MODUŁ 1. OD FAST FASHION
DO MODY ZRÓWNOWAŻONEJ

ŚWIADOMA MODA

JAK ODPOWIEDZIALNIE KUPOWAĆ UBRANIA?

SCENARIUSZ WARSZTATÓW EDUKACYJNYCH

Dofinansowane przez Unię Europejską

SPIS TREŚCI

01 **Wprowadzenie** ____ 3

Informacje wstępne: czas zajęć, grupa odbiorcza, proponowane metody pracy, cel zajęć, rekomendacje dla edukatora

02 **Przebieg zajęć** ____ 6

Przykładowy przebieg zajęć.

03 **Merytoryka** ____ 10

Opis 10 ćwiczeń z uczestnikami.

04 **Zakończenie** ____ 44

Podsumowanie warsztatów.

05 **Materiały dodatkowe** ____ 49

Ankieta ewaluacyjna, Dyplom dla uczestnika

01 WPROWADZENIE

Czas trwania zajęć:

4 godziny zegarowe (z możliwością podziału na dwa spotkania po 2 godziny)

Odbiorcy zajęć:

Warsztaty są skierowane do młodzieży w wieku 15-19 lat, studentów oraz młodych dorosłych, którzy:

- interesują się modą i jej wpływem na środowisko;
- chcą dowiedzieć się więcej o fast fashion i alternatywach dla niego;
- szukają praktycznych wskazówek dotyczących świadomego kupowania odzieży;
- są otwarci na krytyczne spojrzenie na swoje nawyki konsumpcyjne.

Proponowane metody pracy:

- burza mózgów;
- praca w grupach i indywidualna;
- mini wykład i prezentacja multimedialna;
- dyskusja moderowana;
- ćwiczenia praktyczne.

Materiały potrzebne do realizacji zajęć:

- karty pracy dla uczestników;
- markery, pisaki, długopisy;
- flipchart lub tablica suchościeralna;
- laptop z dostępem do internetu, ew. projektor.

Cele warsztatów:

1. Podniesienie świadomości uczestników na temat wpływu przemysłu modowego na środowisko i warunki pracy ludzi.
2. Rozwój umiejętności krytycznego myślenia, umożliwiający analizę przekazów reklamowych i wyborów konsumenckich.
3. Wskazanie alternatyw dla fast fashion, w tym etycznych marek odzieżowych, zakupów second-hand i minimalizmu.
4. Rozwój umiejętności podejmowania świadomych decyzji zakupowych poprzez analizę własnych nawyków i budowanie strategii odpowiedzialnej konsumpcji.

Postawy i umiejętności rozwijane podczas warsztatów:

- świadomość ekologiczna i społeczna;
- odpowiedzialność konsumencka;
- umiejętność analizy źródeł informacji;
- krytyczne myślenie;
- umiejętność argumentowania i debaty.

Przewidywane trudności:

- Część uczestników może być sceptyczna wobec rezygnacji z fast fashion.
- Możliwe trudności w rozpoznawaniu etycznych marek i ich odróżnianiu od strategii greenwashingu.
- Bariery finansowe – niektórzy uczestnicy mogą uważać, że moda etyczna jest zbyt droga.

Rekomendacje dla edukatorów:

- Stosować przykłady z życia codziennego, aby ułatwić uczestnikom identyfikację z tematem.
- Zachęcać do otwartej dyskusji i uwzględniać różne perspektywy.
- Pokazywać różnorodne rozwiązania dostosowane do różnych budżetów.
- W miarę możliwości, bazować na badaniach i statystykach dotyczących fast fashion.
- Wspierać uczestników w formułowaniu własnych wniosków, a nie narzucać gotowych rozwiązań.

02 PRZEBIEG ZAJĘĆ

Wprowadzenie do tematyki zajęć

Prowadzący rozpoczyna warsztaty od wprowadzenia do tematu fast fashion i jego konsekwencji dla środowiska oraz ludzi. Może wykorzystać prezentację multimedialną, pokaz slajdów, raporty dotyczące przemysłu odzieżowego lub krótki film dokumentalny jako punkt wyjścia do dyskusji.

Przykładowe materiały do wykorzystania:

Dane dotyczące śladu węglowego i zużycia wody w przemyśle odzieżowym.

ŚLAD WĘGLOWY

10% globalnej emisji CO_2

Przemysł odzieżowy odpowiada za około 10% globalnej emisji CO_2, więcej niż przemysł lotniczy i morski razem wzięte.

1,2 mld ton gazów

Produkcja ubrań generuje 1,2 miliarda ton gazów cieplarnianych rocznie.

40 kg CO_2 na jedną sztukę odzieży

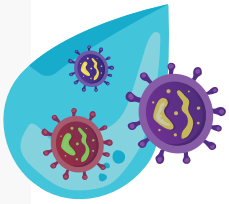
Średnia emisja CO_2 na jedną sztukę odzieży to około 20 kg CO_2 (w przypadku bawełnianych ubrań) i 40 kg CO_2 (dla poliestru).

ZUŻYCIE WODY

Produkcja **jednej bawełnianej koszulki** wymaga około **2700 litrów wody**, co odpowiada ilości wody, jaką przeciętna osoba pije przez 2,5 roku.

Do wyprodukowania **jednej pary jeansów** potrzeba od **7000 do 10 000 litrów wody**.

Przemysł odzieżowy odpowiada za około **20% światowego zanieczyszczenia wód**, głównie z powodu procesów farbowania i wykańczania tkanin.



Każdego roku **do oceanów** trafia około **500 000 ton mikrowłókien plastikowych** pochodzących z prania syntetycznych ubrań, co odpowiada około 50 miliardom plastikowych butelek.

Te dane pokazują, jak ogromny wpływ ma przemysł odzieżowy na środowisko i dlaczego warto dążyć do bardziej świadomych wyborów konsumenckich.

Po przedstawieniu tematu edukator zachęca uczestników do pierwszych refleksji i pyta:

- *Co myślicie o tym, ile ubrań kupujemy każdego roku?*
- *Czy uważacie, że fast fashion wpływa na środowisko? W jaki sposób?*
- *Co dla was oznacza „świadoma moda”?*

Przedstawienie się prowadzącego:

Aby stworzyć przyjazną atmosferę, prowadzący krótko się przedstawia i dzieli swoją motywacją do prowadzenia warsztatów. Można dodać osobistą anegdotę, np.:

> *Kilka lat temu miałem/am w szafie mnóstwo ubrań, których prawie nie nosiłem/am. Kiedy zacząłem/am zwracać uwagę na to, jak powstają moje ubrania i jak wpływają na świat, postanowiłem/am coś zmienić. I dlatego dzisiaj spotykamy się na tych warsztatach.*

Następnie uczestnicy również się przedstawiają, podając np.:

- *Jakie są ich ulubione marki odzieżowe?*
- *Czy mają jakieś ulubione ubranie, którego nie pozbyliby się nigdy? Dlaczego?*
- *Jak często kupują nowe ubrania?*

Ice breaker: Integracja grupy

Ćwiczenie: „Moja ulubiona rzecz w szafie”

Każdy uczestnik opisuje jedno ubranie, które ma dla niego szczególne znaczenie (np. pamiątka, jakość, historia). Prowadzący może pomóc, zadając pytania:

- *Kiedy i gdzie kupiłeś/aś to ubranie?*
- *Dlaczego jest dla Ciebie wyjątkowe?*
- *Jak długo je masz?*
- *Czy myślisz, że będzie Ci służyć jeszcze przez kilka lat?*

To ćwiczenie ma na celu pokazanie, że ubrania mogą mieć wartość emocjonalną i że warto wybierać je świadomie.

