

Logika ekologii

scenariusze zajęć

Projekt finansowany przez Islandię, Lichtenstein, Norwegię z Funduszy EOG
i Funduszy Norweskich w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny

Projekt Logika ekologii realizowany przez



Grantobiorca

newschool

Partner

TYTUŁ: Logika ekologii – scenariusze zajęć z młodzieżą

OPRACOWANIE MERYTORYCZNE: Tomasz Waleczko

REDAKCJA: Marcin Grabski

Adaptacja i uzupełnienie materiałów edukacyjnych dla nauczycieli na podstawie scenariuszy zajęć powstałych w ramach projektów realizowanych przez Polską Fundację Dzieci i Młodzieży:

Program Edukacji Konsumenckiej i Obywatelskiej – projekt realizowany przy wsparciu Szwajcarii w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Myśleć, pracować współpracować – projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Publikacja powstała w ramach projektu „Logika ekologii” finansowanego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię z funduszy EOG i Funduszy Norweskich w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny.

© Copyright by Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży

WARSZAWA 2023

Wydawca:

Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży

ul. Kredytowa 6/20

00-062 Warszawa

Tel. 22 826 10 16

www.pcyf.org.pl

Scenariusze zajęć w ramach projektu Logika ekologii
- spis treści

- 1./ Integracja grupy / zespołu klasowego. Wprowadzenie do programu
- 2./ Motywacje i emocje w marketingu
- 3./ Reklama a rzetelna informacja
- 4./Zaufanie do siebie i innych
- 5./ Odpowiedzialność
- 6./ Krytyczne myślenie
- 7./ Zachowanie konsumenckie i zachowania obywatelskie
- 8./ Gospodarka globalna
- 9./ Postawy obywatelskie w lokalnej społeczności
- 10./ Zarządzanie projektem

1./ Integracja grupy/zespołu klasowego

Wprowadzenie do programu

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • poznają cele zajęć poświęconych podnoszeniu świadomości ekologicznej i odpowiedzialności klimatycznej, • poznają zainteresowania i inne atrybuty pozostałych uczestników zajęć, • stworzą i ustalą podstawowe zasady obowiązujące podczas zajęć.
Przebieg zajęć	• Przedstawienie osoby prowadzącej, celów zajęć i ich przydatności dla uczestników zajęć. • Przedstawienie tematów zajęć. • Rozpoznawanie różnic i podobieństw charakteryzujących członków grupy/zespołu klasowego oraz poznawanie ich postaw i działań na rzecz ekologii. • Poznawanie drugiej osoby przez wymianę informacji. • Ustalenie podstawowych zasad obowiązujących podczas zajęć. • Wymiana opinii i dyskusja na forum grupy.
Materiały dydaktyczne	Materiały do zapisu pomysłów: • arkusze papieru typu <i>flipchart</i>, • stojak do zawieszania kart, • tablica, • kreda, • markery.
Czas trwania	45 minut
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Zainteresowanie tematem: przygotuj zdjęcia z Internetu pokazujące zmiany zachodzące w środowisku naturalnym pod wpływem działalności człowieka (skup się na przykładach z najbliższego otoczenia: zakwit sinic w Bałtyku, obniżone lustra polskich rzek, wycofywanie się drzew iglastych z Tatr, susza na polach, powodzie błyskawiczne w polskich miastach etc. • Rozwinięcie tematu: wypisz na tablicy lub arkuszu papieru cele zajęć. Przygotuj duży arkusz papieru z wypisanymi wybranymi tytułami lekcji. Użyj następującego wzoru: napisz każdy temat jako tytuł, zostaw wystarczająco dużo miejsca, aby móc dopisać trzy do pięciu pomysłów uczestników zajęć. • Aktywność członków grupy/ćwiczenia: wydrukuj dla każdego uczestnika arkusz bingo (załącznik 1). Przygotuj duży arkusz papieru lub podziel tablicę pionową linią na dwie równe części. W lewej części wpisz tytuł: <i>Zachowania sprzyjające osiągnięciu celów grupowych</i>, a w prawej: <i>Zachowania utrudniające osiągnięcie celów grupowych</i>. Przygotuj duży arkusz papieru z tytułem: <i>Podstawowe zasady</i>. Arkusz ten powinien znajdować się w widocznym miejscu na każdym spotkaniu grupy, żeby była możliwość odwołania się do ustalonych zasad (dlatego zasady należy zapisać na arkuszu papieru, a nie na tablicy).

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Przywitaj uczestników zajęć.
2. Przedstaw się, jeśli uczestnicy zajęć cię nie znają, opowiedz o niektórych swoich zainteresowaniach, wyjaśnij, dlaczego zdecydowałeś się prowadzić tego typu zajęcia, w jaki sposób korelują one z twoimi wartościami. Wyraż radość z możliwości pracy z uczestnikami zajęć.
3. Powiedz uczestnikom, że chcesz na początku pokazać im kilka fotografii, pokazujących zmiany zachodzące w środowisku naturalnym pod wpływem działalności człowieka
4. Zapytaj uczestników o ich odczucia, gdy widzą takie fotografie. Jak sądzą, co przyczynia się do tak drastycznych zmian klimatycznych? Jak bardzo współcześnie temat ekologii powinien być ważny? Wspomnij, że zmiana klimatu dzieje się tu i teraz, i coraz szybciej zaczynamy odczuwać jej skutki, a obrazy, które uwieczniono na pokazanych fotografiach, będą stanowić powszechny widok dla każdego z nas.
5. Przeprowadź krótką dyskusję z uczestnikami, a następnie podsumuj:

Przykłady sytuacji, w których zachowania człowieka doprowadzają do dewastacji środowiska i marnotrawstwa, można mnożyć. Czy wiecie, że blisko jedna trzecia całej żywności produkowanej na świecie nigdy nie jest spożywana? W Polsce co roku wyrzuca się około 9 milionów ton żywności. Zapełniłyby one mniej więcej 450 tysięcy tirów wypełnionych po brzegi zmarnowanym jedzeniem – ustawione w rzędzie, połączyłyby Warszawę z Dubajem¹ [można dla zobrazowania zamieścić zdjęcie mapy z odległością między tymi miastami]. Ograniczenie marnotrawstwa żywności mogłoby pozytywnie wpłynąć na kwestie nie tylko społeczne, ale także klimatyczne – rozkładająca się żywność emituje do atmosfery metan, jeden z najgroźniejszych gazów cieplarnianych.

Według Światowej Organizacji Zdrowia² postępująca zmiana klimatu jest największym wyzwaniem cywilizacyjnym XXI wieku. Jej wpływ na życie i zdrowie ludzi pozostaje niedoszacowany, a społeczności są na nią nieprzygotowane. Pamiętajmy, że jeśli będziemy ignorować kwestie klimatyczne, nasilimy na znacznie większą skalę inne występujące dziś problemy, na przykład masowe migracje i konflikty zbrojne, których wkrótce głównym podłożem może stać się walka o wodę, żywność, terytorium zdadne do życia.

Nasza sytuacja klimatyczna nie rysuje się najlepiej³ i musimy bardzo dużo zrobić i to w trybie natychmiastowym. Niezwykle ważne są w tym zakresie odgórne działania systemowe, a już dziś każdy z nas powinien dostrzec, na co ma wpływ – co może robić na co dzień jako jednostka i co może zrobić we współpracy z innymi.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Wyjaśnij cele tego cyklu zajęć [miniwykład]. Powiedz, że zajęcia te zaplanowano, żeby dać ich uczestnikom możliwość zwiększenia własnej świadomości i odpowiedzialności klimatycznej. Mają one przygotować młodzież do praktycznego wywierania pozytywnego wpływu na swoje otoczenie, między innymi przez dokonywanie świadomych wyborów konsumenckich.

¹ bit.ly/3ih7XCN; bit.ly/3im597w

² *COP24 special report: Health and climate change*, World Health Organization, 2018 rok, bit.ly/2PIU16q.

³ Można przeczytać o tym między innymi w raporcie *Global Warming of 1.5 °C*, bit.ly/2zKhcT1.

Weźmiecie udział – wraz z sześciuset wybranymi osobami – w programie „Logika ekologii” przygotowanym przez Polską Fundację Dzieci i Młodzieży, który będzie okazją do zdobycia wielu ciekawych informacji. Zyskacie również okazję do uczestnictwa w praktycznym projekcie, w którym realnie będziecie mogli coś wymyślić, stworzyć, zbudować. Wasze działania będą dostrzeżone przez innych ludzi. Zostaniecie inspiratorami, którzy pokażą innym, że dzięki ekologicznemu podejściu w naszych miejscowościach czy regionach jest możliwe lepsze, odpowiedzialne życie. Każdy z nas ma wpływ na to, jak wygląda i jak może wyglądać bliskie nam środowisko.

Podczas zajęć będziemy osiągać między innymi następujące cele:

- podniesienie świadomości ekologicznej,
- zwiększenie odpowiedzialności klimatycznej,
- poznanie demokratycznych narzędzi partycypacji społecznej.

Ciekawe dla mnie w tym programie, do którego was zapraszam, jest to, że będziemy sporo rozmawiać, myśleć krytycznie, próbować aktywnie włączać się w działania. Będziecie mieli okazję być nie tyle uczącymi się uczniami, ile uczestnikami tworzącymi nasze zajęcia i zmieniającymi otoczenie!

2. Pokaż tablicę z zapisanymi celami całego cyklu zajęć. Poproś uczestników, aby przeczytali je i zastanowili się nad tym, jakie tematy mogą być poruszane z myślą o osiągnięciu tych celów.

3. Po dłuższej chwili poproś uczestników, aby podali swoje pomysły tematów. Zapytaj uczestników, czego chcieliby się dowiedzieć. Zapisz zgłoszone propozycje na dużym arkuszu papieru lub na tablicy.

4. Po zakończeniu poprzedniego ćwiczenia pokaż uczestnikom swój arkusz z tytułami lekcji. Zaznacz podobieństwa i różnice. Dopisz tematy podane przez uczestników w pozostawionych przez ciebie wolnych miejscach. (Uwaga: jeśli uczestnicy podadzą dużo innych pomysłów tematów niż ty, wyjaśnij, że będziesz się starać uwzględnić je w czasie zajęć. Rzeczywiście postaraj się o nich pamiętać. Zastanów się, kiedy i jak można je będzie dołączyć do przewidzianych programem treści zajęć).

5. Zapoznaj uczestników z celem dzisiejszych zajęć – powiedz, że zdobywanie wiedzy i umiejętności będzie znacznie przyjemniejsze i skuteczniejsze, jeśli lepiej poznają swoje zainteresowania i dowiedzą się o sobie więcej. Kolejnym ważnym elementem spotkania będzie wypracowanie zasad współpracy między wszystkimi członkami zespołu, w tym osobą prowadzącą.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Wyjaśnij, że w tej sali uczestnicy zajęć z pewnością znajdą inne osoby, które mają podobne zainteresowania albo cechy, a także po prostu ulubione rzeczy czy sposoby spędzania czasu. Poproś uczestników, aby po usłyszeniu wypowiedzianego przez ciebie hasła przemieszczali się po sali i tworzyli grupy osób, które lubią to samo albo mają podobne zainteresowania. Podaj przykład:

- hasło: „Znajdź innych, którzy lubią to samo danie co ty”,
- reakcja: uczestnicy wstają i znajdują w sali te osoby, które lubią to samo danie.

Uwaga: jeżeli tylko jest to możliwe, zagraj razem z uczestnikami, tak aby dowiedzieli się czegoś o tobie i twoich zainteresowaniach.

2. Poproś uczestników, aby rozpoczęli zabawę od powyższego przykładu.

3. Powtórz to zadanie z innymi zainteresowaniami i ulubionymi rzeczami, utwórz również swoje kategorie. Wybierz te, które są adekwatne dla kultury grupy, w której prowadzisz zajęcia, na przykład:

- ulubiony film/serial,
- ulubione zajęcie w wolnym czasie,

- ulubiony zespół muzyczny lub gatunek muzyki,
- ulubiony sport,
- ulubiona gra komputerowa.

4. Po przeprowadzeniu pierwszego ćwiczenia z trzema lub czterema przykładami poproś, aby każdy uczestnik dobrał się w parę z osobą, z którą jeszcze nie rozmawiał, albo z osobą, której dobrze nie zna. Niech znajdą wygodne dla siebie miejsce i razem usiądą.

5. Poproś osoby w parze, by zdecydowały, kto jest osobą A, a kto osobą B. Powiedz, że osoba A będzie rozmawiała z osobą B na temat, który ty im podasz. Będzie miała do dyspozycji dwie minuty. Osoba B będzie słuchała i więcej dowie się o osobie A. Oto przykłady tematów, które możesz zaproponować:

- Kim chcesz zostać w przyszłości?
- O czym marzysz?
- Jak sobie wyobrażasz świat za pięćdziesiąt lat? Jak świat miałby według ciebie wyglądać za pięćdziesiąt lat?
- W jaki sposób na co dzień dbasz o ekologię? O czym starasz się pamiętać?

Możesz wybrać któryś z powyższych tematów lub zaproponować własne. Ważne, aby tematy budziły pozytywne skojarzenia, warto również, żeby nawiązywały do tematu ekologii.

6. Po dwóch minutach poproś uczestników, aby zamienili się rolami. Tym razem osoba B mówi, a osoba A słucha. Wybierz inny temat ich rozmowy.

Uwaga: jeśli grupa składa się z osób, które się nie znają, wprowadź następujący element. Kiedy osoba B skończy, poproś, aby uczestnicy usiedli w kręgu i przedstawili się sobie nawzajem, wymieniając: imię, miejscowość, w której mieszkają, i co lubią robić w wolnym czasie.

7. Gra bingo. Wyjaśnij uczestnikom, że podczas pierwszego spotkania chcemy lepiej poznać siebie nawzajem, ale także przyjrzeć się swoim zachowaniom i nawykom związanym z ekologią. Wręcz uczestnikom karty (załącznik 1), na których widnieje polecenie: „Znajdź osobę, która...”. W grze chodzi o to, aby każdy uczestnik jak najszybciej dopasował do poszczególnych informacji konkretne osoby.

8. Uczestnicy podchodzą do siebie i zadają sobie pytania z tabeli. Jednej osobie można zadać maksymalnie trzy pytania. Jeśli na któreś z nich dana osoba odpowie twierdząco, wpisujemy jej imię w konkretnej rubryce (biorąc pod uwagę, że możemy zadać jednej osobie trzy pytania, jej imię może znaleźć się w tabeli najwyżej trzy razy. Nie można wpisać siebie samego, ale można zadawać pytania również prowadzącemu). Osoba, która uzupełni wszystkie pola, woła: „bingo!”.

9. Sprawdź poprawność imion, które zostały wpisane przez zwycięzcę. Odczytaj po kolei informacje z tabeli, pytając, czy uczestnik przypisany do danej rubryki zgadza się z zapisem.

10. Podsumuj zabawę, mówiąc o tym, że wiele informacji, które znajdowało się w tabeli, to zachowania i postawy proekologiczne. Włączenie ich do swojego codziennego rytmu dnia może spowodować, że już dziś każdy z nas zacznie działać w kierunku zmniejszenia swojego śladu węglowego, o którym uczestnicy usłyszą na zajęciach jeszcze wiele razy.

Alternatywnie do gry w bingo możesz zaproponować zabawę „nikt by się po mnie nie spodziewał”. Podziel przez odliczanie uczestników na pięcioosobowe grupy. Poproś, aby każda osoba spisała jedną historię, której nikt by się nie spodziewał. Następnie poproś, aby każda osoba podała po jednym działaniu, jakie podejmuje, będącym według niej sposobem na wsparcie środowiska czy klimatu.

Rozdziel kartki z zapisanymi historiami między grupami. Zadaniem każdej grupy jest przyporządkowanie zachowania do konkretnych osób. Zwykle uczestnicy dość żywo starają się zgadnąć, kto co zrobił i dlaczego to do niego pasuje. Dopilnuj, żeby uczestnicy nie obśmiewali przykładów, nie komentowali w przykry sposób innych.

Możecie nagrodzić brawami grupę, która poprawnie dopasowała najwięcej historii i działań do konkretnych osób, ale nagroďte również siebie wszyscy – za to, że tyle przykładów się znalazło. Mimo że nikt by się nie spodziewał po nas tego typu zachowań, to gdzieś każdy z nas przejawia w jakiś sposób troskę, choćby o czystość w najbliższym otoczeniu.

1. Pokaż arkusze papieru lub tablicę z zapisanymi tytułami: *Zachowania sprzyjające osiągnięciu celów grupowych* i *Zachowania utrudniające osiągnięcie celów grupowych*.

2. Podziel uczestników na cztery grupy (najlepiej, żeby liczebność grup nie przekraczała sześciu osób). Dwie grupy będą pracowały nad wypisaniem zachowań sprzyjających osiągnięciu celów grupowych, dwie pozostałe nad zachowaniami utrudniającymi osiągnięcie celów grupowych. Poproś uczestników, aby przeprowadzili w zespołach burzę mózgów i zapisali jak najwięcej pomysłów na swoich arkuszach (daj im na to około trzech minut).

3. Poproś uczestników obu grup, aby wymienili zachowania, które sprawiają, że osiągnięcie celów staje się możliwe. Zapisz ich pomysły po lewej stronie tablicy.

4. Poproś uczestników dwóch pozostałych grup, żeby wymienili zachowania, które sprawiają, że trudno jest osiągnąć założone cele. Zapisz ich pomysły po prawej stronie tablicy

5. Powiedz, aby uczestnicy zajęć przyjrzeni się tym zapisom.

6. Powiedz uczestnikom, że zapisy te posłużą im do stworzenia listy podstawowych zasad, do których będą się stosować podczas zajęć. Poproś, by zasugerowali, które zapisy są najistotniejsze do tego, aby zajęcia przebiegały efektywnie i w dobrej atmosferze – na ich podstawie sformułujcie wspólnie pięć do ośmiu podstawowych reguł. (Uwaga: jeśli uczestnicy mają problem z wybraniem zasad, zaproponuj kilka przykładów).

7. Zapisz podstawowe zasady na arkuszu papieru z tytułem: *Podstawowe zasady*, starając się unikać zapisów rozpoczynających się od słowa „nie” (na przykład lepiej powiedzieć: „Słuchaj innych, gdy mówią” zamiast „Nie przerywaj innym”). Zwróć uwagę na to, czy wśród zasad podanych przez uczestników zajęć znalazły się następujące zasady:

- Dziel się swoimi opiniami i pomysłami.
- Słuchaj innych, gdy mówią.
- Szanuj to, że każdy ma prawo do własnego zdania.
- Współpracuj z innymi w grupie.
- Bądź aktywny.

Jeżeli nie zostały one wymienione przez uczestników, zaproponuj je jako istotne dla ciebie jako osoby prowadzącej zajęcia.

8. Powiedz uczestnikom, że zachowasz arkusz z zasadami i że zawsze podczas grupowych spotkań/zajęć będzie on wisiał w sali w widocznym miejscu. Dodaj, że lista zasad może być uzupełniana w toku zajęć nowymi zapisami, które okażą się konieczne z punktu widzenia potrzeb grupy.

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Zadaj uczestnikom następujące pytania:

- Czego nowego dowiedziałeś się o członkach tej grupy?
- Czego oczekujesz od członków grupy/klasy szkolnej?
- Dlaczego, twoim zdaniem, istotne jest ustalenie podstawowych zasad i stosowanie się do nich?

2. Wskaż zasady zachowania ustalone wspólnie na zajęciach. Przeczytaj je ponownie. Powiedz, że pomogą nam one osiągnąć założone cele. Poproś uczestników o podpisanie się pod zasadami jako znak ich akceptacji w przyszłości.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

1. Powiedz uczestnikom, że każde zajęcie będą się kończyły ciekawym zadaniem, które pokaże im, jak mogą zdobytą wiedzę wykorzystać w praktyce.

2. Dzisiejsze zadanie będzie następujące:

Przez najbliższy tydzień spróbuj znaleźć i zapamiętać, chociaż jedną czynność, którą wykonujesz ty lub którą wykonuje ktoś w rodzinie, wśród przyjaciół, świadczącą o tym, że dbacie o środowisko. Zastanów się, po co to robicie, jaki to działanie ma wpływ i jakie znaczenie.

Źródła

bit.ly/3ih7XCN

bit.ly/3im597w

COP24 special report: Health and climate change, World Health Organization, 2018 rok, bit.ly/2PIU16q.

Global Warming of 1.5 °C, bit.ly/2zKhcT1.

Materiały pomocnicze do zajęć: Integracja grupy/zespołu klasowego. Wprowadzenie do programu

Załącznik 1

Gra bingo

często jeździ rowerem	wie, co to jest śląd węglowy	segreguje śmieci/odpady	jest wegetarianinem (lub stara się ograniczyć spożycie mięsa)	pamięta, by gasić światło, gdy nie jest używane
zabiera na zakupy własną torbę/siatkę	wyciąga ładowarkę z gniazdka, gdy jej nie używa	stara się kupować polskie produkty	dojeżdża do szkoły komunikacją miejską	kupuje czasem produkty z drugiej ręki (sprzęty, książki, ubrania)
nie lubi latać samolotem	zакręca kran, myjąc zęby	nie ogląda telewizji	korzysta ze schodów zamiast z windy	bierze krótki prysznic zamiast kąpieli

2./ Motywacje i emocje w marketingu

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Konsumpcjonizm sprowadza się do nadmiernej konsumpcji dóbr i usług, nieusprawiedliwionej rzeczywistymi potrzebami i nieliczącej się z kosztami ekologicznymi, społecznymi i indywidualnymi. Oznacza zatem zaspokajanie pragnień czy zachcianek przez zachłanne nabywanie nowych rzeczy i korzystanie z usług, które nie są dla nas niezbędne.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • poznają pojęcie konsumpcjonizmu i jego wybranych skutków, • wiedzą, w jaki sposób marketing wykorzystuje emocje potencjalnych klientów, skłaniając ich do zakupu produktów, • mają świadomość skali wpływu technik marketingowych na motywacje klientów związane z zakupami, • wiedzą, że elementy przekazu marketingowego mogą stanowić również podstawę kampanii proekologicznych.
Przebieg zajęć	• Zapoznanie uczestników z pojęciem konsumpcjonizmu, jego przejawów i skutków. • Grupowa analiza spotu reklamowego i przedstawienie uczestnikom miniwykładu dotyczącego motywacji i emocji w marketingu. • Ćwiczenie pokazujące zastosowanie hierarchii potrzeb w działaniach marketingowych. • Zaprezentowanie przykładowej kampanii proekologicznej i sprawdzenie, czy uczestnicy potrafią wskazać, na jakich zasadach budowano przekaz. • Zadanie domowe.
Materiały dydaktyczne	• arkusze papieru typu <i>flipchart</i> lub tablica, • flamastry, • czyste kartki papieru formatu A4, • projektor multimedialny lub laptop z dostępem do Internetu.
Czas trwania	45 minut
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Rozwinięcie tematu: przygotuj filmik (na przykład spot reklamy coca-coli wymieniony w scenariuszu) do odtworzenia. • Przygotuj wydruk załącznika 1 <i>Lista emocji</i> dla każdej z grup (cztery egzemplarze). • Aktywność członków grupy/ćwiczenia: przygotuj pięć potrzeb z piramidy Abrahama Masłowa do losowania dla każdej z grup, przygotuj duże arkusze papieru z czystą tabelką na wzór z załącznika 3, przygotuj wydruki produktów i haseł reklamowych z załącznika 4 (dla każdej grupy). • Podsumowanie, sprawdzenie efektów: przygotuj do wyświetlenia filmik <i>Stop suszy! Kampania społeczna</i>.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Wprowadzenie i dyskusja (5 minut). Zapisz na tablicy słowo KONSUMPCJONIZM. Poproś uczestników, aby w parach wypisali jak najwięcej skojarzeń z tym słowem. Następnie zapytaj o to, co zapisali. Wyjaśnij pojęcie:

Konsumpcjonizm sprowadza się do nadmiernej konsumpcji dóbr i usług, nieusprawiedliwionej rzeczywistymi potrzebami i nieliczącej się z kosztami ekologicznymi, społecznymi i indywidualnymi. Oznacza zatem zaspokajanie pragnień czy zachcianek przez zachłanne nabywanie nowych rzeczy i korzystanie z usług, które nie są dla nas niezbędne⁴.

2. Wyjaśnij uczestnikom, że zaspokajanie zakupowych potrzeb na ogół generuje w nas kolejne zachcianki. Spytaj, czy doznali kiedyś uczucia, że po zakupie jakiejś nowej rzeczy dość szybko pragnęli kolejnej? Poproś uczestników o podanie przykładów takich sytuacji.

Skomentuj, że jest to stale napędzający się mechanizm, charakterystyczny głównie dla krajów i środowisk wysoko rozwiniętych (o wysokim wskaźniku produktu krajowego brutto – oznacza to, że mieszka w nich wiele osób posiadających i wydających pieniądze). Opowiedz o tym, że taki styl życia sprawia, że sensem i celem dla wielu ludzi staje się zdobywanie nowych dóbr. Ma to jednak również bardzo negatywny wpływ na środowisko naturalne. Ciągłe produkowanie nowych rzeczy powoduje konieczność spalania ogromnych ilości paliw, wycinanie lasów, prowadzi do wymierania gatunków, zanieczyszczania przyrody i rosnących gór śmieci (przykładem może być, wspomniane na zajęciach wprowadzających, marnowanie ogromnej ilości jedzenia lub ubrań). W ten sposób w szalonym wręcz tempie pogłębiany kryzys klimatyczny.

3. Wyjaśnij, dlaczego konsumpcjonizm jest tak powszechnym zjawiskiem, tłumacząc, że to koncerny produkcyjne i ich działania marketingowe wzbudzają w nas ciągle nowe potrzeby. W jaki sposób to robią? O tym między innymi uczestnicy dowiedzą się z zajęć.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Podziel uczestników na cztery grupy. Następnie wyświetl (lub poproś o uruchomienie) filmik z ciekawą kampanią reklamową. Możesz na przykład pokazać *Coca-Cola Christmas Commercial 2020* (bit.ly/3Vk2Os8).

2. Poproś uczestników, aby w grupie odpowiedzieli na poniższe pytania, zapisując wnioski:

- Co wam się podobało?
- Jakiego rodzaju emocje wzbudził w was filmik? Do jakich emocji się odwołało? (jako inspirację wskaż materiał z załącznika 1 *Lista emocji*)
- Jakie metody zostały zastosowane, by nakłonić konsumentów do wyboru reklamowanego napoju?

3. Poproś przedstawicieli grup o zaprezentowanie wniosków na forum. Wysłuchaj odpowiedzi poszczególnych grup i przedstaw krótko informacje dotyczące motywacji i emocji w marketingu. Przekaż uczestnikom informacje o tym, w jaki sposób firmy:

- tworząc strategie marketingowe służące sprzedaży swoich produktów, odwołują się do emocji i motywują klientów do zakupów,
- próbują wpływać na nasze wybory, reagując na różne nasze potrzeby i motywy działania (przykładowa treść do przekazania znajduje się w załączniku 2).

⁴ M. Golka, *Nowe style zachowań*, Wydawnictwo Fundacji „Humaniora”, Poznań 2001.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Wprowadź uczestników do ćwiczenia, nawiązując do kwestii potrzeb, które były poruszane w miniwykładzie.
2. Podziel uczestników na pięć grup.
3. Zaproś przedstawicieli grup do wylosowania kartki z nazwą potrzeby (załącznik 3). Zadbaj, aby każda grupa otrzymała inną. Pokaż uczestnikom *flipchart* z wyrysowaną piramidą potrzeb Abrahama Masłowa.
4. Każdej grupie daj duży arkusz papieru typu *flipchart* oraz flamastry. Narysuj wzór tabeli składającej się z dwóch kolumn na *flipcharcie* lub na tablicy (tytuły kolumn znajdziesz w załączniku 3).
5. Poproś członków grup o wybranie z listy produktów i wpisanie w pierwszej kolumnie tabeli tych, które zaspokajają wylosowaną przez nich potrzebę. Poproś o uzupełnienie drugiej kolumny hasłami reklamowymi, które odwołują się do wylosowanej potrzeby. Zachęć uczestników do korzystania z materiału zaproponowanego w załączniku 4 oraz do dodawania własnych pomysłów.
6. Poproś przedstawicieli każdej grupy o prezentację na forum wyników pracy, przeczytanie nazwy potrzeby, nazw produktów zaspokajających daną potrzebę oraz przykłady haseł reklamowych.
7. Zwróć uwagę na to, czy któryś z produktów powtórzył się w co najmniej dwóch grupach – w zależności od okoliczności ten sam produkt może zaspokajać różne potrzeby, na przykład ubrania nie tylko stanowią ochronę przed zimnem, ale mogą być także modne.
8. Podsumuj pracę grup. (Wskazówka dla prowadzącego: w podsumowaniu wykorzystaj informacje zawarte w załączniku 5).

Zaznacz, że potrzeby mają bezpośredni wpływ na zachowania konsumentów i bezpośrednie przełożenie na działania marketingowe. Podkreśl, że obecnie specjaliści marketingu coraz bardziej przesuwają się na poziom samorealizacji⁵. Dziś odbiorcy poszukują możliwości kształtowania własnej tożsamości, chcą mieć poczucie wpływu na otoczenie. Dlatego dokonując zakupów, coraz częściej kierujemy się opinią na temat marki i jej wpływu na otoczenie. Zwracamy uwagę na społeczną odpowiedzialność biznesu, czyli CSR. Niestety, wiele firm wykorzystuje to nieetycznie, o czym będziemy mówić na kolejnych zajęciach.

D. PODSUMOWANIE, SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Pokaż uczestnikom przykład kampanii, która wykorzystuje wiedzę z zakresu marketingu w celu budowania świadomości ekologicznej i kształtowania postawy odpowiedzialności za środowisko: *Stop suszy! Kampania społeczna* (bit.ly/2KgLWQV).
2. Sprawdź, czy uczestnicy potrafią wskazać, w jaki sposób przekaz ma wpłynąć na odbiorców. Zapytaj, jakiego rodzaju zabiegi zostały tutaj wykorzystane (między innymi odniesienie się do emocji strachu, *storytelling* i oddziaływanie na wyobraźnię, ale także podsuniecie konkretnych rozwiązań i wzbudzenie nadziei na poprawę sytuacji i nasze poczucie wpływu).

⁵ J. Pogorzelski, *Mity marketingowe*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2022.

