

**МОДУЛ 1. ОД БРЗА МОДА ДО
ОДРЖЛИВА МОДА**



ОДРЖЛИВА МОДА

КАКО ОДГОВОРНО ДА КУПУВАМЕ ОБЛЕКА?

СЦЕНАРИО ЗА ОБУКА

СОДРЖИНА

01

Вовед

Основни информации: траење на сесијата, целна група, предложени методи за работа, цели на сесијата, препораки за едукаторот

3

02

Тек на сесијата

Пример за тек на сесијата

6

03

Преглед на содржината

Опис на 10 активности со учесниците

10

04

Заклучок

Резиме на работилницата

44

05

Дополнителни материјали

Анкета за евалуација, Сертификат за учесник

49

01 ВОВЕД



Времетраење на сесијата:

4 часа (со можност да се подели на две сесии по 2 часа)



Целна група:

Работилницата е наменета за млади на возраст од 15–19 години, ученици и млади возрасни кои:

- се заинтересирани за модата и нејзиното влијание врз животната средина;
- сакаат да дознаат повеќе за брзата мода и нејзините алтернативи;
- бараат практични совети за тоа како да купуваат облека на свесен и одговорен начин;
- се подготвени критички да ги преиспитаат своите потрошувачки навики.



Предложени методи на работа:

- бура на идеи (brainstorming);
- групна и индивидуална работа;
- мини предавање и мултимедијална презентација;
- модерирана дискусија;
- практични вежби.



Материјали потребни за активностите:

- работни листови за учесниците;
- маркери, пенкала, фломастери;
- бела табла за пишување со маркери;
- компјутер со пристап до интернет, по можност и проектор



Цели на работилницата:

1. Да се подигне свеста кај учесниците за влијанието на модната индустрија врз животната средина и работните услови на луѓето.
2. Да се развијат вештини за критичко размислување со цел анализирање на рекламните пораки и изборот на потрошувачите.
3. Да се идентификуваат алтернативи на брзата мода, вклучително и етички брендови за облека, купување од продавници за користена облека и минимализам.
4. Да се развие способноста за носење информирани одлуки при купување преку анализа на сопствените навики и градење стратегии за одговорна потрошувачка.



Ставови и вештини што се развиваат за време на работилницата:

- Еколошка и социјална свесност;
- Потрошувачка одговорност;
- Способност за анализа на извори на информации;
- Критичко размислување;
- Вештини за аргументација и дебата.



Очекувани тешкотии:

- Некои учесници може да бидат скептични во однос на напуштањето на брзата мода.
- Можни потешкотии при препознавање на етички брендови и вештина за разликување на еко манипулација (greenwashing).
- Финансиски бариери – некои учесници може да сметаат дека етичката мода е прескапа.



Препораки за едукаторите:

- Користете реални примери за да им помогнете на учесниците да се поврзат со темата.
- Поттикнувајте отворена дискусија и вклучете различни гледишта.
- Прикажете различни решенија кои одговараат на различни буџети.
- Колку што е можно, потпирајте се на истражувања и статистички податоци за брзата мода.
- Поддржете ги учесниците во формулирањето на сопствени заклучоци, наместо да им наметнувате однапред подготвени решенија.

02 ТЕК НА СЕСИЈАТА

Вовед во темата на сесијата

Едукаторот ја започнува работилницата со вовед во темата за брзата мода и нејзините последици врз животната средина и луѓето. Како почетна точка за дискусија, може да се користи мултимедијална презентација, видео, извештаи за модната индустрија или краток документарен филм.



Пример материјали за користење:

Податоци за јаглероден отпечаток и потрошувачка на вода во текстилната индустрија.

ЈАГЛЕРОДЕН ОТПЕЧАТОК

10% од
глобалните
CO₂ емисии.



Текстилната индустрија учествува со околу 10% од глобалните емисии на CO₂ – повеќе отколку авио и поморската индустрија заедно.

1,2
милијарди
тони гасови



Производството на облека генерира 1,2 милијарди тони стакленички гасови годишно.

40 кг CO₂ на
едно парче
облека.



Просечните CO₂ емисии на едно парче облека изнесуваат приближно 20 кг CO₂ (за облека од памук) и 40 кг CO₂ (за облека од полиестер).

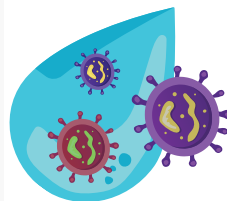
ПОТРОШУВАЧКА НА ВОДА

За производство на една памучна маичка се потребни околу 2.700 литри вода – количина што е еднаква на водата што во просек ја пие една личност за 2,5 години.

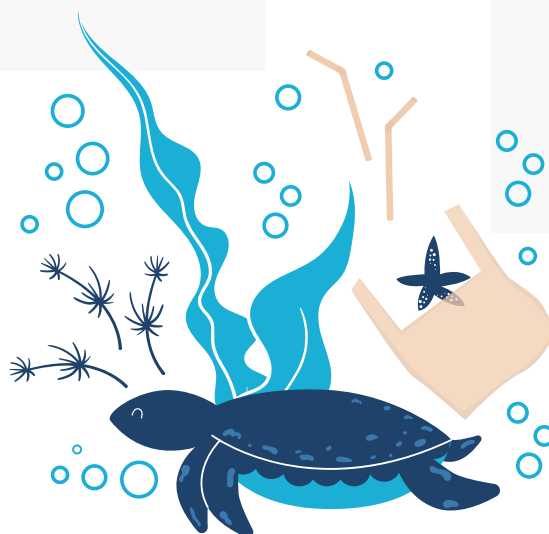


За производство на еден пар фармерки се потребни помеѓу 7.000 и 10.000 литри вода.

Текстилната индустрија е одговорна за околу 20% од глобалното загадување на водите, главно поради процесите на бојадисување и дообработка на ткаенините.



Приближно 500.000 тони пластични микровлакна од перење синтетичка облека завршуваат во океаните секоја година – што е еквивалентно на околу 50 милијарди пластични шишиња.



Овие податоци го покажуваат огромното влијание на модната индустрија врз животната средина и зошто вреди да се стремиме кон поодговорни избори како потрошувачи.

По претставувањето на темата, едукаторот ги поттикнува првичните размислувања на учесниците и прашува:

- *Што мислите, колку облека купуваме секоја година?*
- *Дали сметате дека брзата мода влијае врз животната средина? На кој начин?*
- *Што значи за вас терминот „свесна мода“?*



Претставување на едукаторот:

За да се создаде пријателска атмосфера, едукаторот накратко се претставува и ја споделува својата мотивација за одржување на работилницата. Може да се додаде и лична анекдота, на пример: „Се сеќавам кога првпат сфатив колку облека имам што никогаш не ја носам – тоа беше моментот кога решив да направам промена и да почнам да купувам помалку, но по pamетно.“

“ *Пред неколку години, имав многу облека во мојот плакар што речиси никогаш не ја носев. Кога почнав да обрнувам внимание на тоа како се произведува облеката и какво влијание има врз светот, решив дека е време за промена. И токму затоа денес сме собрани на оваа работилница.*

Потоа и учесниците се претставуваат, при што можат да споделат, на пример:

- Кои им се омилените модни брендови?
- Дали имаат омилен пар облека од кој никогаш не би се откажале? Зошто?
- Колку често купуваат нова облека?