Ustalenie zasad panujących w grupie

Aby stworzyć atmosferę wzajemnego szacunku i zaangażowania, prowadzący ustala z uczestnikami zasady współpracy. Może zapisać je na flipcharcie, a uczestnicy mogą dodać swoje propozycje.

PRZYKŁADOWE ZASADY

- **Szacunek:** słuchamy się nawzajem i nie przerywamy.
- **Aktywność:** każdy ma prawo do wyrażenia swojego zdania.
- **Otwartość:** nie oceniamy, dzielimy się doświadczeniami.
- **Praktyczność:** staramy się wypracować konkretne rozwiązania.

Prowadzący podkreśla, że warsztaty są przestrzenią do dyskusji i że każdy głos jest ważny.

03 MERYTORYKA

Mini wykład: Świadoma moda – czy Twoja koszulka naprawdę kosztuje 20 zł?

Wyobraź sobie, że widzisz super modną koszulkę w sklepie za 19,99 zł. Promocja! Mega okazja! Bierzesz ją, płacisz i wychodzisz zadowolony/a. Ale zatrzymajmy się na chwilę – czy naprawdę kosztowała Cię tylko 20 zł? A może ktoś inny zapłacił za nią znacznie więcej? (i nie mówimy tu o Twoim rodzicu, który patrzy z przerażeniem na rosnącą górę ubrań w Twojej szafie!).

Mark Twain powiedział kiedyś: „Cena to to, co płacisz. Wartość to to, co dostajesz.” No właśnie – ale kto tak naprawdę płaci prawdziwą cenę taniej mody?

FAKTY, KTÓRE ZMIENIĄ TWÓJ SPOSÓB MYŚLENIA O UBRANIACH

- Twój T-shirt już przejechał pół świata.
- Bawełna mogła pochodzić z Indii.
- Uszyto ją w Bangladeszu, gdzie szwaczka zarobiła za nią mniej niż 50 groszy.
- Transportowano ją przez Chiny, gdzie ją farbowano (wodą, którą potem wylano do rzeki).
- Przyleciała statkiem do Europy.
- I oto jest – gotowa do sprzedaży w Twoim ulubionym sklepie!

- Produkcja jednej koszulki pochłania 2700 litrów wody!
- To tyle, ile wypijasz w ciągu 2,5 roku. Więc gratulacje, właśnie kupiłeś/aś „koszulkę na wodzie". Może powinna mieć certyfikat butelkowanej wody?
- Przemysł modowy odpowiada za 10% światowych emisji CO_2.
- Innymi słowy – szybka moda grzeje planetę bardziej niż wszystkie loty i transporty morskie razem wzięte! Więc jeśli boisz się globalnego ocieplenia, może warto zacząć od ograniczenia liczby zakupów?
- Każdego roku wyrzucamy 92 miliony ton ubrań!
- To jak wrzucenie do śmietnika jednej ciężarówki ubrań co sekundę! Możemy już mówić o „modowej katastrofie ekologicznej".

No dobra, ale co z tym zrobić

Teraz pewnie myślisz: **„Czy mam chodzić w worku po ziemniakach?!”**. Spokojnie, nie musisz od razu rezygnować ze stylu.

DOBRE SPOSOBY, ABY KUPOWAĆ LEPIEJ!

- Kupuj mniej. Przemyśl co do czego pasuje, czy będziesz w tym chodzić?
- Zamiast 5 koszulek, kup jedną dobrej jakości, która posłuży Ci kilka lat.
- Second-hand to nie wstyd – to supermoc!
- W lumpeksach można znaleźć rzeczy lepszej jakości niż w sieciówkach, a dodatkowo dajesz im drugie życie.
- Sprawdzaj marki. Są firmy, które dbają o planetę i ludzi – wybieraj te, które produkują odpowiedzialnie.
- Nie wyrzucaj, przerabiaj! Za duże? Zwęż. Nudne? Farbuj. Podarte? Patchwork to nowy trend!

Podsumowanie

Czy Twoja koszulka warta jest więcej niż 20 zł?
Jeśli dodasz do jej ceny zarobki szwaczek, zużycie wody, koszt emisji CO_2 i zanieczyszczenie środowiska, okazuje się, że ta koszulka kosztuje nie tylko Twoje 20 zł, ale też zdrowie naszej planety i przyszłość kolejnych pokoleń.

Zatem pytanie do Ciebie – czy nadal uważasz, że warto kupować impulsywnie? Bo jak mówi Vivienne Westwood:

> *“Kupuj mniej, wybieraj mądrze, dbaj o to, co masz.” (Vivienne Westwood była jedną z najbardziej wpływowych projektantek mody XX i XXI wieku. Znana jako „królowa punku”, zrewolucjonizowała świat mody, łącząc buntowniczy styl z wysokim krawiectwem i zaangażowaniem w sprawy społeczne.) I to jest moda, która nigdy nie wychodzi z trendu!*

Poniżej przedstawiamy 10 ćwiczeń do wykorzystania w trakcie warsztatów. Mogą być modyfikowane w zależności od wielkości i potrzeb grupy, oraz poziomu jej zaawansowania.

ĆWICZENIE 1.

ANALIZA SZAFY – ILE UBRAŃ POCHODZI Z FAST FASHION?

przewidywany czas: 40 min.

Cel

Celem ćwiczenia jest uświadomienie młodym ludziom, uczestnikom ile ubrań w ich szafie pochodzi z marek fast fashion oraz refleksja nad własnymi nawykami konsumpcyjnymi.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 1
- długopisy lub ołówki
- tablica/flipchart
  do podsumowania wyników.

Instrukcja dla edukatora

Wyjaśnij uczestnikom ćwiczenia czym jest fast fashion (produkcja ubrań w szybkim tempie, niska jakość, krótkie trendy, duży wpływ na środowisko). Zapytaj uczestników, czy zwracają uwagę na pochodzenie ubrań, które kupują. Przedstaw cel ćwiczenia – (refleksja nad składem własnej szafy).

Poproś uczestników, aby na podstawie swojej szafy lub pamięci wybrali 10 losowych ubrań.

Każdy zapisuje na karcie ćwiczeń:

- rodzaj ubrania (np. spodnie, bluzka, kurtka),
- markę,

- Czy to fast fashion? Jeśli nie są pewni, mogą poszukać informacji w internecie lub zapytać innych osób.
- Uczestnicy liczą, ile procent wybranych ubrań pochodzi z fast fashion.

W parach lub małych grupach omawiają swoje wyniki:

- Czy byli zaskoczeni?
- Jakie marki dominują?
- Czy są ubrania z drugiej ręki lub zrównoważonych marek?
- Zapisują na tablicy główne wnioski

Dyskusja grupowa

- Jakie są konsekwencje kupowania fast fashion? (np. wpływ na środowisko, warunki pracy w fabrykach).
- Co można zrobić, by kupować bardziej świadomie? (np. kupowanie używanych ubrań, inwestowanie w jakość, naprawianie ubrań).
- Czy uczestnicy widzą przestrzeń na zmianę w swoich nawykach zakupowych?
- Jakie nawyki warto zmienić, by ograniczyć fast fashion w szafie?
- Czy istnieją proste kroki, które każdy może podjąć?
- Jakie inne działania można wdrożyć, aby wspierać zrównoważoną modę?