3. Spytaj uczestników, jakie mają pomysły na kampanie proekologiczne? Jakie jeszcze postawy można propagować w ten sposób? Jakich zabiegów można użyć, żeby zachęcić ludzi do proekologicznych zachowań?

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

W ramach pracy domowej poproś uczestników o dokładne przyjrzenie się temu, w jaki sposób dokonują zakupów, czym się kierują. Poproś, żeby dokonywali ich od tej pory bardziej świadomie, analizując swoje prawdziwe potrzeby. Może ktoś wpadnie na pomysł, jak zastąpić potrzebę, która wydaje się oczywista, czymś innym? Czym można zastąpić aktywność w medium społecznościowym lub grę komputerową. Niech uczestnicy spróbują chociaż raz tego dokonać w najbliższym tygodniu.

Źródła

M. Golka, *Nowe style zachowań*, Wydawnictwo Fundacji „Humaniora”, Poznań 2001.
J. Pogorzelski, *Mity marketingowe*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2022.

Materiały pomocnicze do zajęć: Motywacje i emocje w marketingu

Załącznik 1

Lista emocji

radość
miłość
szczęście
zadowolenie
smutek
zniechęcenie
przygnębianie
strach
wstręt
zainteresowanie
zaskoczenie
gniew
zmartwienie
pogarda
lęk
wina
wstyd
emocje związane z seksem
wesołość
humor
sympatia
poczucie komfortu
satysfakcja
zazdrość
zemsta
zakłopotanie
zażenowanie
panika
fascynacja
przyjemność

Załącznik 2

Miniwykład dotyczący emocji w marketingu – przykładowe informacje do przekazania uczestnikom

Czym jest marketing? Jedna z wielu definicji mówi, że jest to koncepcja, która wyraża dążenie i ukierunkowanie działalności przedsiębiorstw na osiąganie maksymalizacji konsumpcji, maksymalizacji satysfakcji nabywców, maksymalizacji wyboru i dostępności produktów i usług oraz maksymalizacji jakości życia⁶.

Chcemy wierzyć, że działamy racjonalnie, jednak marketing bez emocji nie istnieje. Kampanie reklamowe o czysto emocjonalnym przekazie są dwukrotnie skuteczniejsze od tych reklam, które bazują jedynie na przekazie racjonalnym (31% do 16%). Dlatego na nasze działania wpływają zarówno motywatory racjonalne (na przykład niska cena, dobra jakość), jak i przede wszystkim emocjonalne.

Motywacje na poziomie emocjonalnym wiążą się z naszymi instynktami. Mogą odpowiadać np. na potrzebę wyróżnienia się z tłumu, prestiżu, bezpieczeństwa, wolności, poczucia przynależności, pewności siebie, samorealizacji, ambicji.

Techniki marketingowe odwołują się do emocji – przede wszystkim do tych, które wzbudzają w nas chęć do działania. Mogą być to emocje przykre lub przyjemne:

- Emocje przykre – strach, niepewność (na przykład krótki czas trwania promocji, wizja tego, co może się stać, jeśli nie podejmiemy działania, nie kupimy produktu), lęk (na przykład pokazanie komuś, że jeśli nie będzie posiadał markowych rzeczy, to nie będzie akceptowany w pewnych kręgach), gniew czy złość (na przykład kupiłeś nowy telefon, a on zepsuł się po tygodniu).
- Emocje przyjemne – radość, szczęście, ciekawość (wzbudzanie pożądania, oczekiwania). Bodźcami, które wywołują pozytywne emocje, mogą być uśmiech, dziecięcość, małe zwierzęta, seksualność.

Uwaga: przekazu reklamowego raczej nie buduje się na smutku, chyba że jest mocno skontrastowany z radością. Smutek najczęściej wygasa w nas chęć do jakiegokolwiek działania.

Przekaz reklamowy ma wywołać w nas stan gotowości do działania. Najczęściej ma zmierzać do zaspokojenia potrzeb (motywow). Potrzeba jest odczuwanym przez jednostkę stanem braku czegoś. Jest to stan napięcia, który na ogół znika po osiągnięciu celu. To właśnie potrzeby klienta stanowią punkt wyjścia zachowań konsumentów na rynku.

W przekazie marketingowym często sięga się również po obietnicę zaspokojenia potrzeb lub realizację wartości wyższych, na przykład dając czekoladki w ramach przeprosin, wzmacniasz przyjaźń, kupując samochód określonej marki, osiągasz wolność, kupując zabawki danego producenta, sprawisz, że dziecko będzie cię kochało.

Specjaliści marketingu stosują wykorzystują w kampaniach reklamowych różne zabiegi m.in.:

- *storytelling* – budowanie przekazu przez „ubieranie go” we wciągającą historię,
- oddziaływanie na wyobraźnię (na przykład przez sformułowania typu: „Wyobraź sobie...”),
- zaskoczenie, oryginalność kampanii, co umożliwia marce wyróżnienie się na tle wielu innych,
- wykorzystywanie i influencerów, którzy lokują lub wprost polecają produkty w swoich przekazach,
- budowanie relacji z marką (na przykład karty lojalnościowe, punkty),
- kreowanie wizerunku marki jako odpowiedzialnej społecznie – odwoływanie się do wartości takich jak dbałość o środowisko.

Źródła

bit.ly/2y1qYBy

bit.ly/3GXKEbC

bit.ly/3FeIKC9

G. Rosa, *Marketing przyszłości – od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016.

⁶ G. Rosa, *Marketing przyszłości – od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016.

Załącznik 3

Lista potrzeb według piramidy Abrahama Masłowa⁷

POTRZEBA SAMOREALIZACJI Potrzeba rozwijania siebie, swoich zdolności, talentów, zainteresowań, rozwoju duchowego, potwierdzenia własnej wartości.
POTRZEBY UZNANIA I SZACUNKU Szacunek dla samego siebie: pragnienie posiadania mocy, osiągnięć, doskonałości i kompetencji, zaufania do siebie oraz niezależności. Szacunek ze strony innych: pragnienie sławy, pozycji społecznej, dominacji, uwagi i godności.
POTRZEBA PRZYNALEŻNOŚCI Potrzeba posiadania przyjaciół i rodziny, potrzeba innych związków uczuciowych, potrzeba akceptacji, miłości, przynależności do grupy.
POTRZEBA BEZPIECZEŃSTWA Potrzeba pewności, stałości, zależności, ochrony, wolności od strachu, potrzeba struktury, zabezpieczenie przed przykrymi sytuacjami.
POTRZEBY FIZJOLOGICZNE Głód, sen, seks, pragnienie i inne popędy o charakterze somatycznym.

⁷ Na podstawie: A. Masłowa, *Motywacja i osobowość*, przeł. J. Radzicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Załącznik 4

Przykłady produktów i haseł reklamowych

Produkt	Przykłady haseł reklamowych
różne hobby	IKEA – Ty tu urządzisz
woda	Bądź sobą – wybierz Pepsi
mundury	Snickers, kiedy nagle poczujesz głód
samochody	Przygotuj się na sukces. Laboratorium sukcesu Gillette
meble	Program PLATINIUM to elitarna i kompleksowa usługa bankowa
karty kredytowe	Danio – najlepsza metoda na głoda
biżuteria	Pogodna jesień
sklepy	„Mój dom – moja twierdza”. Agencja ochrony
posiadłości	W trosce o pewną przyszłość
doświadczenia	Bezpieczeństwo dziecka jest warte fortunę, ale nie musi tyle kosztować
ubrania	Na relaksujący początek i koniec każdego dnia. Twoja oaza relaksu
kluby	Każda matka, która kocha swoje dziecko...
napoje	To, co proponujemy, cieszy się największą popularnością wśród klientów banków polskich
słodycze	Renault Megane – 8 cm więcej powodów do dumy
polisy ubezpieczeniowe	Bądź modny – bądź eko
systemy alarmowe	Wybieraj świadomie, bo nie ma planety B
zabezpieczenie emerytalne	Pij mleko! Będziesz wielki
zainteresowania	
przynależność do klubów	
ochrona	
podstawowe pokarmy	
lekarstwa	
obrazy	
podróże	

Załącznik 5

Marketingowe zastosowanie hierarchii potrzeb

Przykłady rozwiązań dla prowadzącego

Nazwa	Produkty, które zaspokajają potrzeby	Przykład haseł reklamowych sugerujących zaspokojenie potrzeby
potrzeba samorealizacji	hobby, podróże, doświadczenia, zainteresowania	Bądź sobą – wybierz Pepsi Przygotuj się na sukces. Laboratorium sukcesu Gillette Wybieraj świadomie, bo nie ma planety B Bądź modny – bądź eko IKEA – Ty tu urządzisz Pij mleko! Będziesz wielki
potrzeba uznania i szacunku	samochody, meble, obrazy, karty kredytowe, biżuteria, przynależność do klubów, sklepy, posiadłości	Renault Megane – 8 cm więcej powodów do dumy Program PLATINIUM to elitarna i kompleksowa usługa bankowa Bądź modny – bądź eko IKEA – Ty tu urządzisz
potrzeba przynależności	ubrania, mundury, kluby, napoje, słodczyce,	Każda matka, która kocha swoje dziecko... To, co proponujemy, cieszy się największą popularnością wśród klientów banków polskich
potrzeba bezpieczeństwa	polisy ubezpieczeniowe, systemy alarmowe, ochrona, zabezpieczenie emerytalne	Pogodna jesień „Mój dom – moja twierdza”. Agencja ochrony W trosce o pewną przyszłość Bezpieczeństwo dziecka jest warte fortunę, ale nie musi tyle kosztować Wybieraj mądrze, bo nie ma planety B
potrzeby fizjologiczne	podstawowe pokarmy, woda, lekarstwa, słodczyce	Snickers, kiedy nagle poczujesz głód Danio – najlepsza metoda na głoda Na relaksujący początek i koniec każdego dnia. Twoja oaza relaksu Pij mleko! Będziesz wielki

3./ Reklama a rzetelna informacja

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Greenwashing to – w najogólniejszym ujęciu – komunikacja marketingowa przedsiębiorstwa, która opiera się na fałszywych lub wprowadzających w błąd deklaracjach dotyczących zgodności produktu lub jego elementów z zasadami ochrony środowiska. *Greenwashing* jest również tłumaczony jako ekościema, zielone kłamstwo, ekologiczne wybielanie lub zielone mydlenie oczu. Jest to zjawisko polegające na wywoływaniu u klientów poszukujących towarów wytworzonych bezpiecznie dla środowiska wrażenia, że produkt lub firma, która go wytwarza, powstały i działają w zgodzie z naturą i ekologią. Innymi słowy, *greenwashing* to „mydlenie oczu konsumentom”, którzy mają kojarzyć markę z ekologią, chociaż firma tak naprawdę działa na szkodę środowiska naturalnego.

Greenwashing może dotyczyć każdej idei, która dzięki temu ma się wydać bardziej wartościowa.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • będą znać cele i wpływ reklamy na jej odbiorców, • będą rozumieć, na czym polega <i>greenwashing</i> i dlaczego ma negatywny wpływ na środowisko, • zbadają, na czym polega brak rzetelności w reklamach dotyczących usług i produktów, • będą zauważać różnicę między treściami przekazywanymi w reklamach a rzeczywistą informacją o usługach i produktach.
Przebieg zajęć	• Dyskusja na temat haseł nawiązujących do ekologiczności produktów. • Zapoznanie uczestników z pojęciem <i>greenwashingu</i>. • Grupowe badanie, służące ustaleniu, na czym polega nierzetelność informacji stosowanych w przekazie reklamowym. • Zapoznanie uczestników ze sposobami budowania nierzetelnego przekazu. • Pokazanie uczestnikom przykładu budowania rzetelnego przekazu marketingowego. • Podsumowanie i zadanie pracy domowej.
Materiały dydaktyczne	• papier A4, arkusze typu <i>flipchart</i>, flamastry, • „grzechy <i>greenwashingu</i>” wypisane na osobnych kartkach lub paskach papieru, • magnesy, • worek do losowania haseł reklamowych, • wydrukowane i pocięte teksty z załączników, • pytania zapisane na arkuszu typu <i>flipchart</i> lub tablicy.
Czas trwania	45 minut
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Zainteresowanie tematem: zapisz na tablicy lub arkuszu typu <i>flipchart</i> hasło „<i>greenwashing</i>”, przygotuj wydruk definicji (załącznik 3). • Rozwinięcie tematu: wydrukuj hasła reklamowe (załącznik 1) i przygotuj worek, z którego grupy mogą je losować, wydrukuj załącznik 2, przygotuj hasła z „grzechami <i>greenwashingu</i>”, na przykład zapisując każde hasło na osobnej kartce lub tworząc plakat. • Odniesienie do własnych odczuć, dyskusja: przygotuj wydruk kampanii reklamowej marki odzieżowej (załącznik 3).

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Zapytaj uczestników, czy spotkali się kiedyś z produktem, który był oznaczony napisami: „eko”, „bio”, „zero waste”, „100% naturalny”, „biodegradowalny”? Na jakiego rodzaju produktach czy w ramach jakich usług najczęściej spotykają tego typu deklaracje? Skomentuj, że takich produktów z roku na rok przybywa, ponieważ bycie „eko” staje się na swój sposób „modne”. Coraz częściej przy zakupie produktu kierujemy się nie tylko jego ceną i jakością, ale także jego wpływem na środowisko.

2. Zaprezentuj uczestnikom słowo „*greenwashing*” (zapisane na tablicy lub arkuszu typu *flipchart*). Zapytaj, jak sądzą, co oznacza to pojęcie? Z czym im się to słowo kojarzy? Przeprowadźcie krótką burzę mózgów, zapisz skojarzenia. Skomentuj, że, niestety, wiele firm wykorzystuje naszą chęć dbałości o środowisko – wpływa na nasze emocje, aby zarabiać na dobrych intencjach zakupu ekologicznej wersji produktu, i po prostu zataja przed nami prawdę lub udziela nierzetelnych informacji. Dodaj, że reklama tym na ogół różni się od rzetelnych informacji, że ma podkreślać mocne strony reklamowanego produktu, podczas gdy inne aspekty bywają przemilczane. Jej podstawowym i najważniejszym wyznacznikiem jest sprzedaż.

3. Przekaż jednej osobie wydruk z wyjaśnieniem pojęcia *greenwashingu* do głośnego odczytania. Zapytaj uczestników, jak teraz rozumieją to pojęcie. Jak to się ma do ich początkowych skojarzeń.

Greenwashing to – w najogólniejszym ujęciu – komunikacja marketingowa przedsiębiorstwa, która opiera się na fałszywych lub wprowadzających w błąd deklaracjach dotyczących zgodności produktu lub jego elementów z zasadami ochrony środowiska⁸.

Greenwashing jest również tłumaczony jako ekościema, zielone kłamstwo, ekologiczne wybielanie lub zielone mydlenie oczu. Jest to zjawisko polegające na wywoływaniu u klientów poszukujących towarów wytworzonych bezpiecznie dla środowiska wrażenia, że produkt lub firma, która go wytwarza, powstały i działają w zgodzie z naturą i ekologią. Innymi słowy, *greenwashing* to „mydlenie oczu konsumentom”, którzy mają kojarzyć markę z ekologią, chociaż firma tak naprawdę działa na szkodę środowiska naturalnego. *Greenwashing* może dotyczyć każdej idei, która dzięki temu ma się wydać bardziej wartościowa⁹.

4. Wprowadź uczestników w kolejną część zajęć, mówiąc, że wykorzystanie w działaniach marketingowych szeroko rozumianej argumentacji proekologicznej stało się normą. W jaki sposób możemy się uwrażliwiać na uproszczenia i *fake news* dotyczące klimatu?

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Poproś uczestników, aby utworzyli cztery grupy (w wypadku większej liczby osób można utworzyć analogicznie więcej grup). Każda grupa losuje (na przykład po dwa) hasła reklamowe różnych produktów lub usług (załącznik 1).

2. Pokaż uczestnikom kilka pytań zapisanych na arkuszu typu *flipchart* lub na tablicy.

- Jak według was wygląda reklama (opakowanie) takiego produktu? Czym się charakteryzuje? Jakie może mieć charakterystyczne elementy? Uczestnicy mogą się pokusić o wykonanie prostego projektu opakowania lub reklamy.
- Co można wywnioskować o produkcie lub usłudze?

⁸ bit.ly/3FieW7p

⁹ bit.ly/3VNr8ml

- Skąd mamy pewność, że deklaracja zawarta w haśle jest prawdziwa?
- Co wzbudza waszą podejrzliwość?
- Czego nie wiemy? Co warto byłoby sprawdzić?

Uczestnicy przechodzą do pracy grupowej – odczytują przydzielone im hasła, a następnie przeprowadzają dyskusję w celu znalezienia odpowiedzi na zadane pytania.

3. Przedstawiciele poszczególnych grup prezentują rezultaty swoich przemyśleń.

4. Rozdaj uczestnikom w poszczególnych grupach przykłady przekłamań pasujące do ich haseł reklamowych (załącznik 2). Poproś o zapoznanie się z nimi, a następnie podzielenie się informacjami na forum.

5. Następnie zadaj uczestnikom pytania:

- Jakie sposoby stosują firmy, aby przekonać nas o ekologiczności produktu lub wizerunku całej firmy?
- Na czym polega nierzetelność przekazu reklamowego?

Uczestnicy przeprowadzają w grupach wspólną burzę mózgów, zapisując wnioski. Następnie grupy prezentują swoje zapiski (przyklej je później w widocznym miejscu). W podsumowaniu przedstaw uczestnikom miniwykład (możesz przygotować hasła i przymocować je magnesami do tablicy).

Jak podaje raport firmy TerraChoice z 2010 roku, istnieje siedem grzechów głównych *greenwashingu*¹⁰.

1. Ukrywanie niekorzystnych cech

Firma może pomijać pewne informacje, których ujawnienie mogłoby nadwyreżyć „ekologiczny” charakter produktu, na przykład pralnia chemiczna nazywana jest pralnią ekologiczną. Firma może również zniekształcać rzeczywisty wpływ produktu na środowisko, na przykład informuje, że opakowanie jest wyprodukowane z tworzywa ulegającego biodegradacji, nie wspominając jednak, jak duży ślad ekologiczny zostawia wyprodukowanie samego produktu lub właśnie tego opakowania.

2. Brak dowodu

Firma nie ma dostępnych informacji o ekologiczności produktu ani żadnych wiarygodnych certyfikatów (na przykład produkty oznaczone „*certified organic*”, który nie jest wiarygodnym certyfikatem).

3. Brak precyzji

Opisy produktów są nieszczegółowe lub niesprecyzowane, mogą być źle zrozumiane przez konsumenta (na przykład określenia „eko”, „zielony”). Przykładem może być również produkt „naturalny” – wiele substancji, które występują naturalnie w przyrodzie, może być przecież szkodliwych, choćby arsen, uran czy rtęć. Na etykietach można znaleźć niejasności w opisie produktu, na przykład twierdzenie, że „produkt jest przyjazny Ziemi”.

4. Brak związku

Podkreślanie, że produkt nie zawiera jakiegoś składnika, podczas gdy jego używanie zostało zakazane dawno temu.

5. Mniejsze zło

Firma podkreśla „mniejsze zło” używania jej produktów, na przykład ekologiczne papierosy czy przyjazne dla środowiska pestycydy.

6. Białe kłamstwo

Firma nielegalnie i bezpodstawnie używa ekoznaków i certyfikatów.

7. Fałszywa etykieta

Firmy umieszczają na swoich produktach fałszywe, ekopodobne etykiety albo grafiki i teksty, które sugerują, że pochodzenie produktów zostało potwierdzone przez niezależną organizację ekologiczną (często nieistniejącą).

¹⁰ bit.ly/3VqRnPs; bit.ly/3ORsIRC

Do tego zestawienia można dodać jeszcze inne elementy, na przykład podkreślanie ekologiczności zielonym kolorem, umieszczanie na opakowaniach grafik, takich jak liście czy kwiaty wydobywające się z rury wydechowej samochodu¹¹.

6. Podkreśl fakt, że celem stosowania wieloznacznej i nierzetelnej informacji w reklamie jest maksymalizacja efektu oddziaływania reklamy (zysku), chęć przyciągnięcia klientów, sprzedaż oferowanego towaru, wzrost konkurencyjności rynkowej.

7. Zapytaj uczestników, dlaczego *greenwashing* jest niebezpieczny dla środowiska? Jakie skutki wywołuje w nas, konsumentach? Podsumuj dyskusję, mówiąc, że niebezpieczeństwo *greenwashingu* polega na tym, że:

- propaguje jako ekologiczne usługi i produkty na to niezasługujące,
- daje klientowi kupującemu produkt „ekologiczny” poczucie zadowolenia i zaangażowania w ochronę środowiska,
- przereklamowanie i nieprawdziwość wielu kampanii promocyjnych wzmacnia społeczne poczucie nieufności i obojętności wobec produktów i przedsiębiorstw podejmujących rzeczywiste wysiłki środowiskowe¹².

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Na tropie dobrych praktyk – czy można działać inaczej? Poproś dowolnego uczestnika o odczytanie przekazu reklamowego jednej z marek odzieżowych:

Nie jesteśmy zieloną firmą, ponieważ nasze produkty wykorzystują materiały z przetwarzania paliw kopalnych. Mając to na względzie, nasza marka stara się zrewanżować środowisku, wspierając oddolne ruchy proekologiczne, finansując zrównoważone rolnictwo i przede wszystkim prowadząc badania nad nowymi materiałami, które pozwoliłyby na odcięcie się od paliw kopalnych¹³.

2. Zapytaj uczestników:

- Co czują, słysząc takie słowa?
- Co sądzą o takim przekazie reklamowym?
- Czy kupiliby produkty tej marki?
- Czy spotykają na co dzień tego typu przekazy?
- Dlaczego firma zdecydowała się na taką szczerość?

Zachęć do krótkiej dyskusji.

3. Podsumuj dyskusję, mówiąc, że w dużym stopniu to dzięki temu, że konsumenci dokonują bardziej świadomych wyborów i zwracają uwagę na uczciwość producentów, coraz więcej firm rzeczywiście zmienia swoje działanie w kierunku realnego zmniejszania śladu węglowego lub redukcji go do zera.

4. Porozmawiaj teraz o tym, że przeprowadzane właśnie zajęcia mogą wywołać pewne zakłopotanie. Czy bycie „eko” lub żywność „bio” mają jedynie wpływ społeczny? Co to znaczy żyć „eko?”. Spróbuj przeprowadzić uczestników raz jeszcze przez następujący tok myślenia:

- sprawdzaj informacje,
- dokonuj wyboru zakupów z bliskiego otoczenia, nie z daleka,

¹¹ bit.ly/3VzmoAy

¹² bit.ly/3EUBJov

¹³ bit.ly/3EXBAAP

- pomyśl, jak możesz zredukować koszty produkcji, czego możesz powtórnie użyć, co możesz naprawić?

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

Zapytaj uczestników, czy potrafią wskazać przykłady komunikatów, które mogą wskazywać na brak rzetelności informacyjnej. Możesz polecić któreś z rzetelnych źródeł wiedzy czy informacji poszerzających wiedzę, na przykład *Klimatyczne ABC* wydane przez Uniwersytet Warszawski.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

W ramach pracy domowej poproś o poszukanie produktów, usług, rzetelnych przekazów reklamowych, infrastruktury bądź urzędzeń, które wzbudzają zaufanie uczestników lub wobec których mają oni przeczucie, że mogą rzeczywiście wspierać środowisko, dbają o zrównoważony rozwój.

Źródła

bit.ly/3EUBJov

bit.ly/3EXBAAP

bit.ly/3VqRnPs

bit.ly/3ORsIRC

bit.ly/3VzmoAy

bit.ly/3VNr8ml

M. Budziszewska, A. Kardas, Z. Bohdanowicz (red.), *Klimatyczne ABC*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2021.

Materiały pomocnicze do zajęć: Reklama a rzetelna informacja

Załącznik 1

Hasła reklamowe produktów lub usług do analizy (inspirowane prawdziwymi przykładami)

1. Nasza linia lotnicza zużywa o 22% mniej paliwa niż pozostałe. Lataj ekologicznie!
2. Bądź eko – ogrzewaj dom ekogroszkiem.
3. Pasta z awokado Green World – żyj zdrowo, dbaj o planetę.
4. Kupuj warzywa bio z ekologicznie czystych regionów.
5. Ekobazar – kupuj u nas, wybieraj świadomie. Tylko najlepsze produkty!
6. Śpij spokojnie, Twoja planeta jest bezpieczna. Kupuj materace organiczne z certyfikatem Zielona Tarcza.
7. Szampon 100% Organic – włosy piękne z natury.
8. Zielona metka – kupuj ubrania świadomie, bądź *ecofriendly*.

Załącznik 2

Przykłady ekologicznych przekłamań w wymienionych wyżej kategoriach produktów

1. Samolot to najmniej ekologiczny środek transportu. Jedna z linii lotniczych, która twierdziła, że jej samoloty na tych samych trasach co konkurencja emitują o 22% mniej dwutlenku węgla, nie wspomniała, że chodzi o 22% mniej na pasażera, bo po prostu upycha ich do jednego samolotu więcej niż konkurencja. Cała maszyna emitowała tyle samo dwutlenku węgla co samoloty innych linii (źródło i rozwinięcie tematu: bit.ly/3XMKWYF)

2. Ekogroszek w porównaniu ze zwykłym węglem wrzucanym do pieca ma mniejszą zawartość siarki i w wyniku jego spalania w specjalnych piecach jest emitowanych mniej zanieczyszczeń. Mimo wszystko nazwa „ekogroszek” jest świadomym wprowadzaniem w błąd konsumentów. Produkt jest często reklamowany jako przyjazny środowisku. Tymczasem ekogroszek to wciąż po prostu węgiel, czyli paliwo kopalne. Emisje pyłów zawieszonych i benzopirenu, które powstają podczas spalania węgla w domowych piecach, powodują liczne choroby, a także przedwczesne zgony (źródło i rozwinięcie tematu: bit.ly/3OQxFu8)

3. Awokado, mimo swoich zdrowotnych właściwości, trudno zaliczyć do ekologicznych owoców. Uprawy awokado są odpowiedzialne za 30–40% rocznej utraty terenów leśnych w Meksyku. Do uprawy awokado używa się również pestycydów, w dodatku potrzebna jest ogromna ilość wody – aby wyhodować pół kilograma awokado, czyli około trzech dużych sztuk owocu, potrzeba aż 272 litry wody. Do tego musimy również doliczyć ekologiczne koszty przetransportowania owocu do naszych sklepów z odległych miejsc (źródło i rozwinięcie tematu: <https://bit.ly/3EPiVae>).

4. Produkt oznakowany określeniami „bio”, „eko” i „organic” oznacza, że powinien zawierać co najmniej 95% składników ekologicznych niemodyfikowanych genetycznie, uprawianych bez sztucznych nawozów oraz z zastosowaniem ograniczonej liczby substancji dodatkowych. Sprzedawca powinien mieć aktualny certyfikat, wydany przez upoważnioną jednostkę certyfikującą. Produkty pochodzące z rolnictwa ekologicznego możemy rozpoznać po logo produkcji ekologicznej, które obowiązuje w całej Unii Europejskiej (tzw. eurolis z dwunastu gwiazd). Oprócz logo każdy produkt musi być oznaczony numerem jednostki certyfikującej (w Polsce działa ich jedenaście) oraz informacją o miejscu uprawy surowców rolnych. Certyfikat świadczy o tym, że na wszystkich etapach wytwarzania produktu zastosowane zostały ekologiczne metody produkcji. Potwierdza on, że dany produkt spełnia unijne normy dotyczące produkcji ekologicznej. Zwróćmy również uwagę na to, że nawet tego typu produkty bardzo często są zapakowane w sposób nieprzyjazny środowisku, na przykład w plastik (źródło i rozwinięcie tematu: bit.ly/3OWr55u).

5. Ekobazary, sklepy ekologiczne lub sklepy ze zdrową żywnością nie zawsze oferują żywność ekologiczną. Określenia te są wykorzystywane do celów marketingowych i nie przesądzają o tym, że w tych miejscach oferowana jest wyłącznie żywność ekologiczna. Weryfikuj miejsca dokonywania zakupów.

6. Hasło to jest przykładem reklamy jednego z amerykańskich producentów materaców dziecięcych. Firma utrzymywała, że jej produkty są organiczne, przyjazne środowisku i wyprodukowane z użyciem materiałów roślinnych. Do tego chwaliła się faktem przyznania Zielonej Tarczy (którą tak naprawdę sama wymyśliła). Amerykańska Federalna Komisja Handlu zakazała stosowania powyższych praktyk, które wprowadzały klientów w błąd (źródło i rozwinięcie tematu: bit.ly/3EXBAAP).

7. Producent jednego z szamponów regularnie powtarzał, że jego produkt jest naturalny. Jednak określenie „organiczny” czy „naturalny” nie musi oznaczać, że coś jest przyjazne środowisku i wyprodukowane etycznie. The Huffington Post przyjrzał się składowi jednego z szamponów. Zaledwie jeden z osiemnastu składników produktu reklamowanego jako „organiczny” miał certyfikat świadczący o organiczności (źródło i rozwinięcie tematu: bit.ly/3EXBAAP).

8. Wiele znanych marek odzieżowych kreuje swój wizerunek jako producentów przyjaznych środowisku. W pogoni za trendami co chwila wprowadzają innowacje, które nakręcają konsumpcję i generują jeszcze więcej odpadków. Jedna z firm odzieżowych do produkcji kolekcji „przyjaznej środowisku” wykorzystywała przetworzone liście ananasowe. Do ich przetwarzania potrzebne były ogromne ilości energii pochodzącej z nieodnawialnych źródeł (źródło i rozwinięcie tematu: bit.ly/3EXBAAP).

Załącznik 3

Teksty do odczytania przez uczestników

Definicja *greenwashingu*

Greenwashing to – w najogólniejszym ujęciu – komunikacja marketingowa przedsiębiorstwa, która opiera się na fałszywych lub wprowadzających w błąd deklaracjach dotyczących zgodności produktu lub jego elementów z zasadami ochrony środowiska. *Greenwashing* jest również tłumaczony jako ekościema, zielone kłamstwo, ekologiczne wybielanie lub zielone mydlenie oczu. Jest to zjawisko polegające na wywoływaniu u klientów poszukujących towarów wytworzonych bezpiecznie dla środowiska wrażenia, że produkt lub firma, która go wytwarza, powstały i działają w zgodzie z naturą i ekologią. Innymi słowy, *greenwashing* to „mydlenie oczu konsumentom”, którzy mają kojarzyć markę z ekologią, chociaż firma tak naprawdę działa na szkodę środowiska naturalnego.