Активности за загревање

Вежба: „Мојето омилено парче во плакарот“

Секој учесник опишува едно парче облека што има посебно значење за него/неа (на пр. семејно наследство, квалитет, приказна). Едукаторот може да помогне со поставување прашања:

- *Кога и каде ја купи таа облека?*
- *Зошто ти е посебна?*
- *Колку долго ја имаш?*
- *Дали мислиш дека ќе ти служи уште неколку години?*



Оваа вежба има за цел да покаже дека облеката може да има емоционална вредност и дека вреди да ја избираме свесно.



Утврдување на правилата на групата

За да се создаде атмосфера на меѓусебна почит и вклученост, едукаторот ги утврдува правилата за соработка заедно со учесниците. Тие може да се запишат на табла, а учесниците можат да додадат и свои предлози.

ПРИМЕР ЗА ПРАВИЛА

- **Почит:** се слушаеме едни со други и не се прекинуваме.
- **Активност:** секој има право да го искаже своето мислење.
- **Отвореност:** не осудуваме, споделуваме искуства.
- **Практичност:** се обидуваме да изнајдеме конкретни решенија.

Едукаторот потенцира дека работилницата е простор за дискусија и дека секој глас е важен.

03 Вредно да се знае

Мини предавање: Свесна мода – дали твојата маица навистина чини 20 евра?

Замисли си дека гледаш ултра модерна маица во продавница за 19.99 евра. Акција! Супер зделка! Ја земаш, плаќаш и си заминуваш задоволен/на. Но, да застанеме за момент – дали навистина те чинеше само 20 евра? Или можеби некој друг платил многу повеќе за неа? (и не, не мислиме на родителот кој со ужас гледа во растечкото купче облека во твојот плакар!)

Марк Твен еднаш рекол: „Цената е она што го плаќаш.

Вредноста е она што го добиваш.“

И тоа е точно – но кој навистина ја плаќа вистинската цена на евтината мода?

ФАКТИ ШТО ЌЕ ГО ПРОМЕНАТ НАЧИНОТ НА КОЈ РАЗМИСЛУВАШ ЗА ОБЛЕКАТА

- Твојата маица веќе пропатувала половина свет.
- Памукот можеби потекнува од Индија.
- Била сошиена во Бангладеш, каде што шивачката била платена помалку од 50 центи за неа.
- Била транспортирана преку Кина, каде што била обоена (со вода која потоа била испуштена во реката).
- Патувала со брод до Европа.
- И еве ја – подготвена за продажба во твојата омилена продавница!

- Производството на една маица троши 2.700 литри вода!
- Тоа е количина што ја пиеш за околу 2,5 години. Честитки – штотуку си купил/а „маица од вода“. Можеби треба да има сертификат како флаширана вода?
- Модната индустрија е одговорна за 10% од глобалните CO₂ емисии.
- Со други зборови – брзата мода ја загрева планетата повеќе од сите летови и бродски транспорт заедно! Ако се плашиш од глобалното затоплување, зошто да не почнеш со тоа што ќе го намалиш шопингот?
- Секоја година фрламе 92 милиони тони облека!
- Тоа е како да фрламе по еден камион облека во ѓубре секоја секунда! Веќе можеме да зборуваме за „еколошка катастрофа предизвикана од модата“.



*Па добро, но што можеме да
направиме по тоа прашање*



Сега веројатно си мислиш: „**Па што, треба да шетам во вреќа од компири?!**“ Не грижи се – не мора веднаш да се откажеш од стилот.

ДОБРИ НАЧИНИ КАКО ДА КУПУВАШ ПОДОБРО!

- Купувај помалку. Размисли што со што се комбинира – дали навистина ќе го носиш?
- Наместо 5 кошули, купи една квалитетна што ќе ти трае со години.
- Втора рака (Second-hand) не е срам – туку супермоќ!
- Во бутици со користена облека можеш да најдеш парчиња со подобар квалитет од оние во ланците продавници – плус, им даваш втор живот.
- Провери ги брендovите.
- Постојат компании што се грижат за планетата и за луѓето – избери такви што произведуваат одговорно.
- Не фрлај – преправи!
- Преголемо? Стесни го. Досадно? Обои го. Искинато? Пачворк (patchwork) е новиот тренд!
- Секоја мала промена во начинот на купување е голем чекор кон поодржлива иднина.





Резиме

Дали твојата маица вреди повеќе од 20 евра?

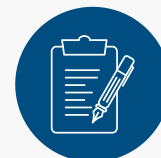
Ако на нејзината цена ги додадеш платите на шивачките, потрошената вода, трошоците за CO₂ емисии и загадувањето на животната средина, ќе сфатиш дека таа маица не те чинела само 20 евра – туку и здравјето на нашата планета и иднината на следните генерации.

“Купувај помалку, бирај мудро, грижи се за тоа што го имаш.”
(Вивиен Вествуд – една од највлијателните модни дизајнерки на 20-тиот и 21-виот век. Позната како „кralицата на панкот“, таа го револуционизираше модниот свет со тоа што го спoi бунтовниот стил со висока мода и ангажманот за општествени прашања.)
И тоа е мода што никогаш не излегува од тренд!

Во продолжение се дадени 10 вежби што можат да се користат за време на работилницата. Тие може да се прилагодат според бројот и потребите на групата, како и според нејзиното ниво.

ВЕЖБА 1.

АНАЛИЗА НА ПЛАКАРОТ – КОЛКУ ОД ТВОЈАТА ОБЛЕКА ПОТЕКНУВА ОД БРЗА МОДА?



Проценето време: 40 минути



Цел на вежбата:

Целта на оваа вежба е да им помогне на младите да станат свесни колку од облеката во нивниот плакар потекнува од брендови на брза мода и да ги поттикне на размислување за сопствените потрошувачки навики.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 1 (работен лист за вежбата)
- пенкала или моливи
- табла (за сумирање на резултатите од групата)



Упатства за едукаторот

Објаснете им на учесниците што е брза мода (брзо производство на облека, низок квалитет, краткотрајни трендови, големо влијание врз животната средина). Прашајте ги учесниците дали им е грижа за потеклото на облеката што ја купуваат. Претставете ја целта на вежбата – (размислување за составот на сопствената гардероба).

Побарајте од учесниците да изберат 10 случајни парчиња облека врз основа на нивната гардероба или сеќавање.

Секој учесник пишува на работниот лист:

- видот на облека (на пр., панталони, блуза, јакна),
- марката,

- Ако учесниците не се сигурни, можат да побараат информации на интернет или да прашаат други луѓе во групата.
- Потоа нека избројат колкав процент од избраните 10 парчиња потекнуваат од брендови на брза мода.

Во парови или мали групи, ги дискутираат нивните резултати:

- Дали сте изненадени?
- Кои брендови доминираат?
- Дали има облека од продавници за користена облека или од брендови кои застапуваат одржлива мода?
- На табла ги запишуваат главните заклучоци.

