

Manuál na organizovanie vzdelávacích aktivít o móde

Autori

Martina Mareková

Ian Cook

Romana Tomášková

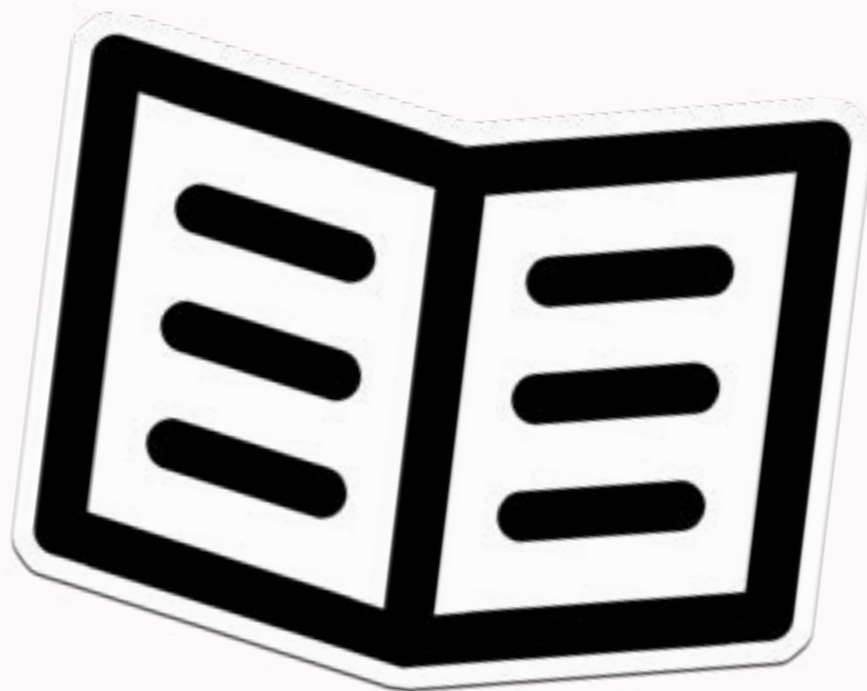
Zuzana Ryšavá



Ciel'

Cieľom tejto príručky je poskytnúť materiály na aktivity v rámci vzdelávania o odevnom priemysle a podporiť rozvoj zručností spojených s touto témou, ako:

- rozvoj kritického myslenia o módnom priemysle a jeho vplyvoch na prostredie a ľudí v rámci módného výrobného reťazca
- výskumné zručnosti na nájdenie, kritické zhodnotenie a overenie informácií a na rozpoznanie znakov greenwashingu
- spotrebiteľské zručnosti vrátane schopnosti kriticky zhodnotiť svoje nákupné správanie a návyky a identifikovať empatické a etické alternatívy
- občianske zručnosti vrátane schopnosti kriticky analyzovať a zhodnotiť, ako sa môžete ako mladý aktivisti podieľať na rozhodovaní, aby ste sa aktívne zapojili do kampane za etickú módu
- praktické zručnosti vrátane toho, ako sa starať, opravovať a prerábať svoje vlastné oblečenie



Popis

Táto príručka ponúka edukátorom plnohodnotné materiály, ktoré môžu využiť ako návod alebo ako inšpiráciu na realizáciu programu RecyCOOL Imperfections, ďalej vo svojej vlastnej činnosti alebo adaptovať na svoje cieľové skupiny.

Tento manuál má tri časti:

1. Jednorazové aktivity

Nápady na aktivitu, ktorá sa odohráva vo formálnom vzdelávacom prostredí (napr. na hodinách v škole), v neformálnom vzdelávacom prostredí (napr. v mládežníckych centrách) alebo ako voľnočasová aktivita (napr. so skupinou kamarátov).

2. Módné potulky

Nápady na poldenné alebo celodenné podujatie, kde sú účastníci pozvaní na "putovanie" medzi viacerými módnymi aktivitami na jednom mieste. Môžu sa ich zúčastniť v ľubovoľnom poradí a zapojiť sa len do niektorých alebo všetkých z nich podľa vlastného tempa.

3. Upcycling Club

Nápady pre jednotýždňový program pre módnych nadšencov, ktorí by si chceli (pre)robiť svoje vlastné oblečenie. Toto je ideálne pre letné prázdniny.

Pre koho je táto príručka určená?

Táto príručka je určená pre edukátorov, pracovníkov s mládežou, učiteľov pracujúcich s mladými ľuďmi a taktiež pre mladých ľudí, ktorí chcú pracovať so svojimi rovesníkmi.

Kde sa dá toto kurikulum použiť?

Táto príručka môže byť použitá vo formálnom aj neformálnom vzdelávaní, od škôl a univerzít až po mládežnícke centrá, kostoly, kluby atď. Môže byť použitá v rámci voľného času alebo ako rodinná aktivita.

Ako používať toto kurikulum?

Edukátori využívajúci túto príručku (učitelia, pracovníci s mládežou alebo mladí ľudia organizujúci tieto aktivity pre svojich rovesníkov) môžu prispôbiť každú aktivitu potrebám, veku, geografii, demografii, vzdelaniu alebo pôvodu svojich študentov. Aktivity môžu

byť vykonávané podľa plánu alebo prispôbené osobným, časovým alebo finančným zdrojom, prístupu k internetu alebo prostrediu, kde sa vykonávajú.

Účastníci najviac benefitujú z týchto aktivít, ak sa stotožňujú s ich vlastnými životmi. Aktivity načrtnuté v tejto príručke považujú tieto skutočnosti za materiály, s ktorými sa dá pracovať tak, ako to účastníci uznajú za vhodné. Jedna veľkosť neseďí každému.



Jednorazové aktivity

Tieto aktivity môžu byť použité samostatne, alebo zmiešané a prispôbené tak, aby vyhovovali vášmu vzdelávaciemu prostrediu a vašim účastníkom. Poskytujú postup krok po kroku od začiatku až po úspešný koniec. Každá aktivita by mala trvať 40–60 minút, ale niektoré sa môžu natiahnuť na 2–3 hodiny.

Zoznam aktivít:

Deti módneho výrobného reťazca
Záhada nášho oblečenia
Obleč ma!
Módna mapa
Cesta nášho oblečenia
Všetci by sme mali byť aktivisti
V móde a overené
Koľko?
Logo mánia

1

Záhada nášho oblečenia

ČAS

45–60 minút

CIEL'

Zapojiť účastníkov do hľadania pôvodu ich oblečenia.

Zhodnotiť, koľko toho o výrobe módy naozaj vieme a koľko toho vieme zistiť.

POPIS

V tejto aktivite účastníci pátrajú po pôvode záhadných kúskov oblečenia, ktoré sú im dané na kartách. Vyhľadávajú informácie online, aby sa pokúsili zodpovedať na sériu stanovených otázok. Na konci prezentujú svoje zistenia a hodnotia prístup k overeným informáciám o tom, kto tieto odevy vyrobil.

TÉMY

Transparentnosť v módnom priemysle
Módna výroba

POMÔCKY

Perá a papier
Prístup k internetu na online vyhľadávanie

AKTIVITA

Táto aktivita začína položením účastníkom otázky ohľadom oblečenia, ktoré majú na sebe, oblečenia, ktoré majú v ich šatníku alebo ich obľúbených odevov.

Vzorové otázky:

Pozrite sa, čo máte dnes na sebe – koľko toho naozaj viete o oblečení, ktoré nosíte?

Aké značky oblečenia máte na sebe?

Viete, kde bolo vaše oblečenie navrhnuté a kto ho navrhol? Viete, kto vaše oblečenie strihal a šil?

Z akých materiálov je vaše oblečenie vyrobené?

Kde boli tieto materiály vyrobené a kto ich vyrobil? Kde a ako ste sa dostali k tomuto oblečeniu?