Greenwashing może dotyczyć każdej idei, która dzięki temu ma się wydać bardziej wartościowa.

Przekaz reklamowy jednej z marek odzieżowych

Nie jesteśmy zieloną firmą, ponieważ nasze produkty wykorzystują materiały z przetwarzania paliw kopalnych. Mając to na względzie, nasza marka stara się zrewanżować środowisku, wspierając oddolne ruchy proekologiczne, finansując zrównoważone rolnictwo i przede wszystkim prowadząc badania nad nowymi materiałami, które pozwoliłyby na odcięcie się od paliw kopalnych.

4./ Zaufanie do siebie i innych

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Zaufanie to przekonanie, że jakiejś osobie lub instytucji można zaufać, a mówiąc prościej – że czyjeś słowa czy informacje uznajemy za prawdziwe. Zaufanie to także wiara, że my sami lub inne osoby mamy jakieś umiejętności i potrafimy je odpowiednio wykorzystać. Ufać to wierzyć w pozytywne skutki czegoś, a nie byłoby to możliwe bez zbudowania poczucia bezpieczeństwa.

W życiu są zarówno sytuacje, w których musimy lub chcemy komuś zaufać, jak i sytuacje, w których wierzymy we własne siły i chcemy zaufać przede wszystkim samym sobie. Zaufanie do siebie i innych jest częścią naszego życia. Wpływa na nasze nastawienie do siebie i innych osób. Zaufanie jest czymś, co rozwija się w trakcie naszych kontaktów z otaczającymi nas ludźmi. Jeśli ludzie okazują nam zaufanie, nasze zaufanie do samych siebie wzrasta. Jeśli to my okazujemy zaufanie innym, wzrasta ich zaufanie do samych siebie.

Ufając we własne zasoby, umiejętności i sprawczość, jak również darząc podobnym zaufaniem innych, mamy poczucie, że nasza aktywność ma wpływ i znaczenie. Dzięki wierze w swoje mocne strony i wsparciu otoczenia możemy aktywnie działać i zmieniać otaczający nas świat. Ziemia również ma swoje zasoby, dostępne dla nas wszystkich. Nadmierna i nieracjonalna ich eksploatacja może doprowadzić do ich wyczerpania. Ufając we wpływ swój i innych, których wartością jest troska o przyrodę, jesteśmy w stanie zadbać o zasoby naszej planety i działać na rzecz naszego wspólnego dobra.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • uświadamiają sobie, czym jest zaufanie do siebie i innych, • rozumieją zależności między zaufaniem do siebie i innych, • rozpoznają sposoby budowania zaufania do siebie i innych, • potrafią określić swoje mocne strony i zasoby, • rozwijają umiejętność krytycznego myślenia w zakresie ekologii, • rozumieją rolę wzajemnego zaufania i postaw kooperatywnych w zakresie dbania o wspólne zasoby przyrodnicze.
Przebieg zajęć	• Zabawa dydaktyczna pokazująca sytuację, w której ktoś musi zaufać drugiej osobie, żeby dotrzeć do celu. • Dyskusja o uwarunkowaniach zaufania do innych ludzi. • Rozpoznawanie przejawów zaufania do siebie i zaufania do innych osób w sytuacjach, w których odnosimy sukces, oraz w sytuacjach, w których nam się nie udaje. • Ćwiczenie ruchowe odnoszące się do mocnych stron i zasobów. • Dyskusja o powodach zaufania do innych osób i sposobach okazywania tego zaufania. • Film i dyskusja na temat postaw egoistycznych <i>versus</i> kooperatywnych względem korzystania ze wspólnych zasobów planety. • Praca domowa: sporządzenie listy godnych zaufania osób, instytucji, miejsc, inicjatyw w najbliższej okolicy, które działają na rzecz ochrony środowiska.
Czas trwania	45 minut
Materiały dydaktyczne	• arkusze papieru typu <i>flipchart</i>, tablica, kreda, markery, • tablica interaktywna lub projektor, • czyste kartki papieru formatu A4, kredki, długopisy lub markery, • opaska na oczy, • materiały pomocnicze do powielenia: karta „Sukces i porażka”, karta podsumowująca zajęcia.

Zadania do wykonania przed zajęciami	• Rozwinięcie tematu: przygotuj arkusz papieru typu <i>flipchart</i> i podziel go na trzy części. Pierwszą kolumnę zatytułuj: <i>Cechy sprzyjające zaufaniu</i>, drugą: <i>Co robisz, gdy komuś ufasz?</i>, trzecią: <i>Wzmacnianie zaufania do innych</i>. • Rozwinięcie tematu: wydrukuj karty pracy „Sukces i porażka” (załącznik 1) dla każdego uczestnika. • Sprawdzanie efektów: pobierz film <i>Tragedia wspólnego pastwiska</i> lub zadбай, aby sprzęt w sali miał dostęp do sieci. • Sprawdzenie efektów: przygotuj kopie karty podsumowującej zajęcia dla każdego uczestnika (załącznik 2).
--	--

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Zapowiedz uczestnikom, że tematem zajęć będzie zaufanie. Podkreśl, że będziecie rozmawiać o zaufaniu do siebie i do innych oraz o jej znaczeniu dla działań ekologicznych. Zanim jednak zaczniecie zajmować się tym tematem, zaproponuj uczestnikom ćwiczenie-zabawę.
2. Poproś, aby uczestnicy dobrali się w pary, najlepiej w takie, w których się najmniej znają.
3. Ich zadaniem będzie najpierw pomyślenie o rzeczy, która jest dla nich ważna, a o której nie wszyscy wiedzą.
4. Poproś, żeby się zastanowili, czy są w stanie zaufać osobie z pary, która przed nimi stoi, i opowiedzieć jej o tej sytuacji. Nie muszą tego robić! Ważne jest, żeby odpowiedzieli sobie na to pytanie.
5. Poproś, żeby osoby w parach porozmawiały o tym:
 - jakie jest zaufanie między nimi, co je buduje,
 - czego ewentualnie brakuje,
 - komu mogą ufać,
 - kto może im zaufać.
6. Jeżeli uczestnicy w parach są gotowi, mogą sobie krótko opowiedzieć o sytuacji, która im przyszła na myśl, ale nie jest to konieczne (zadbaj o bezpieczeństwo uczestników).
7. Poprowadź dyskusję na forum:
 - Jak się czujecie po wykonywaniu tego ćwiczenia?
 - Jak zmieniło się zaufanie do osoby, z którą rozmawialiście, co na to wpływało?
 - W jakim stopniu byliście w stanie jej zaufać, co na to wpływa.
8. Wyjaśnij:

Czasem jest tak, że musimy komuś zaufać, na przykład podczas pobytu w szpitalu. Są także chwile, gdy chcemy komuś zaufać, na przykład podczas nauki pływania lub w trudnej dla nas sytuacji, kiedy potrzebujemy wsparcia. Są jednak i takie okoliczności, w których wierzymy we własne siły i chcemy zaufać przede wszystkim samym sobie. Zaufanie do siebie i innych jest częścią naszego życia. Wpływa na nasze nastawienie do własnej osoby i innych osób. Podczas tego spotkania przyjrzymy się naszemu zaufaniu do siebie i innych. Poznamy także sposoby wzmacniania zaufania do siebie i ludzi wokół nas.
9. Burza mózgów. Zapytaj uczestników, co dla nich oznacza zaufanie. Zapisz odpowiedzi na arkuszu typu *flipchart*.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Rozdaj wszystkim uczestnikom kartę pracy (załącznik 1) i długopis.
2. Poproś, aby uczestnicy zapoznali się z instrukcją na karcie „Sukces i porażka”. Ich zadaniem jest krótko opisać sytuację, w której odnieśli sukces, oraz sytuację, którą uważają za swoją porażkę – coś, co im się nie udało lub było dla nich trudne.

(Uwaga: jeśli któryś z uczestników ma trudność z odnalezieniem takich sytuacji w swoim życiu, zaproponuj, by opisał sytuację wyobrażoną, ale wynikającą z tego, czego w życiu chce, o czym marzy lub co jest dla niego ważne).

3. Poproś uczestników, żeby w rubryce ZASOBY wymienili wszystko to, co pomogło im osiągnąć sukces. (Uwaga: uczestnikom, którzy opisywali sytuacje wyobrażone, powiedz, by wymienili wszystko to, co mogłoby im pomóc w osiągnięciu tego sukcesu).

4. Poproś uczestników, aby w skali od 1 (najniższa ocena) do 15 (najwyższa ocena) ocenili, w jakim stopniu w obu sytuacjach zaufali sobie, a w jakim innym osobom z ich otoczenia. Oto przykład:

Wygranie zawodów	Zerwanie z dziewczyną/chłopakiem
zaufanie do siebie = 8 zaufanie do innych = 3	zaufanie do siebie = 3 zaufanie do innych = 1

5. Poproś uczestników, aby odpowiedzieli na pytania:

- Kiedy inni mogą ci zaufać?
- Jak zachowujesz się wobec osoby, której ufasz?
- Co możecie zrobić, żeby zaufanie innych osób do was się zwiększało?

6. Na przygotowanym wcześniej dużym arkuszu papieru zapisz w odpowiednich kolumnach odpowiedzi uczestników na zadane pytania. Dodaj do nich poniższe punkty, jeśli nie zostały wymienione przez uczestników:

Łatwiej ci zaufać, gdy:	Gdy ufasz drugiej osobie:	Co możesz zrobić, aby zaufanie innych osób do ciebie się zwiększało?
• jesteś szczery, mówisz prawdę, • dochowujesz tajemnic i sekretów, • dotrzymujesz danego słowa, obietnic, • jesteś odpowiedzialny, • szanujesz własność innych, • troszczysz się o innych, • szanujesz inne osoby, • jesteś życzliwy.	• mówisz jej o swoich prywatnych sprawach, • wyjawiasz jej swoje sekrety i tajemnice, • pytasz ją o radę, • powierzasz jej rzeczy, które mają dla ciebie dużą wartość, • prosisz ją o pomoc w wykonaniu czegoś, • prosisz ją o pomoc w nauczaniu się czegoś, • chcesz z nią współpracować.	• okazuj zaufanie ludziom wokół, • doceniaj wysiłek, jaki wkładają w zrobienie czegoś, • mów im, że robią coś dobrego dla innych ludzi, gdy to widzisz, • mów im, co pozytywnego w nich zauważasz.

7. Zadaj uczestnikom zajęć następujące pytania i przedyskutuj z nimi odpowiedzi:

- Dlaczego warto ufać sobie?
- Co powoduje, że wasze zaufanie do samych siebie rośnie?

8. Zrób podsumowanie ćwiczenia w formie krótkiej pogadanki:

Zaufanie do siebie samego przejawia się w wierze w siebie samego, w poczuciu, że masz siły, by podjąć się jakiejś czynności lub jakiegoś zadania, poradzić sobie z jakąś sytuacją. Wiąże się z poczuciem własnej wartości. Jeśli ufasz sobie samemu, to wiesz także, że możesz na sobie polegać, potrafisz przewidzieć, jak w danej sytuacji postąpisz. Możesz zwiększać zaufanie do siebie dzięki temu, że:

- robisz nowe rzeczy,
- wiesz, co w sobie lubisz,
- dostrzegasz swoje zalety i umiejętności,
- wykorzystujesz swoje umiejętności, żeby poradzić sobie w danej sytuacji,

- zauważasz sytuacje, w których sobie poradziłeś (od smażenia naleśników do zdania egzaminu),
- wierzysz w swoje szczęście,
- doceniasz swój wysiłek mimo niezadowalającego efektu, jeśli wiesz, że w to, co robiłeś, włożyłeś wszystkie swoje siły,
- zauważasz, że ludzie wokół ci ufają.

Zaufanie jest czymś, co rozwija się w trakcie naszych kontaktów z ludźmi wokół nas. Jeśli ludzie okazują nam zaufanie, nasze zaufanie do samych siebie rośnie. Jeśli to my okazujemy zaufanie innym, rośnie ich zaufanie do samych siebie.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Poinformuj uczestników, że teraz zrobicie znowu coś, co będzie wymagało aktywności fizycznej. Zapytaj czy jest jakiś ochotnik, który rozpocznie ćwiczenie.

2. Pozostałe osoby ustawiają krzesła w okręgu, a ochotnik staje na środku. Zadaniem ochotnika jest dowolne dokończenie zdania: „Kto tak jak ja umie...”. Osoby, które także to umieją, wstają i szybko zamieniają się miejscami. Osoba, która nie zdąży zająć wolnego krzesła, staje na środku i kontynuuje „Kto tak jak ja umie...”.

3. Jeśli zaobserwujesz, że w grupie brakuje pomysłu, zmodyfikuj polecenie na:

- Kto tak jak ja jest... (podaje cechę charakteru)
- Kto tak jak ja lubi w sobie...
- Kto tak jak ja w trosce o środowisko...
- Kto tak jak ja interesuje się...
- Kto tak jak ja potrafi...

4. Po zakończeniu zabawy dodaj krótki komentarz nawiązujący do poprzedniego ćwiczenia, że sposobem budowania zaufania do siebie jest także świadomość własnych umiejętności i mocnych stron.

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Wyświetl na projektorze lub tablicy multimedialnej krótki film *Tragedia wspólnego pastwiska* (bit.ly/3OXjfbM).

2. Poproś uczestników, aby podzieli się wrażeniami i refleksjami na temat filmu.

3. Zaproś uczestników do dyskusji na temat roli zaufania do siebie i innych z punktu widzenia dbałości o wspólne zasoby planety. Zapytaj:

- Czy dostrzegają związek między omawianym dylematem wspólnego pastwiska a współczesnymi problemami ekologicznymi?
- Jakie sami mogą podjąć działania, aby przeciwdziałać wyczerpywaniu zasobów naturalnych?
- Jakie są plusy i minusy działań na rzecz własnego interesów, a jakie na rzecz wspólnego/lokalnego dobra?
- Czy znają instytucje którym warto ufać? Jakie to instytucje?
- Jakie znają instytucje, które wspierają ochronę środowiska i zrównoważony rozwój. Na czym opiera się to zaufanie. Co te organizacje robią, że są godne zaufania.

4. Poproś o wskazanie konkretnych sytuacji w życiu, gdy od wspólnego zaufania i polegania na innych będą zależały pozytywne rezultaty. Od czego zależy powodzenie tego typu działań?

Można tutaj wskazać na przykład szczepienia, parkowanie, palenie śmieci, wymianę pieców, katalizatory w samochodzie, pracę projektową. Jest to trudny temat, nie ma bowiem jednoznacznej odpowiedzi. Można powiedzieć o kontroli, karach, edukacji, odpowiedzialności wzajemnej. Ale wszystko zaczyna się od osobistego zaufania, że tak jak ja zrobię, uczynią być może inni. Przy braku zaufania spada motywacja, żeby samodzielnie podjąć dane wyzwanie. Można omówić badania Centrum Badania Opinii Społecznej o zaufaniu Polaków.

Sugestia: wyjaśnij, że zasoby Ziemi są wspólne dla wszystkich, jednak kierując się egoistycznymi interesami, działamy tak naprawdę nie tylko na niekorzyść innych, ale także na swoją. W perspektywie długoterminowej zasobów Ziemi może zabraknąć i dla nas. Problem ten nazywamy „dylematem wspólnego pastwiska” lub „dylematem więźnia”

5. Podyskutujcie o tym, co w takim razie można (warto) robić, jeśli czasami mamy wątpliwości, czy można innym ufać, lub jeśli ufamy sobie, a innym nie.

Jeśli chodzi o działania na rzecz środowiska naturalnego, to warto wzmacniać swoje zaufanie, dbać o zbieranie informacji, wiedzy, utrzymywać dobre postawy. Organizacje czy instytucje możemy sprawdzać, zbierać informacje o nich, oceniać ich działania. Dużą wartość ma samo informowanie o dobrych działaniach, praktykach i upowszechnianie dobrych nawyków czy postaw.

6. Rozdaj uczestnikom kartę podsumowującą zajęcia.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

Poproś uczestników, żeby przy użyciu Internetu/mediów społecznościowych czy informacji od osób z najbliższego otoczenia przygotowali wykaz osób, instytucji, miejsc, inicjatyw, akcji społecznych w swojej miejscowości, które działają na rzecz ochrony środowiska. Ważne, by były to miejsca niebudzące wątpliwości co do swojej działalności.

Sugestia: jako przykłady podaj: zbiórki makulatury, skup książek (stacjonarny lub *online*: skupszop.pl), miejsca zbiórek elektrośmieci (często w hipermarketach), wtórne wykorzystywanie ubrań (oddawanie organizacjom pozarządowym, sprzedaż w second-handach lub na vinted.pl), dofinansowania gmin do komunikacji miejskiej, akcje sklepów wielkopowierzchniowych.

Źródła

M. Budziszewska, A. Kardaś, Z. Bohdanowicz, *Klimatyczne ABC*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2021.

P. Nogal, *Dylemat więźnia jako przykład wykorzystania teorii gier*, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2012.
Zaufanie społeczne 2022. Komunikat z badań, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2022.

Załącznik 2

Karta podsumowująca zajęcia

Czasem jest tak, że musimy komuś zaufać, na przykład podczas pobytu w szpitalu. Są także chwile, gdy chcemy komuś zaufać, na przykład podczas nauki pływania lub w trudnej dla nas sytuacji, kiedy potrzebujemy wsparcia. Są jednak i takie okoliczności, w których wierzymy we własne siły i chcemy zaufać przede wszystkim samemu sobie. Zaufanie do siebie i innych jest częścią naszego życia. Wpływa na nasze nastawienie do własnej osoby i innych osób.

Zaufanie jest czymś, co rozwija się w trakcie naszych kontaktów z ludźmi wokół nas. Jeśli ludzie okazują nam zaufanie, nasze zaufanie do samych siebie rośnie. Jeśli to my okazujemy zaufanie innym, rośnie ich zaufanie do samych siebie.

Łatwiej ci zaufać, gdy:	Gdy ufasz drugiej osobie:	Co możesz zrobić, aby zaufanie innych osób do ciebie się zwiększało?
• jesteś szczery, mówisz prawdę, • dobowujesz tajemnic i sekretów, • dotrzymujesz danego słowa, obietnic, • jesteś odpowiedzialny, • szanujesz własność innych, • troszczysz się o innych, • szanujesz inne osoby, • jesteś życzliwy.	• mówisz jej o swoich prywatnych sprawach, • wyjawiasz jej swoje sekrety i tajemnice, • pytasz ją o radę, • powierzasz jej rzeczy, które mają dla ciebie dużą wartość, • prosisz ją o pomoc w wykonaniu czegoś, • prosisz ją o pomoc w nauczaniu się czegoś, • chcesz z nią współpracować.	• okazuj zaufanie ludziom wokół, • doceniaj wysiłek, jaki wkładają w zrobienie czegoś, • mów im, że robią coś dobrego dla innych ludzi, gdy to widzisz, • mów im, co pozytywnego w nich zauważasz.

Korzyści płynące z ufania sobie:

- wiara w siebie,
- poczucie siły, żeby podjąć się jakiejś czynności lub jakiegoś zadania, poradzić sobie z jakąś trudną sytuacją,
- poczucie, że można na sobie polegać,
- umiejętność antycypowania, jak w kolejnej tego typu sytuacji mogę postąpić.

Sposoby zwiększania zaufania do siebie:

- robienie nowych rzeczy,
- refleksja nad tym, co w sobie lubię,
- dostrzeganie swoich zalet i umiejętności,
- wykorzystywanie swoich umiejętności i zasobów, by poradzić sobie w trudnej sytuacji,
- zauważanie sytuacji, w których odniosłeś sukces, takich, z którymi sobie poradziłeś,
- wiara w swoje szczęście,
- docenianie swojego wysiłku i starań mimo niezadowalającego rezultatu,
- zauważanie, że inni ludzie ci ufają i mogą na tobie polegać.

5./ Odpowiedzialność

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Odpowiedzialność jest postawą, na którą składają się: sposób spostrzegania przez nas otaczających zjawisk i zależności między nimi, a także nasze myśli na temat tego, co nas otacza, naszych emocji oraz zachowań. Możemy być odpowiedzialni za samych siebie, innych ludzi, zadania do wykonania, naszą pracę, otoczenie.

O odpowiedzialności możemy mówić również w związku ze środowiskiem naturalnym – mówimy wówczas o odpowiedzialności klimatycznej. Oznacza ona bycie świadomym konsumentem, to znaczy zmianę zachowania i ograniczanie presji wywieranej na środowisko naturalne. To również bycie świadomym obywatelem i wpływanie na kierunki debaty publicznej w kraju, nakłanianie innych do podejmowania właściwych decyzji.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • rozumieją, czym jest odpowiedzialne zachowanie, • rozpoznają, jakie korzyści wynikają z bycia odpowiedzialnym i jakie są konsekwencje zachowań nieodpowiedzialnych, • rozpoznają zachowanie odpowiedzialne, • poznają odpowiedzialne postawy wobec środowiska, • wiedzą co to odpowiedzialność klimatyczna, • znają pojęcia „ślad ekologiczny”, „ślad węglowy” i „ślad wodny”.
Przebieg zajęć	• Ćwiczenie wymagające wykazania się odpowiedzialnością. • Dyskusja o tym, czym jest odpowiedzialność. • Zbadanie, w jaki sposób uczestnicy są odpowiedzialni w domu, w relacjach z przyjaciółmi oraz w szkole, wobec środowiska naturalnego. • Prezentacja przejawów odpowiedzialności (zachowania odpowiedzialne). • Rozpoznawanie, co dobrego wynika z odpowiedzialności i jakie są konsekwencje zachowań nieodpowiedzialnych. • Rozpoznawanie powodów wyboru zachowania odpowiedzialnego i nieodpowiedzialnego. • Rozpoznawanie sposobów postępowania zwiększających poczucie osobistej odpowiedzialności za siebie samego, za innych ludzi, za zadanie, za środowisko naturalne.
Czas trwania	45 minut
Materiały dydaktyczne	• czyste kartki papieru formatu A4, arkusze papieru typu <i>flipchart</i> lub tablica, markery lub kreda, • opaski na oczy (14 sztuk – dla połowy grupy), • papier i ołówki lub długopisy dla każdego uczestnika, • materiały pomocnicze do powielenia: karty robocze nr 1 (dla każdego uczestnika) i nr 2, karta podsumowująca zajęcia.
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Sprawdzenie efektów: powiel <i>kartę podsumowującą zajęcia</i> dla każdego uczestnika.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Poproś uczestników, aby powiedzieli, co przychodzi im na myśl, gdy słyszą słowo „odpowiedzialność”.

2. Do słowa ODPOWIEDZIALNOŚĆ dorysuj strzałki i zapisz poszczególne propozycje uczestników na dużym arkuszu papieru lub na tablicy.

3. Zaproponuj uczestnikom wykonanie ćwiczenia, które będzie precyzyjnym i wymagającym skupienia wyzwaniem. W tym celu niech odliczą do czternastu (w zależności od liczby osób w klasie), „jedyńka” z „jedyńką”, „dwójka” z „dwójką”.

4. Poproś, aby osoby w tak wyłonionych parach stanęły na jednym końcu klasy, przy ścianie bez tablicy. Jedna z osób niech zasłoni oczy opaską drugiej osobie. Niech chwycą się za ręce. Zadaniem osoby widzącej będzie bezpieczne przeprowadzenie osoby z zasłoniętymi oczami pod tablicę i z powrotem, tak aby nie zrobiła ona sobie krzywdy. Po wykonaniu zadania przez jedną osobę następuje zamiana.

(Uwaga: ważne jest przedstawienie działań, jakie mają wykonać uczestnicy w tym ćwiczeniu, w kategoriach polecenia, na przykład „Macie trzymać się za ręce”, a nie propozycji, na przykład „Spróbujcie trzymać się za ręce”. Niektóre pary mogą sądzić, że wyznaczone zadanie jest banalne do wykonania lub nie widzieć sensu wykonania zadania. Zapewnij, że jest ono konieczne do wykonania, i zachęć uczestników, by próbowali wykonać je z jak największą starannością, uczciwie i zwracając uwagę na szczegóły).

(Sugestia: chwycenie się za ręce może być dla niektórych osób kłopotliwe, dlatego najpierw przedstaw całą instrukcję, wyjaśniając, że złapanie się za ręce jest niezbędne, aby uczestnicy mogli wykonać ćwiczenie).

5. Zapytaj uczestników:

- Jaki widzicie związek między tym ćwiczeniem a odpowiedzialnością?
- Za co czuliście się bardziej odpowiedzialni: za wykonanie zadania czy za drugą osobę? Wyjaśnijcie swoje odpowiedzi.
- W jakiej roli czuliście się lepiej: osoby prowadzącej czy osoby prowadzonej?
- Jakie konsekwencje mógł mieć brak odpowiedzialności za osobę?
- Co pozwoliło wam wykonać zadanie lub co przeszkodziło w jego wykonaniu?
- Jakie konsekwencje ma brak odpowiedzialności osób w sytuacji współpracy z innymi ludźmi?

6. Wyjaśnij, że tematem dzisiejszych zajęć jest odpowiedzialność: czym jest, sposoby jej okazywania oraz korzyści, jakie mogą odnieść uczestnicy, jeśli będą zachowywać się odpowiedzialnie.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Rozdaj wszystkim uczestnikom kartkę papieru formatu A4 z tabelą, długopis lub marker.

2. Poproś uczestników, aby zastanowili się nad pewnymi sytuacjami ze swojego życia i je zapisali:

- przynajmniej jeden przykład sytuacji, w której czuli się lub czują się odpowiedzialni za coś albo za kogoś w rodzinie,
- przynajmniej jeden przykład sytuacji, w której czuli się lub czują się odpowiedzialni za środowisko naturalne,

- przynajmniej jeden przykład sytuacji, w której czuli się lub czują się odpowiedzialni za coś lub za kogoś w szkole albo w pracy.

Daj uczestnikom dwie minuty na zastanowienie się.

3. Zapytaj uczestników:

- W jaki sposób okazywaliście w wymienionych sytuacjach swoją odpowiedzialność?
- Co mówiliście, jak się zachowywaliście?
- Co robiliście, aby wykazać swoją odpowiedzialną postawę?

Zrób rundę odpowiedzi na ten temat.

4. Podsumuj pomysły uczestników i zapisz na dużym arkuszu papieru:

Jesteś odpowiedzialny, gdy:

1. Robisz to, czego się podjąłeś, najlepiej jak potrafisz, na przykład:

- dotrzymujesz danego słowa, powziętych zobowiązań,
- kończysz, co zacząłeś,
- zgłaszasz i wyjaśniasz wszelkie wątpliwości do zadania
- mówisz innym o swoich trudnościach w wykonaniu zobowiązania i prosisz ich o pomoc,
- trzymasz się terminów,
- szukasz informacji,
- jesteś wytrwały, nie poddajesz się,
- jesteś otwarty na współpracę.

2. Dbasz o innych, na przykład:

- bierzesz pod uwagę wpływ twoich działań na dobre samopoczucie innych,
- jesteś gotowy do wykonania pracy większej, niż się tego podjąłeś,
- szanujesz opinie innych.

3. Akceptujesz konsekwencje swoich działań, na przykład:

- przyznajesz się do pomyłek,
- wyciągasz z nich wnioski
- nie winisz innych, gdy sprawy idą źle,
- starasz się naprawić wszelkie szkody, które spowodowałeś.

5. Zadaj ponownie pytanie: Co dobrego wynika dla was z bycia odpowiedzialnymi? Zapisz pomysły uczestników na arkuszu papieru lub na tablicy, na przykład:

- czujesz, że jesteś ważną osobą, od której coś zależy,
- czujesz, że masz wpływ na sytuację,
- możesz poczuć pewność siebie i zadowolenie ze swoich działań,
- wzrasta twoje poczucie wartości,
- ludzie wokół ciebie mogą zobaczyć, że jesteś osobą solidną i godną zaufania,
- nauczyciel doceni cię pochwałą z zachowania.

6. Podsumuj:

Odpowiedzialnym można być w wielu obszarach życia i na wielu płaszczyznach.

Zadaj pytanie:

A czy wiecie, co to jest odpowiedzialność klimatyczna, zrównoważony rozwój? Jak rozumiecie te pojęcia? Czy znacie pojęcie śladu ekologicznego, śladu węglowego, śladu wodnego?

Rozdaj dowolnym osobom kartki z definicjami, poproś o odczytanie i naklejenie na dużym arkuszu typu *flipchart*, przeprowadź krótką dyskusję.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Powiedz uczestnikom, że dalszą pracę będą wykonywać w małych grupach. Poproś, aby kolejno odliczyli do pięciu. Z „jedynek” utwórz pierwszą grupę, z „dwójek” – drugą, z „trójek” – trzecią, z „czwórek” – czwartą, z „piątek” – piątą.

2. Wyznacz role w każdej grupie:

- osoba, która ma najdłuższą drogę do szkoły, będzie liderem, który będzie kierował pracą grupy,
- osoba, która ma najkrótszą drogę do szkoły, będzie rzecznikiem grupy i przekaże pomysły swojej grupy wszystkim uczestnikom.

(Uwaga: pomocne może być spisanie przez grupę jej pomysłów).

3. Wyjaśnij, że przedstawisz wszystkim pewną sytuację. Następnie każdej grupie podasz dodatkowe informacje dotyczące tej sytuacji. Każda z grup będzie dyskutować o tym, co w tej sytuacji zrobiłaby osoba nieodpowiedzialna, a co zrobiłaby osoba odpowiedzialna.

4. Przedstaw poniższą sytuację wszystkim uczestnikom:

Wychowawca zaproponował klasie udział w lokalnej akcji społecznej „Sprzątanie lasu”. Akcja zostanie przeprowadzona w najbliższą sobotę i potrwa około dwóch, trzech godzin, a jej celem jest usunięcie śmieci z pobliskiego lasu. Każdy, kto weźmie udział w akcji, przyczyni się do poprawy sytuacji w środowisku naturalnym w najbliższym otoczeniu, poszerzy swoją świadomość i wiedzę na temat ekologii, a także uzyska pochwałę z zachowania od wychowawcy. Wraz z kolegą zgłaszacie się jako „chętni” do udziału w akcji. Obiecujecie nauczycielowi, że na pewno stawicie się na miejscu i że może na was liczyć.