Групна дискусија

- Кои се последиците од купувањето на брендови кои се фокусирани на брза мода?
(пр. загадување на животната средина, лоши работни услови во фабриките, фрлање облека, прекумерно трошење ресурси)
- Што може да се направи за да се купува поосвестено?
(на пр., купување облека од втора рака, инвестирање во квалитет, поправка на облеката).
- Дали учесниците гледаат простор за промена во нивните навики за купување?
- Кои навики вреди да се променат за да се намали брзата мода во гардеробата?
- Дали постојат едноставни чекори што секој може да ги превземе?
- Кои други мерки може да се спроведат за поддршка на одржлива мода?



Знаење за едукаторот

Што претставува брзата мода и кои брендови ја претставуваат?

Брзата мода е модел на производство и продажба на облека кој вклучува масовно производство на евтина облека, за краток временски период, често инспирирана од најновите трендови од модните писти.

Целта е брзо да се воведат нови колекции, да се поттикнат потрошувачите често да купуваат и да се максимизира профитот на компаниите за облека. Овие парчиња облека често се со низок квалитет, што го скратува нивниот животен век и придонесува за огромна количина на текстилен отпад.



Најпознати брендови на брзата мода:

- Zara – пионер на брзата мода, со нови колекции секои неколку недели.
- H&M – една од најголемите ланци за облека, нуди достапна облека инспирирана од тековните трендови.
- Shein – динамично растечка компанија, позната по екстремно евтина облека и секојдневни новитети.
- Primark – познат по ниски цени и масовно производство.
- Forever 21 – американски бренд што нуди мода за млади по ниски цени.
- Bershka, Stradivarius, Pull&Bear – брендови што припаѓаат на Inditex групацијата (сопственик на Zara), наменети главно за помладата публика.



Кои се последиците од прекумерното производство на облека?

1. Огромна потрошувачка на природни ресурси
 - Производството на една памучна маица троши околу 2.700 литри вода – онолку колку што едно лице пие за 2,5 години.
 - За изработка на еден пар фармерки се потребни 7.000–10.000 литри вода.
2. Емисија на стакленички гасови
 - Текстилната индустрија е одговорна за 10% од глобалните емисии на CO₂, што е повеќе отколку емисиите од авионскиот и поморскиот транспорт заедно.

- Транспортот на облека на глобално ниво (од фабриките во Азија до продавниците во Европа и САД) дополнително ги зголемува емисиите на штетни гасови.

3. Загадување на водата

- Околу 20% од глобалното загадување на водата потекнува од боење и обработка на текстил.
- Синтетичките материјали, како полиестерот, ослободуваат микропластични влакна во океаните – годишно таму завршуваат околу 500.000 тони од овие честички.

4. Работни услови и човечка експлоатација

- Поголемиот дел од облеката од брзата мода се произведува во земји во развој, каде што работниците заработуваат помалку од 1 долар на ден.
- Фабриките во Бангладеш, Камбоџа и Индонезија често се небезбедни, а работниците се принудени да работат во екстремни услови.

5. Проблемот со текстилниот отпад

- 85% од облеката завршува на депонии или се согорува во рок од една година по купувањето.
- Секоја година фрламе 92 милиони тони облека, што е едно камионче облека секоја секунда.

6. Еко манипулација (greenwashing) и лажни проеколошки активности

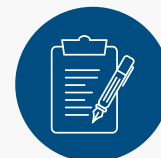
- Некои брендови користат тактики на „зелен маркетинг“, како што се „еко колекции“, кои во реалноста имаат многу мал ефект врз подобрување на состојбата.
- Колекцијата H&M Conscious или Zara Join Life често ги критикуваат поради недостаток на транспарентност во синџирот на снабдување.

Овие последици покажуваат дека брзата мода има многу повисока цена од таа што ја гледаме на етикетата – таа се плаќа со здравјето на животната средина, луѓето и идните генерации.

ВЕЖБА 2.

ОТКРИВАМЕ ОДРЖЛИВИ МОДНИ БРЕНДОВИ

Проценето времетраење: 40 минути



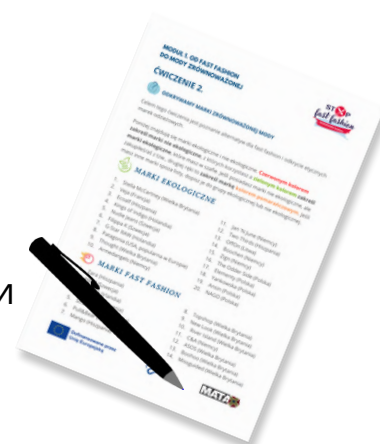
Цел:

Запознавање со алтернативи на брзата мода и откривање на етички модни брендови.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 2
- Пристап до интернет (мобилни телефони, таблети, компјутери)
- Лист за заедничко запишување на резултати (табла, голем постер)



Упатства за едукаторот

Поделете ја групата во тимови од по 3–4 лица. Секоја група треба да пронајде 3 брендови што ги применуваат принципите на одржлива мода.

Едукаторот им се обраќа на тимовите:

„Барајте информации зошто овие брендови се еколошки и етички, на пр. дали користат органски материјали, обезбедуваат фер плати за вработените и го намалуваат отпадот.“

Секоја група има 20 минути да ги претстави своите наоди на интересен начин, на пр. постер, рекламни слогани или кратка презентација.

Можете да ги распределите овие листи меѓу групите.

На крајот од вежбата, тимовите ги запишуваат сите брендови на една заедничка листа.

Прашања за дискусија:

- Дали нешто ве изненади за овие брендови?
- Дали беше лесно да се најдат информации?
- Од кои брендови имате повеќе парчиња облека во вашата гардероба и зошто?

Квиз на крајот!

Едукаторот наведува различни брендови – и познати синџири и етички брендови – а учесниците треба да погодат дали дадениот бренд функционира според принципите на одржлива мода.

Ако некој носи нешто од еко бренд, може да сподели информации за тоа.

На овој начин, младите учат дека модата може да биде и „кул“ и пријателска кон луѓето и планетата.



Знаење за едукаторот

Што претставува бавната мода (slow fashion)?

Бавната мода е пристап кон модата што го промовира квалитетот над квантитетот, свесни одлуки при купување, и грижа за животната средина и работните услови на луѓето. За разлика од брзата мода, бавната мода се фокусира на: издржлива облека што трае долго, етичко производство и одржливи материјали што се безбедни за природата и здравјето на луѓето.

Главни принципи на бавната мода:

- Купување помалку, но поквалитетно – наместо чести купувања на евтина облека, избирајте производи со добар квалитет кои ќе траат со години.
- Поддршка на етички брендови – избирајте компании кои се грижат за луѓето и за планетата.



- Поправка и пренамена на облеката – наместо да се фрла, вреди да се поправи или преработи и да ѝ се даде втор живот.
- Купување облека од втора рака – продавниците за користена облека, размените на облека и онлајн платформи се одлична алтернатива.
- Свесност за материјалите – избирање природни, органски и еколошки ткаенини наместо синтетика која ја загадува животната средина.

