

Koszyk z widokiem na świat – konkurs

Etap 2 pora rozpocząć

Po etapie 1 - na czym obecnie stoimy?

Za Wami etap 1 i zadanie godne prawdziwych odkrywców: próbowaliście dowiedzieć się, co ludzie w Waszym otoczeniu wiedzą o kupowanych produktach, jakie mają nastawienie do zakupów, co wiedzą sprzedawcy o tym, co sprzedają oraz co zdradzają nam etykiety i metki. To bardzo cenne informacje, bo dokumentują stan świadomości Waszych badanych. Z tej „fotografii” rzeczywistości, jaką udało Wam się uzyskać spróbujecie jeszcze skorzystać w kolejnym, trzecim etapie konkursu, za tydzień. Z nadsyłanych planów wiem, że wykazaliście się świetnymi pomysłami, ale w obecnym etapie spróbujemy jeszcze pogłębić nasze śledztwo. Zajrzymy tam, dokąd wzrok przeciętnego konsumenta nie sięga.

Idźmy dalej!

Pisząc te słowa nie znam jeszcze Waszych prezentacji – raportów z wynikami i wnioskami Waszych śledztw. Będziemy je oglądać w galerii prac od wtorku. Ale jedno podejrzenie mogę już zaryzykować...

Hm, może jednak za chwilę! Najpierw spojrzycie jeszcze na mapki, które wykonało kilkanaścioro chętnych studentów EUD – „[Skąd pochodzą nasze rzeczy](#)”. Po przejrzaniu różnych rzeczy w swoich domach zaznaczali oni na tej mapie kraje najczęściej powtarzające się w formułce „Made in...” na etykiecie produktu oraz zliczali przy ilu spośród przejranych rzeczy brakuje jakiegokolwiek informacji. Wniosek jest taki, że o ile w przypadku niektórych rzeczy nie wiemy, gdzie zostały wytworzone, to przy większości z nich możemy to z etykiet wyczytać. Popatrzcie, które kraje powtarzały się najczęściej. Zgadza się to z Waszymi przypuszczeniami?

Zatem teraz wróćmy do mojego ryzykownego podejrzenia: Otóż wydaje mi się, że niezbyt często zdajemy sobie sprawę z tego, w ilu miejscach faktycznie powstają artykuły, które kupujemy.

Patrzmy uważnie

Weźmy na przykład spodnie! Metka zdradza jedynie miejsce ich finalnego szycia. Często są to Chiny, Turcja, może to być też Meksyk, Tunezja lub Bangladesz. (Jeśli nie wiecie, gdzie leżą te kraje, szybkoitko sprawdźcie to na mapie☺). Ale czy końcowe uszycie to wszystko? Otóż nie! To końcowe szycie jest zaledwie ukoronowaniem długiego cyklu produkcji. Co się na niego składa? Zajrzyjmy pod podszewkę.

Po drodze trzeba wytworzyć →guziki i suwaki. Metka nie mówi, gdzie to się odbywa, nie mówi również skąd pochodzi →metal zużyty do ich wykonania. A może to być na przykład któryś z krajów afrykańskich. Przyglądajmy się dalej naszym spodniom. Co z →nićmi, z →bawełną? Także często pochodzą z innych, nierzadko odległych miejsc, np. z Kazachstanu. Bawełnę trzeba zabarwić. No więc sprowadzamy →barwniki. Wreszcie, jest →pomysł, czyli krój tych spodni. Mogła je zaprojektować pracownia, powiedzmy z Mediolanu lub Paryża. Firma, do której należy →znak towarowy (marka). Ta może mieć siedzibę w Nowym Jorku lub Londynie. Dochodzi →opakowanie, a więc też →plastik lub →papier, z którego jest wykonane. →Ropa wykorzystana do produkcji plastiku lub →drewno do produkcji papieru. Pewnie moglibyśmy jeszcze trochę tę wyliczankę kontynuować... Okazuje się, że w całym cyklu produkcji banalnej pary spodni – gdy rozłożymy je na elementy pierwsze – może brać udział nawet 30 różnych miejsc z całego świata!

