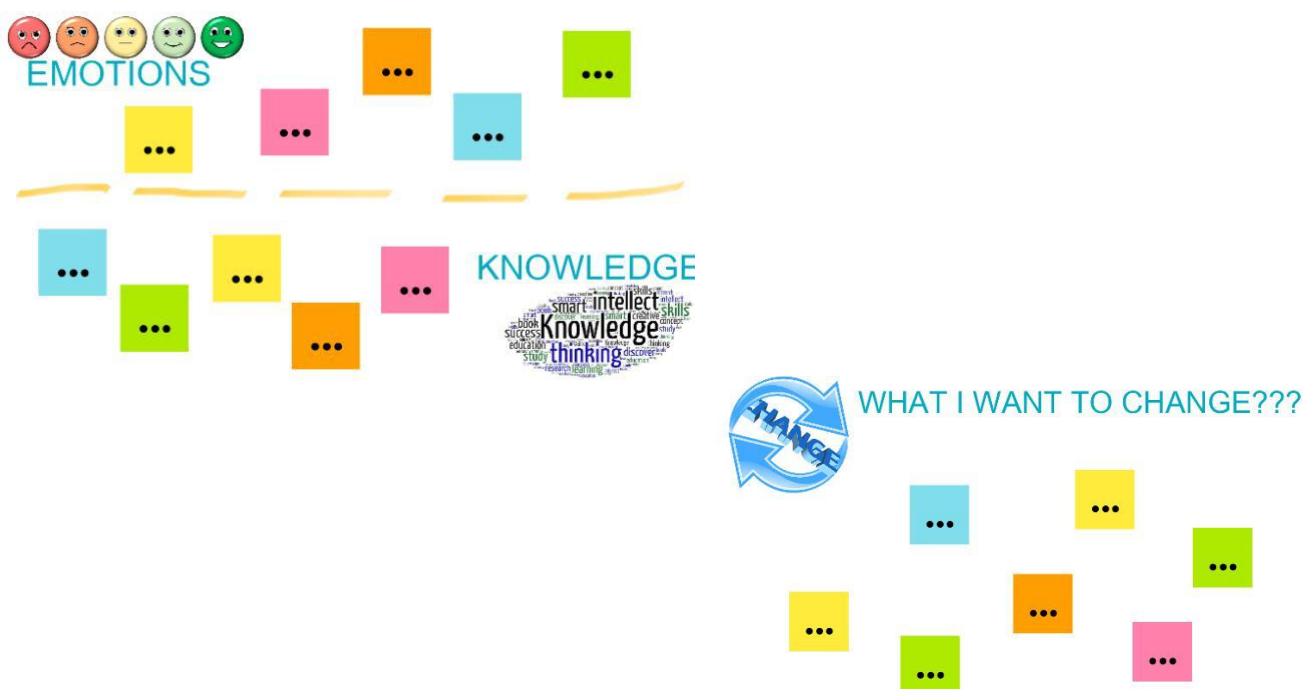
Obraz 9 Wybór drugiego obrazu przypomina nam o **koncepcji zanieczyszczenia** (zwłaszcza wód powierzchniowych), które sektor odzieżowy generuje w miejscach, w których produkuje. Zanieczyszczenia i skutki zdrowotne, których nie postrzegamy jako bezpośrednie, ale za które musimy zacząć brać odpowiedzialność poprzez nasze zakupy. Film "Riverblue" jest z pewnością dobrą okazją do uzyskania dalszych informacji.

Obraz 10 Refleksja powinna doprowadzić młodych ludzi do zrozumienia, że w celu **efektywnego ponownego wykorzystania i recyklingu**, konieczne jest odpowiednie **zaprojektowanie** produktu od samego początku, tak aby można go było zdemontować, naprawić, oddzielić itp.

SESJA KOŃCZĄCA

W tej sesji, jak wyjaśniono w opisie ćwiczenia, młodzi uczestnicy mogą wykorzystać pytania do samooceny (przedstawione na początku tego załącznika), aby zadać je swoim influencerom, przyjaciołom i krewnym.

Na koniec, w ramach końcowego podsumowania, na poniższych ilustracjach przedstawiono kilka przykładów tego, jak może wyglądać tablica.