Примери на брендови што работат во духот на бавната мода:

Patagonia, People Tree, Stella McCartney, Eileen Fisher.

Еколошки сертификати: GOTS, Fair Trade, OEKO-TEX

1. GOTS (Global Organic Textile Standard)

Најстрогиот сертификат за еколошки ткаенини.

- Гарантира дека производот содржи најмалку 70% органски влакна.
- Забранува употреба на токсични хемикалии, генетски модифицирани организми (ГМО) и синтетички пестициди.
- Бара фер работни услови и усогласеност со социјалните стандарди.

2. Fair Trade

Означува дека производот е произведен етички и со почитување на правата на работниците.

- Гарантира достоинствени плати за земјоделците и фабричките работници.
- Исклучува детски труд и обезбедува безбедни работни услови.

ОДРЖЛИВА МОДА – КАКО ОДГОВОРНО ДА КУПУВАМЕ ОБЛЕКА?



- Ги штити локалните заедници и го поддржува одржливиот развој.

3. OEKO-TEX Standard 100

- Гарантира дека производот не содржи штетни хемикалии.
- Ова важи и за природни и за синтетички материјали.
- Секој составен дел (ткаенина, конци, копчиња, бои) се тестира за безбедност по здравјето.
- Често се користи за постелнина, детска облека и долна облека.

Поседувањето на овие сертификати значи дека брендот навистина се грижи за животната средина и луѓето, а не само да практикува еко манипулации (greenwashing).



ВЕЖБА 3.

КВИЗ – КОИ СЕ КАРАКТЕРИСТИКИТЕ НА БРЗАТА МОДА?



Проценето времетраење: 30 минути



Цел:

Тестирање на знаењето на учесниците за брзата мода.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 1
- Пишувачки прибор (моливи, пенкала и сл.)



Упатства за едукаторот

Може да им дадете на учесниците квиз што ќе го решат самостојно. Замолете ги да изберат еден точен одговор за секое прашање.

По завршувањето на квизот, заедно дискутирајте ги точните одговори со групата и размислете за последиците од брзата мода.



Знаење за едукаторот

Кои материјали доминираат во брзата мода?

Полиестер (приближно 55–60% од производството)

- Се произведува од нафта, што го прави еден од најнееколошките материјали.
- Евтин е за производство, но при перење ослободува микропластика, која ги загадува океаните.
- Не е биоразградлив – облеката од полиестер може да опстане со стотици години на депониите.

Конвенционален памук (приближно 25–30%)

- Природен материјал, но неговото одгледување бара огромни количини вода и пестициди.
- За производство на една памучна маица се потребни 2.700 литри вода.
- Може да биде поеколошки ако потекнува од сертифицирано органско земјоделство (на пр. GOTS).

Вискоза и нејзините варијанти (на пр. рајон, модал, лиоцел) – приближно 10%

- Целулозно влакно добиено од дрво.
- Иако теоретски се биоразградливи, нивното производство често доведува до дефорестација на тропски шуми.
- Леоцел (на пр. TENCEL) е поеколошка верзија на вискозата, произведена во затворен производен циклус што ја намалува еколошката штета.

Акрил, еластан, најлон (приближно 5%)

- Синтетички материјали, често се додаваат во облеката за поголема еластичност и издржливост.
- Како и полиестерот, ослободуваат микропластика при перење и се небiorазградливи.

Како изгледа производствениот процес на облека од брзата мода? Дизајнирање и копирање трендови (1–2 недели)

- Брендите на брзата мода внимателно ги следат модните реви и инфлуенсерите, копирајќи ги најновите трендови.
- Нов дизајн на облека може да започне со производство само неколку дена по појавувањето на модната писта.

Евтино производство во земји во развој (2–4 недели)

- Облеката најчесто се шие во Бангладеш, Индија, Камбоџа и Кина.
- Работниците во фабриките често заработуваат помалку од 1 долар дневно, работејќи во лоши и небезбедни услови

и работат во екстремни услови.

- Недостигот од регулативи доведува до прекувремена работа, експлоатација и детски труд.

Масовно производство и заштеда на квалитет (1-2 недели)

- Се користат евтини ткаенини (како полиестер или памук со низок квалитет).
- Производството се одвива брзо, често на сметка на завршната обработка – поради тоа облеката се распарува, ја губи бојата и брзо се оштетува.

Глобална дистрибуција (1-2 недели)

- Облеката се транспортира по море, што генерира големи емисии на CO₂.
- Синџирите на продавници добиваат нови колекции секои неколку недели за постојано да ја одржуваат побарувачката.

Агресивен маркетинг и притисок врз потрошувачите

- Продавниците промовираат „вештачка потреба“ за постојано купување нова облека.
- Рекламните кампањи и социјалните мрежи ги поттикнуваат купувачите креирајќи страв од пропуштена прилика (FOMO) и создаваат чувство дека секогаш треба да се има „нешто ново“.

Краток животен век и фрлање на облека

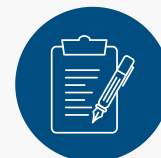
- Поради нивниот низок квалитет, облеката од брзата мода често се оштетува по само неколку перења.
- Најголем дел од неа завршува на депонии или во печки за горење – секоја година се фрлаат 92 милиони тони облека.

Овој процес покажува дека брзата мода е фокусирана на производство, продажба и фрлање, што води до огромни еколошки и социјални проблеми.

ВЕЖБА 4.

ДЕБАТА – „МОЖЕ ЛИ БРЗАТА МОДА ДА БИДЕ ЕТИЧКА?“

Проценето времетраење: 45 минути



Цел:

Развивање на вештини за аргументација и критичко размислување кај младите во контекст на брзата мода, како и истражување на можни решенија за поодржлива модна индустрија.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 4
- Прибор за пишување
- Табла / хартија за пишување



Инструкции за едукаторот

Поделете ги учесниците во две групи:

- Група А – ЗА: аргументираат дека брзата мода може да биде етичка.
- Група Б – ПРОТИВ: аргументираат дека брзата мода е неетичка и не може да се оправда.

Секоја група добива 10–15 минути за да ги подготви своите аргументи.

Охрабрете ги учесниците да наведат конкретни примери од брендови, податоци и практики што ја поддржуваат нивната позиција.

Едукаторот е модератор на дебатата, го отвора и ја воведува темата, како и правилата за водење на истата.

Секоја група има 3-4 минути за да ја презентира својата позиција. Потоа двете страни можат да си поставуваат прашања и да ги побијат аргументите на противниците. Модераторот се грижи за културата на говорот и внимава на времетраењето. Дебатата трае околу 15-20 минути.

По завршувањето на дебатата, едукаторот води кратка дискусија:

- Дали постојат брендови кои се обидуваат да ја комбинираат брзата мода со етиката? (на пр., H&M и Zara со програми за рециклирање, Patagonia со кружен модел).
- Може ли брзата мода да стане поодржлива? Кои решенија би можеле да го направат тоа возможно? (на пр., поквалитетни материјали, фер плати, ограничување на бројот на колекции).
- Кои заклучоци ги извлекуваме од оваа дебата?
- Како потрошувачи, дали имаме влијание врз промените?
- Кои свесни избори можеме да ги направиме?
- Може ли брзата мода навистина да биде етичка? Или тоа е само мит? Тоа е прашање вредно за размислување!
- Запиши една промена што можеш да ја направиш во твојот пристап кон купувањето облека.