Máte predstavu, čo sa s týmto oblečením stane, ak ho už nebudete chcieť?

Nechajte účastníkom priestor na zamyslenie a, ak chcú, nechajte ich napísať svoje odpovede na papier.

Rozdeľte účastníkov do 2–5 členných skupín alebo, ak je to potrebné a žiadané, môžu pracovať jednotlivo. Každá skupina alebo jednotlivec dostanú príbeh záhadného oblečenia (nižšie) pre prácu.

Potom úloha je rovnaká pre všetkých:

- **Vyhľadať odpovede na otázky ohľadom ich zvoleného odevu, online alebo offline**

- **Zamyslieť sa nad tým, prečo mohlo byť také ľahké alebo ťažké nájsť tieto odpovede**

Povedzte im, že môžu hľadať všade – na webstránkach alebo sociálnych sieťach.

POZNÁMKA

Keďže v tejto dobe je veľmi málo nezávislých overených informácií o módnjej výrobe – napr. niektoré z nich môžu byť zverejnené samotnými značkami a niektoré môžu pochádzať z neoverených zdrojov – účastníci budú mať s týmto vyhľadávaním s najväčšou pravdepodobnosťou problémy. Je možné, že nájdu nezávisle overené informácie alebo informácie, ktoré sa nevzťahujú na odev, ktorý skúmajú, ale vzťahujú sa na značku alebo produkciu iných odevov. Tieto informácie sú užitočné a účastníci by mali mať možnosť prezentovať príbeh o ich odevu a o tom, čo našli a nenašli ohľadom jeho výroby.

Na konci tohto výskumného procesu sa môžete požiadať jedného účastníka za každú skupinu, aby odprezentoval zistenia skupiny ako príbeh výroby odevu. Ved'te konverzáciu podľa toho, čo mohli a nemohli nájsť a odmeňte ich za ich vynaloženú snahu.

Môžete použiť nasledujúce otázky:

Našli ste všetky informácie, ktoré ste hľadali?

Ako ste hľadali informácie, aké slová a výrazy ste použili?

Aké webové stránky ste použili pri vyhľadávaní? Kde ste našli príbehy o výrobe odevov?

Našli ste nejaké prekvapivé, znepokojivé alebo podozrelé informácie?

Ako viete, že informácie, ktoré ste našli, sú správne a pravdivé?

Ako ste si informácie overili?
(Môžete použiť tento odkaz)

Ste spokojní s informáciami, ktoré ste našli?

Na uzavretie diskusie sa ich môžete opýtať na informácie, ktoré našli o výrobkoch, ktoré používajú.

O čom viete najviac: o jedle, ktoré jete, o oblečení, ktoré nosíte alebo o elektronike, ktorú používate?

Je pre vás dôležité alebo zaujímavé vedieť viac o svojom oblečení – prečo áno alebo prečo nie?

Čo by sa mohlo stať, keby sme nemali dostatočné informácie (ako zákazníci) o tom, ako sa vyrába naše oblečenie alebo iné produkty?

Ako sa cítite, keď viete, že môžete alebo nemôžete nájsť nejaké informácie o svojom oblečení?

METODICKÉ TIPY

- Účastníci môžu pri plnení tejto úlohy potrebovať usmernenie. Sledujte prácu skupiny a v prípade potreby im poskytnite pomoc.

- Niektorí účastníci môžu byť pri plnení tejto úlohy frustrovaní – toto sa dá premeniť na skúsenosť a jasné pochopenie zložitosti informácií, ktoré dostávame (alebo skôr nedostávame).

- Sledujte dynamiku skupiny a uistite sa, že každý účastník je zapojený do vyhľadávania informácií.

- Metodika vyhľadávania informácií závisí na každej skupine. Pridajte niečo o tom, čo to znamená overovať informácie?

TIPY NA ONLINE AKTIVITY

Účastníci môžu pri tejto aktivite využívať bezplatné online platformy na stretnutia a vzájomnú spoluprácu.



1 PRÍBEH MÔJHO TRIČKA

Módny kúsok

Čisté biele tričko

Materiál

Vaše tričko je vyrobené z materiálu, ktorý bol v histórii neslávne známy kvôli americkým plantážam, na ktorých pracovali zotročení ľudia až do konca občianskej vojny v roku 1865.

Otázka: Aký je názov tohto materiálu?

Pôvod materiálu

Materiál vášho trička pochádza z krajiny, ktorá je jedným z najväčších svetových dodávateľov, pričom pri jej pestovaní takmer úplne vyschlo celé jazero (nazývané v niektorých krajinách aj "more"), ktoré sídli medzi dvoma krajinami. Dnes sa väčšina vlákna, ktoré je v materiáli vášho trička, pestuje inde, po celom svete. V roku 2014 jeho potreba zavlažovania na jednom pestovateľskom mieste notoricky spôsobila, že blízke more takmer úplne zmizlo, keď sa všetka jeho voda odobrala na tento účel. Toto more sa nachádzalo na hranici medzi dvoma krajinami. Po zbere boli tieto vlákna tkané do látky v miestnej továrni.

Otázka: Ktoré dve krajiny to boli?

Farbenie

Farbenie látky vášho trička na modro prebehlo v jednej z tovární na brehu rieky Padma.

Otázka: Viete zistiť, v ktorej krajine boli tieto továrne?

Značka

Potom, ako bolo vaše tričko vyrobené, bolo pridané logo svetoznámej značky. To, čo začalo ako malá miestna módna značka, je dnes známym gigantom rýchlej módy, ktorý bol založený v roku 1947 vo Švédsku.

Otázka: Aký je názov tejto značky?

Dizajn

Toto tričko boli navrhnuté v centrále tejto značky.

Otázka: V ktorom meste a štáte to je?

Výroba

Prevažná časť výroby vášho trička (strihanie a šitie) je v krajine smutne preslávenej najväčšou tragédiou módného priemyslu (v roku 2013).

Otázka: O akej tragédii hovoríme a v ktorej krajine sa stala?

Vlastníctvo

Toto tričko ste získali vo vašom meste na podujatí, kde sa vymieňa oblečenie.

Otázka: Ako sa takýto event nazýva?

Afterlife produktu

Keď ste skončili s týmto tričkom, recyklovali ste ho cez textilný zberný box. Tričko bolo vyvezené do africkej krajiny, kde dovoz second-hand oblečenia ešte nebol zakázaný.

Otázka: Aká africká krajina zakázala dovoz second-hand oblečenia v roku 2018? Prečo to urobili?

2

PRÍBEH MOJICH RIFLÍ

Módny kúsok

Vyšúchané elastické rifle

Materiál

Strečový denim vo vašich rifliach bol vyrobený z dvoch vlákien:

1. najpoužívanejšie organické vlákno vypestované druhým najväčším svetovým dodávateľom toho vlákna za rok 2022.

Otázka: Ktorý materiál to je?

V ktorej krajine bol vypestovaný?

2. najpoužívanejšie elastické vlákno, vynájdené vo Virgínii, USA v 50 tých rokoch 20. Storočia, vyrobené najväčším svetovým dodávateľom tohto vlákna za rok 2022.

Otázka: Ako sa toto vlákno nazýva?

Kde bolo vyrobené?

Značka

Vaše rifle boli od jednej z najpopulárnejších japonských značiek, ktorá bola zažalovaná v roku 2019 za nevyplatenie miezd vo výrobe vo výške 5.5 miliárd dolárov a za porušovanie ľudských práv. Túto značku vlastní jeden z najbohatších mužov v Japonsku.

Otázka: Aký je názov tejto značky?

Výroba

Tieto rifle boli vyrobené vo viacerých krajinách mimo Japonska. V jednej z týchto krajín začal jeho súdny spor.

Otázka: Ktorá krajina to je?