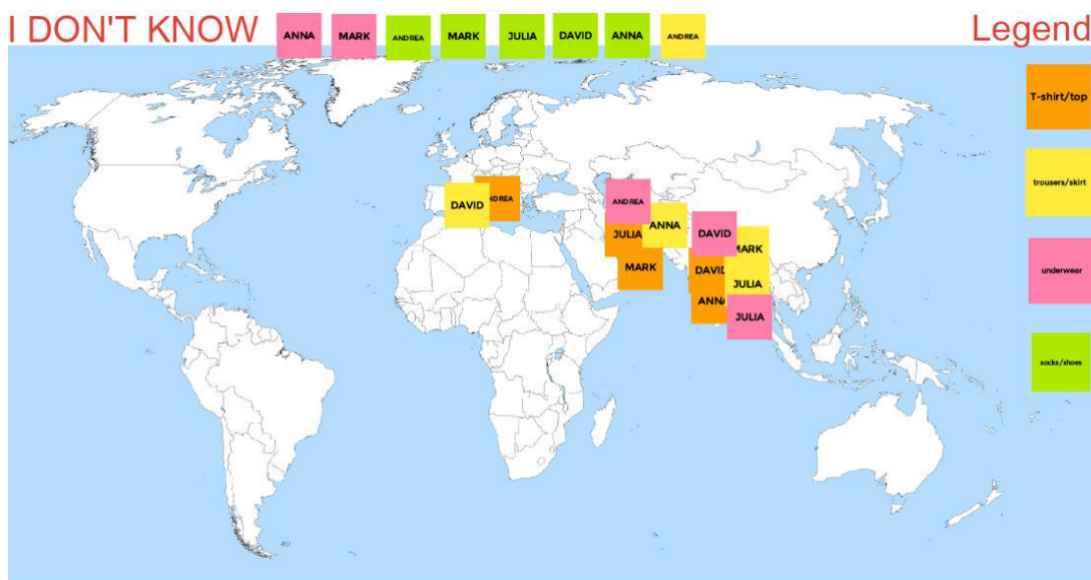
Załącznik 2. Materiały na dzień 2

STARTER/ICEBREAKER

ICEBREAKER

ONLINE

Do tego ćwiczenia potrzebna jest tablica z mapą świata ustawioną jako tło tablicy, na której uczestnicy mogą tworzyć i przyczepiać karteczki post-it, jak wyjaśniono w planie warsztatu. Poniżej znajduje się przykład tego, jak może wyglądać tablica. Ważne jest, aby umieścić na niej legendę, aby uwidocznic związek między rodzajem tkaniny a kolorem post-itów.



SESJA 2

ODPOWIEDNIA CENA

WEWNĄTRZ, NA ZEWNĄTRZ & ONLINE

Tutaj znajdziesz profile do role play:

"ODPOWIEDZIALNY ZA 'ALTRO CONSUMATORE'".

Altroconsumatore" jest krajowym stowarzyszeniem konsumentów. Organ ten ma za zadanie pośredniczyć między producentami a konsumentami i wykazuje szczególną wrażliwość na kwestie etyczne w cyklach produkcyjnych. Jesteście ich menedżerami i waszym zadaniem na dziś jest ułatwienie dyskusji przy stole, wysłuchanie prośb wszystkich uczestników, pamiętając z jednej strony o potrzebach i prawach konsumentów, a z drugiej strony o dynamice produkcji. Waszym zadaniem jest więc doprowadzenie do tego, aby wszyscy doszli do porozumienia. To jest ostatnia szansa, aby wasz kierownik projektu czekał na odpowiedź, aby wydać oświadczenie prasowe. Macie również za zadanie śledzić zmiany w wartościach deklarowanych i proponowanych przez każdego uczestnika w tej sieci w następujący sposób.

Pamiętaj, aby przedstawić wszystkich; można zrobić to w taki sposób:

"Dzień dobry wszystkim,

Jestem XXX z Krajowego Stowarzyszenia Konsumentów. Jesteśmy tu dzisiaj, aby dojść do porozumienia w sprawie wartości tej casualowej, kolorowej koszuli wykonanej zarówno z materiałów naturalnych, jak i syntetycznych. Pamiętajcie, że wartość według standardów europejskich nie może być niższa niż 10 € ani wyższa niż 100 €. Przy stole są dziś obecni: Andrea - przedstawiciel konsumentów, Gianluca - przedstawiciel konsumentów, ...