Своите заклучоци можете да ги запишете на табла или на хартија.

Резиме за едукаторот:

Дебатата покажува дека проблемот со брзата мода не е црно-бел. Постојат брендови кои се обидуваат да ја комбинираат ниската цена со подобри практики, но сè уште постојат многу предизвици што треба да се надминат.



Знаење за едукаторот

Кои чекори ги преземаат брендovите кон одржливост?

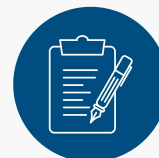
- Еколошки материјали – Органски памук (GOTS), TENCEL™, рециклиран полиестер.
- Сертификати – GOTS (органиско земјоделство), Fair Trade (достоинствена работа), OEKO-TEX (без токсини).
- Намалување на отпад – Програми за откуп и рециклирање на облека (на пр. Patagonia, Levi's).
- Скратување на синџирот на снабдување – Производство поблиску до пазарите, намалување на транспортот (на пр. Stella McCartney).
- Транспарентност – Објавување извештаи за добавувачи и работни услови (на пр. Everlane).
- Јаглеродна неутралност – Намалување на CO₂ емисии, користење обновлива енергија (на пр. Adidas).

Примери за еко манипулации (greenwashing)

- H&M Conscious Collection – Облека направена од „еколошки“ материјали, но сепак масовно произведена.
- Zara Join Life – Дел од „еко“ колекција, но без ограничување на прекумерното производство.
- Shein „zero waste“ (нула отпад) – Компанијата произведува милиони парчиња облека и тврди дека го минимизира отпадот.
- Primark Cares – „Еко“ изјави без докази за вистински промени.
- Реклами со природни мотиви – Зелени позадини и лисја во рекламите не го прават брендот одржлив.
- Недостиг на конкретност – Општи слогани за намалување на емисии без вистински податоци и цели.

ВЕЖБА 5.

КРЕИРАЊЕ СОПСТВЕНИ ПРАВИЛА ЗА СВЕСНО КУПУВАЊЕ



Проценето времетраење: 45 минути



Цел

Да им се помогне на младите да развијат едноставни и практични правила што ќе им овозможат да купуваат облека на поосмислен начин.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 5
- прибор за пишување
- листови во боја, табла/хартија за пишување



Упатства за едукаторот

Едукаторот започнува со краток разговор:

- Дали некогаш сте купиле парче облека што никогаш не сте го носеле?
- Што нè тера да донесеме одлука за купување? (на пр. промоции, тренд, притисок од пријатели)?
- Дали знаете какво влијание имаат вашите купувања врз животната средина и луѓето?

Потоа, секој учесник има задача да осмисли 5 сопствени правила за свесно купување. Ако некој има потреба од инспирација, може да размисли за своите последни купувања и што би можел да промени во нивниот пристап.

Размена и избор на најдобрите идеи

Учесниците формираат парови или групи од 3-4 лица. Секој член

ја споделува својата листа со правила. Заедно дискутираат, споредуваат идеи и избираат 2-3 најдобри или најинспиративни правила од групата, кои потоа ќе ги презентираат пред сите.

Заедно го креираме постерот „Свесно купување“



Знаење за едукаторот

Кои се основните правила на минимализмот во облекувањето?

- Купувај помалку, но поквалитетно – избери облека со висок квалитет која ќе трае со години.
- Креирај капсулен гардеробер – ограничен број универзални парчиња што лесно се комбинираат меѓусебно.
- Избегнувај импулсивни купувања – пред да купиш нешто, размисли дали навистина ти е потребно.
- Грижи се за облеката – соодветната нега го продолжува нејзиниот век.
- Поправај и пренаменувај – наместо да ја фрлиш, обиди се да ја поправиш или да ѝ дадеш нова функција.
- Купувај од втора рака – изборот на користена облека ја намалува побарувачката за нови производи.

Примери на стратегии за одговорно купување

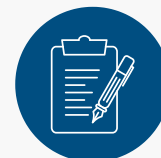
- Правило „30 пати“ – купувај само она што знаеш дека ќе го носиш барем 30 пати.
- Проверка на состав и сертификати – избирај еколошки ткаенини и облека со сертификати (на пр. GOTS, OEKO-TEX).
- Планирање на купувањата – наместо спонтани одлуки, прави списоци со работи што навистина ти се потребни.
- Избор на етички брендови – провери дали брендот е транспарентен во однос на производството, условите за работа и користените материјали.

- Избегнување на еко манипулации – не дозволувај маркетингот да те измами, барај вистински еколошки активности и докази за одржливост.
- Размена и втора рака облека – организирај настани за размена на облека и модни додатоци, посетувај продавници за користена облека или користи платформи за продажба на користена облека.
- Поправка наместо фрлање – мали кројачки интервенции и поправки можат значително да го продолжат векот на облеката.
- Ограничување на синтетички материјали – полиестерот и акрилот не се биоразградливи, подобро избирај природни материјали како памук, лен или волна.



ВЕЖБА 6.

„МОДНА ИСТРАГА“ – КАКО КУПУВААТ ДРУГИТЕ?



Проценето времетраење: 45 минути



Цел

Проверка на свесноста за животната средина и навиките при купување облека.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 6
- прибор за пишување
- по избор: мобилен телефон за снимање на интервјуто или за запишување белешки



Упатства за едукаторот

Интервјуирај еден член од семејството или пријател – тоа може да биде родител, брат или сестра, баба/дедо или наставник. Пред да започнеш со интервјуто, размисли:

- Дали твоето семејство и пријатели често купуваат нова облека?
- Дали некогаш сте разговарале за тоа од каде доаѓа нивната облека?
- Дали внимаваат на еколошкиот аспект кога купуваат?

Внимателно запиши ги одговорите. Можеби ќе дознаеш нешто што ќе те изненади.

По интервјуто, размисли за твоите одговори:

- Дали луѓето со кои разговараше се свесни за проблемот со брзата мода?
- Дали нивниот пристап кон купувањето облека се разликува од твојот?

- Дали постојат разлики помеѓу генерациите?

Предлози за дискусија на резултатите во група:

- Брз круг – секој нека каже по една реченица за тоа што научил од интервјуто.
- Гласање – дали повеќето луѓе во вашата околина се свесни за проблемот со брзата мода или не?
- Постер – соберете ги најинтересните цитати од интервјуата и креирајте заеднички постер или креативна табла.

Размислете заедно:

- Можеме ли да влијаеме врз навиките за купување на нашите блиски?
- Како можеме да ги охрабриме да купуваат на посвесен начин?

Можни семејни предизвици:

- Еден месец купуваме само она што навистина ни е потребно.
- Се обидуваме почесто да купуваме облека од втора рака.