Wiedza dla edukatora

Czym jest fast fashion i jakie marki ją reprezentują?

Fast fashion to model produkcji i sprzedaży odzieży, który polega na masowym wytwarzaniu tanich ubrań, w krótkim czasie, często inspirowanych najnowszymi trendami

z wybiegów. Celem jest szybkie wprowadzanie nowych kolekcji, zachęcanie konsumentów do częstych zakupów i maksymalizacja zysków firm odzieżowych. Ubrania te są często niskiej jakości, co skraca ich żywotność i przyczynia się do ogromnej ilości odpadów tekstylnych.

Najbardziej znane marki fast fashion:

- Zara – pionierka szybkiej mody, wypuszczająca nowe kolekcje co kilka tygodni.
- H&M – jedna z największych sieci odzieżowych, oferująca niedrogie ubrania inspirowane aktualnymi trendami.
- Shein – dynamicznie rozwijająca się marka, słynąca z ekstremalnie taniej odzieży i codziennych nowości.
- Primark – znany z niskich cen i masowej produkcji.
- Forever 21 – amerykańska marka oferująca modę dla młodzieży w niskich cenach.
- Bershka, Stradivarius, Pull&Bear – marki należące do grupy Inditex (właściciela Zary), kierowane głównie do młodszych klientów.

Jakie są konsekwencje nadmiernej produkcji ubrań?

1. Ogromne zużycie zasobów naturalnych
   - Produkcja jednej bawełnianej koszulki pochłania 2700 litrów wody – tyle, ile jedna osoba wypija w ciągu 2,5 roku.
   - Do wyprodukowania jednej pary jeansów potrzeba 7000–10 000 litrów wody.
2. Emisja gazów cieplarnianych
   - Przemysł odzieżowy odpowiada za 10% światowej emisji CO_2, więcej niż lotnictwo i transport morski razem wzięte.

- Transport ubrań na skalę globalną (z fabryk w Azji do sklepów w Europie i USA) dodatkowo zwiększa emisję.

3. Zanieczyszczenie wód
   - Około 20% globalnego zanieczyszczenia wód pochodzi z procesów farbowania i obróbki tkanin.
   - Syntetyczne materiały, takie jak poliester, uwalniają mikrowłókna plastikowe do oceanów – co roku trafia tam 500 000 ton takich drobinek.
4. Warunki pracy i wyzysk ludzi
   - Większość ubrań fast fashion produkuje się w krajach rozwijających się, gdzie pracownicy zarabiają mniej niż 1 dolara dziennie.
   - Fabryki w Bangladeszu, Kambodży czy Indonezji są często niebezpieczne, a pracownicy zmuszani są do pracy w skrajnych warunkach.
5. Problem odpadów tekstylnych
   - 85% ubrań trafia na wysypiska lub do spalarni w ciągu roku od zakupu.
   - Każdego roku wyrzucamy 92 miliony ton odzieży, czyli jedną ciężarówkę ubrań co sekundę.
6. Greenwashing i fałszywe działania proekologiczne
   - Niektóre marki stosują taktyki „zielonego marketingu", np. „kolekcje ekologiczne", które w rzeczywistości mają marginalny wpływ na poprawę sytuacji.
   - H&M Conscious Collection czy Zara Join Life są często krytykowane za brak transparentności w łańcuchu dostaw.

Te konsekwencje pokazują, że szybka moda ma znacznie większy koszt niż tylko ten na metce – płacą za nią środowisko, ludzie i przyszłe pokolenia.

ĆWICZENIE 2.

ODKRYWAMY MARKI ZRÓWNOWAŻONEJ MODY

przewidywany czas: 40 min.

Cel

Poznanie alternatyw dla fast fashion i odkrycie etycznych marek odzieżowych.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 2
- dostęp do Internetu (telefony, tablety, komputery),
- arkusz do wspólnego zapisywania wyników (tablica, flipchart, duży plakat)

Instrukcja dla edukatora

Podziel grupę na zespoły po 3-4 osoby. Każda grupa ma znaleźć 3 marki, które stosują zasady zrównoważonej mody.

Edukator mówi do zespołów: „Poszukajcie informacji, dlaczego te marki są ekologiczne i etyczne np. używają organicznych materiałów, dbają o uczciwe wynagrodzenie pracowników, ograniczają odpady”.

Każda grupa ma 20 minut, by przedstawić swoje znaleziska w ciekawy sposób np. plakat, hasła reklamowe, scenka. Możesz rozdzielić te formy grupom.Na koniec ćwiczenia zespoły spisują wszystkie marki na jednej, wspólnej liście.

Pytania do dyskusji:

- Czy zaskoczyło Was coś w tych markach?
- Czy łatwo było je znaleźć?
- Jakich marek macie więcej w swojej garderobie i dlaczego ?

Quiz na koniec!

Prowadzący wymienia różne marki, znane sieciówki i etyczne marki, a uczestnicy mają za zadanie zgadnąć, czy dana marka działa zgodnie z zasadami zrównoważonej mody.

Jeśli ktoś ma na sobie coś od marki eko, może podzielić się informacją o tej rzeczy. W ten sposób młodzież dowiaduje się, że moda może być fajna i jednocześnie przyjazna dla ludzi i planety.

Wiedza dla edukatora

Czym jest slow fashion?

Slow fashion to podejście do mody, które promuje jakość zamiast ilości, świadome podejmowanie decyzji zakupowych oraz troskę o środowisko i warunki pracy ludzi. W przeciwieństwie do fast fashion, slow fashion stawia na trwałe ubrania, etyczną produkcję i zrównoważone materiały.

Główne zasady slow fashion:

- **Kupowanie mniej, ale lepiej** – zamiast częstych zakupów tanich ubrań, wybieranie produktów dobrej jakości, które posłużą przez lata.
- **Wspieranie etycznych marek** – wybór firm, które dbają o ludzi i planetę.

- **Naprawianie i przerabianie ubrań** – zamiast wyrzucać, warto je odnawiać i dawać im drugie życie.
- **Kupowanie z drugiej ręki** – second-handy, wymiany ubrań czy platformy z odzieżą używaną to świetne alternatywy.
- **Świadomość materiałów** – wybór naturalnych, organicznych i ekologicznych tkanin zamiast syntetyków, które zanieczyszczają środowisko.

Przykłady marek działających w duchu slow fashion:
Patagonia, People Tree, Stella McCartney, Eileen Fisher.

Certyfikaty ekologiczne: GOTS, Fair Trade, OEKO-TEX

1. **GOTS (Global Organic Textile Standard)**

- Najbardziej rygorystyczny certyfikat dla tkanin ekologicznych.
- Gwarantuje, że produkt zawiera **minimum 70% włókien organicznych**.
- Zakazuje stosowania toksycznych chemikaliów, GMO i syntetycznych pestycydów.
- Wymaga uczciwych warunków pracy i przestrzegania standardów socjalnych.