Dizajn

Vaše rifle boli navrhnuté v centrále tejto značky.

Otázka: V ktorom meste a štáte to je?

Vlastníctvo

Kúpili ste si tieto rifle v zľave v novembri počas dňa, ktorý je známy pre najväčšie výpredaje a zľavy roka.

Otázka: Ako sa tento deň nazýva?

Afterlife produktu

Keď ste skončili s týmito riflami, rozhodli ste sa ich recyklovať v textilnom odbernom mieste blízko vášho bydliska.

Otázka: Viete vymenovať aspoň jednu zo spoločností, ktoré sa zaoberajú zberom textilu vo vašej krajine?

3

PRÍBEH MOJICH LEGÍN

Módny kúsok

Legíny

Materiály

Vaše legíny sú vyrobené zo zmesi dvoch vlákien:

1. najpoužívanejšie syntetické vlákno vyprodukované najväčším svetovým výrobcom tohto materiálu za rok 2022.

Otázka: Aký je názov tohto vlákna?

Kde bolo vyrobené?

2. najpoužívanejšie elastické vlákno, vynájdené vo Virgínii, USA v 50-tych rokoch 20. storočia, vyrobené najväčším svetovým dodávateľom tohto vlákna za rok 2022.

Otázka: Ako sa toto vlákno nazýva?

Kde bolo vyrobené?

Značka

Vaše legíny sú od jednej z najväčších značiek športového oblečenia, známej mnohými prípadmi porušovania ľudských práv. Viaže sa s ňu príbeh za fotografiou pakistanského chlapca ručne zošívajúceho ich futbalové lopty (1996).

Otázka: Ako sa volá táto značka?

Dizajn

Vaše legíny boli navrhnuté v centrále tejto značky.

Otázka: V ktorom meste a štáte to je?

Vlastníctvo

Kúpili ste si tieto legíny cez internet, pretože boli v ponuke za zľavový kód ponúkaný influencerom, ktorého sledujete. Urobil video, kde ukázal všetky kúsky oblečenia, ktoré si za poslednú dobu kúpil.

Otázka: Ako sa nazýva takéto krátke nákupné video?

Afterlife produktu

Vaše legíny sa rozpadli a už ich viac nemôžete nosiť, tak ste sa ich rozhodli vyhodit'.

Otázka: Môžete takéto legíny vyhodit' do kontajnerov na komunálny odpad alebo ich musíte vyhodit' do kontajnerov na textilný odpad? Má vaša krajina nejaké právne predpisy, ktoré vyžadujú likvidáciu textilného odpadu iba v kontajneroch na textil – a ak nie, bude táto legislatíva čoskoro?

ODPOVEDE

Príbeh môjho trička

Materiál

Otázka: Aký je názov tohto materiálu?

Odpoveď: Bavlna

Pôvod materiálu

Otázka: Ktoré dve krajiny to boli?

Odpoveď: Kazachstan a Uzbekistan.

Farbenie

Otázka: Viete zistiť, v ktorej krajine boli tieto továrne?

Odpoveď: Bangladéš alebo India.

Značka

Otázka: Aký je názov tejto značky?

Odpoveď: H&M.

Dizajn

Otázka: V ktorom meste a štáte to je?

Odpoveď: Štokholm, Švédsko.

Výroba

Otázka: O akej tragédii hovoríme a v ktorej krajine sa stala?

Odpoveď: Pád odevnej fabriky Rana Plaza, Bangladéš.

Vlastníctvo

Otázka: Ako sa takýto event nazýva?

Odpoveď: Swap (výmena) oblečenia.

Afterlife produktu

Otázka: Aká africká krajina zakázala dovoz second-hand oblečenia v roku 2018?

Odpoveď: Rwanda.

Príbeh mojich riflí

Materiál

Otázka: Ktorý materiál to je? V ktorej krajine bol vypestovaný?

Odpoveď: Bavlna. India.

Otázka: Ako sa toto vlákno nazýva? Kde bolo vyrobené?

Odpoveď: Spandex / Elastán. Turecko alebo Čína.

Značka

Otázka: Aký je názov tejto značky?

Odpoveď: Uniqlo.

Výroba

Otázka: Ktorá krajina to je?

Odpoveď: Indonézia.

Dizajn

Otázka: V ktorom meste a štáte to je?

Odpoveď: Yamaguchi, Japonsko.

Vlastníctvo

Otázka: Ako sa tento deň nazýva?

Odpoveď: Black Friday (Čierny piatok).

Afterlife produktu

Otázka: Viete vymenovať aspoň jednu zo spoločností, ktoré sa zaoberajú zberom textilu vo vašej krajine?

Odpoveď: Odpoveď sa líši pre každú krajinu.

Príbeh mojich legín

Materiály

Otázka: Aký je názov tohto vlákna? Kde bolo vyrobené?

Odpoveď: Polyester. Čína.

Otázka: Ako sa toto vlákno nazýva? Kde bolo vyrobené?

Odpoveď: Spandex / Elastán. Turecko alebo Čína.

Značka

Otázka: Ako sa volá táto značka?

Odpoveď: Nike.

Dizajn

Otázka: V ktorom meste a štáte to je?

Odpoveď: Beaverton, Oregon, USA.

Vlastníctvo

Otázka: Ako sa nazýva takéto krátke nákupné video?

Odpoveď: Shopping haul.

Afterlife produktu

Otázka: Môžete takéto legíny vyhodiť do kontajnerov na komunálny odpad alebo ich musíte vyhodiť do kontajnerov na textilný odpad? Má vaša krajina nejaké právne predpisy, ktoré vyžadujú likvidáciu textilného odpadu iba v kontajneroch na textil – a ak nie, bude táto legislatíva čoskoro?

Odpoveď: Odpoveď sa líši pre každú krajinu.



2

Obleč ma! (Stylingová hra)

ČAS

45–60 minút

CIEĽ

Cieľom tejto hry je rozvíjať u účastníkov chápanie vlastností a kvalít použitých odevov a toho, ako môže byť transformované pomocou kreatívneho stylingu.

POPIS

V tejto aktivite účastníci skúšajú tri rôzne spôsoby stylingu a taktiež vytvárajú nové outfity z použitých košiel: Štýl 1 zahŕňa prácu s jednou second-hand košeľou, Štýl 2 s dvomi a Štýl 3 s tromi. Účastníci pracujú v malých skupinách a po každom stylingu ukazujú celej skupine outfity, ktoré vytvorili.

TÉMA

Second-hand oblečenie

POMÔCKY

použité pánske a dámske košele / blúzky (3 na skupinu), špendlíky, doplnky ako opasky alebo šály (voliteľné)

AKTIVITA

Účastníci pracujú v skupinách minimálne po dvoch, ideálne po 3–5 ľuďoch.

Každá skupina dostane 3 košele – pánske alebo dámske. Pokúste sa im poskytnúť dobrú kombináciu veľkostí (a taktiež dobrú kombináciu farieb alebo vzorov), aby každá skupina mala podobný mix.

Predtým ako začnete, požiadať ich, aby sa pozreli na svoje košele a odpovedali na nasledujúce otázky: Sú tieto košele len košele alebo majú aj nejakú inú funkciu?

Ako – ak vôbec – nosíte košeľu?

Každá skupina si vyberie jednu osobu, ktorá bude pôsobiť ako model/ka. Ostatní účastníci budú stylisti.

Účastníci si môžu vybrať z troch stylingových variánt, pričom každá z nich má tri kolá. Po každom kole môže "model/ka" vystúpiť dopredu, aby ukázal/a štýl svojej skupiny alebo sa napríklad rýchle poprechádzať po miestnosti, aby každý videl oblečenie, ktoré má na sebe. Modely/ky sa nemusia prezliekať ani vyzliekať z vlastného oblečenia, pretože sa styluje na ich oblečenie pomocou špendlíkov a spiniek, aby sa odev prispôbil ich telu. V každom kole by sa každý outfit mal líšiť od toho predchádzajúceho, ale skupiny sa môžu svojimi výtvormi navzájom inšpirovať. Košele môžu byť prevrátené naruby, obrátené, zastrčené, zviazané, atď. Sú tri štýly a každý z nich má tri kolá.