Konsument zacznie pierwszy. Rozpocznijmy dyskusję."

Przykładowa siatka szablonów dla "Altroconsumatore"

UZGODNIONO CENĘ KOŃCOWĄ:					
S= suggestia Z=zmiana (można dodać notatki)					
KONSUMENT A	KONSUMENT B	FIRMA A	FIRMA B	NGO	

--	--	--	--	--	--

“KONSUMENT A”

Mam na imię Gianluca, mieszkam w Mediolanie (drogie miasto) i mam 21 lat. Jestem bardzo ostrożny, jeśli chodzi o wydawanie pieniędzy, ale nie brakuje mi najmodniejszych strojów na spotkania towarzyskie. Lubię ubierać się modnie i chodzić do ekskluzywnych klubów, nawet tych z dress-codem. Kiedy bawię się z przyjaciółmi, nigdy nie proponuję im drinków i czekam, aż oni zaproponują coś mnie. Oszczędzam pieniądze na studia za granicą, ponieważ chciałabym dostać się na medycynę w Oxfordzie, w Wielkiej Brytanii. Na moje osobiste wydatki mogę sobie pozwolić wydając maksymalnie 150,00 € miesięcznie.

“KONSUMENT B”

Mam na imię Andrea, mam 19 lat, pochodzę z Prato (słynącego z kwitnących fabryk włókienniczych). Odbynam praktykę w fabryce tekstylnej, która produkuje koszulki i akcesoria. Jestem bardzo zaangażowany w działalność młodzieżową i wolontariat. Żyję z pensji i zwracam uwagę na etykę produktów, które kupuję (np. kupuję rzeczy fair-trade, warzywa/owoc 0 km, itp.). Lubię się modnie ubierać i chodzę do ekskluzywnych klubów, nawet z dress-codem. Na moje osobiste wydatki (bez czynszu i jedzenia), mogę sobie pozwolić wydając maksymalnie 300,00€ miesięcznie.

“FIRMA A”

Jestem właścicielem włoskiej firmy "l'uomo in camicia"

Firma z sektora średniego i wysokiego rynku.

800 koszul produkowanych miesięcznie.

Średnia cena za sprzedaną koszulę 70 euro (pamiętaj, że ten wskaźnik nie powinien być traktowany jako wartość wiążąca podczas dyskusji i to od Ciebie zależy, czy chcesz go użyć jako punktu wyjścia przy okrągłym stole; pamiętaj jednak, że zawiera on wszystkie koszty stałe i zmienne wraz z Twoim zwykłym zyskiem).

Miesięczny obrót: 56.000 €

Moja firma deklaruje te wartości:

- zaopatrywanie się w lokalne surowce - dodatkowy koszt 10% od końcowego kosztu przedmiotu
- oczyszczanie zanieczyszczonej wody i emisji do atmosfery oraz utylizacja odpadów, zgodnie z przepisami -

2000/3000 € rocznie

- 25 pracowników zatrudnionych na podstawie stałej umowy zgodnie z krajową umową o pracę (1200/1500 € miesięcznie)
- przestrzeganie norm bezpieczeństwa właściwych dla środowiska pracy - przybliżony dodatkowy koszt w wysokości 5% ostatecznego kosztu przedmiotu
- podatki - 40% od rocznego obrotu
- 5000 zwolenników społecznych
- etyka w produkcji 4 z 5 gwiazdek

Propozycja biznesowa dla influencera, 8% od miesięcznego obrotu.

“FIRMA B”

Jestem właścicielem włoskiej firmy o nazwie **F&F 'Fast and Fashion'**.

Firma z sektora rynku niskiego-średniego.

Zajmuję się produkcją standardowych produktów w dużych ilościach - 4000 koszul produkowanych miesięcznie.

Średnia cena za sprzedaną koszulę 25 euro (pamiętaj, że ten wskaźnik nie powinien być traktowany jako wartość wiążąca podczas dyskusji i od Ciebie zależy, czy chcesz go użyć jako punktu wyjścia przy okrągłym stole; pamiętaj jednak, że zawiera on wszystkie koszty stałe i zmienne wraz z Twoim zwykłym zyskiem).