Знаење за едукаторот

Кои фактори влијаат врз потрошувачките избори во модата?

- **Цена** – често е клучен фактор, особено кај брзата мода.
- **Трендови** – влијанието на инфлуенсери, медиуми и модни ревији.
- **Квалитет и издржливост** – сè поголема свесност кај потрошувачите ги поттикнува да избираат поквалитетни материјали.
- **Екологија и етика** – сè повеќе луѓе обрнуваат внимание на влијанието на брендovите врз животната средина и условите за работа.
- **Достапност** – онлајн купување, попусти и лесни услови за враќање на производите ја олеснуваат потрошувачката.

Кои се генерациските разлики во пристапот кон модата?

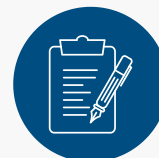
- **Постари генерации (Бејби-бумери, Генерација X)** – ја вреднуваат издржливоста, квалитетот и класиката, и поретко ги следат модните трендови.
- **Милениумци** – покажуваат интерес за свесна мода, но сè уште се под влијание на потрошувачкиот начин на живот.
- **Генерација Z** – повеќе се наклонети кон купување од втора рака, избор на етички брендови и минимализам, но во исто време се подложни на трендовите од социјалните мрежи.



ВЕЖБА 7.

КРЕИРАМЕ ПОСТЕРИ ЗА СВЕСНА МОДА

Проценето времетраење: 45 минути



Цел

Развивање на креативното размислување и способноста за создавање општествени пораки, како и зголемување на свесноста за негативното влијание на брзата мода врз животната средина и луѓето.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 7
- прибор за пишување
- картички
- исечоци од весници и списанија



Упатства за едукаторот

Започнете ја активноста со кратка дискусија за брзата мода:

- Што е брза мода?
- Кои се нејзините ефекти?
- Дали постојат алтернативи?
- За производство на една маица се користат 2.700 литри вода – колку што едно лице пие за 2,5 години!
- Индустијата за облека е одговорна за 10% од глобалните емисии на CO₂.
- Секоја година, се фрлаат 92 милиони тони облека – тоа е еквивалентно на еден камион за ѓубре полн со облека секоја секунда!

Поделете ги учесниците во групи од 4-5. Секоја група има задача да создаде постер што ќе резонира со нивните врсници и ќе ги охрабри да донесуваат информирани модни одлуки. Постерите можат да вклучуваат слогани, илустрации, статистика, мемиња, стрипови или други креативни елементи. Учесниците можат да користат хартија, боички, маркери, исечоци од весници или да креираат дигитален постер (доколку се достапни таблети/лаптопи). Секоја група го презентира својот постер и ја објаснува неговата порака.

Колаборативна анализа на постерот:

- Што привлекува најголемо внимание?
- Која порака е најсилна и зошто?
- Какви активности може да преземе секој од нас?

Охрабрете ги учесниците да се справат со предизвик, на пример: да не купуваат нова облека еден месец, да посетуваат продавница за половна облека, да разменуваат облека со пријатели или да пренаменат нешто во нивниот гардеробер.

По часот, организирајте изложба на постерите во училиште или споделете ги на социјалните медиуми. Можете да креирате хаштаг (на пр. #StopFastFashionSchoolName) и да ги охрабрите учениците да ги споделат своите еколошки модни одлуки.



Знаење за едукаторот

Како ефикасно да се комуницираат еколошки пораки?

- Едноставна и разбирлива порака – користете кратки, јасни и конкретни слогани; избегнувајте комплициран или технички јазик.

- Моќта на визуелизацијата – слики, инфографици и видеа често допираат побрзо и подлабоко до публиката отколку текстот.
- Емоционална порака – приказни за луѓе погодени од проблемот или примери кои ги прикажуваат последиците од нашите постапки поттикнуваат поголема емпатија и ангажман.
- Истакнување на придобивките за примателот – не само за животната средина, туку и за нивниот паричник, здравје и начин на живот (на пр. „помалку облека = помалку стрес при изборот“).
- Охрабрување на мали промени – реални, едноставни чекори кои секој може да ги направи (на пр. „купи едно парче облека помалку овој месец“).
- Автентичност – избегнување на еко манипулации; базирајте ја довербата на проверени факти и доверливи извори.
- Ангажирање инфлуенсери и различни групи – пораките стигнуваат подалеку и имаат поголемо влијание преку луѓе кои веќе имаат доверба кај поширока публика.

Примери на општествени кампањи поврзани со модата:

- Fashion Revolution – „Кој ги направи моите алишта?“ Кампања која ги охрабрува потрошувачите да ги прашуваат брендovите за условите за работа и етичкото производство.
- Greenpeace – „Detox My Fashion“ Притисок врз модните компании да ги отстранат токсичните хемикалии од процесот на производство.
- Patagonia – „Don't Buy This Jacket“ Реклама што обесхрабрува импулсивно купување и ја промовира издржливоста и квалитетот на облеката.
- Oxfam – „Second Hand September“ Предизвик што ги поттикнува луѓето да не купуваат нова облека цел месец и да се насочат кон купување од втора рака.
- Adidas – „Run for the Oceans“ Кампања за чистење на океаните преку продажба на патики направени од рециклирана пластика.

ВЕЖБА 8.

ПОДГОТОВКА НА МИНИ СТАТИЈА ЗА БРЗАТА МОДА



Проценето времетраење: 50 минути



Цел

Да се прошири знаењето и да се развијат вештини за пишување за негативните последици од брзата мода.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 8
- прибор за пишување или лаптопи/таблет
- картички
- табла или хартија



Упатства за едукаторот

Едукаторот ги дели учесниците во тимови од 4–5 лица. Секоја група избира или извлекува една од следните главни теми поврзани со влијанието на брзата мода:

1. Потрошувачка на вода и природни ресурси
2. Загадување на животната средина (хемикалии, микропластика, отпад)
3. Работни услови и етички аспекти
4. Потрошувачки навики и алтернативи на брзата мода
5. CO₂ емисии и јаглероден отпечаток од модната индустрија

Секој тим ја анализира својата тема користејќи достапни материјали (статии, извештаи, интернет, инфографици). Учесниците бараат статистика, примери и можни решенија за проблемот.

Групата ги дели задачите: едно лице може да биде одговорно за пребарување на податоци, друго за анализа, трето за запишување на клучни информации и четврто за подготовка на груб нацрт на статијата. Секоја група подготвува кратка статија (1-2 страници) на својата тема.

Структура на статијата:

- Вовед: краток вовед во проблемот.
- Развој: анализа на избран аспект на брзата мода, поткрепен со примери и податоци.
- Заклучок: резиме и предлог за активности за намалување на негативното влијание на брзата мода

Секоја група ја презентира својата работа во форма на кратка изјава (приближно 3-5 минути). Другите учесници можат да поставуваат прашања или коментари. Најинтересните статии можат да се објават во училишниот билтен, на веб-страницата или на социјалните медиуми. Едукаторот ја сумира вежбата, охрабрувајќи размислување за сопствените потрошувачки избори.