2. **Fair Trade**

- Oznacza, że produkt został wyprodukowany w sposób etyczny i z poszanowaniem praw pracowników.
- Gwarantuje godne wynagrodzenie dla rolników i pracowników fabryk.
- Eliminuje pracę dzieci i zmusza do zapewnienia bezpiecznych warunków pracy.

- Chroni lokalne społeczności i wspiera zrównoważony rozwój.

3. **OEKO-TEX Standard 100**
   - Zapewnia, że produkt nie zawiera szkodliwych substancji chemicznych.
   - Dotyczy zarówno materiałów naturalnych, jak i syntetycznych.
   - Każdy składnik (tkanina, nici, guziki, barwniki) jest testowany pod kątem bezpieczeństwa dla zdrowia.
   - Często stosowany w pościeli, odzieży dziecięcej i bieliźnie.

Posiadanie tych certyfikatów oznacza, że marka rzeczywiście dba o środowisko i ludzi, a nie tylko stosuje „zielony marketing" (greenwashing).

ĆWICZENIE 3.

QUIZ – JAKIE SĄ CECHY FAST FASHION?

przewidywany czas: 30 min.

Cel

Sprawdzenie wiedzy uczestników na temat fast fashion.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 3
- przybory do pisania

Instrukcja dla edukatora

Możesz rozdać uczestnikom quiz do samodzielnego wykonania. Prosisz uczestników o wybranie jednej poprawnej odpowiedzi w każdym pytaniu. Po zakończeniu quizu omawiasz z grupą poprawne odpowiedzi i zastanawiacie się wspólnie się nad konsekwencjami fast fashion.

Wiedza dla edukatora

Jakie materiały dominują w fast fashion?

Poliester (ok. 55-60% produkcji)

- Tworzony z ropy naftowej, co czyni go jednym z najbardziej nieekologicznych materiałów.
- Jest tani w produkcji, ale uwalnia mikroplastik podczas prania, zanieczyszczając oceany.
- Nie ulega biodegradacji – ubrania z poliestru mogą przetrwać setki lat na wysypiskach.

Bawełna konwencjonalna (ok. 25-30%)

- Naturalna, ale jej uprawa wymaga ogromnych ilości wody i pestycydów.
- Do produkcji jednej bawełnianej koszulki potrzeba 2700 litrów wody.
- Może być bardziej ekologiczna, jeśli pochodzi z certyfikowanych upraw organicznych (np. GOTS).

Wiskoza i jej odmiany (np. rayon, modal, lyocell) (ok. 10%)

- Włókno celulozowe pochodzące z drewna.
- Choć teoretycznie biodegradowalne, ich produkcja często prowadzi do wylesiania tropikalnych lasów.
- Lyocell (np. TENCEL) to bardziej ekologiczna wersja wiskozy, produkowana w zamkniętym obiegu.

Akryl, elastan, nylon (ok. 5%)

- Sztuczne materiały często dodawane do ubrań dla większej elastyczności i trwałości.
- Podobnie jak poliester, uwalniają mikroplastiki i są niebiodegradowalne.

Jak wygląda proces produkcji odzieży fast fashion?

Projektowanie i kopiowanie trendów (1-2 tygodnie)

- Marki fast fashion obserwują pokazy mody i influencerów, kopiując najnowsze trendy.
- Nowy wzór ubrania może trafić do produkcji już w **kilka dni** po pojawieniu się na wybiegu.

Tania produkcja w krajach rozwijających się (2-4 tygodnie)

- Szycie ubrań odbywa się głównie w Bangladeszu, Indiach, Kambodży, Chinach.
- Pracownicy fabryk często zarabiają poniżej 1 dolara

dziennie i pracują w skrajnych warunkach.

- Brak regulacji prowadzi do nadgodzin, wyzysku i pracy dzieci.

Masowa produkcja i oszczędność na jakości (1-2 tygodnie)

- Używa się tanich tkanin (poliester, niskiej jakości bawełna).
- Produkcja odbywa się szybko, często kosztem wykończenia – dlatego ubrania się prują, tracą kolor i szybko się niszczą.

Globalna dystrybucja (1-2 tygodnie)

- Ubrania przewożone są drogą morską, co generuje **duże emisje CO_2**.
- Sieciówki otrzymują nowe kolekcje co kilka tygodni, aby stale podsycać popyt.

Agresywny marketing i wywoływanie presji na konsumentach

- Sklepy promują „sztuczną potrzebę" posiadania nowych ubrań.
- Kampanie reklamowe i media społecznościowe zachęcają do zakupów poprzez FOMO (strach przed przegapieniem trendu).

Krótka żywotność i wyrzucanie ubrań

- Ze względu na niską jakość, ubrania fast fashion często psują się po kilku praniach.
- Większość z nich ląduje na wysypiskach lub w spalarni – **92 miliony ton odzieży wyrzucanych rocznie**.

Proces ten pokazuje, że szybka moda jest nastawiona na **produkcję, sprzedaż i wyrzucanie**, co prowadzi do ogromnych problemów ekologicznych i społecznych.

ĆWICZENIE 4.

DEBATA – „CZY FAST FASHION MOŻE BYĆ ETYCZNA?"

przewidywany czas: 45 min.

Cel

Rozwijanie u młodzieży umiejętności argumentacji i krytycznego myślenia w kontekście fast fashion oraz poszukiwanie potencjalnych rozwiązań dla bardziej zrównoważonej mody.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 4
- przybory do pisania
- tablica/flipchar

Instrukcja dla edukatora

Podziel uczestników na dwie grupy:

- Grupa A – ZA: argumentują, że fast fashion może być etyczna.
- Grupa B – PRZECIW: argumentują, że fast fashion jest nieetyczna i nie da się jej usprawiedliwić.

Każda grupa dostaje 10-15 minut na przygotowanie argumentów.

Zachęć uczestników do podania konkretnych przykładów marek, danych i praktyk, które wspierają ich stanowisko.

Edukator jest Moderatorem debaty, otwiera i przedstawiają temat oraz zasady.

Każda grupa dostaje 3-4 minuty na przedstawienie swojego stanowiska. Następnie obie strony mogą zadawać sobie nawzajem pytania i odpierać argumenty przeciwników. Moderator dba o kulturę wypowiedzi i pilnuje czasu. Debata trwa ok. 15-20 minut.

Po debacie edukator przeprowadza krótką dyskusję:

- Czy istnieją marki, które próbują łączyć fast fashion z etyką? (np. H&M, Zara z programami recyklingu, Patagonia z modelem cyrkularnym).
- Czy fast fashion mogłoby stać się bardziej zrównoważone? Jakie rozwiązania mogłyby to umożliwić? (np. lepsze materiały, uczciwe wynagrodzenia, ograniczenie liczby kolekcji).
- Jakie wnioski wynosimy z tej debaty?
- Czy jako konsumenci mamy wpływ na zmianę?
- Jakie świadome wybory możemy podejmować?
- Czy fast fashion naprawdę może być etyczna? Czy to tylko mit? – oto pytanie, nad którym warto się zastanowić!
- Zapiszcie po 1 zmianie jaką możecie wprowadzić w swoim podejściu do zakupów odzieżowych.

Możecie zapisać wnioski na tablicy lub flipcharcie.