ŠTÝL JEDEN

Dajte každej skupine jednu košeľu a požiadať ich, aby urobili nasledujúce (maximálne 3 minuty na každé kolo):

- 1. kolo** – stylisti oblečú modela/ku do jednej košele. S najväčšou pravdepodobnosťou bude toto základný a spôsob nosenia tohto odevu.
- 2. kolo** – stylisti musia obliecť modela/ku do tej istej košele, ale inak ako v prvom kole.
- 3. kolo** – stylisti musia obliecť modela/ku do tej istej košele, ale inak ako v prvých dvoch kolách.

ŠTÝL DVA

Dajte každej skupine ešte jednu košeľu tak, aby teraz mala každá skupina dve košele. Požiadať ich, aby urobili nasledujúce (tentokrát maximálne 4 minuty na každé kolo):

- 1. kolo** – stylisti oblečú ich modela/ku do dvoch košiel.

2. kolo – stylisti oblečú ich modela/ku do dvoch košiel', ale inak ako v prvom kole.

3. kolo – stylisti oblečú ich modela/ku do dvoch košiel', ale inak ako v prvých dvoch kolách.

ŠTÝL TRI

Dajte každej skupine ešte jednu košeľu, takže teraz má každá skupina tri. V tomto kole musí byť aspoň jeden outfit nositeľný na ulici – to znamená, že všetky časti tela by mali byť zakryté a outfit by mal byť dokončený. Tentokrát by každé kolo malo trvať maximálne 5 minút.

1. kolo – stylisti oblečú modela/ku do všetkých troch košiel'.

2. kolo – stylisti oblečú modela/ku do všetkých troch košiel', ale inak ako v prvom kole.

3. kolo – stylisti oblečú modela/ku do všetkých troch košiel', ale inak ako v prvých dvoch kolách.

Po dokončení prediskutujte ako jedna skupina nasledujúce otázky:

Ktorý štýl bol najťažší? S jednou, dvomi alebo tromi košeľami? Prečo?

Napadlo vás niekedy, že existuje viac spôsobov, ako nosiť košeľu – ako sukňu, ako čelenku?

Inšpirovali ste sa teraz nosiť košeľu iným spôsobom?

Bolo by ťažké urobiť túto aktivitu s inými odevmi, napríklad s riflami alebo tričkom?

Majú odevy v našich skriniach slúžiť len účelu, pre ktorý sú určené alebo ich môžeme použiť v rôznych štýloch a ako iné odevy (povedzme nohavice ako bundu)?

Užili ste si svoju rolu – ako model/ka alebo stylistu/ka? Prečo?

METODICKÉ TIPY

- Zaistite na 100%, aby sa účastníci vo svojich skupinách cítili dobre, najmä osoba, ktorá bola pre túto aktivitu vybraná ako model/ka. Ak je to možné, nechajte účastníkov, aby si vytvorili vlastné skupiny, aby sa vyhli rozpakom alebo neprijemným emóciám.

- Sledujte skupiny a ich stylingovú prácu, aby ste zakaždým podporili nové nápady, ale bez narušenia ich kreatívneho toku.

- Puste si tichú hudbu a keď začne "módna prehliadka", zvýšte jej hlasitosť.

- V prípade potreby znížte počet kôl podľa času alebo okolností. Štýl 1 môžete urobiť v troch kolách, Štýl 2 v dvoch kolách a Štýl 3 v jednom kole – pričom konečný vybraný outfit by mal byť najpôsobivejší a najlepší z celej aktivity.



Módna mapa (Vonkajšia aktivita)

ČAS

2–4 hodiny

CIEĽ

Cieľom tejto hry je, aby účastníci objavovali módu v svojom okolí hľadaním miestnych módnych príbehov. Vytváraním módnej mapy rozvíjajú svoje komunikačné, tímové a orientačné schopnosti.

POPIS

Účastníci vytvoria skupiny, aby našli a zmapovali "módne miesta" – miesta spojené s lokálnou módnou scénou – vo svojej oblasti podľa mapy a pokynov, ktoré dostanú. Na každom módnom mieste o ňom získavajú od miestnych obyvateľov, a taktiež pomocou internetu, čo najviac informácií, ktoré vyznačia na svojej módnej mape. Na konci tejto aktivity prezentujú svoje poznatky v príbehu alebo prezentácií celej skupine.

TÉMY

Objavovanie histórie
Vytváranie príbehov
Módne miesta

POMÔCKY

mapa oblasti, kde sa bude pátrať, prístup k mobilným telefónom s prístupom k internetu (dá sa urobiť aj bez toho)

PRÍPRAVA NA AKTIVITU

Organizátor vytvorí zoznam zaujímavých módnych miest danej lokality v pešej vzdialenosti od miesta hry. Tieto môžu byť v centre mesta, módnej štvrti, susedstve alebo komunite.

Tieto módne miesta by mali súvisieť s módou a mali by byť viac ako len obchody.

Môžu zahŕňať napríklad:

- remeselné dielne
- nezávislé módne značky
- dizajnérske štúdiá
- módne alebo kultúrne múzeá
- galérie umenia
- módne školy alebo vzdelávacie inštitúcie
- odevné výrobné miesta
- neziskové organizácie, ktorých aktivity súvisia s módnym priemyslom

Tento zoznam tiež môže zahŕňať organizácie, ktorých aktivity súvisia s udržateľnosťou alebo cirkularitou – čokoľvek, čo by mohlo pomôcť preskúmať tému módy v praxi. Ideálne by tento list mal zahŕňať miesta súvisiace s rôznymi oblasťami módy a módneho priemyslu – remeslo, výroba, dizajn, história, inovácie.

Každé bodové miesto by malo mať zaujímavý príbeh súvisiaci s módou. Organizátor teda skúma príbeh pre každý z týchto bodov, ktorý je založený na relevantných a overených informáciách, napr. múzeum s expozíciou o móde, história

budovy, ktorá bola kedysi odevná továreň a príbeh remeselnej dielne.

Organizátor potom pridá tieto body do mapy a vytvorí trasu, ktorá ich spája pre hru, ktorú potom ich účastníci hrajú. Účastníci túto trasu objavujú pomocou obrázkov, ktoré ukazujú hľadané body (tie budú zobrazené neskôr).

Organizátor bude musieť tieto obrázky nafotiť sám – priamo na mieste – a nemal by používať obrázky stiahnuté z internetu. Každý obrázok by mal znázorňovať časť módneho bodu, ale iba jeho časť (napríklad jedno písmeno z nápisu budovy, konkrétny ornament na budove, sochu, nápis na chodníku,...). Každý obrázok bude musieť obsahovať práve toľko, aby účastníci spoznali módny bod, keď tam budú osobne.

AKTIVITA

Predtým, ako vysvetlíte úlohu, v rámci skupinovej aktivity požiadajte účastníkov, aby zdieľali a diskutovali o svojich nápadoch o tom, čo môže byť "módny príbeh".

- Je to príbeh súvisiaci s návrhárom, so značkou, s módnym biznisom?
- Je to príbeh o remeselnej zručnosti, ktorá stojí za odevom?
- Je to príbeh ľudí, ktorí vyrábajú naše oblečenie a tým aj samotný módny príbeh?
- Je to príbeh, ktorý je v súčasnosti, v minulosti a/alebo v budúcnosti?
- Je to niečo iné?