Знаење за едукаторот

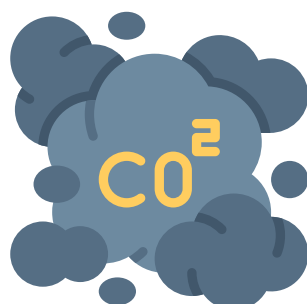
Податоци за влијанието на брзата мода врз водата и емисиите на CO₂

Консумирање на вода:

- За производство на една памучна маица потребни се 2.700 литри вода – тоа е исто колку што една личност пие за 2,5 години.
- Еден пар фармерки апсорбира помеѓу 7.000 и 10.000 литри вода.
- Модната индустрија е одговорна за 20% од глобалното загадување на водата (главно преку боење на ткаенини).

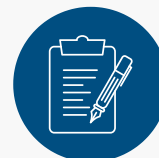
CO₂ емисии

- Модната индустрија е одговорна за 10% од глобалните емисии на стакленички гасови – повеќе од авио и поморскиот сообраќај заедно.
- Секоја година индустријата за облека произведува околу 1,2 милијарди тони CO₂.
- Транспортот на облеката низ целиот свет создава дополнителни емисии, што уште повеќе го зголемува јаглеродниот отпечаток.



ВЕЖБА 9.

РЕФЛЕКСИЈА – КАКО МОЖАМ ДА ГИ ПРОМЕНАМ МОИТЕ НАВИКИ?



Проценето времетраење: 45 минути



Цел:

Воведување лични промени во пристапот на младите кон модата и ограничување на купувањето на производи кои се дел од брзата мода.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 9
- материјали за пишување



Инструкции за едукаторот



Замолете ги учесниците да запишат конкретни чекори што можат да ги преземат за да го намалат купувањето на производи кои се дел од брзата мода.

Помошни прашања за учесниците:

- Што ме мотивира најмногу да купувам нова облека?
- Кои облеку сум ги купил/а во последните 6 месеци – кои од нив ми беа навистина потребни?
- Кои алтернативи можам да ги воведам, а да не е купување од големи модни ланци? (на пр. втора рака, размена на облека, минимализам во гардеробата)

Дискутирајте заедно за најчестите бариери при промената на навиките (на пр. удобност, навика, притисок од трендови). Размислете за начините за нивно надминување.

Секој учесник подготвува свој план за промена во текот на 3 месеци, кој ги дефинира конкретните чекори, на пример:

- Не сум купила нова облека веќе 3 месеци.
- Го прегледувам мојот гардеробер и планирам комбинации од облеката што веќе ја имам.
- Наоѓам локална продавница за користена облека и одам таму наместо во трговски центар.
- Се договарам со пријатели за размена на облека.

Охрабрете ги учесниците да ги споделат своите планови.

Може да предложите создавање на група за поддршка – на пример, заеднички комуникациски канал каде што ќе можат да ги споделуваат своите успеси и предизвици.

Поканете ги учесниците да го следат својот напредок, на пример преку водење дневник за купени производи и лични размислувања. По три месеци, можете повторно да се сретнете за да ги дискутирате резултатите и следните чекори. Оваа вежба ќе им овозможи на учесниците да пристапат кон купувањето на свесен начин и постепено да ги променат своите модни навики на реалистичен и промислен начин.



Знаење за едукаторот

Кои чекори можеме да ги преземеме за да го намалиме брзото модно производство?

- Купувај помалку, но поквалитетно – избери облека со висок квалитет што ќе трае со години.
- Создади капсулен гардеробер – ограничи го бројот на парчиња на универзални и безвременски облеку.
- Купувај половна облека – половната облека е еколошка и економична алтернатива.
- Поправај и пренамени – обнови ја облеката наместо да ја фрлаш.
- Провери ги брендovите – избери компании што произведуваат на етички и еколошки начин.

- Избегнувај импулсивни купувања – пред да купиш, размисли дали навистина ти е потребно тоа парче облека.
- Едукација и подигнување на свеста – информирај се за влијанието на модата врз животната средина и охрабри и други да направат промени.

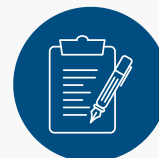
Психолошки аспекти на промената на потрошувачките навики

- **Влијанието на рекламите и социјалните мрежи** – манипулирање со емоции, создавајќи потреба да се поседуваат нови работи.
- **Ефектот на „допаминот од шопинг“** – моментално задоволство од купување што брзо поминува.
- **Социјален притисок и трендови** – желбата да се биде „во тек“ може да го отежне донесувањето свесни одлуки.
- **Моќта на навиката** – промената бара свесна акција и повторување на нови однесувања.
- **Минимализам и свесна потрошувачка** – градење задоволство преку квалитет, а не квантитет.
- **Психолошка приврзаност кон облеката** – сентиментална вредност наспроти реална потреба.
- **Одлуки под влијание на промоции** – маркетинг стратегиите поттикнуваат непромислено купување.
- **Ефектот на социјален доказ** – го имитираме однесувањето на оние што промовираат одржлива мода.

ВЕЖБА 10.

СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ – ПРИКАЗНАТА НА САРА

проценето времетраење: 30 минути



Цел

Анализирање на вистинските предизвици при намалување на брзата мода.



Материјали за едукаторот:

- Вежба број 10
- Прибор за пишување
- Картон А4 формат



Инструкции за едукаторот

Поделете ја групата во тимови од по 3 лица. На секој тим дајте им студија на случај, односно приказната за Сара. Во рамки на групата, распределете улоги: уредник – ја чита студијата на случај и го води разговорот; младо лице – зборува од перспектива на Сара и одговара на прашањата поставени од уредникот и набљудувачот; набљудувач – ги следи и уредникот и младото лице, го слуша разговорот и извлекува заклучоци.

По завршување на дискусијата, поставете ги следниве прашања:

- Со какви други тешкотии би можела да се соочи Сара?
- Кои други стратегии би ѝ помогнале да ги промени своите навики?
- Дали некогаш сте се обиделе да ги ограничите вашите купувања на облека? Какво беше вашето искуство?
- Споделете и свое мислење на оваа тема



Знаење за едукаторот

Со какви тешкотии можат да се соочат потрошувачите при обидот да ги променат своите навики?

- **Социјален притисок и трендови** – желбата да се прилагодиме на модата и влијанието на инфлуенсерите.
- **Достапност и цена** – облеката од брзата мода е поевтина и полесно достапна од етичките алтернативи.
- **Недостаток на знаење** – не секој знае како да препознае одржливи брендови и материјали.
- **Навики при купување** – импулсивните купувања и промоциите го отежнуваат менувањето на однесувањето и навиките.
- **Време и посветеност** – барањето еко-облека бара повеќе време и труд отколку брзото купување во ланците на продавници.

Кои се ефикасни стратегии за справување со искушението од брзата мода?

- **„Правило на 24 часа“** – Почекај 24 часа пред да купиш нешто за да избегнеш импулсивни одлуки.
- **Листа за купување** – Одреди што навистина ти е потребно и придржувај се до листата.
- **Капсуларен гардеробер** – Изгради универзална гардероба што ја намалува потребата за чести купувања.
- **Избегнување на брза мода на социјалните мрежи** – Следи етички брендови наместо оние што промовираат прекумерна потрошувачка.
- **Купување половна облека** – Избери продавници за користена облека и размена на облека наместо нови купувања.
- **Свесност за влијанието** – Потсетувај се како брзата мода штети на животната средина и на луѓето.