Miesięczny obrót: **100.000 euro**

Podczas obrad okrągłego stołu możesz użyć wszystkich argumentów, których chcesz, aby uzasadnić swoje praktyki (nawet używając komunikacji wprowadzającej w błąd - tj. decydując się na nieujawnianie niektórych faktów lub zmieniając informacje podane w tym profilu).

W celu obniżenia kosztów przenieśliśmy produkcję do Bangladeszu, ponieważ:

- dostarczanie surowców - dodatkowy koszt 2% od ostatecznego kosztu przedmiotu
- brak oczyszczania zanieczyszczonej wody i emisji do atmosfery oraz utylizacji zużytych watów - 200/300 euro rocznie
- 100 pracowników, którzy wcześniej byli bezrobotni (200 euro miesięcznie); 70% siły roboczej jest bez stałej umowy

- słaba zgodność z normami bezpieczeństwa właściwymi dla środowiska pracy - 10 wypadków w ciągu ostatnich 6 miesięcy

- podatki - 5% rocznego obrotu

- 15.000 zwolenników społecznych

- etyka w produkcji 2 z 5 gwiazdek

Propozycja biznesowa dla influencera, 8% od miesięcznego obrotu.

“INFLUENCER”

Jestem uznanym influencerem w dziedzinie produktów Wellness (w szczególności suplementów). Wkraczam w świat mody, ponieważ chciałbym być ambasadorem marki w branży odzieżowej.

Moim głównym celem jest posiadanie coraz większej ilości followersów. Muszę wybrać, z którą marką/producentem spośród obecnych chcę współpracować, a mam to zrobić po dzisiejszym spotkaniu.

Moją rolą podczas dyskusji jest zebranie jak największej ilości informacji o firmach i konsumentach, które pozwolą mi dokonać wyboru.

Jeśli w trakcie dyskusji będziesz miał już jasną wizję tego, z kim chciałbyś współpracować, możesz wspierać argumenty firm, aby zdobyć więcej followersów (lepiej zwracaj uwagę na konsumentów przy okrągłym stole jako na potencjalnych nowych followersów.)

Interesy:

Obie firmy oferują 8% od miesięcznego obrotu (może być potrzebny kalkulator)

Przykładowe pytania do **firm**:

- Ilu masz już followersów?
- Jaki jest Twój miesięczny obrót?
- Gdzie znajduje się Twoja produkcja?

Przykładowe pytanie do **konsumentów**:

- Jak istotni są influencerzy dla Ciebie i Twoich bliskich znajomych?
- Czy Twój znajomi mają takie same nawyki odzieżowe jak Ty?
- W jakim stopniu bierzesz pod uwagę ceny odzieży, którą kupujesz?

“NGO”

Jestem przedstawicielem włoskiej organizacji pozarządowej "In fashion we believe", która działa w krajach rozwijających się, w szczególności w Azji Południowo-Wschodniej. Kilka tygodni temu uruchomiliśmy nową kampanię społeczną #wear(e)ableforchange, aby podnieść świadomość młodych ludzi na temat krytycznej kwestii związanej z przenoszeniem produkcji w zakresie środowiskowym (i społecznym) dla lokalnych społeczności. Najnowszy raport na temat "zrównoważonej mody" ujawnia poważne problemy:

- wysoki słabo opłacanej siły roboczej (40% analizowanej grupy nie zarabia wystarczająco dużo, aby zaspokoić swoje podstawowe potrzeby)
- brak sprzętu ochrony osobistej i środków bezpieczeństwa (średnio 10 wypadków w ciągu ostatnich 6 miesięcy w każdej firmie w Azji Południowo-Wschodniej)
- nierówne proporcje między godzinami pracy i odpoczynku (średnio 12 godzin pracy dziennie)
- brak stałych umów o pracę (70% przypadków bez umów)
- poważne szkody dla środowiska naturalnego - zwłaszcza dla zasobów wód powierzchniowych (główne źródło zaopatrzenia dla miejscowej ludności) oraz gromadzenie coraz większych ilości specjalnych odpadów stałych: 2 na 3 firmy nie posiadają żadnego systemu oczyszczania zanieczyszczonej wody i zapobiegania emisji zanieczyszczeń do atmosfery.