5. Podejdź kolejno do każdej z grup i przedstaw dodatkowe informacje. Wybierz je z poniższych:

- Jest sobota rano, twój kolega dzwoni i mówi, że się rozmyślił i jednak nie pójdzie na akcję „Sprzątanie lasu”.
- Jest brzydka pogoda: szaro, pochmurnie, zimno, ale nie pada deszcz, akcji nie odwołano.
- W połowie drogi na miejsce spotykasz przyjaciół, w których towarzystwie zawsze świetnie się bawisz. Proponują ci, byś do nich dołączył.
- Praca, która ci przypadła – sprzątanie określonego fragmentu lasu – jest dla ciebie zbyt odrażająca, brzydzisz się czyimiś śmieciami (na przykład zużyte opakowania po żywności, puszki, butelki, fragmenty odzieży).
- Akcja wydłużyła się do sześciu godzin.
- Wychowawca jest niezadowolony z waszej pracy, nie przyłożyliście się wystarczająco do sprzątania, wykonaliście pracę byle jak i bez zaangażowania. Waszym celem było jak najszybciej skończyć.
- Praca jest o wiele bardziej nudna, niż myślałeś, i uważasz, że powinieneś otrzymać za nią większą gratyfikację (na przykład jeden dzień zwolnienia z odpytywania).
- Twój współpracownik po trzydziestu minutach rezygnuje ze sprzątania i odchodzi.

6. Po trzuminutowych dyskusjach grupowych poproś rzecznika każdej grupy, aby przedstawił sytuację, nad którą grupa się zastanawiała, oraz wnioski dotyczące odpowiedzialnego i nieodpowiedzialnego postępowania jej bohatera.

Po przedstawieniu pomysłów przez każdą grupę zapytaj pozostałych uczestników, czy się z nimi zgadzają lub czy mają dodatkowe pomysły.

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Poproś uczestników, aby napisali inicjały pięciu osób, które znają, a które nie są członkami tej grupy, zapisali swoje inicjały jako szóstej osoby, zastanowili się, w jakim stopniu dana osoba jest odpowiedzialna, obok inicjałów zapisali cyfrę według następującego kodu:

- jeśli ta osoba jest zwykle odpowiedzialna – zapisz 1,
- jeśli ta osoba jest czasami odpowiedzialna, a czasami nie – zapisz 2,
- jeśli ta osoba jest zwykle nieodpowiedzialna – zapisz 3.

Poproś uczestników, żeby obok każdej cyfry zapisali powód, dla którego wpisali taką, a nie inną cyfrę.

2. Zaproponuj chętnym uczestnikom, by opowiedzieli innym, jak czyjeś odpowiedzialne lub nieodpowiedzialne zachowanie wpłynęło na ich uczucia wobec tej osoby.

3. Zapytaj uczestników, czy według nich ważna jest odpowiedzialność klimatyczna?

4. Zaproponuj uczestnikom, by wybrali jeden ze sposobów okazywania postawy odpowiedzialności. Zachęć ich, żeby przez najbliższe kilka dni zwracali szczególną uwagę na swoje zachowania związane z odpowiedzialnością za siebie, za innych, za zadania.

5. Zaproponuj uczestnikom, aby zastanowili się nad trzema rzeczami, które mogą zrobić już teraz w ramach swojej odpowiedzialności klimatycznej, i zaczęli je wdrażać (na przykład segregacja śmieci, oszczędzanie energii, oszczędzanie wody).

6. Rozdaj uczestnikom kartę podsumowującą zajęcia.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

Według naukowców w sytuacji globalnego kryzysu ekologicznego odpowiedzialność za lokalny stan biosfery odpowiada każdy z nas. Dotyczy to edukacji, polityki, gospodarki. Poproś uczestników, żeby po tych zajęciach spróbowali znaleźć po jednym przykładzie: polityki korzystnie wpływającej na ekologię, edukacji mieszkańców, biznesu podejmującego odpowiedzialne ekologicznie decyzje. Równie istotne, jak sama wiedza, będzie to, czy wiedzą, gdzie szukać tych informacji.

Źródła

bit.ly/3Fh3pFA

bit.ly/3iuQC9E

bit.ly/3un6eyo

A. Marek-Bieniasz, *Odpowiedzialność ekologiczna jako istotny obszar ludzkiej odpowiedzialności – wymiar lokalny i globalny*, „Studies in Global Ethics and Global Education” 2015, nr 3, s. 16–28.

Ł. Popławski, M. Rutkowska, *Ślad ekologiczny konsumpcji*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, t. 47, nr 1, s. 241–249.

Materiały pomocnicze do zajęć: Odpowiedzialność**Załącznik 1**

Przynajmniej jeden przykład sytuacji, w której czułeś się lub czujesz się odpowiedzialny za coś lub za kogoś w rodzinie.	Przynajmniej jeden przykład sytuacji, w której czułeś się lub czujesz się odpowiedzialny za środowisko naturalne.	Przynajmniej jeden przykład sytuacji, w której czułeś się lub czujesz się odpowiedzialny za coś lub za kogoś w szkole albo w pracy.

Załącznik 2

Odpowiedzialność klimatyczna to świadoma postawa mieszkańców Ziemi.

„Każdy powinien zrozumieć, że ma do odegrania ważną rolę. Jesteśmy obywatelami i możemy wpływać na kierunki debaty politycznej w kraju, nakłaniając naszych przywódców do podejmowania właściwych decyzji. Jesteśmy także konsumentami i możemy zmieniać nasze zachowania tak, aby zmniejszyć presję wywieraną na środowisko naturalne”. (bit.ly/3iuQC9E)

Czy wiecie, że...

„Od wczesnych lat 70. XX wieku ludzkość wymaga więcej, niż Ziemia może dać w zrównoważony sposób. Co więcej, w 2012 roku do zapewnienia surowców naturalnych i usług ekosystemowych wykorzystywanych przez ludzkość potrzebny był potencjał biologiczny równy temu, jaki miałoby 1,6 Ziemi. Zwiększenie biopotencjału Ziemi o taką wartość jest możliwe tylko w krótkiej perspektywie. Wobec powyższego należy przyjąć, iż ludzie żyją na »ekologiczny kredyt«, w dodatku nasze należności względem środowiska wciąż rosną. Dlatego też z każdym rokiem ludzkość traci bogactwo przyrodnicze naszej planety i to w dramatycznym tempie”. (Ł. Popławski, M. Rutkowska, *Ślad ekologiczny konsumpcji*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, t. 47, nr 1, s. 241–249)

„Ślad ekologiczny, zwany także ekologicznym odciskiem stopy, jest miernikiem pozwalającym na ocenę presji człowieka na środowisko poprzez wielkość konsumpcji dóbr i usług. Ślad ekologiczny jest jednym ze wskaźników określających stopień konsumpcji zasobów planety. Obliczany jest jako wielkość naszej konsumpcji w przeliczeniu na powierzchnię obszarów biologicznie produktywnych, inaczej: ile potrzeba hektarów łąd i morza do zrekompensowania zasobów skonsumowanych i poświęconych na absorpcję odpadów. Mierzony jest powierzchnią łąd i mórz, potrzebną od tego, aby wyprodukować obecnie wykorzystywane przez nas zasoby i zaabsorbować wytwarzane przez nas zanieczyszczenia. Wskaźnik ten wyrażany jest w globalnych hektarach na osobę (gha/os.)”. (Ł. Popławski, M. Rutkowska, *Ślad ekologiczny konsumpcji*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, t. 47, nr 1, s. 241–249)

„Pojęcie »ślad węglowy« jest stosowane dla określenia wkładu działalności człowieka i przemysłu w kategoriach emisji dwutlenku węgla. Jest całkowitą sumą emisji gazów cieplarnianych wywołanych bezpośrednio lub pośrednio przez daną osobę, organizację, wydarzenie lub produkt. Obejmuje emisje dwutlenku węgla, metanu, podtlenku azotu fluoropochodne węglowodorów, perfluoropochodne związki węgla, sześćiofluorek siarki i innych gazów szklarniowych, wyrażone w ekwiwalencie CO₂. Miarą śladu węglowego jest tCO₂e – tzw. tona ekwiwalentu dwutlenku węgla”. (Ł. Popławski, M. Rutkowska, *Ślad ekologiczny konsumpcji*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, t. 47, nr 1, s. 241–249)

Węglowy kalkulator śladu – carbonfootprint.com

„Ślad wodny pomaga poznać skalę bezpośredniego zużycia wody (np. w domach podczas codziennych czynności), jak i pośredniego, czyli wody zużywanej podczas produkcji dóbr i usług przez nas konsumowanych. Ślad ten oblicza się uwzględniając zużycie czystej wody gruntowej oraz deszczowej, jak też ilość wyprodukowanych przy okazji ścieków”. (Ł. Popławski, M. Rutkowska, *Ślad ekologiczny konsumpcji*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, t. 47, nr 1, s. 241–249)

O czym warto wiedzieć

„Okolo 40 miliardów ton ekwiwalentu CO₂ emitowanych rocznie przez człowieka to całkowita abstrakcja, nie jesteśmy sobie w stanie nawet tego wyobrazić. Na wyobraźnię, a w konsekwencji – na

wybory podejmowane przez ludzi – najlepiej działają obrazy. Musimy się nauczyć łatwo wyliczać i pokazywać, jak wiele emisji CO₂ wiąże się z naszymi działaniami.

Wyobraźmy sobie zatem, że cały emitowany w ciągu roku przez ludzkość dwutlenek węgla skraplamy i wlewamy do dwustulitrowych beczek. W tym celu musimy zgromadzić jakieś 190 miliardów beczek. Teraz te beczki ustawmy jedna na drugą i powstanie z tego wieża, która dosięgnęłaby Księżyca. I to 400 razy. Tylko z rocznych emisji!

Jeżeli przeciętny Polak emituje 8 ton CO₂ rocznie, przekłada się to na 38 beczek.

Jeśli sam pojadę do Krakowa autem, to w podróży tam i z powrotem zapełnię prawie całą dwustulitrową beczkę CO₂. Jeśli wybiorę pociąg, to przyczynię się do wyemitowania jedynie jednej piątej w porównaniu z podróżą samochodem. Ale jeśli autem pojedziemy w pięć osób, to rachunek się wyrównuje.

Musimy się nauczyć takich prostych przeliczeń, na bazie których stawiać sobie będziemy indywidualne cele, np. »w tym roku zamiast 38, zapełnię 32 beczki«.

Nasze codzienne wybory – jak się przemieszczamy, co jemy, czym ogrzewamy nasze domy, skąd pozyskujemy energię, mają wielki wpływ na ilość emitowanych przez nas do atmosfery gazów cieplarnianych”. (bit.ly/3uB8537)

Artykuł ukazał się w kwartalniku Kongresu Obywatelskiego „Pomorski Thinkletter”, którego wydawcą jest Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową w Gdańsku.

Załącznik 3

Karta podsumowująca zajęcia

Odpowiedzialność jest postawą, na którą składają się: sposób spostrzegania przez nas otaczających zjawisk i zależności między nimi, a także nasze myśli na temat tego, co nas otacza, naszych emocji oraz zachowań. Możemy być odpowiedzialni za samych siebie, innych ludzi, zadania do wykonania, naszą pracę, otoczenie.

O odpowiedzialności możemy mówić również w związku ze środowiskiem naturalnym – mówimy wówczas o odpowiedzialności klimatycznej. Oznacza ona bycie świadomym konsumentem, to znaczy zmianę zachowania i ograniczanie presji wywieranej na środowisko naturalne. To również bycie świadomym obywatelem i wpływanie na kierunki debaty publicznej w kraju, nakłanianie innych do podejmowania właściwych decyzji.

Jesteś odpowiedzialny, gdy:

1. Robisz to, czego się podjąłeś, najlepiej jak potrafisz, na przykład:

- dotrzymujesz danego słowa, powziętych zobowiązań,
- kończysz, co zacząłeś,
- zgłaszasz i wyjaśniasz wszelkie wątpliwości do zadania
- mówisz innym o swoich trudnościach w wykonaniu zobowiązania i prosisz ich o pomoc,
- trzymasz się terminów,
- szukasz informacji,
- jesteś wytrwały, nie poddajesz się,
- jesteś otwarty na współpracę.

2. Dbasz o innych, na przykład:

- bierzesz pod uwagę wpływ twoich działań na dobre samopoczucie innych,
- jesteś gotowy do wykonania pracy większej, niż się tego podjąłeś,
- szanujesz opinie innych.

3. Akceptujesz konsekwencje swoich działań, na przykład:

- przyznajesz się do pomyłek,
- wyciągasz z nich wnioski
- nie winisz innych, gdy sprawy idą źle,
- starasz się naprawić wszelkie szkody, które spowodowałeś.

Z tego, że jesteś odpowiedzialny, wynika wiele dobrego, na przykład:

- czujesz, że jesteś ważną osobą, od której coś zależy,
- czujesz, że masz wpływ na sytuację,
- możesz poczuć pewność siebie i zadowolenie ze swoich działań,
- wzrasta twoje poczucie wartości,
- ludzie wokół ciebie mogą zobaczyć, że jesteś osobą solidną i godną zaufania.

6./ Krytyczne myślenie

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Żyjemy w czasach, gdy różne informacje są wytwarzane w oszałamiającym tempie i mamy z nimi kontakt niemal bez przerwy. W świecie *online*, w którym przebywamy po kilka godzin dziennie, powstaje najwięcej informacji, do tego dochodzą oglądanie telewizji, słuchanie radia, czytanie prasy i kontakty z ludźmi. W dobie szerzącej się dezinformacji coraz większe znaczenie ma myślenie krytyczne.

W praktyce myślenie krytyczne oznacza, że nie wierzymy we wszystko, co przeczytamy lub co usłyszymy, zadajemy pytania, zanim sobie wyrobimy zdanie, odróżniamy fakty od ocen, jesteśmy czujni na manipulację, stawiamy na kierowanie się rozumem zamiast emocjami, w podejmowaniu decyzji bierzemy pod uwagę różne możliwości oraz konsekwencje decyzji. I myślimy logicznie.

Skuteczne działanie na rzecz ochrony klimatu i budowanie świadomych klimatycznie społeczności – czyli takich, które są świadome wyzwań i umieją na nie odpowiadać – wymaga rozwoju kluczowej kompetencji, jaką jest krytyczne myślenie. Umiejętność krytycznego myślenia jest kompetencją, która pozwala na zapoznanie się z określonym problemem, jego analizę i podjęcie działania zmierzającego do jego rozwiązania.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • rozumieją korzyści płynące z krytycznego myślenia, • znają model krytycznego myślenia i analizowania informacji, • potrafią stosować model na etapie przetwarzania informacji i podejmowania decyzji, • umieją myśleć krytycznie, pracując w grupie (opcjonalnie), • wiedzą, że warto doskonalić umiejętność myślenia krytycznego.
Przebieg zajęć	• Przeprowadzenie ćwiczenia grupowego dotyczącego myślenia krytycznego. • Identyfikacja czynników, które ułatwiają lub utrudniają myślenie krytyczne. • Opis i demonstracja przykładowego modelu myślenia krytycznego. • Praktyczne zastosowanie etapów (kroków) myślenia krytycznego. • Wykorzystanie nabytej wiedzy w życiu codziennym.
Czas trwania	45 minut
Materiały dydaktyczne	• arkusze papieru typu <i>flipchart</i>, tablica, • kreda, • markery, długopis lub ołówek dla każdego uczestnika, • materiały pomocnicze do powielenia: <i>Dziewięć kropek 1</i>, <i>Dziewięć kropek 2</i>, <i>Dziewięć kropek 3</i>, <i>Dziewięć kropek: rozwiązanie</i> (tylko dla osoby prowadzącej zajęcia) lub inne wybrane, materiał pomocniczy – definicje (dla każdego uczestnika), karta podsumowująca zajęcia (dla każdego uczestnika).
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Zainteresowanie tematem: przygotuj plakat na arkuszu papieru typu <i>flipchart</i> – siedem argumentów za krytycznym myśleniem, przygotuj materiał pomocniczy – definicję, przygotuj odpowiednią liczbę kopii materiałów pomocniczych z cyklu <i>Dziewięć kropek</i>, zapoznaj się z ćwiczeniami umieszczonymi w materiale pomocniczym <i>Zadania dodatkowe</i> (do wykorzystania, gdyby się okazało, że uczestnicy zajęć znają ćwiczenie pierwsze zaproponowane w materiałach), przygotuj i powiel materiały z innymi zadaniami (co najmniej dwa zadania). • Aktywność członków grupy/ćwiczenia: przygotuj kopię karty podsumowującej zajęcia dla każdego uczestnika.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Podziel uczestników na dwie mniejsze grupy przez odliczanie do dwóch. Oddziel grupy tak, aby „jedyńki” utworzyły koło w jednej części sali, a „dwójki” – w drugiej, po przeciwnej stronie. (Uwaga: ważne jest, żeby grupy były od siebie fizycznie oddzielone tak bardzo, jak tylko jest to możliwe. Będziesz inaczej traktował obie grupy i lepiej, aby uczestnicy tego nie zauważyli).

Powiedz uczestnikom, że będą brali udział w grze. Grupa, która pierwsza wykona zadanie, wygrywa.

2. Pokaż wszystkim uczestnikom kopię materiału pomocniczego *Dziewięć kropek 1*. Wyjaśnij zadanie:

- Każda grupa musi połączyć dziewięć kropek czterema prostymi liniami.
- Cztery linie muszą być narysowane bez odrywania ołówka od papieru.

3. Bez żadnych dodatkowych wyjaśnień rozdaj „jedyńkom” trzy lub cztery kopie materiału pomocniczego *Dziewięć kropek 1* i jeden ołówek. Bez wiedzy „jedynek” daj „dwójkom” trzy lub cztery kopie materiału pomocniczego *Dziewięć kropek 2* i trzy lub cztery ołówki (w tym materiale pomocniczym zamieszczono dodatkowe wskazówki do zadania).

4. Podczas wykonywania zadania przez grupy traktuj je następująco:

„Jedyńki”:

- bądź krytyczny w stosunku do ich pracy,
- naciskaj, aby członkowie tej grupy pracowali szybciej,
- unikaj odpowiadania na jakiegokolwiek pytania,
- powiedz, że to zadanie musi być dla nich za trudne do rozwiązania,
- wyznacz jedną osobę z grupy „dwójek”, która przekaże „jedyńkom” informacje wprowadzające ich w błąd, na przykład że linie nie mogą wychodzić poza kropki,
- zawieś na tablicy informację: „Zadanie jest niemożliwe do rozwiązania w pół sekundy” i zasłoń fragment tekstu „w pół sekundy”.

„Dwójki”:

- wspieraj członków tej grupy i zachęcaj do pracy,
- wyrażaj swoją pewność co do ich umiejętności rozwiązania tego zadania,
- odpowiadaj na każde pytania
- powiedz, aby nie sugerowali się napisem na tablicy.

5. Jeśli po dwóch, trzech minutach „dwójki” nie rozwiązały zadania, zapytaj, czy chcą otrzymać dodatkową wskazówkę. Jeżeli się zgodzą, daj im kopię materiału pomocniczego *Dziewięć kropek 3*. Pokazano na nim, która linia powinna być narysowana pierwsza i jak daleko od ramki powinny być narysowane trzy pozostałe linie.

6. Kiedy obie grupy ukończą zadanie, ogłoś zwycięzcę. Poproś, by uczestnicy nie dzielili się rozwiązaniami.

7. Zadaj grupom następujące pytania:

- „Jedyńki”: Co sprawiało, że zadanie było trudne do rozwiązania? Jakie czynniki wpłynęły na rozwiązywanie zadania? Czy informacje docierające z zewnątrz były pomocne? Czy zwracaliście uwagę na pochodzenie informacji? Jakie było wasze podejście do napływających informacji?
- „Dwójki”: Co sprawiało, że zadanie było łatwiejsze do rozwiązania? Jak podchodziliście do informacji, które otrzymywaliście? Co było najbardziej pomocne?

8. Powiedz, że w różny sposób traktowałeś obie grupy. Opisz swoje zachowanie.

9. Podsumuj odpowiedzi uczestników, podkreślając to, co sprawia, że problem jest trudny lub łatwy do rozwiązania. Zwróć uwagę na tok myślenia w trakcie rozwiązywania zadania. Zwróć szczególną uwagę na to, jaki wpływ miały informacje, które do nich docierały, na ich reakcje i na podejmowane działania. Zapytaj o emocje. Jeżeli uczestnicy nie wymienili poniższych czynników, uzupełnij ich wypowiedzi:

Czynniki/informacje, które utrudniają rozwiązanie problemu:	Czynniki/informacje, które ułatwiają rozwiązanie problemu:
• nie zetknąłeś się wcześniej z takim problemem, • uzyskujesz błędne informacje od osób z zewnątrz, • sugerujesz się zdobytymi informacjami, które nie są sprawdzone • nie masz żadnego pomysłu, jak ten problem rozwiązać, • brak wsparcia.	• już kiedyś rozwiązywałeś tego typu problem, • jesteś pewien, że możesz znaleźć rozwiązanie, • wiesz, że masz dobre informacje, by rozwiązać ten problem, masz rzetelnego informatora, • masz wsparcie innych.

10. Przedstaw uczestnikom fragment artykułu *Krytyczne myślenie* z portalu Odpowiadaj na globalne wyzwania (bit.ly/3VGZWWc) – przeczytaj, podkreślając istotne kwestie:

„Według raportu *Problem fake news w Polsce* (Kilian i in., 2019), 81 procent osób w wieku 15–24 lata za swoje źródło informacji o świecie podaje media społecznościowe: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok. Portale te, choć bez wątplenia mają swoją wartość – jak choćby łatwość wymiany opinii i obiegu informacji, tworzenie platform dla ruchów obywatelskich – są źródłem zarówno wartościowych informacji, które zachęcają do podjęcia działania, jak i wyglądających na wiarygodne treści dezinformacyjnych. Te ostatnie szerzą denializm klimatyczny (zaprzeczanie globalnemu ociepleniu) oraz powodują poczucie braku wpływu na los swój i planety. Brak odpowiedniej edukacji, umiejętności krytycznego myślenia i wiedzy na temat działania mediów powodują, że młodzi ludzie nie potrafią odróżnić jakościowych treści od kłamstw”.

Zapytaj uczestników: Co sądzicie na temat tego fragmentu? Czy zgadzacie się z tą opinią? Czy zdarzyło się wam czytać/oglądać treści dotyczące środowiska naturalnego? Co to było? Jakie emocje wzbudziło?

11. Pokaż uczestnikom materiał pomocniczy – definicje (załącznik 3) i zapytaj, co o nich sądzą, która jest im najbliższa, z którą się zgadzają, która jest oczywista.

Polecenie dla ucznia:

Na kartce zobaczysz cztery różne definicje wskazujące ważne aspekty krytycznego myślenia. Przeczytaj je i poszukaj cech wspólnych oraz cech wyróżniających. Zastanów się, która definicja najbardziej ci odpowiada i dlaczego. To może być twoje pierwsze uświadomione ćwiczenie z krytycznego myślenia!

12. Powiedz uczestnikom, że te zajęcia pomogą im rozwijać krytyczne myślenie, które jest myśleniem konstruktywnym, użytecznym i potrzebnym. Przypomnij, że krytyczne myślenie jest bardzo poszukiwaną kompetencją. Konieczne jest więc posiadanie umiejętności rozwijania go. Proces, jakiego się uczą, może być stosowany w szkole, pracy, domu.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Zaprezentuj uczestnikom siedem argumentów za krytycznym myśleniem (wywieś w formie plakatu, na środku hasło „krytyczne myślenie”, od niego odchodzą strzałki do poszczególnych argumentów). Jakie korzyści ma człowiek który myśli krytycznie?

- Lepiej rozumie siebie, innych ludzi, otaczający świat.
- Bardziej skutecznie rozwiązuje problemy, podchodząc do nich systemowo i szukając całościowych rozwiązań.
- Dostrzega więcej zależności, związków przyczynowo-skutkowych.
- Potrafi ocenić znaczenie i przydatność odbieranych informacji.
- Potrafi argumentować i bronić swojego stanowiska.
- Uczy się bardziej efektywnie, nie jest bowiem biernym odbiorcą treści, tylko aktywnie „obrabia intelektualnie” zdobywane wiadomości.
- Ma świadomość własnych ograniczeń, które wpływają na postrzeganie świata, relacji, procesów i problemów.

2. Powiedz uczestnikom, że zaprezentujesz im model krytycznego myślenia (kolejne kroki). W tym celu przedstaw im stwierdzenie, a następnie „rozpracuj” temat razem z nimi.

3. Przedstaw jedną z poniższych kwestii (są to mity o segregacji odpadów):

- To, że ja segreguję, nie ma sensu, jeśli mój sąsiad wyrzuca wszystko do śmieci zmieszanych.
- Wszystko, czego nie mogę wrzucić do pojemnika na segregację, powinno wylądować w pojemniku czarnym na odpady zmieszane.
- Segregacja śmieci nie ma sensu, ponieważ wszystko miesza się w śmieciarce.
- Nie będę segregował, bo jest za mało pojemników w mojej altanie.

4. Pokaż uczniom arkusz papieru z tytułem: *Model krytycznego myślenia*. Po kolei odślaniaj i omawiaj poszczególne punkty.

5. Odkryj napis: *Krok 1: Analiza informacji* i przeczytaj go. Wyjaśnij (element miniwykładu):

Pierwszym krokiem jest szczegółowa analiza informacji. Zdefiniuj problem lub pytanie. Definicja musi być konkretna, aby było wiadomo, nad czym trzeba będzie pracować, powinna trafiać w sedno. Należy to zrobić maksymalnie precyzyjnie: im węższe zagadnienie, tym łatwiej znaleźć rozwiązanie lub odpowiedź. Na przykład:

To, że ja segreguję, nie ma sensu, jeśli mój sąsiad wyrzuca wszystko do śmieci zmieszanych – mam świadomość, że mój sąsiad nie segreguje śmieci, to powoduje, że sam zaczynam wątpić, czy moje segregowanie ma sens, nie znam powodu, dla którego mój sąsiad tego nie robi, segregowanie śmieci jest wysiłkiem, dlatego ludzie szukają powodu, aby tego unikać, każdy z sąsiadów może zaprzestać segregacji.

6. Zapytaj dwóch, trzech uczestników, jak zdefiniowaliby problem/pytanie (Uwaga: pozwól, aby uczestnicy definiowali problem/pytanie, używając własnego słownictwa; możesz usłyszeć różne odpowiedzi).

7. Wybierz jedną definicję problemu/pytania, wykorzystasz ją później w demonstracji. Powiedz, że użyjesz tego określenia problemu/pytania, aby dalej prowadzić proces jego rozwiązywania. Na przykład:

- Czy warto segregować śmieci?
- Co mi daje segregowanie śmieci?
- Sąsiad nie segreguje śmieci.
- Dlaczego mój sąsiad nie segreguje śmieci?

8. Odkryj napis: *Krok 2: Ewaluacja* i przeczytaj go. Wyjaśnij (element miniwykładu):

Przeprowadź badanie „cech” konkretnego działania w celu jego lepszego zrozumienia. Zbierz dane opinie i argumenty. Spróbuj znaleźć kilka źródeł, które różnie zapatrują się na dany problem, i porównaj odmienne punkty widzenia. Sprawdź, czy twoje źródła są godne zaufania? Czy wnioski są potwierdzone danymi, czy tylko wyrażają jakiś osąd? Czy dana hipoteza jest poparta wystarczającą liczbą informacji lub danych? Na przykład:

- W jaki sposób należy segregować śmieci?
- Co się z nimi później dzieje?
- Jak to wygląda w liczbach?
- Za pomocą komórki lub komputera wyszukaj informacje na temat ilości zanieczyszczeń w twojej okolicy (w powiecie, w województwie, w kraju).
- Znajdź przepisy dotyczące obowiązku segregacji śmieci.

9. Odkryj napis: *Krok 3: Interpretacja* i przeczytaj go. Wyjaśnij (elementy miniwykładu):

Postaraj się o wyjaśnienie – znalezienie przyczyny, ustalenie wniosków, sposób wytłumaczenia czegoś, odczytanie znaczenia czegoś. Zastanów się, jakie różne wnioski możesz wyciągnąć oraz które z nich mają wystarczające uzasadnienie w faktach (o ile takie są). Na przykład:

- Znajdź argumenty na to, że selektywna zbiórka odpadów komunalnych oznacza wiele korzyści zarówno dla nas, jak i dla środowiska.
- Prawidłowo segregując odpady, przyczyniamy się do ograniczania nadmiernej eksploatacji surowców, zmniejszenia ich wydobywania oraz do wykorzystywania surowców wtórnych w produkcji.
- Segregowanie śmieci jest obowiązkowe i za brak segregowania śmieci grożą kary.
- Być może mój sąsiad o tym nie wie, nie ma pojęcia, w jaki sposób śmieci są odbierane i przetwarzane, myśli, że jego postawa jest bez znaczenia dla reszty sąsiadów dla jego najbliższego otoczenia oraz dla całej planety.

10. Odkryj napis: *Krok 4: Rozwiązania problemu/podjęcie decyzji* i przeczytaj go. Wyjaśnij (element miniwykładu):

Kolejnym etapem jest wymyślenie różnych sposobów rozwiązania problemu. Celem tego etapu jest podanie jak największej liczby propozycji rozwiązań oraz podjęcie ostatecznej decyzji o wyborze rozwiązania. Na przykład:

- Wstępna rozmowa z sąsiadem i zwrócenie uwagi na brak segregacji śmieci.
- Przekazanie materiałów edukacyjnych do skrzynki pocztowej (ulotki dotyczące segregacji śmieci).
- W rozmowie można powołać się na przepisy, konsekwencje braku segregacji.
- Zgłoszenie braku segregacji śmieci do odpowiedniego organu.
- Akcja promocyjna na osiedlu (plakaty i ulotki dotyczące znaczenia segregacji śmieci).

11. Poleć, aby uczestnicy dobrali się w pary z osobą siedzącą obok. Mają wymyślić jak najwięcej sposobów rozwiązania zdefiniowanego problemu. Zachęć ich do zapisywania tych pomysłów, by mogli się nimi podzielić z resztą grupy. Mają na to trzy minuty.

12. Po trzech minutach poproś, aby ochotnicy wymienili swoje pomysły rozwiązania problemu. Zapisz je na tablicy i podpisz: „Nasze pomysły rozwiązania problemu”.