04 КРАЈ

Резиме на клучните сознанија:



Работилницата за млади посветена на одржливата мода успешно ги комбинираше дискусиите, практичните активности и директното учење, ангажирајќи ги учесниците на динамичен и интерактивен начин. Учесниците стекнаа нови вештини и мотивација да носат поетички и поосмислени модни избори. Со поврзување на теоријата со практиката, работилницата поттикна подлабоко разбирање за предизвиците поврзани со брзата мода и промовираше поодржлив пристап кон потрошувачката и модата.

При сумирање на работилницата за млади посветена на свесна мода, едукаторот треба да се фокусира на пренесување на клучни заклучоци што учесниците треба да ги запомнат и применат во пракса.

Клучни поенти кои вреди да се истакнат:

1. Разбирање на влијанието на модата врз животната

средина: Истакнување на огромното влијание што модната индустрија го има врз природата, вклучително и прекумерната потрошувачка на вода, загадувањето и создавањето отпад. Важно е учесниците да бидат свесни дека нивните потрошувачки избори имаат реални последици.

2. Важноста на критичкото размислување: Поттикнување на учесниците да ги преиспитуваат сопствените навики за потрошувачка и пораките што ги примаат преку реклами. Свесноста за тоа како маркетингот влијае врз нашите вредности, желби и „потреби“ е од суштинско значење.

3. Опции за етичка потрошувачка: Идентификување на практични начини за донесување поетички избори, како што се купување од втора рака, избор на облека од одговорни производители, како и поправка и преработка на постоечката облека.

4. Придобивки од минимализмот во модата:

Поттикнување на осмислено купување и поседување помалку облека, што може да придонесе за помал јаглероден отпечаток и помал удел во индустријата на брзата мода.

5. Соработка и колективна акција: Истакнување на важноста од заедничко делување и меѓусебна поддршка во стремежот кон поодржлива мода. Групните иницијативи и соработката можат ефективно да придонесат за промени во индустријата.

6. Користење дигитални алатки за учење и ангажирање: Укажување на достапноста на дигитални алатки и платформи што можат да им помогнат на младите во едукацијата и промоцијата на одржлива мода.

За сумирање, важно е да се нагласи дека секој има можност да направи промена, а едукацијата и свесното делување се клучот за градење на подобар моден свет во иднина.

Крајот на работилницата е исто така идеален момент за охрабрување на учесниците да размислат и да ги споделат своите заклучоци.

Примери на прашања што можат да се постават на крајот од работилницата за да се поттикне активност и самостојно размислување кај учесниците:

- 1. Кои се твоите главни заклучоци од денешната работилница?** – Го поттикнува учесникот да сумира што научил, што помага во зацврстување на знаењето.
- 2. Што ти беше најизненадувачко за време на денешната сесија?** – Ова прашање може да поттикне дискусија за новооткриени факти или сознанија што го промениле начинот на размислување на учесниците.
- 3. Кои практични промени планираш да ги направиш во својот живот врз основа на тоа што го научи денес?** – Се фокусира на примената на стекнатото знаење во пракса.
- 4. Со какви предизвици можеш да се соочиш при обидот да ги примениш овие практики, и како би можел/а да ги надминеш?** – Им помага на учесниците однапред да размислат за можните пречки и начини за нивно надминување.
- 5. Дали имаш идеи како идните работилници би можеле да се подобрат?** Што друго би сакал/а да дискутираме или правиме? – Овозможува добивање повратна информација што може да се искористи за унапредување на идните сесии.
- 6. Кои алатки или ресурси ти беа најкорисни за време на работилницата и зошто?** – Учесниците можат да ги споделат своите мислења за материјалите и методите што им помогнале најмногу или им биле најефективни.
- 7. Дали сега се чувствуваш посигурно да разговараш со други за прашањата поврзани со брзата мода и нејзиното влијание врз животната средина?** – Ова прашање овозможува проценка на зголемената самодоверба на учесниците во споделување на знаење со други.



Поставувањето на овие прашања не само што ги ангажира учесниците, туку им помага и подобро да ги разберат и да размислат за концептите што ги учат, што ја зголемува едукативната ефективност на работилницата.

- На крајот, спроведуваме кратка евалуациска анкета за работилниците и доделуваме дипломи.
- Збогување и можност за поставување дополнителни прашања.

05 ДОПОЛНИТЕЛНИ МАТЕРИЈАЛИ

ЕВАЛУАЦИСКА АНКЕТА

Почитуван/а учеснику/учесничке,

Ти благодариме што присуствуваваше на работилницата! Твоето мислење ќе ни помогне да ги подобриме идните сесии.

Анонимна анкета



1. Како би го оценил/а севкупниот квалитет на работилницата?

- а. многу ниско
- б. ниско
- с. просечно
- д. високо
- е. многу високо

2. Дали работилницата ти беше интересна и поттикнувачка?

- да
- не
- делумно

3. Која вежба или тема ти беше најкорисна?

Зошто?(краток одговор)

4. Дали работилницата влијаеше на твојот пристап кон модата и купувањето?

- да
- не
- Сè уште не знам

5. Дали имаш намера да направиш некакви промени во твоите навики за купување по работилницата?

- Да, какви? (Краток одговор)

- Не

6. Како го оценуваш начинот на кој беше спроведена работилницата?

- а. многу добро
- б. добро
- с. просечно
- д. слабо

ОДРЖЛИВА МОДА – КАКО ОДГОВОРНО ДА КУПУВАМЕ
ОБЛЕКА?



**7. Што можеме да подобриме во идните изданија на
работилниците?**

(краток одговор)

Ти благодариме за твоето време!



СЕРТИФИКАТ

доделен на:

име и презиме на учесникот

Потврдува за учество на работилницата „Свесна мода – Како да купуваме облека одговорно“, која се одржа на:
Учесникот стекна знаење и практични вештини во областа на одговорната потрошувачка и одржливиот пристап кон модата.

Институција/компанија _____

Едукатор _____

Датум _____

Локација _____

Број на проект _____



потпис на едукаторот

Ти благодариме за учеството и честитки за твојата посветеност во градењето посвесна мода!



Кофинансирано од Европската Унија. Сепак, изразените ставови и мислења се само ставови на авторот/авторите и не ги одразуваат нужно ставовите на Европската Унија или на Фондацијата за развој на образовниот систем (FRSE). Ниту Европската Унија ниту FRSE не можат да бидат одговорни за НИВ.

Сите резултати развиени во рамките на проектот „STOP FAST FASHION“ се достапни под отворени лиценци (CC BY-SA 4.0 DEED). Истите можат да се користат бесплатно и без ограничувања. Забрането е копирање или обработка на овие материјали во целост или делумно без дозвола на авторот. Доколку се користат резултатите, неопходно е да се наведе изворот на финансирањето и нивните автори.