“OBSERWATOR”

Jestem zewnętrznym obserwatorem. Moim zadaniem jest przyglądanie się i notowanie/zapisywanie konkretnych elementów, które mogą pojawić się podczas dyskusji przy okrągłym stole. Jeśli jesteś sam, wybierz przynajmniej pierwsze elementy do obserwacji z poniższej listy. Jeśli w grze bierze udział więcej niż jeden obserwator, radzimy rozdzielić następujące elementy.

- 1 - Kto prowadzi dyskusję? Jakie są relacje władzy pomiędzy różnymi aktorami (konsument - konsument, konsument - producent, producent - producent, producent - influencer, producent - influencer, itd.)
 - 2- Na jakich argumentach aktorzy skupiają się najbardziej w odniesieniu do środowiska, zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego?
 - 3- Jakie są główne argumenty przytaczane przez różnych aktorów na poparcie wartości/ceny, którą proponują podczas dyskusji? Czy brzmią one dla Ciebie jasno?
 - 4- Czy uczestnicy zmienili swoje stanowisko/idee w trakcie dyskusji? Jak? Dlaczego? Kiedy?
 - 5- Czy rozpoznałeś jakiś aspekt emocjonalny manifestowany przez aktorów, który poprowadziłby innych graczy do wsparcia ich własnych pomysłów?
- Możesz przygotować sobie notatnik/kartkę z różnymi rubrykami na każdy element do obserwacji oraz inną pustą rubrykę na notatki lub ważne informacje, które mogą przykuć Twoją uwagę lub zaniepokoić.

Przykład szablonu dla obserwatora:

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ELEMENTY DO OBSERWACJI: 1-... 2-... 3-...					
KONSUMENT A	KONSUMENT B	FIRMA A	FIRMA B	NGO	INFLUENCER

Tutaj możesz znaleźć interesujące wskazówki do podsumowania zajęć, które mogą również posłużyć jako wkład w przypadku, gdy gracze poproszą o pomoc w początkowej fazie, w której przedstawiany jest im profil ról, które będą odgrywać:

1. INFORMACJA / PRZEJRZYSTOŚĆ

W grze konsumenci będą mieli możliwość bezpośredniej konfrontacji z producentami poprzez badanie (jak bardzo i w jakich aspektach będzie to zależało od gry) aspektów produkcji i zdobywanie informacji. Dyskusja może doprowadzić do refleksji, czy w realnym świecie takie możliwości konfrontacji są możliwe, czy też rynek fast fashion (podobnie jak inne sektory) skłania do kupowania "na kliknięcie", bez przejrzystości i świadomości.

2. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ 1

Podczas definiowania wartości odzieży, uczestnicy będą argumentować swoje stanowiska aspektami zrównoważonego rozwoju (ekonomicznymi, społecznymi i/lub środowiskowymi). Dyskusja może uwypatnić te aspekty (zadania przydzielone obserwatorom) poprzez porównanie ich z tymi, które fast fashion i slow fashion wykorzystują w reklamie swoich produktów na prawdziwym rynku.

3. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ 2

Dyskusja skupi się głównie na niektórych aspektach zrównoważonego rozwoju. Dyskusja może ujawnić, które aspekty NIE zostały poruszone przez aktorów i jak mogłyby one zmienić wynik gry.

4. CENA/WARTOŚĆ

Czy strategie ustalania cen odzieży stosowane przez sprzedawców detalicznych (które często wydają nam się wygodne) są w stanie uwzględnić wszystkie kwestie dotyczące wartości, które pojawiły się w trakcie gry? Teoria ekonomii sugeruje marżę zysku, czyli współczynniki mnożnikowe, które należy odnieść do ceny zakupu u dostawcy odzieży. Ale gdyby uwzględnić tak zwane środowiskowe efekty zewnętrzne produkcji (na przykład zanieczyszczenie środowiska i sprawiedliwą płacę) poprzez obniżenie marż zysku, co by się zmieniło?

