



Photo by Leung Ching Yau Alex / CC BY

Krytyczny spacer po sklepach

Informacje o metodzie

Nasza codzienna konsumpcja ma wymiar globalny. Dziś są produkowane w Kambodży, komórka w Chinach, kawa w Brazylii. Nie zawsze przy tym wiemy, skąd dokładnie pochodzą kupowane produkty. Jeszcze mniej wiemy o warunkach produkcji, o związanych z nią problemach społecznych i ekologicznych. W tym miejscu zaczyna się praca edukacyjna na temat Konsumpcja & Globalizacja i poprzez pytania, które wiążą aspekt codzienny z globalnym, rozbudza zainteresowanie i ciekawość:

- *Co mój hamburger ma wspólnego z lasem deszczowym?*
- *Dlaczego moja komórka pochodzi z Konga?*
- *Kto i ile zarabia na moich markowych butach sportowych?*
- *Jak t-shirt z Bangladeszu może kosztować tylko 5 euro?*

Po co to wszystko?

Konsumpcja w Europie Środkowej osiągnęła poziom, który globalnie w żadnym razie nie jest zrównoważony. Ani w bezpośredniej produkcji, gdzie wskutek prymatu cięcia kosztów wyzyskuje się naturalne zasoby i siłę roboczą w innych częściach świata, ani w pośredniej perspektywie, że nie wystarczy surowców, by zapewnić wszystkim ludziom na Ziemi porównywalny poziom konsumpcji. Z obu tych perspektyw, jeśli

dążymy do zrównoważonego rozwoju, konieczna jest zmiana kultury konsumpcji. Konsumpcja etyczna to koncepcja podnoszenia świadomości warunków produkcji i zrównoważonego rozwoju oraz uwzględniania tych czynników w decyzjach konsumpcyjnych.

Trochę inny spacer po sklepach

Krytyczny spacer po sklepach zaczyna się na styku globalizacji i konsumpcji na poziomie jednostki: przedstawione marki, sklepy itd. są nie tylko znane młodym ludziom, ale odgrywają też ważną rolę w ich życiu. Jednak tylko garstka z nich jest świadoma tego, że wartości i symbolika „ich” marek w większości przypadków stoi w jawnej sprzeczności z rzeczywistością warunków produkcji.

Ważne jest to, by na każdym przystanku spaceru po sklepach wyraźnie pokazywać, że sami mamy możliwość wywierania wpływu. Duże znaczenie ma to, by przekazywane fakty pochodziły z wiarygodnych, możliwie wielostronnych i aktualnych źródeł. Nie należy przedstawiać wyłącznie stanowiska krytyków czy koncernów, ale porównywać obie opinie, by młodzież mogła sobie wyrobić i reprezentować własny pogląd.



Szerpa





Podobne spacery po sklepach oferują już w wielu miejscach w Niemczech i w Polsce stowarzyszenia ekologiczne, a zatem jest to sprawdzona koncepcja omawiania tych tematów z młodzieżą.

W pracy nad tematem zrównoważonej konsumpcji szczególnie wartościowe i ważne są następujące punkty:

- Własna indywidualna konsumpcja (decyzje zakupowe i związany z nimi styl życia) jest dla młodzieży tematem naładowanym emocjonalnie i należy podchodzić do niego z odpowiednią wrażliwością.
- Ważny jest dobry dobór i przygotowanie informacji, jasne przykłady sprawiają, że złożone zależności stają się bardziej przejrzyste.
- By uniknąć frustracji i poczucia niemocy, ważne jest wyraźne nakreślenie i poddanie pod dyskusję konkretnych i lokalnych opcji działania.
- Idealnie by było, gdyby młodzież dostała przestrzeń do samodzielnego przygotowania tych tematów i zgłębienia ich metodą „peer-to-peer”.

Linki i więcej informacji:

- ▶ www.ekonsument.pl
- ▶ www.dobrezakupy.ekonsument.pl
- ▶ www.ekonsument.pl/spacerownik
- ▶ Wielojęzyczne materiały na temat zrównoważonego stylu życia i konsumpcji: www.youthxchange.net
- ▶ Informacje na temat odzieży: www.cleanclothes.pl, www.cleanclothes.org

- ▶ Informacje na temat telefonów komórkowych / IT: www.makeitfair.org (niemiecki, angielski)
- ▶ Informacje na temat Sprawiedliwego handlu: www.generationawake.eu/pl
- ▶ UNEP, Visions for Change: www.unep.fr/scp/publications/details.asp?id=WEB/0166/PA
- ▶ EEA, Consumption and the Environment 2010: <http://bit.ly/1scBt6u>

Książki:

- N. Gatuszka, M. Metera (red.), Ekotrasy. Czyli dokąd uczniowie chodzą po szkole, Centrum Edukacji Obywatelskiej, Warszawa 2009.
- M. Huma, M. Krzystkiewicz, Kupuj odpowiedzialnie! Twoje pieniądze kształtują świat. Poradnik dla uczniów szkół ponadpodstawowych, Kraków 2008.
- M. Huma, Co młody konsument wiedzieć powinien? Poradnik dla uczniów szkół gimnazjalnych, Kraków 2006.
- J. Kronenberg, Zrównoważona konsumpcja [w:] J. Kronenberg, T. Bergier (red.), Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.
- K. Soltan, M. Metera, S. Żmijewska-Kwiręg, A. Żwawa, G. Lipska (red.), Szkoła ekorozwoju. Scenariusze lekcji i materiały pomocnicze dla nauczycieli, Centrum Edukacji Obywatelskiej, Warszawa 2008.
- Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć, Dobre Zakupy. Poradnik Odpowiedzialnego Konsumenta, Kraków 2006.