Podme si teda zahrať hru:

1. Dohodnite sa na aplikácii, ktorú bude využívať celá skupina na komunikáciu.
2. Rozdeľte skupinu na menšie skupiny a každú skupinu pomenujte alebo očísľujte.

Stačí, ak jeden účastník v skupine má aplikáciu, nie všetci ju potrebujú. Komunikácia bude prebiehať cez telefón tohto účastníka.

3. Dajte každej skupine 2-3 fotky s vyznačenými miestami, ktoré budú hľadať - vytlačené alebo ich pošlite cez aplikáciu do skupinového chatu, aby k nim mali všetci prístup.
4. Poskytnite hráčom nasledujúcu úlohu:
 - Vyhľadajte "módne miesta" na obrázkoch a odfot'te ich alebo nahrajte video (môže byť aj selfie), keď ich nájdete.
 - Pokúste sa nájsť a napísať príbeh každého módného miesta. Ten by mal popisovať základný príbeh miesta, ale doporučujeme vám preskúmať miesta viac do hĺbky, osloviť ľudí v okolí a opýtať sa ich na ich znalosti o danom mieste alebo vyhľadať informácie online.
 - Vytvorte prezentáciu / video alebo audio nahrávku / vystúpenie / pieseň z príbehov, ktoré ste našli o vašich módných miestach. Na konci prezentujte váš výstup celej skupine

a diskutujte o všetkých súvislostiach, ktoré vidíte medzi módnymi miestami, o ktorých ľudia hovoria.

5. Pošlite účastníkov von. Čas potrebný pre túto aktivitu bude závisieť od veľkosti oblasti, veku účastníkov a dostupnom čase. Upravte si ho podľa potreby.
6. Komunikujte s účastníkmi prostredníctvom aplikácie o ich mieste pobytu, čase, ktorý potrebujú, o ich prograse pri plnení úloh alebo o čomkoľvek, s čím by mohli potrebovať pomoc.
7. V dohodnutý čas sa všetky skupiny vrátia a prezentujú svoje príbehy o módných miestach, ktoré našli.

Nasledujúce podporné otázky môžu pomôcť účastníkom zostaviť ich príbehy (sú to iba návrhy, môžu vytvárať vlastné príbehy podľa seba):

- Ako je/bolo toto miesto spojené s módou?
- Čo ste našli o tomto mieste na internete?
- Aký príbeh vám rozprávali

miestni ľudia? Kto vám povedal tento príbeh - boli to nejakí miestni ľudia, ktorí spomínali na časy predtým, než toto módné miesto bolo módnym?

- Ako toto miesto vzniklo, ako to začalo?
- Aké sú hlavné udalosti alebo aktivity tohto miesta v týchto dňoch?
- Spojili ste sa s ľuďmi, ktorí na tomto mieste pracujú alebo vystupujú?

METODICKÉ TIPY

- Uistite sa, že sú skupiny pomiešané a vzájomne sa cítia dobre.
- Vždy zohľadnite vek účastníkov, schopnosti a úroveň vzdelania. Keďže budú pracovať vonku, niektorí členovia skupiny by mali mať dobré orientačné schopnosti.
- Nechajte ich urobiť prezentáciu po svojom. Môže to byť formou vystúpenia, naratívneho rozprávania, reels na sociálnych sieťach atď.

4

Cesta nášho oblečenia

ČAS

60 min

CIEĽ

Cieľom tejto aktivity je, aby si účastníci uvedomili súvislosti, ktoré naše oblečenie vytvára so životmi ľudí vo svete, aby pochopili, akou cestou sa naše oblečenie dostalo do obchodu, kde bolo predané, a kde zvyčajne končí, keď sa ho chceme zbaviť.

POPIS

Táto úloha zahŕňa skupinovú prácu s mapou sveta a kartami popisujúcimi fázy životného cyklu bieleho trička.

Účastníkom sa doporučuje, aby si cestu tohto trička vizualizovali umiestnením týchto kariet na mapu sveta. Táto aktivita im pomáha kriticky premýšľať o dodávateľských reťazcoch v módnom priemysle a tiež o životnom cykle ich oblečenia.

TÉMY

Životný cyklus módného produktu
Dodávateľské reťazce v módnom priemysle

POMÔCKY

Slepá mapa sveta
Karty popisujúce životný cyklus módného produktu – trička

AKTIVITA

Pre začiatok prečítajte účastníkom nasledujúci text:

Naše oblečenie je vyrobené z rôznych materiálov, častí a komponentov. Predtým ako sa z týchto materiálov stane odev, precestujú tisícky kilometrov a potom, ako je vyrobený, pokračujú na ceste ďalej, aby boli predané na pulloch obchodov po celom svete. Naše oblečenie cestuje nadmieru z viacerých dôvodov. Jedným z nich je využívanie lacnej pracovnej

sily v krajinách tretieho sveta. Ďalším je obmedzená možnosť pestovania bavlny či iných rastlinných surovín na výrobu vlákien vo všetkých klimatických podmienkach. Ďalším dôvodom je rozmiestnenie odborných zručností a technológií – napr. pre vyšívanie, tkanie a farbenie – v rôznych častiach sveta.

Potom im položte nasledujúce otázky:

Pozeráte sa niekedy na štítky oblečenia, aby ste zistili, kde bolo vaše oblečenie vyrobené?

Myslíte si, že všetka práca, ktorá bola vykonaná na vašom oblečení, sa uskutočnila iba v krajine "vyrobené v", ktorá je uvedená na štítku?

Máte predstavu o tom, ako vyzerá životný cyklus vášho oblečenia?

Následne rozdeľte účastníkov do skupín po 3–5 a každej skupine dajte párny počet kariet a jednu slepú mapu sveta. Požiadajte účastníkov,

aby umiestnili karty na slepú mapu podľa toho, kde si myslia, že sa nachádzajú jednotlivé fázy životného cyklu. Potom ich požiadajte, aby navrhli, v ktorej fáze životného cyklu sa karty nachádzajú a ako by teda mohol vyzerat' celkový životný cyklus vybraného kusu oblečenia. Po 10–15 minútach diskusie požiadajte každú skupinu, aby predstavila svoje návrhy a začnite väčšiu diskusiu o poradí a umiestneniu každej fázy životného cyklu tohto trička.



Dizajn

Tím dizajnérov v Európe pracujúci pre značku, ktorá predáva tričká, vytvárajú niekoľko kolekcii ročne. Pre jednu z nich navrhli toto biele bavlnené tričko, ktoré následne zadali do výroby v oblasti Savar v Bangladéši.

Primárna surovina

Bavlna je prírodné vlákno získané z bavlníkových rastlín. Bavlna v našom tričku bola vypestovaná na poli v štáte Talengam v strednej Indii.

Výroba vlákna

Surovú bavlnu zozbieranú v Talengan v Indii kúpila továreň na výrobu bavlnenej priadze – známa ako mlyn – v štáte Tamil Nadu vzdialenom asi 800 km. Tento mlyn z neho vyrába bavlnenú priadzu béžovej farby.

Tkanie textílií

Táto bavlnená priadza bola neskôr predaná do tkáčovne v oblasti Gazipur v Bangladéši, vzdialenej asi 2000 km. Tam ju pretvorili na látku zvanú popelín, ktorá je vhodná na výrobu obyčajných tričiek.

Strihanie strihov, šitie a dokončovanie odevov

Táto žiarivo biela popelínová látka bola následne prevezená asi 200 km do oblasti Savar v Bangladéši na výrobu tričiek.

Región sa stal neslávne známym 24. apríla 2013, keď pri páde zanedbaného a nedostatočne riadeného komplexu odevných závodov Rana Plaza zahynulo 1 138 robotníkov. Výroba nášho bieleho trička zahŕňala niekoľko fáz, ktoré prebiehali v rôznych častiach továrne v Savare. V prvej fáze boli jeho telo, krk, vrecká a rukávy vyrezané z obrovských plátov bavlneného popelínu. Tie sa následne zošili na výrobu trička v samostatných dielňach, kde bol každý pracovník zodpovedný za ušitie rovnakého švu – napr. spojenie krku s telom – niekoľko tisíckrát denne počas pracovnej zmeny, ktorá často trvala 12 hodín denne, 7 dní v týždni.