5. EMOCJE

Uczestnicy mogą zostać zmuszeni do przyjęcia roli postaci dalekiej od ich własnej osobowości; lepiej zacząć od emocji, zabawnych uczuć, aby wydobyć kluczowe kwestie i zawiłości systemu produkcji, z których konsument często nie zdaje sobie sprawy.

6. UPRASZCZANIE ZŁOŻONEJ RZECZYWISTOŚCI

Gra jest z pewnością uproszczeniem o wiele bardziej złożonej i wyartykułowanej rzeczywistości; bardzo często w akcie kupowania. Konsument, z jednej strony, nie docenia swojej siły w zakresie preferencji wobec pewnych produktów/usług, a z drugiej strony nie jest w pełni świadomy, jak bardzo jest uwarunkowany przez siły zewnętrzne (reklama, społeczeństwo) w tym samym akcie. Wysiłek zagłębienia się w tę złożoność jest konieczny, aby zrozumieć jej kluczowe aspekty i być promotorem zmian.

7. WYSIŁEK

Każdy z aktorów chce „narzucić” swoją wartość, więc praca konsultacyjna i kompromisy zawierane podczas tego procesu mogą być męczące i frustrujące. Można by się zastanowić nad tendencją do zadowalania się wartościami ustalonymi przez innych (influencerów, wielkie marki) bez "podejmowania wysiłku" kwestionowania tych prawd, skupiając się w zamian na tym, czego naprawdę potrzebuję do szczęścia.

8. CIEMNA STRONA PRODUKCJI

Jak bardzo konsumenci byli skłonni zmienić początkową wartość po wysłuchaniu żądań producentów, ich trudności oraz wpływu produkcji na środowisko i społeczeństwo?

9. DELOKALIZACJA

W dyskusji warto byłoby podkreślić różnice między wyborem producenta lokalnego, zwracającego uwagę na różne aspekty zrównoważonego rozwoju, a wyborem tych, którzy przenieśli produkcję. Czy obecne zyski (ekonomiczne) mają konsekwencje w innych dziedzinach, być może w dłuższej perspektywie?

SESJA KOŃCZĄCA

WOREK NIESPODZIANKA...

WEWNĄTRZ, NA ZEWNĄTRZ & ONLINE

Jeśli chodzi o urządzenie do VR, inspirowaliśmy się Google Cardboard (Google Cardboard jest znakiem towarowym Google LLC.). W każdym razie opcje przygotowania tej aktywności mogą być następujące:

- 1- Zestaw do VR można kupić w sklepach internetowych. Możesz znaleźć cały i kompletny zestaw nawet za pośrednictwem strony Google Cardboard, Amazon, Aliexpress i innych sklepów internetowych, wyposażonych w sprzęt różnych marek. Zdarza się, że można znaleźć jakieś atrakcyjne oferty.
- 2- Można go zbudować samemu, z prostych i łatwo dostępnych materiałów, postępując zgodnie z instrukcjami podanymi na stronie Google Cardboard. Znajdziesz tam wszystkie instrukcje dotyczące budowy zestawu do VR, specyfikację techniczną, a nawet możliwość ściągnięcia aplikacji Google Cardboard App, zawierającej wiele ciekawych filmów na różne tematy (patrz poniżej).
- 3- Możesz postępować zgodnie z instrukcją dla standardowej przeglądarki VR, którą możesz znaleźć w sieci, jak na przykład te, które możesz znaleźć w tutorialach online, na Youtube lub na blogu pewnego nauczyciela/dydaktyka, jak np. ten,
<https://www.questacon.edu.au/sites/default/files/resources/teacher-resources/file/VR%20Headset%20Short%20Activity.pdf>

>>> WAŻNE: jedną z najważniejszych części zestawu są soczewki. W większości zestawów VR potrzebujesz soczewek o ogniskowej 45 mm, z około 34 mm lub 25 mm średnicy, i gdziekolwiek zdecydujesz się go kupić, pamiętaj, że dostawa może zająć do jednego miesiąca. Możesz również znaleźć w instrukcjach online na niektórych blogach i w tutorialach, jak zbudować obiektyw z części plastikowych butelek. Tutaj nie wyjaśniamy tego rozwiązania ze względu na fakt, że nie zostało ono jeszcze przetestowane przez nasz zespół. Na koniec pamiętaj, aby dla większego komfortu wyposażać się również w opaskę elastyczną na głowę.