Podsumowanie dla edukatora:
Debata pokazuje, że problem fast fashion nie jest czarno-biały. Istnieją marki próbujące łączyć niską cenę z lepszymi praktykami, ale nadal jest wiele wyzwań do rozwiązania.

Wiedza dla edukatora

Jakie kroki podejmują marki w kierunku zrównoważonego rozwoju?

- Ekologiczne materiały – Bawełna organiczna (GOTS), TENCEL™, recyklingowany poliester.
- Certyfikaty – GOTS (ekologiczne uprawy), Fair Trade (godna praca), OEKO-TEX (bez toksyn).
- Ograniczanie odpadów – Programy odkupu i recyklingu ubrań (np. Patagonia, Levi's).
- Skracanie łańcucha dostaw – Produkcja bliżej rynków zbytu, zmniejszenie transportu (np. Stella McCartney).
- Transparentność – Publikowanie raportów o dostawcach i warunkach pracy (np. Everlane).
- Neutralność węglowa – Redukcja emisji CO_2, wykorzystanie energii odnawialnej (np. Adidas).

Przykłady greenwashingu

- **H&M Conscious Collection** – Ubrania z „ekologicznych" tkanin, ale wciąż masowa produkcja.
- **Zara Join Life** – Część kolekcji „eko", lecz brak ograniczenia nadprodukcji.
- **Shein „zero waste"** – Firma produkuje miliony ubrań, a twierdzi, że minimalizuje odpady.
- **Primark Cares** – Deklaracje „eko" bez dowodów na realne zmiany.
- **Reklamy z motywami natury** – Zielone tło i liście w reklamach nie czynią marki zrównoważoną.
- **Brak konkretów** – Ogólne hasła o redukcji emisji bez realnych danych i celów.

ĆWICZENIE 5.

TWORZENIE WŁASNYCH ZASAD ŚWIADOMEGO KUPOWANIA

przewidywany czas: 45 min.

Cel

Pomoc młodzieży w wypracowaniu prostych i praktycznych zasad, które pozwolą im kupować ubrania w bardziej przemyślany sposób.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 5
- przybory do pisania
- kolorowe kartki, tablica/flipchart

Instrukcja dla edukatora

Edukator zaczyna od krótkiej rozmowy:

- Czy zdarzyło Ci się kupić ubranie, którego później nie nosiłeś/aś?
- Co sprawia, że decydujemy się na zakup? (np. promocje, moda, presja znajomych)?
- Czy wiesz, jak Twoje zakupy wpływają na środowisko i ludzi?

Następnie każdy uczestnik ma za zadanie wymyślić 5 własnych zasad świadomego kupowania. Jeśli ktoś potrzebuje inspiracji, może pomyśleć o swoich ostatnich zakupach i co mógłby zmienić.

Wymiana i selekcja najlepszych pomysłów

Uczestnicy tworzą pary lub grupy (po 3-4 osoby). Każdy

przedstawia swoje zasady – grupy wybierają 3 najlepsze. Następnie, wszystkie grupy dzielą się swoimi pomysłami na forum. Zapisujemy najlepsze zasady na tablicy lub dużym arkuszu papieru.

Tworzymy wspólnie plakat „Świadome Kupowanie”

Wiedza dla edukatora

Jakie są podstawowe zasady minimalizmu odzieżowego?

- Kupuj mniej, ale lepiej – wybieraj wysokiej jakości ubrania, które posłużą latami.
- Stwórz kapsułową garderobę – ograniczona liczba uniwersalnych ubrań pasujących do siebie.
- Unikaj impulsywnych zakupów – zanim coś kupisz, zastanów się, czy naprawdę tego potrzebujesz.
- Dbaj o ubrania – odpowiednia pielęgnacja przedłuża ich żywotność.
- Naprawiaj i przerabiaj – zamiast wyrzucać, spróbuj odnowić ubrania.
- Kupuj second-hand – wybieranie ubrań z drugiej ręki zmniejsza zapotrzebowanie na nowe produkty.

Przykłady strategii odpowiedzialnych zakupów

- **Zasada 30 razy** – kupuj tylko to, co jesteś w stanie założyć co najmniej 30 razy.
- **Sprawdzanie składu i certyfikatów** – wybieraj tkaniny ekologiczne (np. GOTS, OEKO-TEX).
- **Planowanie zakupów** – zamiast spontanicznych decyzji, twórz listy rzeczy, których faktycznie potrzebujesz.
- **Wybór etycznych marek** – sprawdzaj przejrzystość

i politykę firm wobec środowiska i pracowników.

- **Unikanie greenwashingu** – nie daj się zwieść marketingowi, szukaj realnych działań proekologicznych.
- **Wymiany i ubrania z drugiej ręki** – swap party, second-handy, platformy sprzedaży odzieży używanej.
- **Naprawa zamiast wyrzucania** – drobne poprawki krawieckie pozwalają przedłużyć życie ubrań.
- **Ograniczenie syntetyków** – poliester i akryl nie ulegają biodegradacji, lepiej wybierać naturalne materiały.

ĆWICZENIE 6.

„MODOWE ŚLEDZTWO" – JAK KUPUJĄ INNI?

przewidywany czas: 45 min.

Cel

Weryfikacja świadomości otoczenia i nawyków przy zakupach odzieżowych.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 6
- przybory do pisania
- opcjonalnie telefon do nagrania wywiadu lub robienia notatek

Instrukcja dla edukatora

Przeprowadź rozmowę z jednym członkiem rodziny lub znajomym – może to być rodzic, rodzeństwo, dziadkowie lub nauczyciel. Zastanów się przed rozpoczęciem wywiadu:

- Czy Twoja rodzina i znajomi często kupują nowe ubrania?
- Czy kiedykolwiek rozmawialiście o tym, skąd pochodzą ich rzeczy?
- Czy zwracają uwagę na ekologię przy zakupach?

Zapisuj odpowiedzi uważnie. Może pojawi się coś, co Cię zaskoczy.

Po wywiadzie zastanówcie się nad odpowiedziami:

- Czy osoby, z którymi rozmawiałeś/-aś, są świadome problemu fast fashion?
- Czy ich podejście różni się od Twojego?

- Czy widać różnice między pokoleniami?

Propozycje omówienia wyników w grupie:

- Szybka rundka – każdy mówi jedno zdanie o tym, czego się dowiedział.
- Głosowanie – czy więcej osób w waszym otoczeniu jest świadomych fast fashion, czy nie?
- Plakat – zbierzcie najciekawsze cytaty z wywiadów i stwórzcie wspólną pracę.

Zastanówcie się wspólnie:

- Czy możemy wpłynąć na nawyki zakupowe bliskich?
- Jak możemy zachęcić ich do bardziej świadomego kupowania?

Możliwe wyzwania rodzinne:

- Przez miesiąc kupujemy tylko to, czego naprawdę potrzebujemy.
- Staramy się kupować więcej z drugiej ręki.

Wiedza dla edukatora

Jakie czynniki wpływają na wybory konsumenckie w modzie?

- **Cena** – często kluczowy czynnik, zwłaszcza w fast fashion.
- **Trendy** – wpływ influencerów, mediów i pokazów mody.
- **Jakość i trwałość** – rosnąca świadomość konsumentów skłania ich do wyboru lepszych materiałów.
- **Ekologia i etyka** – coraz więcej osób zwraca uwagę na wpływ marek na środowisko i warunki pracy.
- **Dostępność** – zakupy online, promocje i łatwość zwrotów ułatwiają konsumpcję.