A po co to analizować?

Może zastanawiacie się, po co o tym wszystkim mówimy? Współczesna gospodarka to bardzo skomplikowany system zależności, oparty na współpracy wielu ludzi z całej kuli ziemskiej. Widać to dobrze na przykładzie naszych spodni.

Sam fakt, że ludzie z przeciwnych krańców świata ze sobą współpracują, handlują, zlecają pracę innym nie jest zły. Dzięki temu, na przykład, ludzie z zamożnych krajów mogą kupić towary wytworzone przez ludzi w krajach uboższych – bogatsi zapłacą trochę mniej, a ubożsi dzięki temu trochę się wzbogacą. Obie strony mogą się wzajemnie poznać i czegoś się od siebie nauczyć. To stan idealny, i tak bywa.

Ale w sytuacji, gdy bogate kraje są kilkadziesiąt razy bogatsze od krajów biednych bywa też mniej kolorowo. Niestety, dość często bogaci zleceniodawcy (właściciele marek i technologii) wykorzystują swoją przewagę nad słabszymi wykonawcami ich zleceń z ubogich krajów. Dochodzi do takich sytuacji, że z kwoty 200-400 zł, którą kosztuje w Polsce para markowych butów sportowych robotnik zatrudniony przy ich wytworzeniu (na przykład w azjatyckiej fabryce) otrzymuje zaledwie 0,5%¹! (Resztę kwoty dostają: właściciel marki, właściciel fabryki, właściciel sklepu, firma transportowa, państwo – w postaci podatków).

Czy nie uważacie zatem, że warto zajrzeć pod podszewkę rzeczywistości, tak jak zajrzeliśmy pod podszewkę naszych spodni?

Pora na seans filmowy!

Zapraszamy do obejrzenia filmu dokumentalnego „My kupujemy, kto płaci”: http://olimp.sgh.waw.pl/filmy/We_buy/player.html. To film szwedzkich autorek, Lotty Ekelund i Kristiny Bjurling. Dokument nie jest długi (trwa pół godziny) a pokazuje negatywne strony współpracy między dużymi korporacjami odzieżowymi ze Szwecji, takimi jak H&M i pracującymi na ich zlecenie szwalniami z biednych regionów Indii i Bangladeszu. Nakręcony został w 2002 roku, ma już więc 10 lat, ale temat wcale nie stracił na aktualności.

Wiecie co? Cieszę się, że bierzecie udział w tym konkursie i chłonicie nowe informacje 😊

Po seansie

Co myślicie o tym, co obejrzelście? Jak rozumieć tytuł filmu – kto płaci? Jakie problemy wskazali autorzy? Porozmawiajcie z rodzicami, z kolegami. Podzielcie się przemyśleniami na [konkursowym forum](#).

Refleksji ciąg dalszy - czy można coś zaradzić?

Film pokazał, że i bogate korporacje z Europy lub Ameryki Płn., i ubodzy podwykonawcy ich zleceń z krajów tzw. Globalnego Południa tkwią w pułapce. Pierwsi, walcząc o klientów muszą dbać o jak najniższe ceny, drudzy – chcąc przeżyć muszą akceptować narzucane im warunki pracy. Czy można jakoś przerwać to błędne koło?

Niektórzy mówią o potrzebie zmiany całego systemu gospodarczego na świecie. Ale to kontrowersyjna i skomplikowana sprawa. Mówi się więc, że klucz do zmiany leży w naszych – konsumentów – rękach: w tym, czy zwracamy uwagę na to, co kupujemy, czy bierzemy pod uwagę koszty wytworzenia produktów. Nie jest to łatwe, produkty „etyczne” muszą kosztować więcej, ale powstaje coraz więcej organizacji pozarządowych, które przyglądają się tym sprawom i doradzają, które produkty są etyczne, czyli przy wytworzeniu których:

- pracownicy dostają godziwe wynagrodzenie,
- nie są łamane prawa pracownicze,
- przy których nie pracują dzieci
- oraz produkcja nie zanieczyszcza nadmiernie środowiska.