Farbenie a bielenie

Táto popelínová látka bola prevezená do továrne na farbenie a bielenie textílií asi 50 km odtiaľto v centre Dháky, najväčšej metropolitnej a priemyselnej oblasti Bangladéša s približne 22 miliónmi obyvateľov. Tu bola jej béžová farba vybielená na žiarivo bielu. Tento proces zahŕňal použitie toxických chemikálií, ktoré boli neskôr vypustené do rieky Dhaleshwari, ktorá je známa rýchlou stratou biodiverzity v dôsledku chemického znečistenia z továrenských farbív a bielidiel.

Balenie a preprava

Naše hotové biele tričko bolo zabalené do kontajnerov spolu so stovkami tisíc identických tričiek a odvezené na kamióne do indického prístavného mesta Kalkata vzdialeného 350 km. Tam bol kontajner naložený, rovnako ako tisíce iných, na medzinárodnú nákladnú loď, ktorej plavba pôvodne začala v Pekingu, pripravená na plavbu do talianskeho prístavu Terst.

Doprava

Tričko absolvovalo mesačnú cestu na tejto nákladnej lodi, ktorá sa pohybovala okolo 6 600 nm (cca 12 200 km) a spotrebovala tisíce litrov palivového oleja. Po príchode do Terstu prepravná spoločnosť vyloží z lode jeho kontajner a umiestni ho na nákladné auto.

(vzdialenosť bola vypočítaná na ports.com)

Distribučné centrum

Kontajner s tričkom bol následne odvezený z Terstu do distribučného centra značky v nemeckej spolkovej krajine Hesensko, vzdialeného asi 950 km. Nemecko je európskou krajinou, ktorá dováža najviac textilných výrobkov vyrobených v Bangladéši. Z distribučného centra v Hesensku môžu byť odevy značky doručené do obchodov nielen po celom Nemecku, ale aj v Dánsku, krajinách Beneluxu, Francúzsku a Rakúsku. Naše tričko bolo zaslané do Viedne v Rakúsku, kde naša značka tričiek vlastní 3 obchody. Tu bolo naše tričko niekoľko týždňov uskladnené v jednom zo skladov značky v blízkosti Viedne, a to aj po začatí predaja novej kolekcie, ktorej súčasťou malo byť.

Predaj

Takmer na konci sezóny bolo naše tričko doručené do jednej viedenskej predajne na predaj ako zľavnený tovar a jeho cena klesla z pôvodných 29 EUR na 9 EUR. Neskôr bolo zakúpené za túto zľavnenú cenu. Značka aj tak profitovala z predaja, pretože výrobné, dopravné a maloobchodné náklady na toto tričko boli len 5 EUR.

Kontajner na textilný odpad

Niekoľko blokov od vášho bydliska vo Viedni (Rakúsko) sa nachádza kontajner na zber textilného odpadu. Zelená farba kontajnera a štýlová značka vás primäli k tomu, že zberná spoločnosť daruje vaše staré biele tričko niekomu, kto ho potreboval. V dobrej viere ste ju hodili do kontajnera spolu s iným oblečením, ktoré ste už nechceli.

Spotrebiteľ (ja)

Kúpili ste toto tričko v zľave v obchode vo Viedni za 9 EUR. Párkrát ste ho mali na sebe, avšak aj napriek tomu, že ste ho prali pri odporúčanej teplote 40°C, po pár praniach sa švy pretočili. Po dvoch rokoch skladovania nenoseného trička v šatníku ste si uvedomili, že už nevyzerá dobre a rozhodli ste sa ho zbaviť.

Triediaca stanica

Vaše tričko a ostatné nechcené oblečenie bolo z tohto kontajnera odvezené do triediacej stanice v priemyselnej zóne na okraji Viedne, kde bolo klasifikované – ako 10% recyklovaného oblečenia – ako vhodné na ďalší predaj v odevných second-hand obchodoch v Európe.

Second hand predajca

Predavačka vyvesila vaše tričko vo výklade. Bolo ocenené na základe jeho kvality a značky uvedenej na etikete. Second-hand obchod je súčasťou väčšieho reťazca obchodov so second-hand oblečením naprieč viacerými európskymi krajinami. Po niekoľkých týždňoch ho nikto nekúpil, a tak tričko bolo zabalené a naložené na kamión, aby sa predalo v predajni reťazca v Bratislave (Slovensko).

(založené na Oxfam, 2015)

Skládka

Bohužiaľ, nikto nemal záujem o kúpu vášho trička v žiadnom z týchto obchodov. Reťazec ho potom spolu s množstvom ďalšieho nepredaného second-hand tovaru predal obchodníkovi s použitým textilom, ktorý ho poslal na obrovskej kontajnerovej lodi, ktorá zastavovala v rôznych afrických prístavných mestách. Tvoje tričko skončilo v stánku na trhu v meste Nairobi (Keňa). Je to pouličný trh podobný tým v Európe, kde sa použité oblečenie predáva ako second-hand oblečenie. Ale ani tu si nikto nechcel kúpiť vaše tričko, takže bolo zabalené do čiernej plastovej tašky a odvezené na mestskú skládku tuhého odpadu Dandora, jednu z najväčších skládok v Afrike s rozlohou 12 hektárov. Taška tam bola hodená s nespočetnými ďalšími a tu zostáva vaše tričko.

Po skončení tejto aktivity sa opýtajte účastníkov, aby reflektovali to, čo sa naučili. Začnite diskusia položením nasledujúcich otázok:

Ako ste sa cítili, keď ste videli aká dlhá môže byť cesta jedného kusu oblečenia?

Myslíte si, že je nevyhnutné, aby vaše obľúbené oblečenie precestovalo oveľa viac ako vy sami? Je cesta oblečenia vysledovateľná?

Čo si myslíte, že je správne a čo nesprávne pri súčasnej výrobe oblečenia pre fast fashion?

Koľko ľudí podľa vás pracuje pri výrobe, preprave a predaji jedného kusu oblečenia?

Čo si myslíte, že by sa malo zmeniť a ako? Ako môžete ovplyvniť životný cyklus vášho oblečenia, vrátane toho, kde skončí, keď ho už nepotrebujete?

METODICKÉ TIPY

- Edukátori budú mať k dispozícii zoznam s kartami v správnom poradí, do ktorého môžu účastníci po skončení aktivity nahliadnuť:

Dizajn

Primárna surovina

Výroba vlákna

Tkanie textílií

Farbenie a bielenie

Tvorba strihov, šitie a dokončovanie odevov

Balenie a preprava

Doprava

Distribučné centrum

Predaj

Spotrebiteľ (ja)

Kontajner textilného odpadu

Triediaca stanica

Second hand predajca

Skládka

Ak chcú účastníci preskúmať tému transparentnosti v módnych dodávateľských reťazcoch, môžu byť nasmerovaní na webstránku [Fashion Revolution](#).

ONLINE TIPY

Namiesto použitia fyzickej kópii slepej mapy a kariet sa táto aktivita môže uskutočniť online. Účastníci s prístupom k počítaču a internetu môžu využiť online platformy ako Whiteboard, Mural alebo Miro na vykonanie tejto úlohy.

ZDROJE

- + Slepá mapa sveta
- + Karty (životný cyklus odevu)

Vzorová mapa



5

Všetci by sme mali byť aktivisti

ČAS

40 min

CIEĽ

Cieľom tejto aktivity je rozvíjať porozumenie tomu, ako aktivistické organizácie a kampane pozitívne ovplyvňujú módnny priemysel a na aké konkrétne problémy sa zameriavajú, aby motivovali ľudí k tomu, aby sa do týchto kampaní zapojili.