Jakie są różnice pokoleniowe w podejściu do mody?

- **Starsze pokolenia (Boomers, Gen X)** – cenią trwałość, jakość i klasykę, rzadziej podążają za trendami.
- **Millenialsi** – zainteresowani modą świadomą, ale nadal pod wpływem konsumpcjonizmu.
- **Generacja Z** – bardziej skłonni do kupowania z drugiej ręki, wybierania etycznych marek i minimalizmu, ale jednocześnie podatni na trendy social media.

ĆWICZENIE 7.

TWORZYMY PLAKATY ŚWIADOMEJ MODY

przewidywany czas: 45 min.

Cel

Rozwijanie kreatywnego myślenia i umiejętności tworzenia przekazów społecznych, a także zwiększenie świadomości na temat negatywnego wpływu fast fashion na środowisko i ludzi.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 7
- przybory do pisania
- kartki,
- fragmenty i wycinki z gazet

Instrukcja dla edukatora

Rozpocznij ćwiczenie od krótkiej rozmowy na temat fast fashion:

- Czym jest fast fashion?
- Jakie ma skutki?
- Czy są alternatywy?
- Produkcja jednej koszulki zużywa 2700 litrów wody – tyle, ile jedna osoba pije przez 2,5 roku!
- Branża odzieżowa odpowiada za 10% światowych emisji CO_2.
- Każdego roku wyrzuca się 92 mln ton ubrań – to jak jedna śmieciarka pełna ubrań co sekundę!

Podziel uczestników na 4-5 osobowe grupy. Każda grupa ma za zadanie stworzyć plakat, który przemówi do rówieśników i zachęci ich do świadomych wyborów modowych. Plakaty mogą zawierać hasła, ilustracje, statystyki, memy, komiksy lub inne kreatywne elementy. Uczestnicy mogą wykorzystać papier, kredki, mazaki, wycinki z gazet lub stworzyć plakat cyfrowy (jeśli są dostępne tablety/laptopy). Każda grupa przedstawia swój plakat i wyjaśnia jego przekaz.

Wspólna analiza plakatów:

- Co najbardziej przyciąga uwagę?
- Który przekaz jest najmocniejszy i dlaczego?
- Jakie działania może podjąć każdy z nas?

Zachęć uczestników do podjęcia wyzwania, np.: przez miesiąc nie kupować nowych ubrań, odwiedzić second-hand, wymienić się ubraniami ze znajomymi lub przerobić coś w swojej szafie.

Po zajęciach można zorganizować wystawę plakatów w szkole lub udostępnić je w mediach społecznościowych. Można stworzyć hashtag (np. #StopFastFashionNazwaSzkoły) i zachęcić uczniów do dzielenia się swoimi ekologicznymi modowymi wyborami.

Wiedza dla edukatora

Jak skutecznie przekazywać komunikaty ekologiczne?

- Proste i zrozumiałe przesłanie – unikanie skomplikowanego języka, krótkie i konkretne hasła.

- Siła wizualizacji – obrazy, infografiki i filmy często trafiają do odbiorców lepiej niż tekst.
- Emocjonalny przekaz – historie ludzi dotkniętych problemem lub pokazanie skutków działań wpływają na większe zaangażowanie.
- Podkreślenie korzyści dla odbiorcy – nie tylko dla środowiska, ale i dla portfela, zdrowia, stylu życia.
- Zachęcanie do małych zmian – realne, proste kroki (np. „kup jedno ubranie mniej w tym miesiącu").
- Autentyczność – unikanie greenwashingu, oparcie przekazu na faktach i rzetelnych danych.
- Zaangażowanie influencerów i społeczności – większy zasięg dzięki osobom mającym wpływ na odbiorców.

Przykłady kampanii społecznych dotyczących mody

- **Fashion Revolution – „Who Made My Clothes?"**- Kampania zachęcająca konsumentów do pytania marek o warunki pracy i etyczność produkcji.
- **Greenpeace – „Detox My Fashion"** - Presja na firmy odzieżowe, aby eliminowały toksyczne chemikalia z produkcji.
- **Patagonia – „Don't Buy This Jacket"** - Reklama zniechęcająca do impulsywnych zakupów i promująca trwałość ubrań.
- **Oxfam – „Second Hand September"** -Wyzwanie zachęcające do unikania kupowania nowych ubrań przez miesiąc.
- **Adidas – „Run for the Oceans"** -Buty z recyklingowanego plastiku, kampania wspierająca oczyszczanie oceanów.

ĆWICZENIE 8.

OPRACOWANIE MINI ARTYKUŁU O FAST FASHION

przewidywany czas: 50 min.

Cel

Poszerzenie wiedzy i umiejętności pisarskich na temat negatywnych skutków fast fashion.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 8
- przybory do pisania lub laptopy/ tablety
- kartki,
- tablica/flipchart

Instrukcja dla edukatora

Edukator dzieli uczestników na 4-5 osobowe zespoły. Każda grupa losuje lub wybiera jeden z tematów przewodnich dotyczących wpływu fast fashion:

1. Zużycie wody i zasobów naturalnych
2. Zanieczyszczenie środowiska (chemikalia, mikroplastik, odpady
3. Warunki pracy i aspekty etyczne
4. Nawyki konsumenckie i alternatywy dla fast fashion
5. Emisja CO_2 i ślad węglowy przemysłu modowego

Każdy zespół analizuje swój temat, korzystając z dostępnych materiałów (artykuły, raporty, internet, infografiki). Uczestnicy wyszukują statystyki, przykłady oraz możliwe rozwiązania problemu.

Grupa dzieli się zadaniami: jedna osoba może zajmować się wyszukiwaniem danych, druga analizą, trzecia notowaniem kluczowych informacji, a czwarta przygotowaniem wstępnego szkicu artykułu. Każda grupa opracowuje krótki artykuł (1-2 strony) dotyczący swojego tematu.

Struktura artykułu:

- Wstęp: krótkie wprowadzenie do problemu.
- Rozwinięcie: analiza wybranego aspektu fast fashion, poparta przykładami i danymi.
- Zakończenie: podsumowanie i propozycja działań na rzecz ograniczenia negatywnego wpływu fast fashion

Każda grupa prezentuje swoje opracowanie w formie krótkiej wypowiedzi (ok. 3-5 minut). Pozostali uczestnicy mogą zadawać pytania lub komentować. Najciekawsze artykuły mogą zostać opublikowane w szkolnym newsletterze, na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych. Edukator podsumowuje ćwiczenie, zachęcając do refleksji nad własnymi wyborami konsumenckimi.

Wiedza dla edukatora

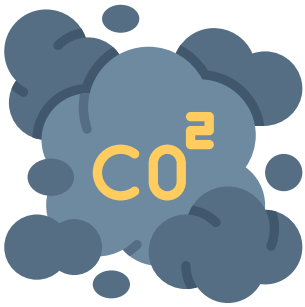
Dane dotyczące wpływu fast fashion na wodę i emisję CO_2

Zużycie wody

- Produkcja 1 bawełnianej koszulki wymaga 2700 litrów wody – tyle, ile jedna osoba wypija w 2,5 roku.
- Para jeansów pochłania od 7000 do 10 000 litrów wody.
- Przemysł modowy odpowiada za 20% globalnego zanieczyszczenia wód (głównie przez farbowanie tkanin).