Poznajcie kilka z tych organizacji:

www.fairtrade.org.pl

www.efte.org

¹ Źródło: „Mój styl, moja odpowiedzialność. Podręcznik dla aktywistek i aktywistów”, Publikacja Koalicji KARAT, s. 25, <http://karat.org/karat/img/fckimages/CC.pdf>

www.ekonsument.pl
www.modnieietycznie.pl
www.teg.edu.pl
makeitfair.org/en
www.karat.org

Zajrzyjcie na te strony, może znajdziecie jeszcze kilka innych samodzielnie. Zapoznajcie się z tym, co robią te organizacje. Przyda się to zarówno w tym etapie, jak i w następnym, za tydzień. (Zatem tego, co wyczytacie nie zapominajcie☺) Hm, jaka jeszcze z tego płynie nauka? Warto uczyć się języków obcych. W świecie tak pełnym zależności to absolutna podstawa, don't you think? ☺

Można często usłyszeć, że Polska nie jest najbogatszym krajem świata, że jest u nas wiele osób w trudnej sytuacji finansowej. To prawda, ale i tak poziom życia ogromnej większości z nas od kilku miliardów ludzi z uboższych krajów oddziela przepaść.

Uwaga, uwaga. Nadjeżdża zadanie!

Wasze zadanie w tym temacie podsumuje to, przez co przeszliśmy w tym etapie konkursu. Wykonanie go przygotuje też Was do zadania z etapu 3-go, za tydzień.

Zadaniem jest ponownie wykonanie prezentacji, tym razem na temat **„Portret wybranego produktu (lub producenta) w pięciu slajdach, okiem Inspektora Globalnego widziany”**. Waszym zadaniem jest wybranie dowolnego produktu z dowolnej branży (umówmy się, że nie będą to spodnie☺) i „zajrzenie pod jego podszewkę”.

Co powinno się znaleźć w prezentacji?

1. Co to za produkt, Co to za producent? Czy jest popularny, reklamowany?
2. Czy dostępne są informacje na temat jego pochodzenia na etykiecie, w internecie?
3. Dokopanie się do wiedzy tajemnej dla przeciętnego konsumenta: Spróbuj wyróżnić w tym produkcie kilka części składowych (surowców, półproduktów, etapów produkcji) i wskazać miejsca, gdzie mogą być wytwarzane lub gdy mowa o etapie produkcji – gdzie może mieć miejsce. Poszukaj informacji na ten temat. Jeśli nie znajdziesz niczego wiarygodnego, spróbuj się samodzielnie zastanowić. Nawet jeśli nie znajdziesz informacji np. o pochodzeniu bawełny użytej do produkcji spodni, możesz poszukać, które regiony świata dostarczają dużo tego surowca i je wpisać.
4. Czy myślisz, że jego produkcja odbywa się w etycznych warunkach? Możesz poszukać informacji na temat producenta lub przejrzeć pod tym kątem strony organizacji fair trade, do których linki znajdują się na poprzedniej stronie
5. Jeden prosty, krótko scharakteryzowany pomysł, jak zapobiec łamaniu zasad etycznej produkcji w wypadku tego produktu. Lub sposób na utrzymanie przestrzegania tych zasad, jeśli tak jest.

Dodatkowe wskazówki:

- Całość, bez ewentualnej strony tytułowej, to maksimum 7 slajdów.
- Jeśli zajdzie taka potrzeba, możesz na punkty 3. i 4. przeznaczyć po dwa slajdy.
- Forma graficzna – dowolna. Pamiętaj by prezentacja była czytelna dla widzów.
- Jeśli zdecydujesz się zamieścić jakiegokolwiek grafiki lub zdjęcia znalezione w sieci, pamiętaj by pod zdjęciem umieścić (może być drobną czcionką) adres strony, z której pochodzi (przy czym nie adres wyszukiwarki, ale właściwej witryny ze zdjęciem)

Termin

Prezentacje przesyłacie na mejla konkurs@uniwersytet-dzieciecy.pl do **niedzieli, 1 kwietnia**. Będą opublikowane w galerii na stronie EUD a zalogowani internauci będą mogli głosować na swoich faworytów.