Tak więc, ogólnie rzecz biorąc, jeśli wybierzesz opcję 2 lub 3, potrzebujesz następujących materiałów:

- szablon zestawu:

https://arvr.google.com/intl/it_it/cardboard/manufacturers/(Google Cardboard website direct link)
<https://drive.google.com/file/d/0B1LtQQO3eKRfV0E1SjZHa3V6ME0/view>

- wystarczająca ilość kartonów/pudełek/pudełek po pizzy do zbudowania wizjera(ów) VR

- soczewki dwuwypukłe, o odpowiedniej średnicy i ogniskowej 45 mm (do Google Cardboard potrzebne są soczewki o średnicy 35 mm), można je znaleźć w sklepach internetowych

- elastyczna opaska do przymocowania wizjera do głowy

- nożyczki lub nóż Xacto

- pistolet do klejenia lub epoksyd w zależności od zestawu, który chcesz stworzyć.

- kawałki dwustronnego samoprzylepnego rzepu, 5 sztuk o wymiarach ok. 2,5 cm * 5 cm, 2 sztuki o wymiarach ok. 2,5 cm * 2,5 cm, z zakładkami lub nóżkami do łatwego zastosowania dla każdego zestawu

Jak wykonać:

1. Pobierz i wydrukuj szablon zestawu.
2. Przyklej szablon do kartonu/pudełka
3. Wytnij szablon (nóż Xacto może ułatwić ten etap)
4. Magnesy (dla niektórych typu VR Cardboard)
5. Umieść parę soczewek w otworze na oczy w zmontowanym zestawie VR. Możesz użyć szczelin na kartonowej obudowie, aby umieścić ją stabilnie na zestawie VR; złóż części zgodnie ze wskazówkami na szablonie. W tym samouczku online <https://www.youtube.com/watch?v=-KqJAUIG5M8> można znaleźć jak złożyć Google Cardboard, ale można też znaleźć inne samouczki do budowy innych typów zestawów VR.
6. Teraz Twój zestaw VR jest gotowy, możesz wybrać filmy i umieścić telefon komórkowy w odpowiednim miejscu.

Oto linki do najbardziej interesujących filmów, które skłonią uczestników do refleksji i podziwiania piękna przyrody, jej wyjątkowego sposobu życia i przetrwania, przyrody, którą niewielu młodych ludzi zna lub lubi, lub która może jest zbyt odległa, by do niej dotrzeć i jej doświadczyć:

- <https://www.youtube.com/watch?v=B66lqtOK2I0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=f3tWEoCNXoU>
<https://www.youtube.com/watch?v=ZI55Th3H0HU>
<https://www.youtube.com/watch?v=JXciBDBncIQ>
<https://www.youtube.com/watch?v=k1xHfb9ZRHI>
<https://www.youtube.com/watch?v=nxhCpLzreCw>
<https://youtu.be/xlANT4rNI8c>

Oto linki do najbardziej wartościowych filmów wideo, które skłonią uczestników do refleksji nad różnymi problemami związanymi z szybką modą i przemysłem odzieżowym, czymś, co przez większość czasu jest ukryte i niewidoczne, znowu dlatego, że wydaje się odległe, ale nie jest, jeśli weźmiemy pod uwagę ich wpływ:

- https://www.youtube.com/watch?v=Ko_BZhIpl1Q
- https://www.youtube.com/watch?v=Gzori_hZxrc
- <https://www.youtube.com/watch?v=VqNrHmUdHtQ>
- <https://youtu.be/H9gkTUDoKQk>
- <https://youtu.be/4JTmMyScKBc>
- <https://youtu.be/z9aFsla5ztY>
- <https://youtu.be/BfYj1Ti4vmc>
- <https://youtu.be/nl-1ELMIk4k>
- <https://youtu.be/KitDU5QqHXs>
- <https://youtu.be/v64KOxKVLVg>

Można też znaleźć kilka innych ciekawych filmów o zanieczyszczeniach i pięknym otoczeniu w VR w aplikacji Google CardBoard VR (pod tym linkiem <https://goo.gl/BiqhHq>)

Możesz dostarczyć linki w postaci dokumentu znajdującego się w torbie niespodzianki, bezpośrednio poprzez wiadomość lub pocztę, lub możesz nawet stworzyć kolekcję filmów zapisanych w chmurze i dla których można łatwo utworzyć kod QR online za darmo.