Emisja CO_2

- Moda generuje 10% światowej emisji gazów cieplarnianych – więcej niż lotnictwo i transport morski razem.
- Każdego roku przemysł odzieżowy produkuje 1,2 miliarda ton CO_2.
- Transport ubrań na całym świecie powoduje dodatkowe emisje, co zwiększa ślad węglowy.



ĆWICZENIE 9.

REFLEKSJA – JAK MOGĘ ZMIENIĆ SWOJE NAWYKI?

przewidywany czas: 45 min.

Cel

Wprowadzenie osobistych zmian u młodzieży w podejściu do mody i ograniczenie zakupów fast fashion.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 9
- przybory do pisania

Instrukcja dla edukatora

Poproś uczestników, aby zapisali konkretne kroki, jakie mogą podjąć, by ograniczyć zakupy fast fashion.

Możesz zadać pomocnicze pytania:

- Co najbardziej skłania mnie do kupowania nowych ubrań?
- Jakie ubrania kupiłam/em w ostatnich 6 miesiącach – które z nich były naprawdę potrzebne?
- Jakie alternatywy dla zakupów w sieciówkach mogę wprowadzić? (np. second-hand, wymiana ubrań, minimalizm w szafie)

Omówcie wspólnie najczęstsze bariery w zmianie nawyków (np. wygoda, przyzwyczajenie, presja trendów). Wspólnie zastanówcie się nad sposobami ich przełamania.

Każdy uczestnik przygotowuje swój 3-miesięczny plan zmian, w którym określa konkretne kroki, np.:

- Nie kupuję nowych ubrań przez 3 miesiące.
- Robię przegląd szafy i planuję zestawy z tego, co mam.
- Znajduję lokalny second-hand i odwiedzam go zamiast galerii handlowej.
- Umawiam się z przyjaciółmi na wymianę ubrań.

Zachęć uczestników do podzielenia się swoimi planami. Możesz zaproponować stworzenie grupy wsparcia – np. czatu, gdzie będą dzielić się swoimi sukcesami i wyzwaniami. Zaproś uczestników do śledzenia swoich postępów, np. prowadząc dziennik zakupów i refleksji. Po 3 miesiącach możecie spotkać się ponownie, by omówić efekty i dalsze kroki.

To ćwiczenie pozwoli uczestnikom świadomie podejść do zakupów i stopniowo zmieniać swoje nawyki modowe w sposób realistyczny i przemyślany.

Wiedza dla edukatora

Jakie kroki można podjąć, aby ograniczyć fast fashion?

- Kupuj mniej, ale lepiej – wybieraj wysokiej jakości ubrania, które posłużą latami.
- Stwórz kapsułową garderobę – ogranicz liczbę ubrań do uniwersalnych i ponadczasowych.
- Kupuj second-hand – ubrania z drugiej ręki to ekologiczna i ekonomiczna alternatywa.
- Naprawiaj i przerabiaj – zamiast wyrzucać, odnawiaj swoje ubrania.
- Sprawdzaj marki – wybieraj firmy, które produkują etycznie i ekologicznie.

- Unikaj impulsywnych zakupów – przed zakupem zastanów się, czy dana rzecz jest naprawdę potrzebna.
- Edukacja i świadomość – poznawaj wpływ mody na środowisko i zachęcaj innych do zmian.

Psychologiczne aspekty zmiany nawyków konsumenckich

- **Wpływ reklamy i mediów społecznościowych** – manipulowanie emocjami, kreowanie potrzeby posiadania nowych rzeczy.
- **Efekt „dopaminy zakupowej”** – chwilowa przyjemność z zakupów, która szybko mija.
- **Presja społeczna i trendy** – chęć bycia na czasie może utrudniać świadome wybory.
- **Siła nawyków** – zmiana wymaga świadomego działania i powtarzalnych nowych zachowań.
- **Minimalizm i świadoma konsumpcja** – budowanie satysfakcji z jakości, a nie ilości.
- **Psychologiczne przywiązanie do ubrań** – wartość sentymentalna vs. rzeczywista potrzeba.
- **Decyzje pod wpływem promocji** – strategie marketingowe zachęcają do nieprzemyślanych zakupów.
- **Efekt społecznego dowodu słuszności** – naśladujemy osoby promujące zrównoważoną modę.

ĆWICZENIE 10.

CASE STUDY – HISTORIA SARY

przewidywany czas: 30 min.

Cel

Analiza rzeczywistych wyzwań związanych z ograniczaniem fast fashion.

Materiały dla edukatora

- Ćwiczenie nr 10
- przybory do pisania
- kartka A4

Instrukcja dla edukatora

Podziel grupę na 3 osobowe zespoły. Każdemu zespołowi daj case ctudy czyli historię Sary. W grupie nadaj każdej osobie funkcję: redaktora, który czyta case study i prowadzi rozmowę, młodego człowieka, który odnosi się do historii Sary i odpowiada na pytania redaktora oraz obserwatora. Zadaniem obserwatora jest obserwacja zarówno redaktora jak i młodego człowieka oraz wsłuchiwanie się w dyskusję i wyciąganie wniosków.

Po przeprowadzonej dyskusji zadaj pytania:

- Jakie inne trudności mogłaby napotkać Sara?
- Jakie jeszcze strategie mogłyby pomóc jej w zmianie nawyków?
- Czy uczestnicy próbowali kiedyś ograniczyć zakupy odzieżowe? Jakie mieli doświadczenia?

Możesz dodać własne zdanie w tym temacie.

Wiedza dla edukatora

Jakie trudności mogą napotkać konsumenci chcący zmienić nawyki?

- Presja społeczna i trendy – chęć dopasowania się do mody i wpływ influencerów.
- Dostępność i cena – ubrania fast fashion są tańsze i łatwiej dostępne niż etyczne alternatywy.
- Brak wiedzy – nie wszyscy wiedzą, jak rozpoznawać zrównoważone marki i materiały.
- Nawyki zakupowe – impulsowe zakupy i promocje utrudniają zmianę zachowań.
- Czasochłonność – szukanie ekologicznych ubrań wymaga więcej zaangażowania niż szybkie zakupy w sieciówkach.

Jakie są skuteczne strategie radzenia sobie z pokusą fast fashion?

- Zasada „24 godzin” – poczekaj dobę przed zakupem, aby uniknąć impulsywnych decyzji.
- Lista zakupów – określ, czego naprawdę potrzebujesz, i trzymaj się listy.
- Kapsułowa garderoba – budowanie uniwersalnej szafy ogranicza potrzebę częstych zakupów.
- Unikanie fast fashion w mediach społecznościowych – śledzenie etycznych marek zamiast promujących nadmierną konsumpcję.
- Kupowanie z drugiej ręki – wybieranie second-handów i wymian ubrań zamiast nowych zakupów.
- Świadomość wpływu – przypominanie sobie, jak fast fashion szkodzi środowisku i ludziom.

04 ZAKOŃCZENIE

Podsumowanie najważniejszych wniosków.