13. Odkryj napis: *Krok 5: Zakwestionowanie rozwiązania/podjętej decyzji, aby upewnić się, że na pewno są dobre* i przeczytaj go. Wyjaśnij (element miniwykładu):

Ostatni krok to uważne przyglądanie się i zakwestionowanie rozwiązania, aby upewnić się, że na pewno jest ono dobre. Istotne jest podanie kryteriów i powodów wyboru danego rozwiązania. Na przykład:

- Przekazanie materiałów edukacyjnych do skrzynki – może nie przynieść oczekiwanych skutków.
- Zgłoszenie braku segregacji śmieci do odpowiedniego organu – może spowodować konflikt z sąsiadem, nałożenie kar pieniężnych wywoła chęć zemsty, może też postawić sąsiada w trudnej sytuacji.
- Wstępna rozmowa z sąsiadem i (lub) powołanie się na przepisy, konsekwencje braku segregacji – stanowi najlepsze rozwiązanie, można też dodatkowo zastosować akcję promocyjną na osiedlu.

14. Wyjaśnij uczestnikom, że gdy podejmują decyzję co do tego, jak rozwiązać problem, muszą mieć powody podjęcia takiej, a nie innej decyzji. Przedstaw i zapisz następujące kryteria oceny pomysłów:

- Pomysł na rozwiązanie problemu musi być wykonalny (realny), nie może wymagać za dużo czasu czy pieniędzy.
- Wdrożenie tego pomysłu skutecznie rozwiąże problem.
- Taki pomysł rozwiązania problemu nikogo nie zrani.

15. Powiedz uczestnikom, że proces krytycznego myślenia może wydawać się im długi i skomplikowany. Jeśli jednak będą postępować zgodnie z przedstawionym modelem, bardzo szybko nauczą się stosować te kroki automatycznie i, co najważniejsze, skutecznie będą analizować i przetwarzać informacje oraz rozwiązywać problemy.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Utwórz czteroosobowe grupy, łącząc po dwie pary. Wyznacz role w grupie:

- najwyższa osoba może być liderem, który będzie czuwał nad tym, by grupa realizowała zadanie,
- osoba po prawej stronie lidera może być rzecznikiem grupy, który będzie przekazywał jej ustalenia pozostałym uczestnikom.

2. Powiedz uczestnikom, że przedstawisz im pewien problem. Wszystkie grupy mają go przeanalizować i rozwiązać, stosując model krytycznego myślenia (Uwaga: poniżej opisano problem, który możesz wykorzystać w tym momencie zajęć, możesz także zaproponować, by każda grupa zajęła się problemem ekologicznym, który ostatnio zaobserwowała w swojej społeczności szkolnej, w pracy, domu, w kontaktach z przyjaciółmi).

Opisz następującą sytuację:

Coraz więcej ludzi wierzy, że globalne ocieplenie to mit i tak naprawdę nikt z nas nie ma wpływu na los swój ani na los naszej planety.

Powiedz uczestnikom, że mają dziesięć minut na to, aby zastosować model krytycznego myślenia: przeanalizować podane informacje i zdefiniować problem (krok pierwszy), przeprowadzić ewaluację (krok drugi), dokonać interpretacji (krok trzeci) oraz znaleźć rozwiązania problemu (krok czwarty) i zakwestionować je lub ocenić pomysły (krok piąty).

Po upływie wyznaczonego czasu przerwij pracę i poproś rzeczników grup o przedstawienie ich definicji problemu. Porównajcie je (podobieństwa/różnice).

Wybierz jedną z definicji problemu, wykonaj kroki drugi i trzeci, poproś chętną grupę o podanie wymyślonych przez jej członków sposobów rozwiązania problemu. Zapisz je na tablicy. Zapytaj pozostałe grupy, czy mają jakieś inne pomysły, jeśli tak, dopisz je.

Sprawdź, czy podane sposoby rozwiązania problemu spełniają kryteria oceny pomysłów (czy podane pomysły są wykonalne, skutecznie rozwiążą problem, nikogo nie zranią).

Zapytaj uczestników, czy podczas pierwszych trzech kroków stosowania modelu napotkali jakieś trudności. Jeśli tak, omówcie je (jeśli jest taka potrzeba, ponownie wyjaśnij, na czym polegają poszczególne kroki).

Daj grupom finałowe zadanie. Powiedz, że mają dwie, trzy minuty na wybranie rozwiązania.

Poproś, aby rzecznik każdej grupy podał wybrane przez swoją grupę rozwiązanie.

3. Podsumuj pracę członków grupy:

Kiedy rozwiązujecie problem w grupie, pamiętajcie o tym, żeby wysłuchiwać opinii członków grupy, stosować metodę pięciu kroków oraz zadbać o to, by członkowie grupy byli przekonani do wybranego pomysłu.

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Pogratuluj uczestnikom ich pracy podczas zajęć. Wyjaśnij, że powszechnie się uważa, że myślenie krytyczne jest kompetencją numer jeden w XXI wieku – szczególnie poszukiwaną przez pracodawców. Nauczenie się myślenia krytycznego to zadanie całościowe i trudne do opanowania.

„Krytyczne myślenie nie jest darem czy talentem, lecz umiejętnością (i może stać się nawykiem). Składa się z szeregu kompetencji, które można nabywać, rozwijać lub też tracić. Krytyczne myślenie to zestaw czynności intelektualnych, które wykonujemy, stykając się z jakąś informacją i przekazując ją dalej. Nie jest to prosty, kilkuelementowy model, składający się z wyraźnie określonych kroków. [choć tak spróbowaliśmy go przedstawić w trakcie tych zajęć]. To od Ciebie – Twoich kompetencji i doświadczenia – zależy, z czego proces krytycznego myślenia będzie się składał w danej sytuacji” (Kliknij. Sprawdź. Zrozum. Jak świadomie korzystać z informacji, bit.ly/3XKwe4m).

2. Zapytaj uczestników:

- Co wydało się wam najtrudniejsze w trakcie zajęć?
- Co było najprostsze?
- Jak zareagowaliście na uzyskane informacje?
- Czy zetknęliście się z podobnymi problemami/teoriami?

3. Poproś uczestników, żeby wymienili dwie lub trzy kwestie/informacje dotyczące braku ochrony środowiska naturalnego, z którymi się zetknęli.

4. Powiedz, że jest ważne, aby stosować myślenie krytyczne w codziennym życiu, a przedstawiony model może ułatwić przetwarzanie informacji. Dzięki temu możemy czuć się pewniej i skuteczniej radzić sobie również w życiu zawodowym.

5. W ramach podsumowania na dużym arkuszu papieru (lub na tablicy) napisz tytuł: *jak rozwijać myślenie krytyczne?*, a pod tytułem zapisz nazwy kolejnych kroków:

- Odróżniaj fakty od ocen
- Nie działaj emocjonalnie
- Zadawaj pytania
- Przewiduj konsekwencje

Powieś arkusz w widocznym miejscu.

6. Zachęć uczestników, aby w ciągu tygodnia użyli poznanego na zajęciach modelu do analizy informacji i rozwiązywania problemów.

7. Rozdaj uczestnikom zajęć kartę podsumowującą zajęcia.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

Jeśli widzisz taką możliwość, możesz zachęcić uczestników do podjęcia się analizy problemu omawianego obecnie w mediach, a dotyczącego środowiska i funkcjonowania w nim człowieka.

Poruszane dziś często problemy to na przykład:

- globalne ocieplenie,
- szczepienia,
- sortowanie odpadów,
- propagowanie samochodów elektrycznych,
- wykorzystywanie alternatywnych źródeł energii.

Poproś o zastosowanie metodologii poruszanej na zajęciach i zachęć uczestników, żeby spróbowali opisać swoje stanowisko (dla siebie samych) na podstawie przeanalizowanych treści. Być może za jakiś czas, nawet po latach, będą mieli okazję zobaczyć, czy ich analiza i stanowisko uwzględniły wszystkie dane.

Źródła

bit.ly/3ul5xWz

www.teraz-srodowisko.pl

Kliknij. Sprawdź. Zrozum. Jak świadomie korzystać z informacji, bit.ly/3XKwe4m.

Krytyczne myślenie, Odpowiadaj na globalne wyzwania, bit.ly/3VGZWWc.

Materiały pomocnicze do zajęć: Krytyczne myślenie

Załącznik 1

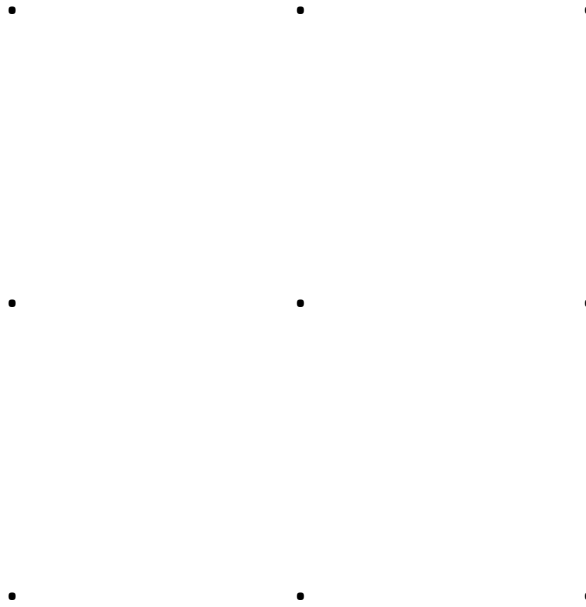
Dziewięć kropek 1

Połączcie dziewięć kropek czterema prostymi liniami. Cztery linie muszą być narysowane bez odrywania ołówka od papieru.



Dziewięć kropek 2

Przeczytajcie wskazówki pod kropkami.

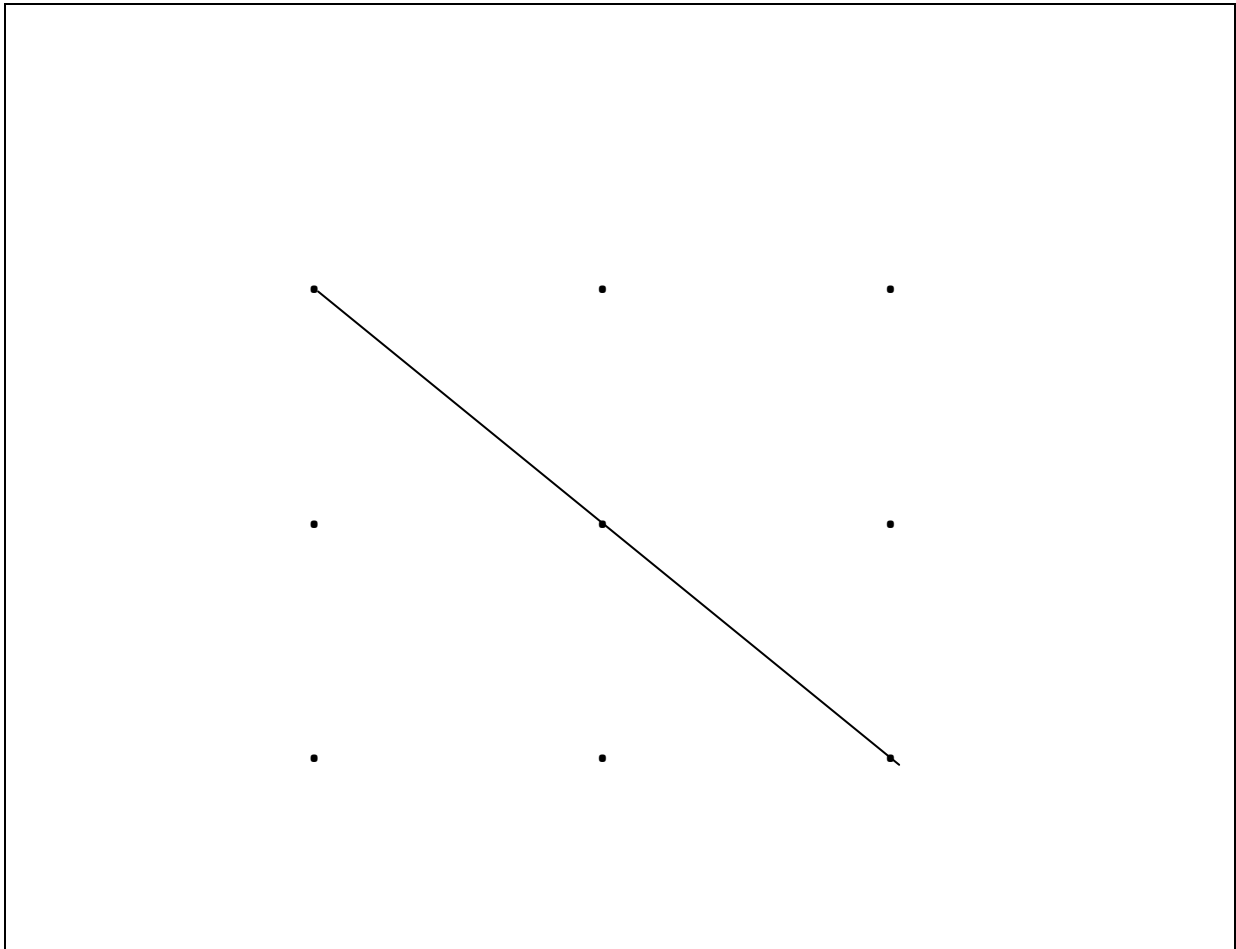


Wskazówki:

1. Zapytajcie prowadzącego, jeśli macie jakieś pytania lub wątpliwości dotyczące zadania.
2. Pracujcie wspólnie i wypróbujcie wiele różnych pomysłów.
3. Jeżeli potrzebujecie dodatkowych kopii, powiadomcie prowadzącego, a je otrzymacie.
4. Wasze linie będą musiały wychodzić poza kwadrat utworzony przez dziewięć kropek.

Dziewięć kropek 3

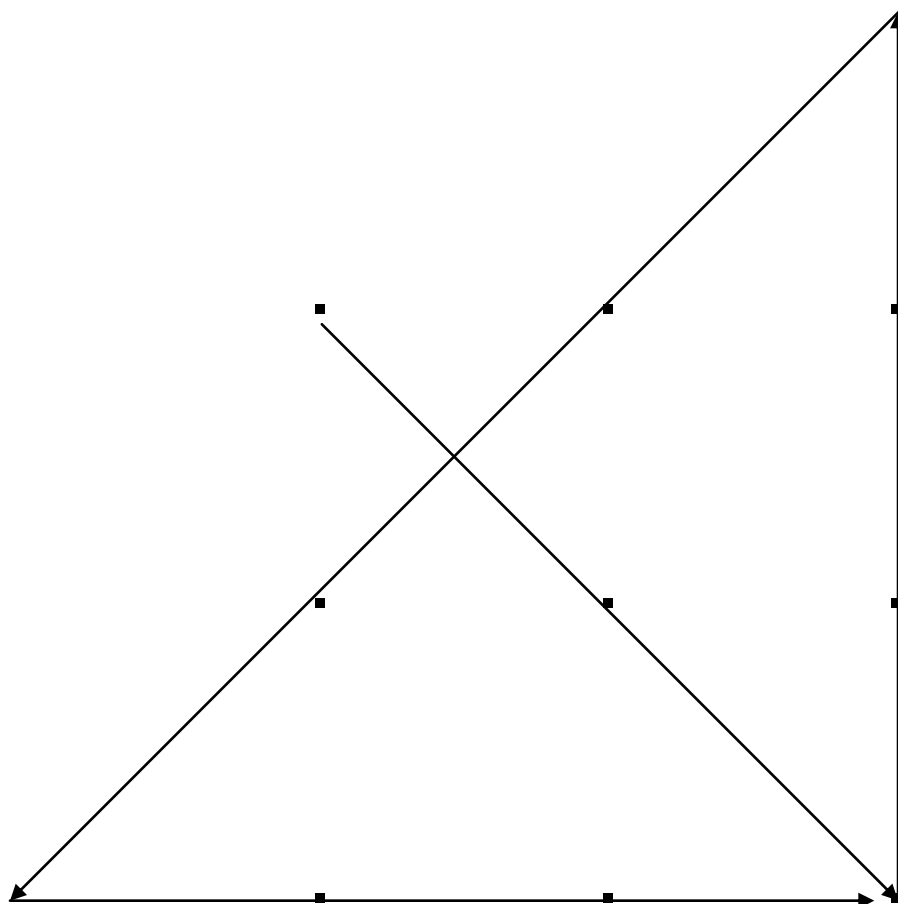
Przeczytajcie wskazówki pod kropkami.

**Wskazówki:**

1. Zapytajcie prowadzącego, jeżeli macie jakieś pytania lub wątpliwości dotyczące zadania.
2. Pracujcie wspólnie i wypróbujcie wiele różnych pomysłów.
3. Jeżeli potrzebujecie dodatkowych kopii, powiadomcie prowadzącego, a je otrzymacie.
4. Linie będą musiały wychodzić poza kwadrat utworzony przez dziewięć kropek. Następna linia będzie dotykać ramki narysowanej wokół dziewięciu kropek.

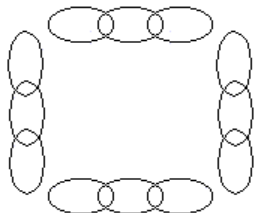
Materiał pomocniczy

Dziewięć kropek: rozwiązanie
(do użytku osoby prowadzącej zajęcia)

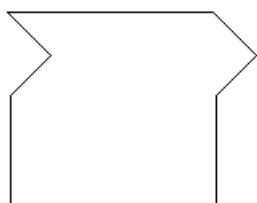


Załącznik 2

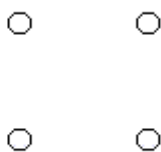
Zadanie 1. Znalazłeś rozerwany naszyjnik. Chcesz połączyć cztery części naszyjnika w zamkniętą całość. Masz do dyspozycji 15 zł. Jak zlecisz to jubilerowi, jeśli rozkucie jednego ogniwa kosztuje 3 zł, a skucie z powrotem – 2 zł?



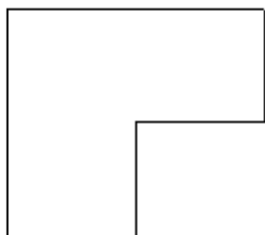
Zadanie 2. Podziel poniższą figurę na pięć identycznych części.



Zadanie 3. Połącz kropki, tworzące obrys prostokąta trzema liniami, bez odrywania ręki, tak by wrócić do punktu wyjścia.

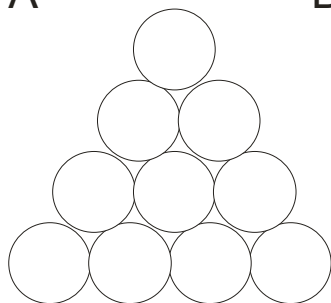


Zadanie 4. Podziel poniższą figurę na cztery identyczne części.

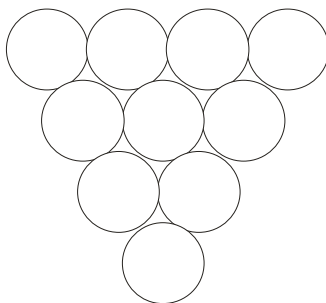


Zadanie 5. Przesuwając jedynie trzy monety z dziesięciu, stwórz z figury B figurę A.

A



B



Załącznik 3

Krytyczne myślenie jest sztuką myślenia o myśleniu w czasie myślenia w celu poprawy jego jakości.

Składa się z trzech przeplatających się faz:

- 1./ analizy myślenia,
- 2./ ewaluacji myślenia,
- 3./ ulepszania myślenia.

R. Paul, L. Elder, *Critical Thinking: Tools for Taking Charge of Your Learning and Your Life*,

Myślenie krytyczne jest zdolnością do myślenia jasnego i racjonalnego o tym, co robić albo w co wierzyć.

Strona internetowa Wydziału Filozofii Uniwersytetu w Hongkongu: <https://bit.ly/2F6tEju>.

Myślenie krytyczne to:

- postawa wyrażająca się w gotowości do rozpatrywania w przemyślany sposób problemów i przedmiotów, które wchodzą w zakres doświadczenia,
- znajomość logicznych metod rozumowania i dociekania,
- pewna wprawa w stosowaniu tych metod.

Definicja sformułowana przez Edwarda Glasera, przytoczona przez Marcina Będkowskiego z Uniwersytetu Warszawskiego, twórcę serwisu [krytycznemyslenie.pl](https://bit.ly/3FjB8hF), <https://bit.ly/3FjB8hF>.

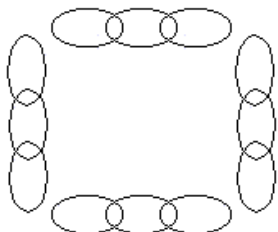
Krytyczne myślenie jest myśleniem wprost ukierunkowanym na osiągnięcie dobrze uzasadnionej opinii przy użyciu adekwatnych standardów oceny wyznaczającej prawdziwe znaczenie lub wartość czegoś.

R. Paul, L. Elder, *Critical Thinking: Tools for Taking Charge of Your Learning and Your Life*, Pearson Education Limited, London 2014.

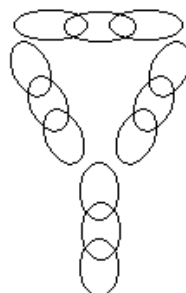
Załącznik 4

Zestaw zadań: rozwiązania
(do użytku osoby prowadzącej zajęcia)

Zadanie 1. Znalazłeś rozerwany naszyjnik. Chcesz połączyć cztery części naszyjnika w zamkniętą całość. Masz do dyspozycji 15 zł. Jak zlecisz to jubilerowi, jeśli rozkucie jednego ogniwa kosztuje 3 zł, a skucie z powrotem – 2 zł?

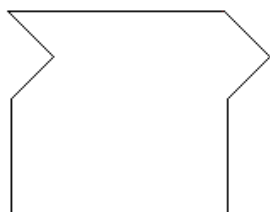


Rozwiązania:

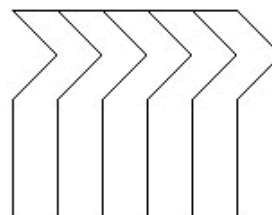


Drugim rozwiązaniem jest rozkucie trzech pierścieni z jednej części ($3 \times 3 \text{ zł} = 9 \text{ zł}$) i zastosowanie ich jako łączników trzech pozostałych ($3 \times 2 \text{ zł} = 6 \text{ zł}$), łącznie 15 zł.

Zadanie 2. Podziel poniższą figurę na pięć identycznych części.



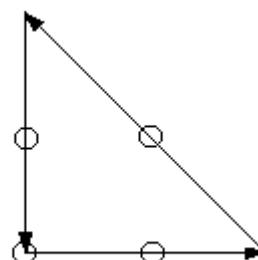
Rozwiązanie:



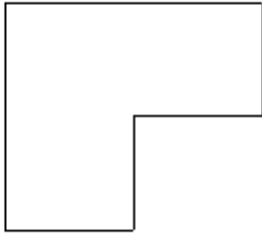
Zadanie 3. Połącz kropki tworzące obrys prostokąta trzema liniami, bez odrywania ręki, tak by wrócić do punktu wyjścia.



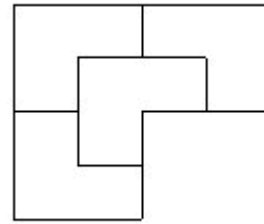
Rozwiązanie:



Zadanie 4. Podziel poniższą figurę na cztery identyczne części.

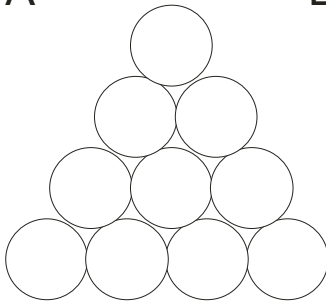


Rozwiązanie:

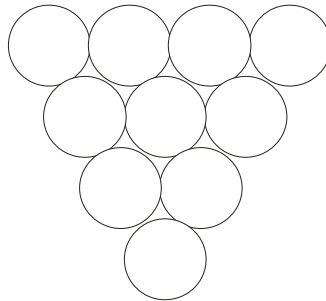


Zadanie 5. Przesuwając jedynie trzy monety z dziesięciu, stwórz z figury B figurę A.

A



B



Rozwiązanie:

Przesuwamy skrajną lewą monetę w górnym rzędzie na lewy skraj trzeciego rzędu. Monetę z dołu przesuwamy na prawy skraj trzeciego rzędu. Monetę z prawego skraju pierwszego rzędu kładziemy na środkowe monety pierwszego rzędu.

Załącznik 5

Karta podsumowująca zajęcia

Skuteczne działanie na rzecz ochrony klimatu i budowanie świadomych klimatycznie społeczności – czyli takich, które są świadome wyzwań i umieją na nie odpowiadać – wymaga rozwoju kluczowej kompetencji, jaką jest krytyczne myślenie.

Umiejętność krytycznego myślenia jest kompetencją, która pozwala na zapoznanie się z określonym problemem, jego analizę i podjęcie działania zmierzającego do jego rozwiązania.

Myślenie krytyczne jest zdolnością do myślenia jasnego i racjonalnego o tym, co robić albo w co wierzyć.

W procesie myślenia krytycznego można posłużyć się następującym modelem:

- 1. Analiza informacji**, czyli szczegółowa analiza wiadomości i zdefiniowanie problemu lub pytania. Definicja musi być konkretna, aby było wiadomo, nad czym trzeba będzie pracować, powinna trafiać w sedno. Należy to zrobić maksymalnie precyzyjnie: im węższe zagadnienie, tym łatwiej znaleźć rozwiązanie lub odpowiedź.
- 2. Ewaluacja**, czyli przeprowadzenie badania „cech” konkretnego działania w celu jego lepszego zrozumienia. Zebranie danych, opinii i argumentów. Znalezienie kilku źródeł, które różnie zapatrują się na dany problem, i porównanie odmiennych punktów widzenia.
- 3. Interpretacja**, czyli objaśnienie – znalezienie przyczyny, ustalenie wniosków, sposób wytłumaczenia czegoś lub odczytanie znaczenia czegoś. Zastanowienie się, jakie różne wnioski można wyciągnąć oraz które z nich mają wystarczające uzasadnienie w faktach.
- 4. Rozwiązania problemu/podjęcie decyzji**, czyli wymyślenie różnych sposobów rozwiązania problemu. Celem tego etapu jest podanie jak największej liczby propozycji rozwiązań oraz podjęcie ostatecznej decyzji o wyborze rozwiązania.
- 5. Zakwestionowanie rozwiązania/podjętej decyzji, aby się upewnić, że na pewno są dobre**, czyli uważne przyglądanie się rozwiązaniu i zakwestionowanie rozwiązania, aby się upewnić, że na pewno jest ono dobre. Ważne jest podanie kryteriów i powodów wyboru danego rozwiązania.

Myślenie krytyczne może wydawać się procesem długim i skomplikowanym. Jeśli jednak zaczniesz stosować powyższy model na co dzień, postępując zgodnie z przedstawioną procedurą, nauczysz się stosować te kroki automatycznie. A zatem: próbuj!

Zapamiętaj!!!

JAK ROZWIJAĆ MYŚLENIE KRYTYCZNE?

- Odróżniaj fakty od ocen.
- Nie działaj emocjonalnie.
- Zadawaj pytania.
- Przewiduj konsekwencje.

Osoba, która krytycznie myśli, jest świadoma swojego miejsca w świecie, rozumie przyczyny i skutki zdarzeń, staje się aktywnym obywatelem. Więcej na stronie: globalna.ceo.org.pl.

7./ Zachowania konsumenckie i zachowania obywatelskie

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Zachowania konsumenckie obejmują wszystko to, co poprzedza nabywanie przez konsumenta dóbr i usług oraz co zachodzi w trakcie ich nabywania i co następuje po ich nabyciu. Współcześnie większość procesów produkcyjnych została zglobalizowana. Nasze wybory konsumenckie wpływają na ludzi w innych częściach świata, a to wiąże się z odpowiedzialnością i ze świadomością. Świadomość jest rozumiana jako wiedza i zainteresowanie konsumentów w zakresie środowiska naturalnego i jego ochrony. Zachowania zaś to wszystkie działania, których może podjąć się każdy, aby pozytywnie wpłynąć na stan środowiska.

Natomiast aktywność obywatelska to pojęciem o bardzo szerokim zakresie znaczeniowym. Dla jednych może to być bezinteresowna pomoc, dla innych udział w przygotowaniu festynu, czy akcji charytatywnej. W niniejszej lekcji chcemy zwrócić uwagę na aktywność obywatelską rozumianą jako dążenie do oddziaływania na otoczenie społeczne. Znaczenie aktywności zależy od tego, na jakie cele, zadania, wartości jest skierowane.

Spółeczna aktywność obywatelska polega na wspólnym i świadomym działaniu skierowanym na formułowanie, realizację i obronę interesów, potrzeb, wartości, aspiracji jakiejś grupy społecznej lub jej członków. Jest to forma uczestnictwa w życiu publicznym oraz działalność oddolna, spontaniczna, na zasadzie dobrowolnego udziału poszczególnych jednostek.

W definicji aktywności obywatelskiej warto zwrócić uwagę na takie jej aspekty:

- świadomość wspólnego działania,
- artykulacja i obrona interesów danej grupy społecznej,
- sygnalizowanie problemów społecznych,
- zaangażowanie w działanie organizacji, fundacji, stowarzyszeń, wolontariatu.

Zorganizowanym wyrazem aktywności społecznej może być zaangażowanie w działalność organizacji pozarządowych (NGOs - non governmental organization), czyli zorganizowanych grup lub instytucji tj. np. stowarzyszeń, czy fundacji, nastawionych na działania edukacyjne, kształtowanie świadomości społecznej, opartych o dobrowolne oraz spontaniczne uczestnictwo obywateli.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • poznają elementy procesu podejmowania decyzji konsumenckich, • będą wiedzieć, że nie wszystkie decyzje są podejmowane racjonalnie, • nauczą się określać wpływ określonej grupy na zachowania konsumenckie, • uświadomią sobie, co oznacza bycie odpowiedzialnym konsumentem, • otrzymają wiedzę na temat aktywności obywatelskiej i trzeciego sektora, • poznają problemy, na rzecz których działają w Polsce organizacje trzeciego sektora.
Przebieg zajęć	• Przedstawienie zachowań konsumenckich, etapów podejmowania decyzji konsumenckich. • Zdefiniowanie świadomości konsumenckiej. • Określenie czynników wpływających na podejmowanie decyzji konsumenckich. • Określenie świadomych zachowań konsumenckich i ich konsekwencji. • Uświadomienie ważności i potrzeby zaangażowania w kwestie społeczne, • Uświadomienie znaczenia wspólnego działania na rzecz innych grup społecznych.