POPIS

Účastníci majú za úlohu vyhľadať na internete informácie o neziskových organizáciách alebo kampaniach, ktoré sa zameriavajú na negatívne vplyvy módného priemyslu. Majú za úlohu zhromažďovať informácie o tom, z čoho sa skladá práca alebo obsah týchto organizácií a kampaní a akými spôsobmi vyzývajú ľudí k tomu, aby sa zapojili do ich aktivít.

Na základe súboru pripravených otázok sú požiadaní, aby prezentovali spôsoby, ktorými tieto organizácie a kampane identifikujú a pokúšajú sa riešiť problémy módného priemyslu.

TÉMY

Aktivizmus

POMÔCKY

počítač/ notebook/
smartfón/ tablet s
prístupom k internetu
tabuľa alebo flipchart a
krieda alebo perá

AKTIVITA

Rozdeľte účastníkov do skupín po 2 až 5 ľudí. Nechajte ich odpovedať na nasledujúce otázky a, ak chcú, môžu napísať odpovede na tabuľu alebo flipchart:

Počuli ste o nejakých negatívnych vplyvoch módného priemyslu na životné prostredie alebo ľudí?

Kto vo svete môže podľa vás napadnúť tieto vplyvy a urobiť pozitívnu zmenu?

Kto sú to? Inšpiratívni jedinci (influenceri)? Obyčajní jedinci – každý z nás? Skupiny ľudí, ktorí pracujú spoločne na kampaniach alebo v organizáciách? Vlády? Firmy? Atd'.

Viete o nejakých organizáciách alebo kampaniach, ktoré sa snažia zviditeľniť negatívne vplyvy módného priemyslu? Ako sa to snažia robiť?

Príklad organizácie, ktorá zviditeľňuje negatívne vplyvy módného priemyslu:

Fashion Revolution

Fashion Revolution vznikla ako reakcia na zrútenie komplexu odevnej továrne Rana Plaza v meste Dháka v Bangladéši dňa 24. apríla 2013, kde zahynulo 1138 prevažne ženských robotníčok pod troskami zanedbanej a nestabilnej budovy. Cieľom tohto globálneho hnutia je transformovať módnny priemysel prostredníctvom transparentnosti. Od svojich počiatkov Fashion Revolution mobilizuje verejnosť k účasti na akciách #WhoMadeMyClothes po celom svete, osobne a na sociálnych sieťach.

Vďaka Fashion Revolution Weeku, organizovanému každý rok v apríli, novinári a influenceri neustále volajú po systematických zmenách v módnom priemysle. Fashion Revolution je tiež známa svojím každoročným Fashion Transparency Indexom, ktorý hodnotí transparentnosť najväčších svetových módných značiek. Organizácia tiež prispieva k zlepšeniu pracovných podmienok prostredníctvom kampane Good

Clothes, Fair Pay.

Následne po dobu 10 minút požiadajte členov každej skupiny, aby pomocou svojich smartfónov/ notebookov/ tabletov našli organizácie a kampane, ktoré poukazujú na päť rôznych negatívnych vplyvov módného priemyslu. Každý člen by sa môže zamerať na jednu z nasledujúcich vecí:

1) Organizácia/kampaň zameraná na ľudské práva odevných pracovníkov.

2) Organizácia/kampaň bojujúca za minimálne alebo dôstojné mzdy pre odevných pracovníkov.

3) Organizácia/kampaň, ktorá sa snaží riešiť otázky práv zvierat, ktoré súvisia s výrobou odevov a obuvi (napr. výroba kožušín a kože atd'.).

4) Organizácia/kampaň vyzývajúca k vplyvom módného priemyslu na životné prostredie.

5) Organizácia/kampaň, ktorá povzbudzuje spotrebiteľov, aby podnikli kroky s cieľom vytvoriť pozitívne riešenie problémov spôsobených módnym priemyslom.

Potom požiadajte účastníkov, aby stručne prezentovali svoje poznatky svojim kolegom (slovne a/ alebo pomocou tabule) a potom im položte nasledujúce otázky:

• Viete vysvetliť rozdiel medzi organizáciou a kampaňou?

• Aké organizácie a aké kampane ste našli?

• Ako náročné bolo pre vás nájsť organizácie na každú tému?

• Pôsobí niektorá z týchto organizácií vo vašom okolí (mesto, štát)? Kde sú ich najbližšie kancelárie?

- Aké výsledky tieto organizácie zatiaľ dosiahli?

- Do ktorej organizácie by ste sa pridali ako dobrovoľník alebo ambasádor? Čo by vás k tomu motivovalo?

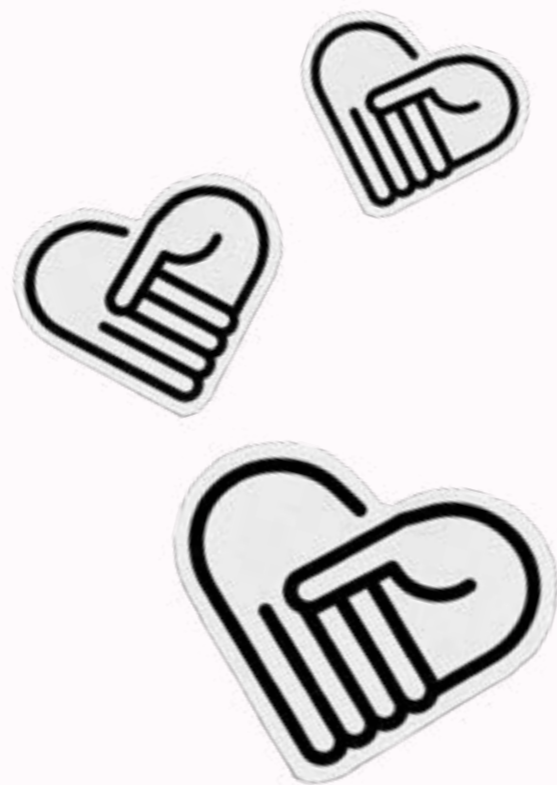
- Ktoré aktivity vás najviac zaujali? Prečo? Zdieľajú vaše hodnoty? Zaujímali ste sa o tieto problémy aj pred aktivitou?

METODICKÉ TIPY

- Ak majú účastníci problém nájsť miestne organizácie, môžu hľadať globálne, ktoré majú pobočky v ich krajine. Navrhnite im, aby vyhľadali organizácie a kampane aj v angličtine, a ak o to požiadajú, pomôžte im s po jazykovej stránke.

ONLINE TIPY

V online verzii účastníci využívajú k zdieľaniu informácií o organizáciách alebo kampaniach platformy ako Whiteboard, Mural alebo Miro namiesto tabule.



6

V móde a overené

ČAS
50 min

CIEĽ
Cieľom tejto aktivity je rozvíjať schopnosť rozpoznať známky greenwashingu v marketingu módnych značiek a získať schopnosť identifikovať a overiť informácie, ktoré značky poskytujú.

POPIS
Účastníci dostanú 4 príklady udržateľnej módnej reklamy a diskutujú o ich cieľoch, poslaníach, dôveryhodnosti a vplyvu na životné prostredie a ľudí. Následne sa snažia zistiť, ktoré kampane sú sociálne a environmentálne zodpovedné a naopak, ktoré využívajú techniky greenwashingu. Hlavným

zámerom je povzbudiť účastníkov ku kritickému uvažovaniu nad súčasnými zelenými/ udržateľnými kampaniami módnych spoločností, ktoré sú na nich zamerané.