Warsztaty z młodzieżą na temat świadomej mody skutecznie połączyły dyskusje, praktyczne działania i bezpośrednią edukację, angażując i edukując uczestników. Uczestnicy zyskali nowe umiejętności i motywację do dokonywania bardziej świadomych i etycznych wyborów modowych. Przez połączenie teorii z praktyką, warsztat sprzyja głębszemu zrozumieniu problemów związanych z fast fashion oraz promował bardziej zrównoważone podejście do konsumpcji i mody.

Podczas podsumowania warsztatu dla młodzieży na temat świadomej mody, edukator powinien skoncentrować się na przekazaniu kluczowych wniosków, które uczestnicy powinni zapamiętać i zastosować w praktyce.

Główne punkty, które warto podkreślić:

1. Rozumienie wpływu mody na środowisko: Podkreślenie, jak wielki wpływ przemysł modowy ma na środowisko, w tym zużycie wody, zanieczyszczenie i generowanie odpadów. Ważne jest, aby uczestnicy byli świadomi, że ich wybory zakupowe mają realne konsekwencje.

2. Znaczenie myślenia krytycznego: Zachęcanie do kwestionowania własnych nawyków konsumpcyjnych oraz przekazów reklamowych. Świadomość tego, jak

reklamy wpływają na percepcję wartości i potrzeb, jest kluczowa.

3. Opcje etycznej konsumpcji: Wskazanie praktycznych sposobów na wprowadzenie bardziej etycznych wyborów, takich jak zakupy w sklepach z odzieżą używaną, wybieranie ubrań od odpowiedzialnych producentów, a także naprawa i modyfikacja istniejącej odzieży.

4. Korzyści z minimalizmu w modzie: Zachęcanie do przemyślanego kupowania i posiadania mniejszej ilości odzieży, co może przyczynić się do zmniejszenia śladu węglowego i mniejszego zaangażowania w przemysł fast fashion.

5. Współpraca i działanie zbiorowe: Podkreślenie, jak ważne jest wspólne działanie i wspieranie się nawzajem w dążeniu do bardziej zrównoważonej mody. Grupowe inicjatywy i współpraca mogą skutecznie przyczynić się do zmian w przemyśle.

6. Wykorzystanie narzędzi cyfrowych do nauki i angażowania: Wskazanie na dostępność cyfrowych narzędzi i platform, które mogą wspierać młodzież w edukacji i promowaniu zrównoważonej mody.

Podsumowując należy zaznaczyć, że każdy ma możliwość dokonania zmiany, a edukacja i świadome działanie są kluczem do budowania lepszego przyszłego świata mody.

Zakończenie warsztatu to także idealny moment, aby zachęcić uczestników do refleksji i dzielenia się wnioskami.

Przykłady pytań, które można zadać na koniec warsztatu, aby pobudzić aktywność i samodzielne myślenie uczestników:

1. **Jakie są wasze główne wnioski z dzisiejszego warsztatu?** - Zachęca uczestników do podsumowania tego, czego się nauczyli, co może pomóc w utrwaleniu wiedzy.
2. **Co było dla was najbardziej zaskakujące podczas dzisiejszej sesji?** - Pytanie to może wywołać dyskusję na temat nowo odkrytych faktów lub przemyśleń, które zmieniły sposób myślenia uczestników.
3. **Jakie praktyczne zmiany planujecie wprowadzić w swoim życiu na podstawie tego, czego się dziś nauczyliście?** - Skupia się na zastosowaniu zdobytej wiedzy w praktyce.
4. **Jakie wyzwania możecie napotkać przy próbie zastosowania tych praktyk i jak możecie je pokonać?** - Pomaga uczestnikom przemyśleć potencjalne przeszkody i rozwiązania.
5. **Czy macie jakieś pomysły, jak można by ulepszyć przyszłe warsztaty? Co byście chcieli jeszcze omówić lub zrobić?** - Zapewnia feedback, który może być wykorzystany do poprawy przyszłych sesji.
6. **Jakie narzędzia lub zasoby uznaliście za najbardziej przydatne podczas warsztatu i dlaczego?** - Uczestnicy mogą podzielić się swoimi przemyśleniami na temat materiałów i metod, które uznali za efektywne.
7. **Czy czujecie się teraz bardziej pewni, aby mówić innym o problemach związanych z modą szybką i jej wpływem na środowisko?** - Pozwala ocenić wzrost pewności siebie uczestników w zakresie dzielenia się wiedzą z innymi.

Zadawanie tych pytań nie tylko angażuje uczestników, ale również pomaga im lepiej zrozumieć i przemyśleć nauczone koncepcje, co zwiększa efektywność edukacyjną warsztatu.

- Na koniec przeprowadzamy krótką ankietę ewaluacyjną na temat warsztatów oraz rozdajemy dyplomy.
- Pożegnanie i możliwość zadawania dodatkowych pytań.

05 MATERIAŁY DODATKOWE

ANKIETA EWALUACYJNA

Droga uczestniczko/ Drogi uczestniku,

Dziękujemy za udział w warsztatach! Twoja opinia pomoże nam ulepszyć przyszłe zajęcia.

Ankieta anonimowa

1. Jak oceniasz ogólną jakość warsztatów?

☐ a. bardzo niska

☐ b. niska

☐ c. średnia

☐ d. wysoka

☐ e. bardzo wysoka

2. Czy warsztaty były dla Ciebie interesujące i angażujące?

☐ tak

☐ nie

☐ częściowo

3. Które ćwiczenie lub temat uważasz za najbardziej wartościowy?

Dlaczego? (krótka odpowiedź)

---

4. Czy warsztaty wpłynęły na Twoje podejście do mody i zakupów?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ jeszcze nie wiem

5. Czy zamierzasz wprowadzić jakieś zmiany w swoich nawykach zakupowych po warsztatach?

- ☐ tak, jakie? (Krótka odpowiedź)

- ☐ nie

6. Jak oceniasz sposób prowadzenia warsztatów?

- ☐ a. bardzo dobrze
- ☐ b. dobrze
- ☐ c. średnio
- ☐ d. słabo

4. Co możemy poprawić w przyszłych edycjach warsztatów?

(krótka odpowiedź)

Dziękujemy za poświęcony czas!

slow fashion

CERTYFIKAT

przyznany dla:

_____

imię i nazwisko uczestnika

Potwierdzający udział w warsztatach **„Świadoma Moda – Jak Odpowiedzialnie Kupować Ubrania”**, które odbyły się dnia: …… Uczestnik zdobył wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji i zrównoważonego podejścia do mody.

Instytucja/firma _____

Edukator _____

Data _____

Miejscowość _____

Nr projektu _____

podpis wystawiającego

Dziękujemy za udział i gratulujemy zaangażowania w budowanie bardziej świadomej mody!

Dofinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Unia Europejska ani Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Wszystkie rezultaty wypracowane w ramach projektu „STOP FAST FASHION" udostępniane są na zasadzie otwartych licencji (CC BY-SA 4.0 DEED). Można z nich korzystać bezpłatnie i bez ograniczeń. Kopiowanie lub przetwarzanie tych materiałów w całości lub w części bez zgody autora jest zabronione. W przypadku wykorzystania rezultatów niezbędne jest podanie źródła finansowania oraz jego autorów.

Dofinansowane przez Unię Europejską

FERI

MATA