Czas trwania	45 minut
Materiały dydaktyczne	• arkusze papieru typu <i>flipchart</i>, kolorowe markery, • papier i ołówki lub długopisy (opcjonalnie), • materiały: plakat na arkuszu papieru typu <i>flipchart</i> „Etapy podejmowania decyzji konsumenckich” (każdy etap może być zapisany innym kolorem), materiały pomocnicze (załączniki 1–4), karta podsumowująca zajęcia.
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Rozwinięcie tematu: przygotuj plakat na arkuszu papieru typu <i>flipchart</i> „Etapy podejmowania decyzji konsumenckich”, powiel materiały pomocnicze w czterech zestawach dla grup (opis decyzji konsumenckich dla uczestników pocięty na paski do losowania). • Sprawdzanie efektów: powiel dla wszystkich uczestników kartę podsumowującą zajęcia.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Poproś, aby uczestnicy dobrali się w pary. Jedna osoba w parze zaciska pięść, a druga stara się ją przekonać, aby otworzyła dłoń. Po pewnym czasie partnerzy zamieniają się rolami. (Uwaga: pięść należy otworzyć tylko wtedy, kiedy jest się do tego przekonany. Nie wolno używać siły, jakiegokolwiek groźby są niedozwolone).

2. Zapytaj uczestników:

- Jakie metody wykorzystywaliście, aby osoba w parze otworzyła dłoń?
- O czym myśleliście w trakcie ćwiczenia?
- Co sprawiło, że osoba w parze otworzyła rękę?
- O czym myśleliście jako osoby, które miały zaciśniętą pięść?
- Jakie zachowania podobały się wam, a jakie nie?
- Jakie emocje w was przeważały?
- Co was skłoniło do otwarcia dłoni?
- Czy byliście zadowoleni ze swojej decyzji, czy nie?
- Czy pojawiła się refleksja, że można było postąpić inaczej?

3. Wyjaśnij (miniwykład):

Podobnie jak w wypadku tego ćwiczenia, działa na nas mnóstwo bodźców, które w mniejszym lub większym stopniu wpływają na podejmowane przez nas decyzje konsumenckie oraz zaangażowanie w działania pro obywatelskie. Jesteśmy poddawani różnym technikom i sposobom, aby zakupić właśnie ten, a nie inny produkt lub wziąć udział w takiej a nie innej aktywności. Tylko od nas samych zależy, w jakim stopniu poddamy się tym wpływom i im ulegniemy, a w jakim zachowamy się racjonalnie i będziemy świadomymi konsumentami i obywatelami.

O byciu świadomymi konsumentami i obywatelami możemy mówić również z punktu widzenia ekologii. Jak wskazują autorzy raportu *Badania świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski w 2020 r.*: „Świadomość ekologiczna mieszkańców Polski uległa zmianie, jeśli chodzi o zachowania konsumenckie. Respondenci znacznie częściej niż w poprzednich latach zwracają uwagę na ograniczenie zużycia wody (ponad 90% wskazań) oraz wybierają rozwiązania ekologiczne, nawet wtedy, gdy oznacza to dodatkowy koszt (82%). 61% badanych zadeklarowało, że może skorzystać z roweru bądź komunikacji miejskiej zamiast samochodu.

Już ponad 95% mieszkańców Polski deklaruje, że oszczędza energię w domu. Najczęściej wskazywanymi sposobami jej oszczędzania są: gaszenie światła w nieużywanych pomieszczeniach,

stosowanie energooszczędnych źródeł światła czy zakup energooszczędnych urządzeń gospodarstwa domowego.

Jedna trzecia respondentów planuje podjęcie dodatkowych działań, które zwiększą efektywność energetyczną i umożliwią zmniejszenie rachunków za energię. Osoby te najczęściej planują zastosować odnawialne źródła energii. Ponad 3/4 badanych jest skłonnych wydać więcej na »czystą« energię, a odsetek ten jest prawie cztery razy wyższy od uzyskanego w 2018 r.”.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Zadaj uczestnikom pytania:

- Co to są według was zachowania konsumenckie?
- Jak wygląda według was proces podejmowania decyzji konsumenckich?

2. Powieś na plakacie rozpisane etapy podejmowania decyzji konsumenckich (każdy etap może być zapisany innym kolorem). W ramach miniwykładu omów krótko poszczególne etapy.

Zachowania konsumenckie obejmują wszystko to, co poprzedza nabywanie przez konsumenta dóbr i usług oraz co zachodzi w trakcie ich nabywania i co następuje po ich nabyciu.

Etapy podejmowania decyzji konsumenckich

DK1. Rozpoznanie problemu – potrzeby.

DK2. Poszukiwanie rozwiązania – informacji.

DK3. Ocena alternatywnych rozwiązań.

DK4. Podjęcie decyzji – zakup.

DK5. Ocena zakupu.

Podaj przykład omawiając zakup komputera:

ad.DK1. Rozpoznanie problemu – potrzeby: pojawienie się jakiejś potrzeby, wystąpienie jakiegoś braku. Na przykład potrzebujesz komputera do pracy, nauki, pisanie wypracowań, korzystania z Internetu, grania w gry.

ad.DK2. Poszukiwanie rozwiązania – informacji: na podstawie własnych doświadczeń, opinii przyjaciół, reklamy, wyglądu opakowania, porównywania marek. Na przykład poprzedni komputer był marki X i się sprawdził, pytamy znajomych lub ekspertów, jaki sprzęt polecają, oglądamy reklamy w prasie, telewizji.

ad.DK3. Ocena alternatywnych rozwiązań: określenie kryteriów porównawczych, lista potencjalnych marek, spośród których dokonamy wyboru. Na przykład zakładamy wybór między markami X i Y, dwurdzeniowy procesor, monitor 14 do 15 cali, zintegrowana karta graficzna, porównujemy ceny.

ad.DK4. Podjęcie decyzji – zakup: wybór najbardziej odpowiedniego modelu – dokonanie zakupu komputera.

ad.DK5. Ocena zakupu: określenie, czy zakup sprostął naszym oczekiwaniom. Na przykład czy komputer jest wystarczająco wydajny.

3. Poproś, aby grupa podała inne przykłady z życia swojego i swoich bliskich (na przykład zakup samochodu przez rodziców, zakup domu, zakup sprzętu narciarskiego, zakup hulajnogi elektrycznej).

4. Podsumuj:

Przedstawione etapy procesu podejmowania decyzji konsumenckich dotyczą racjonalnego podejmowania decyzji. Nie wszystkie decyzje konsumenckie podejmowane są jednak racjonalnie. Dokonujemy także niezaplanowanych zakupów pod wpływem impulsu, emocji, grupy, do której należymy. Konsument dokonuje porównań między sobą a innymi członkami grupy, na skutek czego koryguje swoje postawy, przekonania, zachowania. Grupa wpływa na decyzje konsumenckie, które podejmujemy każdego dnia. Istnieje wiele grup, które pośrednio lub bezpośrednio oddziałują na

konsumenta. Taką grupą może być rodzina, klasa szkolna, mogą być nimi również idole: aktorzy, sportowcy, celebryci, a nawet klienci danego sklepu spożywczego.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Poproś uczestników, aby podzielili się na cztery grupy (możesz zastosować jeden ze znanych sposobów podziału na grupy).
 2. Rozłóż między grupami opisy decyzji konsumenckich (załącznik 1). Jedna grupa losuje jeden opis.
 3. Rozdaj członkom każdej grupy po jednej kartce formatu A4 oraz marker.
 4. Poproś, aby każda grupa przeczytała wylosowany opis decyzji konsumenckich, zastanowiła się i wypisała na kartkach, co wpływa na podejmowane decyzje konsumenckie opisane w wylosowanych przykładach.
 5. Po wykonaniu zadania poproś o prezentację wyników pracy grup na forum. W razie potrzeby uzupełnij wypowiedzi uczestników (materiały pomocnicze – załącznik 2, wersja dla prowadzącego).
 6. Zapytaj uczestników:
 - W jaki sposób planujecie zakupy?
 - Czy decyzje podejmujecie sami, czy prosicie kogoś o radę?
 - Gdzie szukacie informacji?
 - Co wpływa na podjęte przez was decyzje?Pozwól wypowiedzieć się wszystkim chętnym.
 7. Podsumuj ćwiczenie, zwracając uwagę, że znając proces podejmowania decyzji oraz czynniki wpływające na ten proces, możemy nauczyć się tego, jak podejmować możliwie najbardziej racjonalne decyzje konsumenckie.
 8. Zapytaj uczestników:
 - Jak planujecie zakupy?
 - Wybieracie się sami czy prosicie kogoś o radę?
 - Kogo prosicie o radę?
 - Gdzie szukacie informacji?
 - Co wpływa na podjęte przez was decyzje?(Wskazówka dla prowadzącego: zwróć uwagę uczestnikom, że również oni są dla innych doradcami, również oni wywierają wpływ, na przykład na swoich znajomych i przyjaciół. Ważne jest, aby byli dobrymi doradcami, odpowiedzialnymi za udzielane rady).
- Podsumowując aktywność można wykorzystać załącznik numer 3

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

Nauczyciel dzieli klasę na trzy grupy (ewentualnie więcej grup), które mają takie zadanie: "Wyobraźcie sobie, że anonimowa fundacja przekazała Wam 5000 zł na założenie organizacji ekologicznej o podanej przez nią nazwie (nazwę należy związać z tematyką i obszarem zainteresowań organizacji). Waszym zadaniem jest próba określenia i przedstawienia:

- haseł głoszonych przez organizację;
- celów organizacji;
- planu najbliższych działań;
- dróg zdobycia środków na rozwój i działalność;
- sposobów przyciągnięcia zwolenników, sympatyków.

Przykładowe hasła:

- Energia na wyciągnięcie ręki
- Równe płace dla wszystkich
- Nie dla plastiku

(mogą być inne nazwy wymyślone przez nauczyciela lub młodzież)

Na zakończenie ćwiczenia, każda z grup krótko prezentuje efekty swojej pracy.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

Przemyśl, w jaki sposób możesz stać się świadomym konsumentem? Jak ty podejmujesz decyzję o zakupie danego towaru? Co jeszcze możesz zrobić, aby twoje decyzje były „eko”?

Postaraj się w ciągu najbliższych zakupów na przykład nie korzystać z reklamówek jednorazowych, wybierać produkty lokalnych producentów, kupić tylko tyle rzeczy, ile jest ci rzeczywiście potrzebne – nic na zapas, nic z promocji, nic z reklamy, wybierać towary w ekologicznych opakowaniach. Spróbuj dokładniej przeanalizować, co to mogło dać, czy masz poczucie, że zrobiłeś coś wartościowego?

lub

- Być może znasz jakąś organizację pozarządową (fundację, stowarzyszenie, grupę nieformalną). Jeśli tak, postaraj się porozmawiać z jej przedstawicielem lub z osobą, która działa na rzecz jakiejś grupy społecznej (może to być osoba znana Tobie, z Twojego otoczenia).
- Zaobserwuj przejawy aktywności obywatelskiej w twoim mieście i opisz jeden z nich. Uzasadnij dlaczego jest to aktywność obywatelska.

Źródła

Badania świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski w 2020 r. (badanie trackingowe), bit.ly/3XQU3aP.

Co to jest debata oksfordzka i dlaczego warto poznać jej formułę?, bit.ly/3iyKjSv.

Materiały pomocnicze do zajęć: Zachowania konsumenckie i zachowania obywatelskie

Załącznik 1

Opisy decyzji konsumenckich

Sytuacja pierwsza

Zbliża się sylwester, jesteś zaproszona na przyjęcie do znajomych, potrzebujesz odpowiedniej na tę okazję sukienki. Wybierasz się na zakupy z koleżanką. W sklepie koleżanka poleca ci zakup złotej sukienki z cekinami. Chociaż nie lubisz złotego koloru, to po zapewnieniach koleżanki, że wyglądasz świetnie, kupujesz ją. Dodatkowo sukienka jest przeceniona o 50%.

Sytuacja druga

Zbliżają się wakacje, wybierasz się w góry, planujesz więc zakup butów trekkingowych. Idąc na zakupy, określiłeś, że chcesz kupić buty sportowe w cenie do 300 zł. W sklepie masz do wyboru: jedną parę lepszych (spełniających twoje oczekiwania) w cenie 300 zł lub dwie pary innych butów po 150 zł każda i właśnie te dwie pary kupujesz.

Sytuacja trzecia

Chcesz kupić napój w automacie za 10 zł i wiesz, że taki sam napój jest tańszy o 5 zł w sklepie oddalonym o 15 minut drogi od szkoły – gotowy jesteś tam udać. Gdy jednak kupujesz bluzę za 100 zł i wiesz, że taka sama bluza jest tańsza o 5 zł w sklepie oddalonym również o 15 minut drogi, jak w wypadku napoju, raczej nie pójdziesz do oddalonego sklepu.

Sytuacja czwarta

Planujesz zakup hulajnogi elektrycznej. Wypatrzyłeś w sklepie model, który spełnia wszystkie twoje oczekiwania: odpowiednia jakość, wytrzymałość i moc, żebyś mógł sprawnie poruszać się po mieście. Jednak twoi znajomi korzystają tylko z modnych obecnie hulajnóg elektrycznych, które są dużo droższe. Mimo wysokiej ceny i mniejszej wytrzymałości sprzętu decydujesz się na zakup hulajnogi, z której korzystają znajomi.

Załącznik 2

Opisy decyzji konsumenckich (wersja dla prowadzącego)

Sytuacja pierwsza

Dobrze wyeksponowana promocja cenowa, na przykład „taniej o 50%”, powoduje, że kupujemy za 50% wartości produkt, którego normalnie nie wzięlibyśmy za darmo.

Sytuacja druga

„Dwa w cenie jednego” – często dodatkowy produkt powoduje, że nie zwracamy uwagi na jakość produktu, tylko na cenę i fakt, że jest to promocja.

Sytuacja trzecia

Subiektywna różnica cenowa: w opisanej sytuacji jest mało prawdopodobne, że pójdziemy do oddalonego sklepu. Należy zwrócić uwagę, że 5 zł to zawsze 5 zł. W porównaniu jednak z ceną zakupu ulegamy złudzeniu, że 5 zł w wypadku bluzy to niewielka kwota.

Sytuacja czwarta

Sytuacja obrazuje wpływ mody i grupy znajomych (grupa członkowska) na podejmowane decyzje zakupowe. Podejmujemy decyzje takie jak grupa, do której należymy, żeby się z nią identyfikować, uzyskać akceptację jej członków.

Załącznik 3

Konsekwencje zachowań konsumenckich

Zachowanie	Konsekwencje
Jazda rowerem do szkoły. Korzystanie z komunikacji miejskiej.	Ochrona środowiska, ograniczenie emisji spalin, dbanie o kondycję fizyczną. Ograniczenie wydatków państwa na ochronę środowiska.
Rezygnacja z papierowych wyciągów z konta bankowego.	Ochrona środowiska, surowców naturalnych, zmniejszenie zużycia papieru.
Oglądanie recenzji telefonów na YouTube. Określenie potrzeb i wymagań sprzętowych.	Wybór doradcy, osoby zaufanej, która na przykład specjalizuje się w danej dziedzinie. Szukanie rzetelnych informacji w podjęciu najbardziej trafnej decyzji konsumenckiej, wybór sprzętu dobrej jakości i dopasowanego do naszych potrzeb – będzie służył dłużej.
Porównanie cen modeli telefonu.	Uchroni przed zakupem po zawyżonej cenie.
Tworzenie listy zakupów.	Pomaga w trzymaniu się ograniczonego budżetu, unikaniu nieplanowanych, impulsywnych zakupów.
Zakupy w lokalnej piekarni.	Wspieranie lokalnych przedsiębiorców.
Torba wielokrotnego użytku.	Ochrona środowiska przed zanieczyszczeniem w porównaniu z zabieraniem za każdym razem torby foliowej ze sklepu. Ograniczenie sprzedaży toreb foliowych przez sklepy.
Zwracanie szklanych butelek do sklepu.	Dbanie o czystość środowiska, estetykę okolicy, bardziej gospodarne działania obywateli, co składa się na budowanie świadomego społeczeństwa obywatelskiego.
Sprawdzanie, czy produkt nie jest zapakowany w zbyt duże opakowanie.	Dozwolona zawartość powietrza w opakowaniu to 30%. Większe od koniecznych opakowania mogą wprowadzić w błąd konsumenta i mylnie sugerować, że kupuje więcej towaru niż w rzeczywistości. Zbyt duże opakowanie sugeruje, że kupuje się więcej, a w praktyce więcej kosztuje transport, a mieszkańcy płacą więcej za wywóz śmieci.
Udział w kampanii „Pro-Test przeciw oszukańczym opakowaniom”*	Kampania ma na celu wzmocnić czujność konsumentów podczas robienia zakupów oraz zwrócić uwagę producentów na problem oszukańczych opakowań. Wspólnie z konsumentami jest tworzona lista produktów w opakowaniach, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd.

* Fundacja Pro-Test zajmuje się testowaniem produktów. Należy do International Consumer Research & Testing z siedzibą w Londynie – międzynarodowej organizacji testującej produkty, zrzeszającej czterdzieści jeden instytucji konsumenckich z trzydziestu siedmiu państw. Cele Fundacji obejmują: edukację społeczeństwa w zakresie towarów i usług, wykonywanie porównawczych testów produktów, dostarczanie społeczeństwu informacji, które pomagają w dokonywaniu oceny rynku towarów i usług oraz podejmowaniu świadomych decyzji konsumenckich.

Załącznik 4

Karta podsumowująca zajęcia

Zachowania konsumenckie obejmują wszystko to, co poprzedza nabywanie przez konsumenta dóbr i usług oraz co zachodzi w trakcie ich nabywania i co następuje po ich nabyciu. Współcześnie większość procesów produkcyjnych została zglobalizowana.

Nasze wybory konsumenckie wpływają na ludzi w innych częściach świata, a to wiąże się z odpowiedzialnością i ze świadomością, także tą która dotyczy ekologii i podejmowanych przez nas działań obywatelskich, dzięki którym możemy wpływać na rządzących w celu tworzenia, zrównoważonych regulacji prawnych dotyczących rynku dóbr konsumenckich.

Świadomość jest rozumiana jako wiedza i zainteresowanie konsumentów w zakresie środowiska naturalnego, praw pracownika i praw konsumentach oraz ich ochrony. Zachowania zaś to wszystkie działania, których może podjąć się każdy, aby pozytywnie wpłynąć na stan środowiska i poziomu życia osób wytwarzających nasze dobra.

Etapy podejmowania decyzji konsumenckich

1. Rozpoznanie problemu – potrzeby.
2. Poszukiwanie rozwiązania – informacji.
3. Ocena alternatywnych rozwiązań.
4. Podjęcie decyzji – zakup.
5. Ocena zakupu.

Nie wszystkie decyzje konsumenckie podejmowane są jednak racjonalnie. Dokonujemy także niezaplanowanych zakupów pod wpływem impulsu, emocji, grupy, do której należymy. Konsument dokonuje porównań między sobą a innymi członkami grupy, na skutek czego koryguje swoje postawy, przekonania, zachowania. Grupa wpływa na decyzje konsumenckie oraz obywatelskie, które podejmujemy każdego dnia. Istnieje wiele grup, które pośrednio lub bezpośrednio oddziałują na nas.

Wszyscy czasami jesteśmy doradcami i możemy mieć wpływ na przykład na swoich znajomych i przyjaciół. Ważne jest, abyśmy byli dobrymi doradcami, odpowiedzialnymi za udzielane rady.

Pamiętaj!

Dokonywane przez nas wybory mają wpływ na świat wokół nas.

8./ Gospodarka globalna

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Gospodarka globalna to system obejmujący gospodarki narodowe wszystkich państw, które są ze sobą powiązane przez handel, finanse, produkcję i technologię. To ogólnoświatowy proces produkcji i wymiany różnych towarów między instytucjami i państwami, tworzący międzynarodową sieć powiązań ekonomicznych. Do najważniejszych obszarów globalnej gospodarki można zaliczyć: rolnictwo (uprawa roślin i chów zwierząt), rybołówstwo, przemysł (masowa produkcja towarów), energetykę (źródła odnawialne i nieodnawialne), komunikację (transport i łączność) oraz gospodarkę leśną.

O globalnej gospodarce możemy mówić w ujęciu społecznym i klimatycznym, dążąc do zrównoważonego rozwoju. Jest to proces mający na celu zaspokojenie aspiracji rozwojowych obecnego pokolenia w sposób umożliwiający realizację tych samych dążeń następnym pokoleniom. Oznacza to traktowanie zasobów środowiska jako ograniczonych zasobów gospodarczych oraz wykorzystywania kapitału przyrodniczego tak, aby zachować funkcje ekosystemów w perspektywie długoterminowej. Wskaźnik umożliwiający oszacowanie zużycia zasobów naturalnych w stosunku do możliwości ich odtworzenia przez naszą planetę jest nazywany śladem ekologicznym, na który świadomie może wpływać na każdy z nas.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • wiedzą, co oznaczają określenia „gospodarka globalna”, „zrównoważony rozwój”, „ślad ekologiczny”, „wirtualna woda”, • znają mechanizm działania systemu złożonego oraz interakcji między jego elementami, • znają zachowania zgodne z koncepcją „zrównoważonego rozwoju”, • rozumieją, jakie są konsekwencje ich codziennych prywatnych decyzji konsumenckich dla środowiska/ekologii, • są bardziej świadomi wpływu własnych, codziennych, rutynowych czynności na otaczający świat, • znają własny (ilościowy) ślad ekologiczny oraz sposoby na jego minimalizację.
Przebieg zajęć	• Wprowadzenie w tematykę zajęć. Wyjaśnienie kluczowych pojęć: „gospodarka globalna”, „zrównoważony rozwój”, „ślad ekologiczny”, „wirtualna woda”, „zasoby ekosystemu” (miniwykład). • Indywidualne doświadczenie siebie jako elementu bardziej złożonego systemu. Postrzeganie siebie w wymiarze myślenia systemowego oraz swojego wpływu na środowisko naturalne (ćwiczenie aktywizujące). • <i>Case study</i> – ćwiczenie pokazujące praktyczne przykłady zużycia zasobów wody na Ziemi z odniesieniem do zagadnienia „wirtualnej wody”. • Edukacja w zakresie śladu wodnego w produktach spożywczych codziennego użytku. • Rozpoznawanie pośrednich i bezpośrednich działań ograniczających „ślad ekologiczny”. • Zadanie domowe: rozpoznawanie własnego „śladu ekologicznego” przy użyciu ekokalkulatora,
Czas trwania	45 minut
Materiały	• prezentacja multimedialna,

dydaktyczne	• czyste kartki papieru formatu A4, arkusze papieru typu <i>flipchart</i> lub tablica, markery lub kreda, • papier i ołówki lub długopisy dla każdego uczestnika, • materiały pomocnicze do powielenia: karta robocza 1 (jedna kopia na grupę trzy- lub czteroosobową), • karta robocza 2 (dla każdego uczestnika), • karta podsumowująca zajęcia (dla każdego uczestnika).
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Rozwinięcie tematu: przygotuj prezentację multimedialną, wydrukuj materiały pomocnicze (załączniki 1–4). • Sprawdzenie efektów: powiel kartę podsumowującą zajęcia dla każdego uczestnika.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Przekaż uczestnikom następujące informacje:

- Codzienne decyzje konsumenckie, produkcja i używanie towarów mogą wpływać na stan środowiska naturalnego.
- Aby kolejne pokolenia mogły w równym stopniu korzystać z zasobów środowiska naturalnego, konieczne jest zastosowanie zasad zrównoważonego rozwoju. Podaj przykłady: segregacja śmieci, e-dokumenty, korzystanie z transportu publicznego lub roweru, kupowanie lokalnych produktów, korzystanie z produktów wielokrotnego użytku, ograniczanie plastiku, utylizacja elektrośmieci. (Uwaga: zapytaj uczestników, jakie inne sposoby dbania o środowisko są im znane z najbliższego otoczenia – szkoły, domu, miasta – lub z mediów, a także jak oni sami dbają o środowisko).
- „Ślad ekologiczny” i „wirtualna woda” są narzędziami obrazującymi stopień wykorzystania zasobów naturalnych.

2. Po zakończeniu prezentacji zapytaj uczestników o ich refleksje i przemyślenia. Dowiedz się również, czy mają pytania do omawianego zagadnienia.

3. Wyjaśnij, że tematem dzisiejszych zajęć jest gospodarka globalna i nasza w niej indywidualna rola.

(Wskazówka dla prowadzącego: „**Ślad ekologiczny**” to wskaźnik umożliwiający oszacowanie zużycia zasobów naturalnych w stosunku do możliwości ich odtworzenia przez Ziemię. Stanowi podstawę analizy zapotrzebowania człowieka na zasoby naturalne biosfery. Porównywana jest w nim ludzka konsumpcja zasobów naturalnych ze zdolnością planety Ziemi do ich regeneracji. Innymi słowy, jest to próba oszacowania potrzeb ludzkości w porównaniu z produktywnością naszej planety. **Ślad ekologiczny** jest mierzony w globalnych hektarach (gha) w przeliczeniu na jednego mieszkańca Ziemi. Według raportu World Wide Fund *Living Planet*, żeby zaspokoić życiowe potrzeby, człowiek potrzebuje 2,7 gha/osobę. Ziemskie zasoby są szacowane na 1,06 miliarda globalnych hektarów. Największy **ślad ekologiczny** mają kraje wysoko rozwinięte (Stany Zjednoczone 9 gha/osobę) bądź z rozwiniętym przemysłem wydobywczym (Zjednoczone Emiraty Arabskie – 10,7 gha/osobę, Katar – 10,5 gha/osobę). W Unii Europejskiej **ślad ekologiczny** wynosi 4,7 gha/osobę. Wszystkie państwa członkowskie wytwarzają łącznie 9% zasobów Ziemi, a zużywają 16%. Według przywoływanego raportu World Wide Fund z 2020 roku Polska plasuje się na dwudziestym miejscu w rankingu **ecological footprint** spośród dwudziestu czterech analizowanych państw Unii Europejskiej. Deficyt ekologiczny Polski jest wciąż wysoki, ale zmniejsza się on systematycznie od kilku lat. W porównaniu z 1990 rokiem Polsce udało się zmniejszyć **ślad ekologiczny** z 3,83 gha/osobę do 3,3 gha/osobę. Wciąż jednak prawie dwukrotnie przekraczamy zasoby naturalne swojego kraju.

Tak wysokie miejsce wynika przede wszystkim z faktu, że większość energii pochodzi w Polsce ze spalania węgla. Każdy z nas może obliczyć własny ślad ekologiczny, który pozostawia w przyrodzie. Ślad ten jest wynikiem tego, co jemy, jak się ubieramy, jak mieszkamy, jak się przemieszczamy (na przykład samochodem czy rowerem) i jak się pozbywamy odpadów. Ślad ten wyrażony jest w powierzchni lądowej i morskiej, jakiej potrzeba, aby wyprodukować to wszystko, co zużywamy, i jaka powierzchnia jest niezbędna na odpady.

„Wirtualna woda” jest elementem śladu ekologicznego. Woda jest także jednym z elementów środowiska naturalnego, którego zapasy są ograniczone. Nadmierna i nieprzemysłana konsumpcja, nie tylko bezpośrednio wody, ale także towarów i usług, przyczynia się do ciągłego zmniejszania się jej zasobów. Jest to suma zużycia wody, jaka jest potrzebna do produkcji towarów i usług, które konsumujemy na co dzień. Na nasz ślad wodny składa się bezpośrednie zużycie wody (picie, kąpiel, spłuczka, pranie) oraz pośrednie zużycie wody (do produkcji towarów w danych krajach).

Obecnie dużym problemem nękającym całą społeczność jest zbyt duża eksploatacja zasobów naturalnych biosfery przez zdecydowaną większość państw. Jest wiele powodów przekraczania przez ludzi zasobów ekosystemu ziemskiego. Jednym z najważniejszych jest emitowanie do atmosfery tak dużej ilości [dwutlenku węgla](#), że ani lasy, ani oceany nie są w stanie ich pochłoniąć. Nadwyżka ta spowodowana jest również wycinaniem drzew w tempie, które uniemożliwia ich ponowny wzrost, a także połowem ryb w ilościach, których morza i oceany nie są w stanie odtworzyć. Konsumpcja ludzka dotyczy ponadto wytwarzania odpadów oraz rodzaju i częstotliwości korzystania ze środków transportu.

Słowa kluczowe: gospodarka globalna, zrównoważony rozwój, ślad ekologiczny, wirtualna woda, zasoby ekosystemu

B. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Zaproś uczestników do ćwiczenia ruchowego.
2. Poproś, aby ustawili się w okręgu.
3. Gdy już będą gotowi, poproś, aby spojrzeli na wszystkich stojących w okręgu i spośród nich wybrali w myślach dwie osoby, nie mówiąc nikomu, kogo wybrali. (Uwaga: ważne jest, by nie dzielili się informacją dotyczącą dokonanego wyboru).
4. Poproś teraz grupę, aby stanęła w „rozsypce”.
5. Przypomnij uczestnikom, jak wygląda trójkąt równoboczny.
6. Poproś uczestników, aby na twój sygnał spróbowali się tak przemieszczać, żeby wraz z dwiema osobami wybranymi wcześniej w myślach utworzyli trójkąt równoboczny, którego będą wierzchołkami.
(Uwaga: uczestnikom wolno się tylko przemieszczać – nie wolno nic mówić ani dawać żadnych znaków).
7. Daj grupie chwilę na ustawienie się.
8. Jeżeli grupie uda się znaleźć równowagę, tak że powstaną wszystkie trójkąty, wybierz jednego uczestnika i poproś go, aby zrobił trzy kroki w dowolnym kierunku.
9. Teraz poproś grupę, aby znowu spróbowała utworzyć swoje trójkąty.
10. Daj grupie chwilę na działanie.
11. Poproś uczestników, aby wrócili na swoje miejsca, i zapytaj:
 - Co wam sprawiało trudność w utworzeniu małych trójkątów?
 - Co się wydarzyło w chwili, gdy była już równowaga, a jedna osoba zmieniła swoje miejsce o trzy kroki?