To są odnośniki do generatora kodów QR:

1) https://play.google.com/store/apps/details?id=qrcodereader.barcodescanner.scan.qrscanner&hl=en_US&gl=US

20



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



2) <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gamma.scan&hl=en&gl=US>

<https://www.unitag.io/qrcode>

<https://www.qrstuff.com/>

<http://goqr.me/>

Jeśli niestety doświadczenie VR nie jest możliwe, proponujemy również następujące filmy:

- [The true cost](#)
- [River blue](#)
- <https://www.youtube.com/watch?v=ZI55Th3H0HU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=JXciBDBnclQ>
- <https://www.youtube.com/watch?v=k1xHfb9ZRHI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=nxhCpLzreCw>
- <https://youtu.be/xlANT4rNI8c>

Wskazówka: pamiętaj, aby do końcowego podsumowania/oceny wykorzystać materiał wskazany w sesji kończącej dzień 1.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Załącznik 3. Materiały na dzień 3

SESJA 1

///// ćśśś....atak sztuki

ONLINE

Tutaj kilka ciekawych stron internetowych do utworzenia koła online, zrobione lub do zrobienia:

<https://wheeldecide.com/>

<https://tools-unite.com/tools/random-picker-wheel>

SESJA 2

Jak...ubrać zmianę!

WEWNĄTRZ, NA ZEWNĄTRZ & ONLINE

Tutaj znajduje się szablon do opracowania pomysłu na projekt. Ponadto, we wszystkich miejscach, zwłaszcza wewnątrz i na zewnątrz (z co najmniej jednym urządzeniem na grupę), można zaprosić uczestników do opracowania rodzaju produktu promocyjnego przy użyciu <https://www.canva.com/> łatwego i darmowego (do użytku podstawowego) narzędzia do tworzenia grafiki na ulotki, pocztówki, prezentacje produktów lub usług, itp.

TYTUŁ

OPIS (IDEI/PRZEDMIOTU/PRODUKTU/DZIAŁANIA; CELU I UŻYTECZNOŚCI)

UŻYTKOWNICY

POTRZEBNY MATERIAŁ

ETAP BUDOWY / REALIZACJI

W JAKI SPOSÓB PROMOWAŁBYŚ JĄ WŚRÓD SWOICH PRZYJACIÓŁ I RÓWIEŚNIKÓW? JAKĄ STRATEGIĘ BYŚ ZASTOSOWAŁ?

> jeśli potrzebujesz pomocy, zwróć się do moderatorów

> jeśli chcesz, możesz narysować szkic prototypu na papierze lub w specjalnym narzędziu online (jak www.canva.com lub inne) albo offline.

ONLINE

Etap poprzedzający opracowanie pomysłu na projekt przewiduje burzę mózgów, podczas której młodzi ludzie zgłaszają różne pomysły na alternatywne działania. W trybie online ten etap jest realizowany za pomocą tablicy; oto przykład, jak może ona wyglądać.

IDEAS FOR ACTIONS



LOCAL PARTNER

Jonathan Cooperativa Sociale

Via Cavalieri di Vittorio Veneto n. 29/A, Piazzola sul
Brenta 35016 – Padova (Italy)

info@jonathancoop.com – europa@jonathancoop.com



www.jonathancoop.com



[Jonathan Cooperativa](https://www.facebook.com/JonathanCooperativa)



[@jonathan_cooperativa](https://www.instagram.com/jonathan_cooperativa)

WEAR(E)ABLE
BEST DRESSED SUSTAINABLY



www.weareable-fashion.eu



[WeareableBestDressedSustainably](https://www.facebook.com/WeareableBestDressedSustainably)



[we_areable](https://www.instagram.com/we_areable)



THIS project has been funded with support from European Commission.

This publication reflects only the views of the author. Therefore The Commission cannot be held responsible for any eventual use of the information contained therein. Project no. 2019-3-AT02-KA205-002603

25



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