- Czy zauważyliście związek między zmianą położenia jednej osoby a położeniem pozostałych uczestników?
- Co pokazuje to ćwiczenie? Jakie wnioski można z niego wyciągnąć?
- Czy widzicie jakieś podobieństwo między tym ćwiczeniem a globalną gospodarką?

12. Podsumuj ćwiczenie. Poinformuj uczestników, że właśnie tak wygląda system złożony.

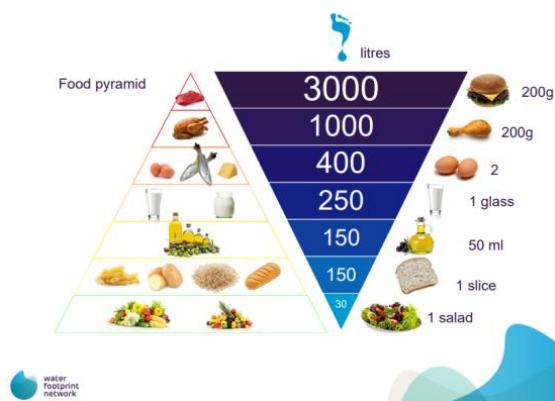
W systemie występuje wiele interakcji między jego elementami, jest on bardzo wrażliwy na zakłócenia i ciągle ewoluuje. W systemie złożonym nawet niepozorne działanie (zmiana) jednego elementu wpływa na cały system. Gospodarka globalna jest właśnie systemem złożonym, w którym działania podejmowane w jednej części świata mają wpływ na zmiany w innej części.

(Wskazówka dla prowadzącego: zwróć uwagę uczestnikom, że oni również są częścią systemu światowego. Ich postawy konsumenckie i ekologiczne mają wpływ nie tylko na najbliższe środowisko, ale także na różne części świata).

C. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Powiedz uczestnikom, że dalszą pracę będą wykonywać w trzy-, czteroosobowych grupach. Poproś, by samodzielnie dobrali się w grupy. (W razie trudności odgórnie dobrać grupy przez odliczanie).
2. Daj każdej grupie opis postaci z listą zakupów (materiały pomocnicze, załącznik 1) i tabelę dotyczącą śladu wodnego produktów (materiały pomocnicze, załącznik 2).
3. Poproś, aby uczestnicy w grupach zapoznali się z postaciami i ich listami zakupów, a następnie obliczyli ślad wodny dla każdej z nich na podstawie otrzymanego opisu i tabeli. Na koniec na podstawie swoich wyliczeń niech wytypują postać, która wybiera produkty o najmniejszym śladzie wodnym, oraz osobę o najwyższym jej zużyciu.
4. Gdy wszystkie grupy skończą pracę, zapytaj na forum, jakie uzyskali wyniki.
5. Zapytaj uczestników, czy wiedzą, które z tych produktów są lokalne, a które pochodzą z eksportu (czy wiedzą, gdzie wymienione artykuły są wyprodukowane) i z czego wynikają różnice w śladzie wodnym produktów zakupionych przez postacie z ćwiczenia.
6. Na koniec poproś uczestników, aby w tych samych grupach zastanowili się, w jaki sposób mogliby zmniejszyć ślad wodny danych postaci. Propozycje i sugestie spisują na kartce, a przedstawiciel każdej grupy omówi je na forum.
7. Wyświetl slajd „Food pyramid” i krótko podsumuj informacje na temat śladu wodnego w produktach spożywczych codziennego użytku.

Warto podkreślić, że nasze świadome decyzje mają wpływ na otaczające środowisko. Analogicznie jak w ćwiczeniu z trójkątami mamy indywidualny wpływ na ochronę zasobów naszej planety, chociażby przez bardziej racjonalny wybór, tego co jemy.



(Wskazówka dla prowadzącego: podkreśl, że pojedyncza decyzja o zakupie wydaje się nic nie znaczyć, ale jeśli jest dokonywana przez miliony konsumentów na całym świecie, to łączny efekt jest bardzo istotny. Wystarczy sobie wyobrazić, że milion mieszkańców Ziemi zjada po jednym hamburgerze – to daje 2,5 miliarda litrów wykorzystanej wody! W trakcie omawiania ćwiczenia zwróć uwagę na fakt, że import towarów z takich krajów jak Indie czy Chiny oznacza pośredni import wody z tych krajów. Na przykład w procesie produkcji jednej koszulki bawełnianej – od plantacji bawełny przez barwienie aż do ostatecznej fazy produkcji – zużywa się około 2 tysięcy litrów wody. Duże zużycie wody stanowi problem przede wszystkim dlatego, że występuje ono głównie w tych regionach świata, w których zasoby wody i tak już są – ze względu na suchy klimat – bardzo skromne).

D. SPRAWDZANIE EFEKTÓW

1. Poproś uczestników o zrobienie własnej listy zakupów. Niech wybiorą z tabeli z załącznika 2 pięć, sześć produktów, które najczęściej kupują, i obliczą swój ślad wodny. Każdy indywidualnie wybierze, do której z postaci z poprzedniego ćwiczenia jest mu najbliższej. (Można wyświetlić tabelę na slajdzie).
2. Na forum zapytaj, czy ktoś chce się podzielić wrażeniami i refleksjami po obliczeniu własnego śladu wodnego?
3. Przedstaw uczestnikom przykładowe propozycje ograniczenia pośredniego oraz bezpośredniego zużycia wody (materiał pomocniczy, załącznik 3). Wyjaśnij, że na nasz ślad wodny składa się bezpośrednio zużycie wody (picie, kąpiel, słuczka, pranie) oraz pośrednie zużycie wody (do produkcji towarów w danych krajach).
Podaj przykłady:
 - ograniczenie konsumpcji importowanych artykułów, do których produkcji zużywa się więcej wody, na rzecz produktów lokalnych,
 - kupując ubrania, można się zastanowić, czy rzeczywiście ich teraz potrzebujemy, czy może tylko daliśmy się złapać reklamie,
 - zastąpienie soków z cytrusów sokami z lokalnych owoców,
 - ograniczenie spożywanego mięsa do na przykład dwa, trzy razy tygodniu.
4. Następnie na arkuszu papieru typu *flipchart* narysuj mapę myśli: w centralnej części w kole zapisz „Działania ograniczające ślad ekologiczny”, dorysuj cztery odgałęzienia, a w nich zapisz kategorie, według których uczestnicy będą podawać działania ograniczające „ślad ekologiczny”: 1 – woda, 2 – las, 3 – energia, 4 – odpadki (materiał pomocniczy, załącznik 3).
5. Na forum zapytaj uczestników, w jaki sposób mogą zmniejszyć swój ślad ekologiczny oraz nadmierne zużycie wody? Uzyskane odpowiedzi zapisuj w odpowiednim miejscu na arkuszu.

E. ĆWICZENIE PRAKTYCZNE

1. Zaproponuj zadanie domowe, które będzie polegało na obliczeniu śladu ekologicznego swojej rodziny przy użyciu ekokalkulatora dostępnego na stronie: bit.ly/3VFqM16. Poproś uczestników, aby się zastanowili, jaki „ślad ekologiczny” zostawia ich rodzina i jakie konkretne działania mogą podjąć, aby go ograniczyć.
2. Rozdaj uczestnikom kartę podsumowującą zajęcia (załącznik 4).

Źródła

bit.ly/3UrFvLO
bit.ly/3VFqM16
bit.ly/3W4AGcP
bit.ly/3VumxFQ
bit.ly/3XKZ0BU

Materiały pomocnicze do zajęć: Gospodarka globalna

Załącznik 1

Opisy postaci i lista zakupów

Angela – miłośniczka mody i nowych trendów. Zawsze dba o to, by mieć designerskie buty czy skórzaną torebkę od włoskich projektantów. Wszystkie zaoszczędzone pieniądze przeznacza na nowe ubrania i kosmetyki. W każdą sobotę jeździ do galerii handlowej w poszukiwaniu nowych zdobyczy.

Lista zakupów:

trzy koszulki typu T-shirt
kurtka
jeansy
dwie pary butów skórzanych

Jadzia – skromna nastolatka z przedmieścia, osoba z artystycznym zacięciem. Uwielbia czytać książki, jeździć na rowerze i spacerować. Nie lubi tłumów i zatłoczonych miejsc. Jest wegetarianką i miłośniczką zwierząt. Kocha wymyślać potrawy. Ma swój kolorowy styl – oryginalne stroje kupuje na Vinted.pl lub w second-handach. Najczęściej uczęszczanym przez nią miejscem jest lokalny bazarek.

Lista zakupów:

pomidory
jabłka
banany
ogórki
pomarańcze
książka

Max – przebojowy *loverboy* i gwiazda szkolnej drużyny piłkarskiej. Dbą o swój wizerunek i o to, by jego życie było pełne wrażeń. Do szkoły codziennie przyjeżdża motorem, choć mieszka niedaleko. Jest gadżeciarzem – na bieżąco śledzi najnowsze technologie: ma telefon, tablet, laptopa, Xboxa i wiele innych urządzeń. Jako sportowiec dba o masę i uwielbia steki. Co weekend zabiera jakąś nową koleżankę do pobliskiej burgerowni lub z kolegami jeździ motorem po opuszczonych torach żużlowych.

Lista zakupów:

ziemniaki
wołowina
wieprzowina
jajka
żółty ser
masło
ryż
kurtka na motorowa
smartfon

Patryk – niepoprawny optymista i ciekawy świata aktywista. Uwielbia naturę, wypady w góry, jazdę na hulajnodze i zwiedzanie opuszczonych miejsc. Zna wiele ciekawostek ze świata przyrody i chętnie bierze udział w lokalnych inicjatywach. Jest głodny przygód, ale równie ważna jest dla niego pomoc innym. W wolnym czasie majsterkuje w garażu dziadka. Lubi słodkie i energetyczne napoje.

Lista zakupów:

czekolada
chleb
mleko
kawa
cukier
makaron
herbata

Załącznik 2

Ślad wodny produktów

Produkt	Przybliżona ilość zużytej wody w litrach
1 kg czekolady	17 000
1 kg wołowiny	15 000
1 kg sera żółtego	3200
1 kg chleba	1600
1 kg jabłek	800
1 l mleka	1020
T-shirt	2500
Jeansy	8000
1 kg wieprzowiny	6000
1 kg kurczaka	4300
1 kg ryżu	2500
1 kg kukurydzy	1200
1 kg pomarańczy	560
1 kg kawy	18 900
Książka 500 stron	1300
Skórzana torba (6kg)	17 000
Kurtka z poliestru	18 000
Skórzane buty	5000
Smartfon	900
1 kg pomidorów	214
1 kg ziemniaków	287
1 kg bananów	790
1 kg herbaty	8860
1 kg jajek	3300
1 kg masła	5553
1 kg makaronu	1849
1 kg ryżu	2497
1 kg ogórków	353
1 kg cukru	920
1 l wina	869

Źródło: bit.ly/3VumxFQ; bit.ly/3XKZ0BU

Załącznik 3

Przykłady działań

Kategoria	Działania
Woda	Dbam o szczelność kranów Wybieram wodooszczędną pralkę Myjąc zęby, zakręcam kran Zwracam uwagę na to, co wylewam Biorę prysznic zamiast kąpieli Instaluję spłuczkę z regulacją ilości spuszczonej wody Zbieram deszczówkę Zużywam resztki wody Ograniczam wodochłonne produkty Używam ekodetergentów Kupuję produkty lokalne Korzystam z ekomyjni Podlewam ogród, gdy jest chłodniej Zmywam naczynia w zmywarce Jem głównie świeże, lokalnie wytworzone i sezonowe warzywa i owoce zamiast importowanych, posezonowych Jem niskoprzetworzoną żywność Ograniczam spożycie mięsa
Las	Wybieram drewno krajowe zamiast egzotycznego Dwustronnie drukuję Ograniczam kserowanie i drukowanie Całkowicie wykorzystuję papier Używam najcieńszego papieru Wybieram ekopakowanie Segreguję papier Korzystam z wypożyczalni książek Korzystam z używanych podręczników Wybieram papier produkowany z makulatury
Energia	Rzadziej wymieniam sprzęt Dbam o sprzęt Oddaję niepotrzebny sprzęt Właściwie utylizuję baterie Szukam znaku Ecolabel Unikam szkodliwych substancji Gaszę zbędne światło Wyłączam standby Wyjmuję ładowarkę z gniazdka Korzystam z komunikacji miejskiej Prowadzę samochód ekologicznie Dbam o samochód Wybieram AGD przyjazne środowisku (A+++) Gotuję z pokrywką Efektywnie używam lodówki Wybieram program eko w zmywarce Dbam o odkurzacz Sadzę drzewa Ocieplam dom

	Wykorzystuję energię z odnawialnych źródeł energii (OZE) Wybieram produkty lokalne Usuwałam kamień z czajnika Zapełniam zmywarkę Zapełniam pralkę Efektywnie wietrzę mieszkanie Jeżdżę rowerem Zakręcam ogrzewanie, gdy nie ma mnie w domu
Odpadki	Wybieram produkty bez zbędnego opakowania Nie kupuję produktów w aerozolu Kupuję produkty w ekoopakowaniach Kupuję opakowania uzupełniające Robię zakupy z własną torbą Reperuję zepsute rzeczy Wybieram szkło zamiast plastiku Wybieram opakowania z makulatury Segreguję aluminium Dbam o segregację odpadów Szukam znaku recyklingu na opakowaniach towarów Wykorzystuję opakowania wielorazowe Nie palę śmieci Nigdy nie wyrzucam śmieci do lasu

Załącznik 4

Karta podsumowująca zajęcia

Gospodarka globalna to system obejmujący gospodarki narodowe wszystkich państw, które są ze sobą powiązane przez handel, finanse, produkcję i technologię. To ogólnoświatowy proces produkcji i wymiany różnych towarów między instytucjami i państwami, tworzący międzynarodową sieć powiązań ekonomicznych. Do najważniejszych obszarów globalnej gospodarki można zaliczyć: rolnictwo (uprawa roślin i chów zwierząt), rybołówstwo, przemysł (masowa produkcja towarów), energetykę (źródła odnawialne i nieodnawialne), komunikację (transport i łączność) oraz gospodarkę leśną.

O globalnej gospodarce możemy mówić w ujęciu społecznym i klimatycznym, dążąc do zrównoważonego rozwoju. Jest to proces mający na celu zaspokojenie aspiracji rozwojowych obecnego pokolenia w sposób umożliwiający realizację tych samych dążeń następnym pokoleniom. Oznacza to traktowanie zasobów środowiska jako ograniczonych zasobów gospodarczych oraz wykorzystywania kapitału przyrodniczego tak, aby zachować funkcje ekosystemów w perspektywie długoterminowej. Wskaźnik umożliwiający oszacowanie zużycia zasobów naturalnych w stosunku do możliwości ich odtworzenia przez naszą planetę jest nazywany śladem ekologicznym, na który świadomie może wpływać na każdy z nas.

„Ślad ekologiczny” to wskaźnik umożliwiający oszacowanie zużycia zasobów naturalnych w stosunku do możliwości ich odtworzenia przez Ziemię. Ślad ekologiczny jest mierzony w globalnych hektarach (gha) w przeliczeniu na jednego mieszkańca Ziemi. Każdy z nas może obliczyć własny ślad ekologiczny, który pozostawia w przyrodzie (kalkulator na stronie: bit.ly/3VFqM16). Ślad ten jest wynikiem tego, co jemy, jak się ubieramy, jak mieszkamy, jak się przemieszczamy (na przykład samochodem czy rowerem) i jak się pozbywamy odpadów.

„Wirtualna woda” jest elementem śladu ekologicznego. Woda jest także jednym z elementów środowiska naturalnego, którego zapasy są ograniczone. Nadmierna i nieprzemysłana konsumpcja, nie tylko bezpośrednio wody, ale także towarów i usług, przyczynia się do ciągłego zmniejszania się jej zapasów. Jest to suma zużycia wody, jaka jest potrzebna do produkcji towarów i usług, które konsumujemy na co dzień. Na nasz ślad wodny składa się bezpośrednie zużycie wody (picie, kąpiel, spłuczka, pranie) oraz pośrednie zużycie wody (do produkcji towarów w danych krajach). Kluczowe jest budowanie świadomości społecznej na temat ilości wody zużywanej do produkcji dóbr codziennego użytku.

Bezpośrednie wykorzystanie zasobów możesz zredukować przez:

- branie prysznica zamiast kąpieli,
- mycie owoców i warzyw w misce zamiast pod bieżącą wodą (pozostałości posłużą do podlewania roślin),
- zakręcanie kranu w trakcie mycia zębów i mydlenia rąk,
- zbieranie wody deszczowej i wykorzystywanie jej na przykład do podlewania.

Pośrednie zużycie wody możesz zmniejszyć dzięki:

- ograniczeniu transportu pojazdami spalinowymi,
- kupowaniu mniejszej ilości odzieży lub kupowaniu odzieży wyprodukowanej w sposób zrównoważony bądź ubrań z drugiej ręki,
- ograniczeniu konsumpcji produktów o wysokim śladzie wodnym, jak mięso czy kawa,
- robieniu zakupów w świadomy sposób, aby nie marnować zakupionych produktów,
- używaniu dzbanka filtrującego wodę kranową, zamiast kupowania butelkowanej wody,
- segregowaniu odpadów.

9./ Postawy obywatelskie w lokalnej społeczności

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Postawy obywatelskie – te idealne są również nazywane cnotami obywatelskimi – opierają się na zasadzie pomocniczości i dobra wspólnego. Polska jest dobrem wszystkich obywateli, a zatem niejako obowiązkiem obywatela, czyli osoby uczestniczącej w tworzeniu państwa, będzie działanie (przyjmowanie postaw) na rzecz tego państwa.

Lokalna społeczność to ludzie zamieszkujący wyodrębnione niewielkie terytorium (wieś, dzielnicę, osiedle), między którymi występują więzi i relacje i którzy identyfikują się z danym obszarem („Jestem stąd”). Na zajęciach będzie mowa o lokalnej społeczności jako zbiorowości, dla której warto coś robić, na przykład dbać o środowisko.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • uświadomią sobie znaczenie postaw obywatelskich w lokalnej społeczności i ich wpływ na jakość życia, • dostrzegą możliwości działań na rzecz społeczności lokalnych.
Przebieg zajęć	• Zdefiniowanie pojęcia lokalnej społeczności. • Doświadczenie efektu synergii grupowej. • Zaplanowanie badania potrzeb społeczności lokalnej. • Zadanie domowe.
Czas trwania	45 minut
Materiały	• kartki papieru formatu A4, • arkusze papieru typu <i>flipchart</i>, flamastry, • koperty, • brystol, • nożyczki, • projektor multimedialny, laptop, głośniki.
Materiały dydaktyczne	• materiał pomocniczy – <i>Instrukcja dla sędziego i obserwatora</i> (załącznik 1), • materiał pomocniczy – <i>Instrukcja do ćwiczenia „Kwadraty”</i> (załącznik 2), • materiał pomocniczy – <i>Lista działań w społeczności lokalnej</i> (załącznik 3), • prezentacja multimedialna w programie PowerPoint <i>Postawy obywatelskie w lokalnej społeczności</i>.
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Wydrukowanie materiałów pomocniczych. • Przygotowanie „kwadratów” w liczbie odpowiadającej liczbie grup. • Przygotowanie wskazówek na temat funkcjonowania radnych, komisji.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Wstęp teoretyczny z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej *Postawy obywatelskie w lokalnej społeczności*. Przekaż uczestnikom informacje dotyczące:

- definicji wspólnoty lokalnej,
- cech wspólnoty lokalnej.

Zapytaj uczestników, czym według nich jest postawa obywatelska oraz czy czują się członkami jakiejś społeczności lokalnej.

(Wskazówka dla prowadzącego: ważne jest uświadomienie uczestnikom, że każdy z nas jest członkiem jakiejś społeczności lokalnej).

2. Poproś o zgłoszenie się osób chętnych do bycia sędzią lub obserwatorem w ćwiczeniu, które za chwilę zaproponujesz uczestnikom.

3. Spośród chętnych wybierz taką liczbę sędziów i obserwatorów, aby z pozostałych uczestników było możliwe utworzenie pięcioosobowych zespołów.

4. Wybranych sędziom i obserwatorom przekaz instrukcję (materiał pomocniczy, załącznik 1).

5. Poproś pozostałych uczestników, aby utworzyli pięcioosobowe zespoły i usiedli – każdy zespół dookoła osobnego stołu (możesz zastosować jeden ze znanych sposobów podziału na grupy).

6. Odczytaj instrukcję ćwiczenia (dla zespołów pięcioosobowych):

W paczce znajduje się pięć kopert (po jednej dla każdej osoby), każda z nich zawiera kawałki kartonu (elementy układanki) do budowania kwadratów. Na sygnał do rozpoczęcia pracy zadaniem każdej grupy będzie ułożenie pięciu kwadratów tej samej wielkości. Zadanie będzie wykonane dopiero wtedy, gdy każda osoba będzie miała przed sobą gotowy kwadrat takiej samej wielkości jak kwadraty pozostałych osób.

Obowiązują specjalne zasady pracy:

- Nikomu nie wolno nic mówić ani dawać jakichkolwiek znaków.
- Nie wolno prosić innych o elementy układanki.
- Można swoje elementy dawać innym członkom zespołu.

7. Przeprowadź ćwiczenie zgodnie z instrukcją.

8. Poproś sędziów i obserwatorów o przedstawienie wniosków z obserwacji. Zapytaj ich, jak czuli się w swojej roli i czy teraz chcieliby wykonywać inne zadania. Jeżeli tak – to jakie i dlaczego. Poproś sędziów i obserwatorów, aby opowiedzieli na forum grupy, czy udało się członkom zespołów trzymać obowiązujących zasad w trakcie pracy, co zauważyli.

9. Poproś uczestników, aby wypowiedzieli się o rezultatach swojej pracy. Co sądzą o współpracy w grupie? Co ułatwiało wykonanie tego zadania, a co utrudniało? O czym warto pamiętać w przyszłości?

(Wskazówka dla prowadzącego: ważne jest, aby uczestnicy zrozumieli pojęcie synergii, odczuli regułę wzajemności, zrozumieli, jak ważne jest zaufanie, które umożliwia bezpieczne odroczenie własnych, indywidualnych dążeń, aby osiągnąć cel całej społeczności na przykład lokalnej).

10. Podsumuj:

Ćwiczenie to świetnie obrazuje, że to od naszych postaw (nastawienia do robienia czegoś) bardzo dużo zależy. To, czy chcemy się dzielić, czy widzimy więcej, rozumiemy więcej, będzie wpływało na innych. Czasami się zdarza, że ktoś swoje elementy układanki trzyma tylko dla siebie i wtedy blokuje innych, wszyscy na tym tracą. A czasami jest tak, że ktoś oddaje to, co ma, chociaż „nie opłaca się to”. Bardzo często uruchamia wtedy proces większej zmiany. Inni bowiem widzą, że coś ma sens, że przynosi rezultaty. Dzisiejsze zajęcia będą poświęcone temu, żebyście potrafili dostrzec swój wpływ na środowisko lokalne. Będą o tym, że dobre postawy obywatelskie (definicja) wspierają lokalną społeczność (definicja). W skrócie – o tym, że wszyscy możemy wpływać na innych żyjących razem. A kiedy działamy w grupie na rzecz wspólnego celu, możemy z większą siłą oddziaływać.

B. AKTYWNOŚĆ GRUPOWA/ĆWICZENIA

1. Poproś uczestników, aby utworzyli cztery grupy, w których będą mieli za zadanie przygotować możliwe działania w ramach ich lokalnych społeczności.

2. Poproś, aby każda grupa opracowała odpowiedzi na dwa pytania (10 minut):

- Jakie widzicie lokalne potrzeby czy wyzwania w zakresie ekologii i jaki mielibyście wstępny pomysł, co można zrobić?
- Skąd możecie się dowiedzieć o takich potrzebach?

3. Zapytaj uczestników:

- Skąd rzeczywiście wiecie, że coś wymaga zmiany? Jakie jeszcze inne źródła mogą być przydatne?
- Dlaczego jest ważne, żeby przed realizacją inicjatywy upewnić się, co jest potrzebne w środowisku lokalnym?

4. Podsumuj, że przystępując do działań (szczególnie tych, które są dla nas nowe), dobrze jest się dowiedzieć:

- jakie potrzeby występują,
- jakie są wymagania formalne (na przykład w naszym projekcie),
- co jest możliwe do realizacji w danym czasie i przy danych zasobach.

Podkreśl, że najistotniejsze jest to, że sporo z wymienionych przez uczestników pomysłów zależy od nich samych i od podjętych przez nich działań. Nie jest jedynie oczekiwaniem na działania władzy, samorządu czy innych osób. To jest właśnie postawa obywatelska wspierająca lokalną społeczność.

(Wskazówka dla prowadzącego: ważne jest podkreślenie, że w tym ćwiczeniu uczestnicy uczą się przede wszystkim dostrzegania swoich możliwości związanych z podjęciem działań na rzecz społeczności lokalnych).

C. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Zapytaj uczestników, czy słyszeli o jakichś instytucjach lub grupach, które wspierają działania ekologiczne. Możesz podpowiedzieć, że wiele samorządów lokalnych opracowuje różne strategie, w tym dotyczące ochrony środowiska i związanych z tym działań.

2. Podsumuj, że choć czasami wydaje się nam, że wiemy co jest potrzebne, to możemy nie orientować się do końca, jak coś realnie działa. Musimy wtedy zdobyć informacje lub znaleźć kogoś, kto nas wesprze w tym zadaniu. Z drugiej strony pamiętajmy, że my także stanowimy cenne źródło wiedzy, widzimy bowiem, co się dzieje i co można zmienić. Też możemy próbować coś z tym zrobić lub zgłosić problem odpowiedniej instytucji.

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Poproś o podsumowanie. Czym według uczestników są postawy obywatelskie? Jaka jest wartość udziału w lokalnym życiu społecznym?

2. Zapytaj, z jakich źródeł lub od kogo uczestnicy mogą się dowiedzieć, jakie są potrzeby w zakresie ochrony środowiska i co oni sami mogą robić?

3. Podaj przykłady organizacji i instytucji odpowiedzialnych za kształtowanie polityki ochrony środowiska:

- departament lub wydział ochrony środowiska urzędu miasta, gminy lub powiatu,
- komisja ochrony środowiska i komisja gospodarki komunalnej (odpowiadające za infrastrukturę i większe inwestycje) rady miejskiej, rady gminy lub rady powiatu,
- Fundusz Ochrony Środowiska (ogłasza konkursy na działania ekologiczne),
- lokalne organizacje pozarządowe, które pomagają edukować i działają na rzecz środowiska,
- kluby przyrodnicze,
- organizacje ekologiczne,
- radni zajmujący się sprawami środowiska, którzy mogą zbierać pomysły i zgłaszać inicjatywy,
- przyrodnicy i działacze na rzecz ekologii.

Zwykle każde z tych źródeł ma stronę internetową, prowadzi bloga lub publikuje dokumenty, które mogą stanowić źródło wiedzy. Na pewno można porozmawiać z przedstawicielami tych instytucji i dopytać, w jaki sposób kształtowana jest lokalna polityka w sprawach ekologii i ochrony środowiska.

4. Omów, że dzisiejsze zadanie będzie polegało na nawiązaniu kontaktu i przeprowadzeniu rozmowy lub zorganizowaniu spotkania z przedstawicielem tego typu instytucji (na przykład z radnym). Ważna jest świadomość, że jako obywatele możemy oczekiwać takich informacji i spotkań, ale także to, że możemy zgłaszać inicjatywy i sygnalizować potrzeby.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

1. Tym razem zadanie będzie nieco trudniejsze i będzie wymagało aktywności całej grupy.

W zależności od warunków możesz zdecydować, jak podzielić uczestników (na przykład pod projekt lub pod zadanie).

2. Zaproponuj dwa rodzaje zadań:

- przeprowadzenie badania (przegląd lokalnej prasy i Internetu pod kątem informacji na temat regionu, wywiady z mieszkańcami) dotyczącego potrzeb ekologicznych i środowiskowych oraz wyzwań. Coś, co będzie mogło stanowić podstawę realizacji projektów (kolejne zajęcia będą służyć przygotowaniu się do realizacji projektu),
- zorganizowanie spotkania z radnym miejskim lub dzielnicowym, pracownikiem wydziału ochrony środowiska, przedstawicielem organizacji pozarządowej, lokalnym działaczem – kimś, kto i opowie, jak wyglądają działania jego instytucji lub jego samego oraz jakie są potrzeby środowiska lokalnego. Przykładem takiego działania może być Łukasz Łuczaj, który pierwszy w Polsce zbiera nasiona do tworzenia łąk kwietnych i działa na rzecz zamiany nieużywanymi trawników w dzikie ogrody.

Możesz zaprezentować dwudziestominutowy film (<https://youtu.be/iUYTnuWoNf0>).

Źródła

B. Gradziuk, *Postawy i zachowania producentów oraz nabywców względem żywności lokalnej*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2015, t. 17, z. 3, s. 96–102.

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej (Dz.U. z 1997 r., Nr 78, poz. 483).

A. Olszewska, *Kształtowanie postaw obywatelskich wśród uczniów*, Instytut Badań nad Demokracją, Wrocław 2005.

Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 roku – Prawo ochrony środowiska (Dz.U. z 2001 r., Nr 62, poz. 627).

Materiały pomocnicze do zajęć: Postawy obywatelskie w lokalnej społeczności

Załącznik 1

Instrukcja dla sędziego i obserwatora

Sędzia pilnuje przestrzegania specjalnych zasad:

- Nie wolno rozmawiać i dawać znaków.
- Wolno dawać innym swoje elementy układanki, nie wolno ich jednak zabierać.
- Nie wolno rzucać kawałków kartonu na środek stołu, można je tylko dawać konkretnej osobie.
- Wolno rozdać wszystkie elementy układanki, nawet jeśli się miało gotowy kwadrat.

Obserwator zwraca uwagę na przebieg pracy w grupie.

- Kto chętnie dawał swoje elementy układanki?
- Kto ułożył kwadrat i się wyłączył ze wspólnej pracy?
- Kto był pochłonięty układaniem tylko swojego kwadratu?
- Ile osób pracowało z przejęciem?
- Czy ktoś był sfrustrowany?
- Czy był punkt zwrotny, od którego zaczęła się współpraca?
- Czy ktoś łamał zasady (mówił, dawał znaki, ruszał części układanki innych osób, „pomagał” innym osobom)?

Załącznik 2

Instrukcja do ćwiczenia „Kwadraty”

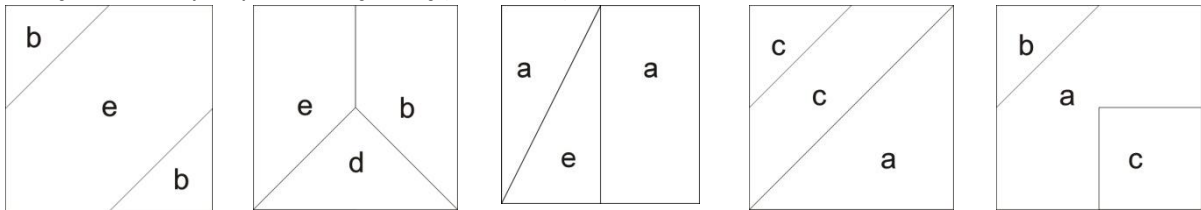
(Wskazówka dla prowadzącego: pocięte kawałki kartonu powinny być tak wymieszane, żeby do wykonania zadania konieczna była ich wymiana między członkami grupy. Nie informuj o tym członków zespołów).

Opis przygotowania kwadratów:

Na rysunku znajdującym się poniżej przedstawiono zestaw materiałów dla jednej grupy.

Przygotowanie zestawu przebiega następująco:

- wycinamy z brystolu pięć identycznych kwadratów o długości boku około 18 cm,
- tnijemy każdy z kwadratów na części według linii zaznaczonych na rysunku,
- wszystkie części kwadratów oznaczone na rysunku tą samą literą wkładamy do jednej koperty, którą oznaczamy odpowiednią literą (od A do E).



Pięć kopert oznaczonych literami od A do E stanowi zestaw materiałów dla jednego zespołu. Części kwadratów mogą być dyskretnie oznaczone, tak by nie zakłócało to uwagi uczestników.

Załącznik 3

Lista działań w lokalnych społecznościach

1. Doprowadzenie do powstania przystanku autobusowego koło zakładu pracy.
2. Powstanie wspólnego placu zabaw dla dzieci w ramach zamkniętego osiedla domów jednorodzinnych.
3. Powstanie boiska do siatkówki w ramach wspólnoty mieszkaniowej.
4. Naprawa lokalnej drogi prowadzącej do osiedla.
5. Powstanie prywatnego przedszkola w miasteczku (założenie stowarzyszenia).
6. Otwarcie świetlicy dziennego pobytu dla dzieci (założenie stowarzyszenia).
7. Doprowadzenie do zwiększenia liczby patroli policyjnych na osiedlu.
8. Wybudowanie wspólnego parkingu w ramach wspólnoty mieszkaniowej.
9. Doprowadzenie do założenia sygnalizacji świetlnej na przejściu dla pieszych.

10./ Zarządzanie projektem

WYJAŚNIENIE POJĘCIA

Projekt to działanie:

- mające wywołać zmianę (dzięki niemu ma się pojawić coś nowego),
- ukierunkowane na osiągnięcie niepowtarzalnego celu,
- określone w czasie, z wyraźnie wyznaczonym początkiem i końcem.

Powodzenie projektu zależy w dużej mierze od umiejętności określenia jego celów i planowania działań.

Informacje wprowadzające

Cele zajęć	Uczestnicy: • wiedzą, co to jest projekt, • potrafią precyzyjnie sformułować cel projektu, • planują zadania, • opracowują plan osiągnięcia celu, • ustalają, w jaki sposób mogą współpracować ze sobą podczas realizacji projektu.
Przebieg zajęć	• Wprowadzenie wyjaśniające, czym jest projekt. • Analiza problemów. • Opisanie zasad określania celu (SMART). • Rozpisanie założonych rezultatów i działań. • Opisanie sposobu tworzenia harmonogramu. • Ćwiczenie w tworzeniu harmonogramu. • Tworzenie indywidualnych harmonogramów.
Czas trwania	45 minut
Materiały dydaktyczne	• kartki papieru formatu A4, arkusze papieru typu <i>flipchart</i> (lub duży szary papier) lub tablica, markery, • ołówki lub długopisy (opcjonalnie), • plakat z definicją i cechami projektu, • plakat z zasadami określania celów SMART (każda litera innym kolorem), • plakat <i>Cel projektu – rezultaty – działania</i>, • materiały pomocnicze do powielenia: drzewko problemu – przykład, drzewko problemu, przykładowy harmonogram, harmonogram, karta podsumowująca zajęcia.
Zadania do wykonania przed zajęciami	• Zainteresowanie tematem: przygotuj trzy plakaty. Na pierwszym zapisz definicję i cechy projektu, na drugim – zasady określania celów SMART, na trzecim umieść hasło: <i>Cel projektu – rezultaty – działania</i>. • Rozwinięcie tematu: powiel materiały pomocnicze z załączników 1–4 dla każdego uczestnika. • Sprawdzenie efektów: powiel kartę podsumowującą zajęcia dla każdego uczestnika.

Zajęcia te będą stanowiły wyzwanie czasowe. Możesz wybrać metodę pracy na przykładach i tylko zasygnalizować metodologię. Zakładamy, że praca nad projektem zajmie więcej czasu i będzie wymagała większej liczby spotkań.

Szczegółowy plan zajęć

A. ZAINTERESOWANIE TEMATEM

1. Wprowadź uczestników w tematykę projektu w programie „Logika ekologii”:

Dzisiejsze zajęcia o zarządzaniu projektem pomogą wam przygotować pomysł na to, co realnie możecie zrobić w zespołach. Mogą to być: pomysł, makietę, urządzenie, działanie na rzecz innych, prototyp. Będziecie mieli okazję zaprezentować wasze działania publicznie. Część wypracowanych rozwiązań będzie rekomendowanych do lokalnych programów ochrony środowiska w zakresie między innymi poprawy jakości powietrza przez ograniczenie niskiej emisji, adaptacji do zmian klimatu, rozbudowy terenów zieleni, retencjonowania wody, ochrony produkcji rolnej. Powstanie czterdzieści rozwiązań/propozycji wypracowanych przez młodzież, które w formie prototypów, makiet lub koncepcji zostaną zaprezentowane na forum lokalnym, a co najmniej dziesięć zespołów młodzieży zgłosi rekomendacje do lokalnych programów ochrony środowiska lub budżetów obywatelskich. Zobaczycie, że wasze działania mogą być realnie wykorzystane!

2. Poproś uczestników, aby utworzyli dwie grupy. Następnie każdej grupie daj jeden arkusz papieru typu *flipchart*. Zadaniem każdej grupy będzie umieszczenie wszystkich członków grupy na kartce papieru i ustanie na niej przez sześćdziesiąt sekund. Nikt nie może stać poza kartką, niczyja stopa nie może dotykać podłogi poza kartką.

3. Powiedz uczestnikom, że mają cztery minuty na przygotowanie się i opracowanie strategii. Kiedy dana drużyna jest gotowa, woła: „Mamy to!”.

4. Następnie podejdź do drużyny i podaj komendę START, odlicz sześćdziesiąt sekund i podaj komendę STOP. To samo zrób z drugą drużyną.

5. Dyskusja. Zapytaj uczestników, co było najważniejsze w tym zadaniu? W jakim stopniu współpraca między uczestnikami pomogła w realizacji zadania? Co utrudniało realizację zadania? Co zostało określone na początku zadania? Jakie role pojawiły się w zespole? Czy był ktoś, kto koordynował pracę pozostałych? Czy w osiągnięciu celu pomogło określenie czasu na realizację zadania? Czy realizacja zadania przyniosła satysfakcję?

6. Powiedz uczestnikom, że wykonane ćwiczenie miało im zaprezentować, w jaki sposób planowanie działań, dobra organizacja i umiejętna komunikacja pomagają w realizacji różnego rodzaju projektów. A czym są projekty? Odwołując się do doświadczenia z przeprowadzonego ćwiczenia (wskaż analogie), wywieś plakat z definicją i cechami projektu, a następnie wyjaśnij:

Projekt to zbiór działań podejmowanych z zamiarem osiągnięcia jasno określonych celów w założonym czasie i za pomocą przeznaczonych na to środków finansowych (budżetu).

Projekt to przedsięwzięcie:

- zorientowane na cel,
- mające określony czas trwania (z wyraźnie wyznaczonym początkiem i końcem),
- niepowtarzalne,
- o wysokim stopniu złożoności, co powoduje konieczność koordynowania działań,
- wymagające zaangażowania określonych środków finansowych, a także określonych zasobów ludzkich i rzeczowych.

Praca metodą projektu i inne pojęcia kluczowe, takie jak wyznaczanie celów, organizowanie, planowanie i kierowanie, to nic nowego. Już wielkie konstrukcje świata starożytnego – piramidy egipskie, rzymskie monumentalne budowle, drogi i wodociągi – były realizowane jako projekty.

7. Poproś uczestników, aby utworzyli grupy o takiej samej liczbie osób i zastanowili się nad tym, jaki temat projektu chcą realizować. Etap ten należy dostosować do rzeczywistych potrzeb lub – jeśli nie cały zespół weźmie udział w tworzeniu projektów – potraktować zajęcia jako symulację i naukę metodyki projektu.

Miniwykład: W celu stworzenia poprawnej koncepcji projektu należy przeprowadzić analizę problemów i ich potencjalnych rozwiązań. Zadanie to służy dokładnemu opisowi istniejącej negatywnej sytuacji. Analizę problemów możemy podzielić na trzy etapy:

1. Diagnoza istniejącej sytuacji.
2. Identyfikacja kluczowych problemów.
3. Wykazanie zależności przyczynowo-skutkowych między problemami.

Pokaż uczestnikom materiał pomocniczy drzewko problemów – przykład (załącznik 1). Rozdaj każdej grupie puste drzewka (załącznik 2) i poproś, aby je wypełnili zgodnie z przedstawionym przykładem. Na koniec poproś, aby członkowie grup przedstawili swoje drzewka i wspólnie wybierzcie jeden z potencjalnych problemów do rozwiązania.

B. ROZWINIĘCIE TEMATU

1. Wywieś plakat z zasadami określania celów w projekcie i omów je:

Cel projektu powinien określać główne korzyści dla odbiorców naszego projektu. Musi odnosić się do kluczowego problemu zdefiniowanego w trakcie analizy problemu. Opisując cel projektu, warto zawrzeć w nim kilka ważnych elementów, takich jak opis sytuacji po wykorzystaniu rezultatów projektu, opis pozytywnych zmian w zachowaniach czy postawach beneficjentów (uczestników projektu) po zakończeniu realizacji projektu.

Cele powinny spełniać kryteria **SMART**, czyli powinny być:

- konkretne i proste (**S** – ang. *specific, simple*),
- mierzalne (**M** – ang. *measurable*),
- dające się ocenić jakościowo (**A** – ang. *assesable*),
- realne do osiągnięcia (**R** – ang. *realistic*),
- określone w czasie (**T** – ang. *time-bound*)

S – specific, simple: specyficzne

M – measurable: mierzalne

A – assesable: dające się ocenić jakościowo

R – realistic: realne

T – time-bound: określone w czasie

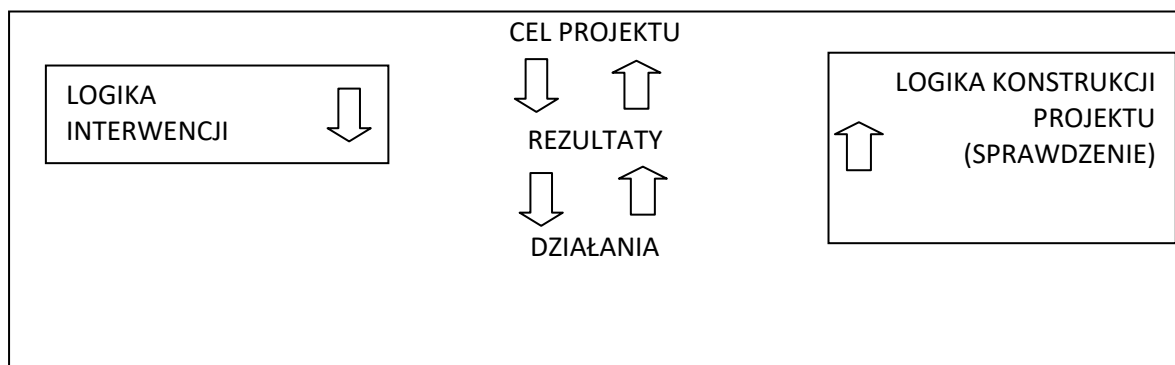
Ważnym aspektem każdego projektu są REZULTATY I DZIAŁANIA.

Rezultaty określają podstawowe produkty, które zostaną dostarczone w ramach realizacji projektu. Powinny one zaspokajać główne potrzeby beneficjentów, zdefiniowane na etapie analizy problemów. Działania opisują zadania i czynności, jakie należy wykonać, aby móc osiągnąć zaplanowane w projekcie rezultaty. Działania są tylko drogą dojścia do tego, co chcemy osiągnąć, czyli do celu naszego przedsięwzięcia.

2. Przedstaw przykład (dotyczący drzewka problemów): DZIAŁANIEM będzie na przykład opracowanie i przygotowanie etykiety dla osób niewidomych – pismem Braille’a – do oznaczania pojemników na śmieci, ułatwiającej segregację śmieci, REZULTATEM tego działania będzie przygotowana etykieta dla osób niewidomych, czyli inaczej formułując: produkt dostarczony uczestnikom projektu, CELEM zaś będzie na przykład zwiększenie możliwości segregacji śmieci przez osoby niewidome, co powinno

doprowadzić do poprawy jakości życia tych osób i zmniejszenia generowania nieposegregowanych odpadów.

Zwróćcie uwagę, że na początku może być trudne konkretnie opisać, co chce się uzyskać. Mimo to spróbujcie – konkretny cel pomoże wam później określić, czy wasz pomysł rzeczywiście pozwoli osiągnąć to, co zamierzaliście. Pamiętajcie, że projekt robimy po to, żeby rzeczywiście przyniósł jakąś zmianę.



3. Poproś uczestników, aby w małych grupach sformułowali cele wybranego projektu tak, aby były one zgodne z zasadą SMART. Poproś jedną z grup o prezentację celów.

4. Powiedz, że jednym z czynników, który wpływa na efektywność realizacji projektu, jest to, jak został on zaplanowany. Wyjaśnij, że planowanie, czyli tworzenie harmonogramu, jest najważniejszym etapem realizacji projektu.

5. Rozdaj materiał pomocniczy – przykładowy harmonogram (załącznik 3) i omów go, wyjaśniając, co wpisano w poszczególnych kolumnach. Odwołuj się do przykładów.

6. Rozdaj materiał pomocniczy – harmonogram (załącznik 4) i podaj instrukcję:

- W rubryce DZIAŁANIA wpisujecie działania, jakie zamierzacie podjąć, aby zrealizować projekt. Wpisujecie te działania metodą krok po kroku.
- W rubryce KTO? wpisujecie imię osoby, która będzie odpowiedzialna za realizację danego działania. Niech za każde działanie będzie odpowiedzialna jedna osoba, tak aby mogła od początku do końca czuć nad jego realizacją.
- W rubryce KIEDY? wpisujecie termin, w którym zamierzacie podjąć to działanie, aby krok po kroku móc osiągnąć cel. Pamiętajcie, że na początku harmonogramu powinny się znajdować działania, które zamierzacie podjąć pierwsze, na końcu zaś te, którymi będziecie się zajmowali na finiszu.
- W rubryce POTRZEBNE ŚRODKI wpisujecie, czego będziecie potrzebowali do realizacji tego działania. Mogą to być niezbędne materiały, praca wolontariusza, pomoc osoby dorosłej albo pieniądze.

C. AKTYWNOŚĆ CZŁONKÓW GRUPY/ĆWICZENIA

1. Poproś członków grup o napisanie harmonogramu swoich projektów. Zasugeruj, aby w każdej grupie wybrano osobę, która będzie liderem, czuwającym, aby grupa realizowała zadanie, oraz osobę, która będzie reprezentować grupę na forum i przekazać wszystkim pomysły grupy.

2. Zachęć do pracy. Określ jej czas. Możesz chodzić między grupami i pomagać, kiedy zobaczysz, że grupa nie pracuje, ponieważ ma z czymś problem.

3. Po upływie wyznaczonego czasu przerwij pracę nad harmonogramem, nawet jeśli grupy nie skończyły wypełniać formularza. Poproś przedstawicieli grup o prezentację wyników prac na forum całej grupy.

4. Powiedz, że uczestnicy powinni dokończyć pisanie harmonogramów w domu i przynieść je na następne zajęcia, kiedy będą się zajmowali planowaniem budżetu projektu.

5. Podsumuj tę część zajęć:

Dobrze napisany harmonogram pozwala mniej czasu poświęcić na szukanie tego, co jeszcze trzeba zrobić, a więcej – na robienie tego. Kiedy wydarzy się coś nieoczekiwanego, wówczas – gdy masz dobrze zaplanowane działania – będziesz mógł się zająć tylko tym, co nieoczekiwane. W innym wypadku czeka cię zonglerka działaniami, które musisz realizować, i nieoczekiwanymi przeszkodami.

D. SPRAWDZENIE EFEKTÓW

1. Poproś członków grup, aby zastanowili się ponownie nad koordynacją konkretnych działań w wybranym przez nich projekcie. Czy podział prac, który ustalili, jest dla nich satysfakcjonujący? Czy wszyscy mogą wziąć odpowiedzialność za przydzielone im zadanie? Czy chcieliby coś zmienić?

2. Praca domowa. Poproś uczestników, aby w domu przygotowali własny miniplan realizacji działania, za które są odpowiedzialni.

3. Rozdaj uczestnikom kartę podsumowującą zajęcia.

E. ZADANIE PRAKTYCZNE

1. Nie mieliśmy zbyt wiele czasu, by dokładnie projekt zaplanować. Naszym ostatnim zadaniem będzie zrealizowanie projektu, który dzisiaj zaczęliście planować.

2. Czekajcie na świetną okazję do tego, żeby coś realnie zmienić w swojej lokalnej społeczności. Umówmy się więc na dalszą pracę (Wskazówka dla prowadzącego: zaplanuj dalsze działania).

Źródła

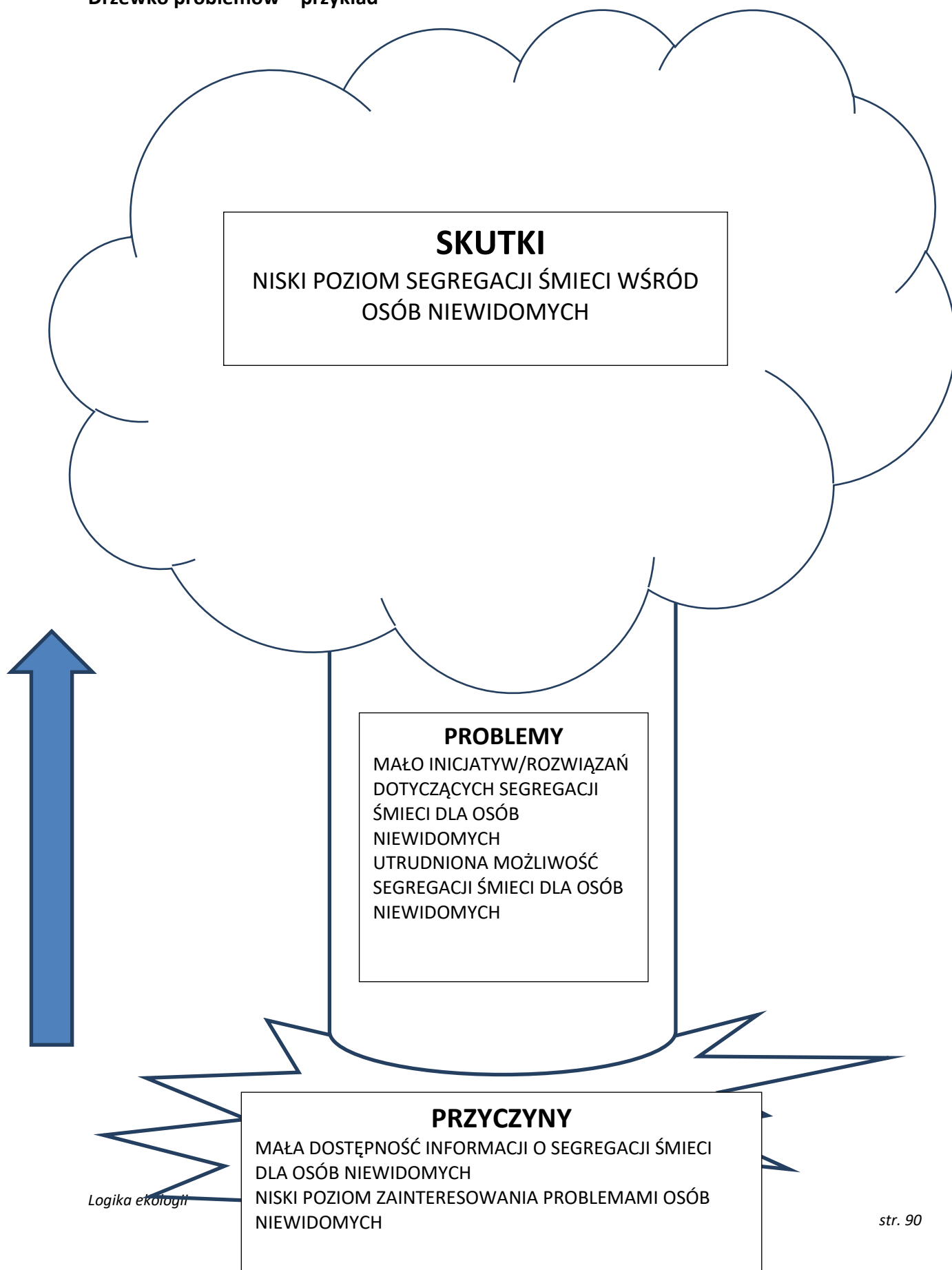
bit.ly/3H8UcAG

bit.ly/3iptysl

Materiały pomocnicze do zajęć: Zarządzanie projektem

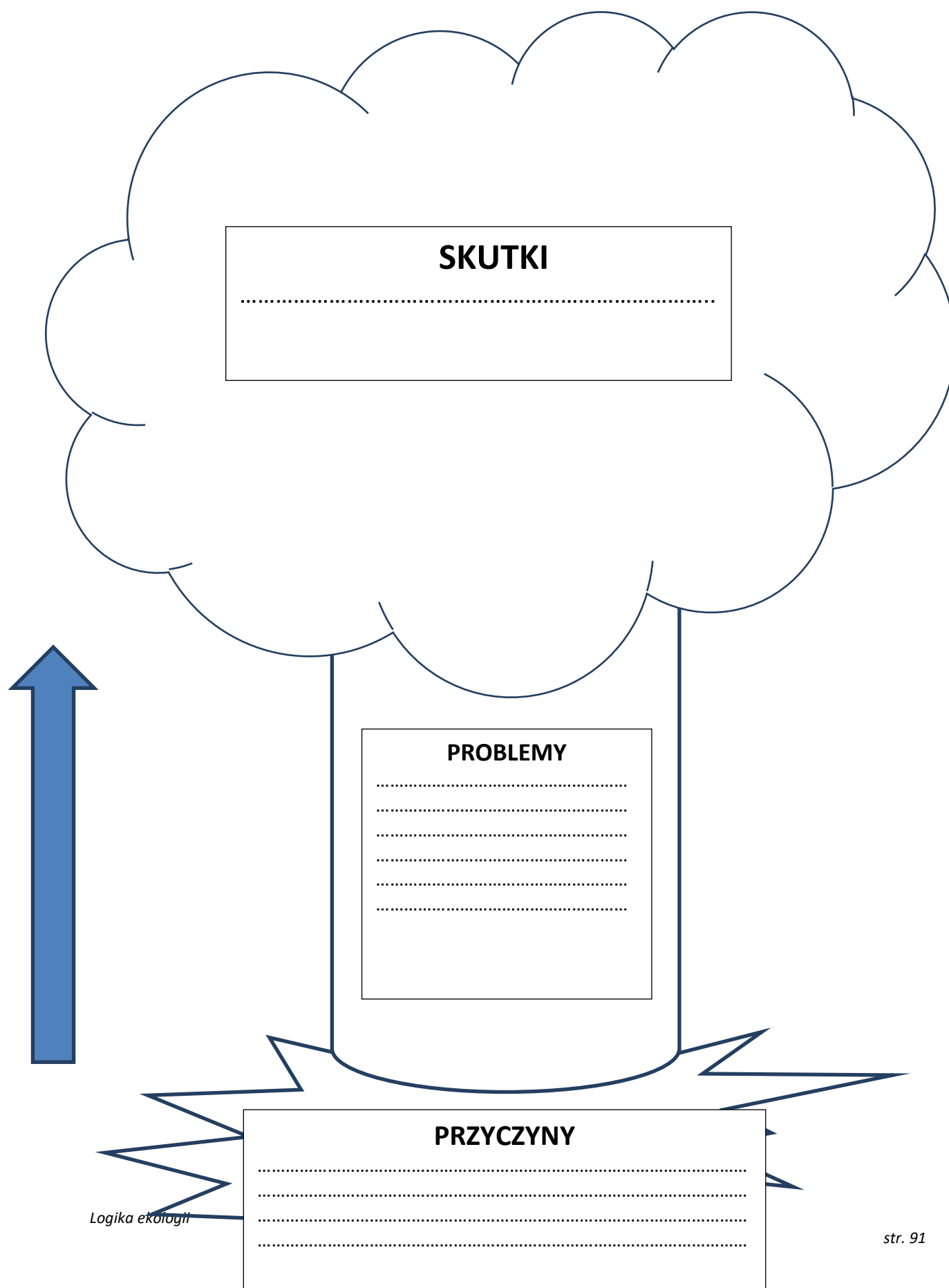
Załącznik 1

Drzewko problemów – przykład



Załącznik 2

Drzewko problemów



Załącznik 3

Przykładowy harmonogram

Temat projektu: *Stworzenie etykiety zapisanej pismem Braille’a, przeznaczonej do oznaczenia pojemników do segregacji śmieci dla osób niewidomych z terenu naszego miasta, w okresie czterech miesięcy*

DZIAŁANIA	KTO?	KIEDY?	POTRZEBNE ŚRODKI
Rozmowa z osobami niewidomymi: Co w segregacji śmieci sprawia im największy problem? W jaki sposób odczytują informacje? Jak jest im najłatwiej rozpoznać dany tekst?	Monika	17 września	• praca członków grupy
Opracowanie graficzne etykiety (kształt, wymiar, kolory)	Maria	od 17 września do 20 października	• praca członków grupy • papier • długopisy
Zapoznanie się z pismem Braille’a, ustalenie zapisów poszczególnych słów (plastik, papier, szkło, metal, bio, zmieszane)	Michał	od 17 września do 10 listopada	• praca członków grupy • Internet
Planowanie wyglądu etykiety, rozmieszczenia tekstu	Agnieszka	od 20 października do 15 listopada	• praca członków grupy • komputer • program graficzny
Konsultacja z ekspertem do spraw potrzeb osób niewidomych i słabowidzących	Monika	od 20 października do 10 listopada	• praca członków grupy • Internet • spotkanie bezpośrednie
Produkcja etykiety	Michał	od 20 października do 10 listopada	• praca członków grupy • komputer • zlecenie do drukarni
Kampania informacyjna (opracowanie i kolportaż plakatów, dotarcie z informacją do mediów lokalnych, dotarcie bezpośrednio do osób niewidomych)	Grzegorz	od 15 listopada do 10 grudnia	• praca członków grupy • komputer • drukarka • papier do wydruku plakatów
Dystrybucja etykiet	Agnieszka	od 10 grudnia do 20 grudnia	• praca członków grupy

Załącznik 4

Harmonogram

Nazwa grupy: _____

Temat projektu: _____

DZIAŁANIA (co zamierzacie zrobić?)	KTO? (osoba odpowiedzialna za działanie)	KIEDY? (termin realizacji działania)	POTRZEBNE ŚRODKI (co będzie wam potrzebne do realizacji tego działania?)

Załącznik 5

Karta podsumowująca zajęcia

Projekt to zbiór działań podejmowanych z zamiarem osiągnięcia jasno określonych celów w założonym czasie i za pomocą przeznaczonych na to środków finansowych (budżetu).

Projekt to przedsięwzięcie:

- zorientowane na cel,
- mające określony czas trwania (z wyraźnie wyznaczonym początkiem i końcem),
- niepowtarzalne,
- o wysokim stopniu złożoności, co powoduje konieczność koordynowania działań,
- wymagające zaangażowania określonych środków finansowych, a także określonych zasobów ludzkich i rzeczowych.

W celu stworzenia poprawnej koncepcji projektu należy przeprowadzić analizę problemów i ich potencjalnych rozwiązań, a następnie określić cele projektu.

Cel projektu powinien określać główne korzyści dla odbiorców naszego projektu. Musi odnosić się do kluczowego problemu zdefiniowanego w trakcie analizy problemu. Opisuując cel projektu, warto zawrzeć w nim kilka ważnych elementów, takich jak opis sytuacji po wykorzystaniu rezultatów projektu, opis pozytywnych zmian w zachowaniach czy postawach beneficjentów (uczestników projektu) po zakończeniu realizacji projektu.

Powodzenie projektu zależy w dużej mierze od umiejętności określenia jego celów i planowania.

Zasady określania celów w projekcie:

Cele powinny spełniać kryteria **SMART**, czyli powinny być:

- konkretne i proste (**S** – ang. *specific, simple*),
- mierzalne (**M** – ang. *measurable*),
- dające się ocenić jakościowo (**A** – ang. *assesable*),
- realne do osiągnięcia (**R** – ang. *realistic*),
- określone w czasie (**T** – ang. *time-bound*)

Planowanie projektu to opracowanie jego harmonogramu.

Należy w nim określić:

DZIAŁANIA, jakie zamierzasz podjąć, aby zrealizować projekt.

OSOBY odpowiedzialne za realizację poszczególnych działań (**KTO?**)

TERMIN, którym zamierzasz podjąć to działanie (**KIEDY?**).

POTRZEBNE do realizacji poszczególnych działań **ŚRODKI**.

Zapamiętaj!

Prawidłowe określenie celów projektu oraz precyzyjne jego zaplanowanie to klucz do sukcesu!



Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży

ul. Kredytowa 6/20

00-062 Warszawa

tel. 22 826 10 16

www.pcyf.org.pl