TÉMY
Udržateľná módna reklama
Greenwashing
Overovanie

POMÔCKY
Karty s reklamou na udržateľnú módu
Smartfón alebo notebook s prístupom na internet
Pero a papier

AKTIVITA

Rozdeľte účastníkov do skupín po 3-5 členoch a požiadajte ich, aby napísali svoje odpovede na nasledujúce otázky:

Sledujete módne reklamné kampane?

Aká máte na ne názor?
Nachádzate veľa módnych reklám vo vašich sociálnych sieťach?

Pamätáte si niektoré z nich?

Ako obvykle reagujete na módne reklamy?

Narazili ste niekedy na "zelené" alebo "udržateľné" módne reklamy?

Myslíte si, že ich "zelené" a "udržateľné" tvrdenia sú dôveryhodné? Dajú sa tieto tvrdenia overiť? Ako?

Prečo si myslíte, že spoločnosti majú záujem prezentovať sa ako udržateľné?



Myslíte si, že existujú spoločnosti, ktoré sú naozaj udržateľné? Viete niektoré vymenovať? Viete vysvetliť, čo si myslíte, že je na nich udržateľné?

Stretli ste sa s pojmom "greenwashing"? Čo si myslíte, že to znamená?

Následne dajte každej skupine kartu s definíciou "greenwashingu". Najdete ju na konci tejto aktivity.

Každej skupine dajte kartu s podrobnosťami o zelenej alebo udržateľnej módnej kampani. Požiadajte členov skupiny, aby strávili 10 minút hľadaním na internete (na webových stránkach značiek, čítaním článkov zo spoľahlivých zdrojov atď.) a potom diskutovali o dôveryhodnosti ich kampane. Požiadajte ich, aby si svoje poznatky zapísali.

Nasledujúce otázky im môžu pomôcť kriticky premýšľať o kampani, ktorú dostali

Sú tvrdenia kampane o prínosoch pre životné prostredie potvrdené faktami?

Používa značka výrazy ako "eko", "zelený" alebo "prírodný" s presnými definíciami alebo bez nich?

O aké certifikáty sa značka opiera, aby dokázala, že je ekologická alebo udržateľná? Sú dohľadateľné a dôveryhodné?

Ako sa značka prezentuje na sociálnych sieťach?

Aký je tón alebo hlas ich kampane? (pridajte pár významov, čo to znamená)

Aká je povest' značky dnes a aká bola v minulosti?

Je značka známa spravodlivým zachádzaním s ľuďmi, ktoré pracujú v ich dodávateľských reťazcoch?

Má značka minulosť s nečestným zaobchádzaním so svojimi odevnými pracovníkmi?

Je značka transparentná? Zverejňuje informácie o výrobe svojich odevov, odevných pracovníkoch alebo oceňovaní?

Dokážete identifikovať informácie, ktoré nezverejňujú (napr. sú transparentní len ohľadom niektorých častí svojich dodávateľských reťazcov, alebo vôbec)?

Ako je vám jasné, že je značka skutočne environmentálne zodpovedná?

Následne požiadajte každú skupinu, aby spísala svoje poznatky a nápady o reklamnej kampani svojej značky (približne 30 minút) na list papiera.

Potom požiadajte každú skupinu, aby odprezentovala to, čo našla. Po prezentáciách

začnite širšiu diskusiu použitím nasledujúcich otázok:

Čo majú kampane spoločné a v čom sa líšia?

Bolo možné nájsť fakty potvrdzujúce autenticitu zelenej / udržateľnej módnjej kampane vašej značky?

Ako viete overiť zelené alebo udržateľné tvrdenia značky?

Kde sa môžete dozvedieť viac o greenwashingu?

Pokúsite sa pri budúcich nákupných rozhodnutiach overiť si tvrdenia o zelenej alebo udržateľnej móde?

Požiadajte účastníkov, aby zhodnotili, čo zistili a diskutovali o svojich názoroch na zelené, udržateľné a greenwashingové módnje kampane, ktoré poznajú. Toto je priestor pre otvorenú diskusiu.

Nakoniec nezabudnite zdôrazniť, že nie je potrebné cítiť sa previnilo za to, že v minulosti podporovali greenwashingové kampane. Motivujte ich, aby sa pokúsili nájsť viac informácií o akomkoľvek módnom produkte, ktorý si v budúcnosti zakúpi. Povedzte im, že greenwashing sa všade, v každom odvetví, a tak je niekedy veľmi ťažké ho rozpoznať aj napriek našej snahe.

METODICKÉ TIPY

- Skupiny môžu zdieľať informácie, ktoré nájdú na tabuliach alebo online (viď nižšie).

- Ukážte im túto príručku, ako overiť online informácie.

- Odporučte im, aby hlbšie preskúmali konceptu transparentnosti v módnych dodávateľských reťazcoch tu.

ONLINE TIPY

V online verzii tejto aktivity môžu využiť účastníci online platformy Whiteboard, Mural alebo Miro k zdieľaniu informácií, ktoré našli o značkách a ich kampaniach

ZDROJE

1. Karta s definíciou greenwashingu
2. Karty s podrobnosťami o zelených alebo udržateľných módnych kampaniach



1. H&M Conscious

“S nami je veľmi jednoduché zistiť, kde bolo vaše oblečenie vyrobené.

Veríme, že transparentnosť je dôležitou súčasťou toho, aby sme sa stali udržateľnejšími. Zdieľanie znalostí o našom podnikaní a o tom, ako vyrábame naše oblečenie, vám ako zákazníkovi dáva väčšiu silu. Čím viac toho viete, tým informovanejšie rozhodnutia môžete urobiť. Chceme, aby ste mali istotu, že produkty, ktoré u nás nakupujete, sú vyrábané zodpovedne a udržateľne.

Keď kliknete na produkt H&M, môžete zistiť, z akých materiálov je produkt vyrobený, v ktorých krajinách bol vyrobený a s akými dodávateľmi a továrňami sme na jeho výrobe spolupracovali. Toto všetko, rovnako ako informácie o recyklácii oblečenia, nájdete v našej sekcii Pozadie produktu na stránke produktu. Jedinou výnimkou sú produkty vyrobené pred vyvinutím nášho sledovacieho systému.”
(preložené, H&M, online 2022)

Zdroj: https://www2.hm.com/en_asia/sustainability-at-hm/our-work/transparent.html



2 evoluSHEIN

“Sme odhodlaní budovať zodpovednejší módny ekosystém,” povedal Adam Whinston, globálny riaditeľ pre oblasť životného prostredia, sociálnych vecí a riadenia v spoločnosti SHEIN. “Spustenie evoluSHEIN je jedným z dôležitých krokov v našich tohtoročných záväzkoch udržateľnosti, ktoré sa dotýkajú každej z našich kľúčových oblastí – ochrana životného prostredia, podpora komunit a posilnenie podnikateľov. Pozývame všetkých našich partnerov a zákazníkov, aby sa k nám na tejto ceste pridali.”
(preložené, Shein, online 2021)

Zdroj: <https://www.sheingroup.com/shein-launches-evolushein-new-clothing-line/>



3.

Levi's – "Buy Better, Wear Longer"

"Vylepši, nakupuj rozumnejšie, nos dlhšie, ale menej, menej plytvaj a meň k dobru": to je mantra, na ktorej je založená kampaň "Nakupujte lepšie, noste dlhšie", ktorú v roku 2021 zahájila spoločnosť Levi's.

Protagonistami sú mladí ľudia, ktorí môžu inšpirovať mladšiu generáciu, ako sú Jaden Smith, Xive Bastida a Emma Chamberlain, hovorcovia značky, ktorá sa zaviazala vytvárať kvalitné odevy, ktoré vydržia a ktoré rešpektujú planétu v každej fáze výroby. "Džínsovina Levi's je určená na nosenie generáciami, nie na niekoľko sezón.

Touto kampaňou chceme povzbudiť spotrebiteľov, aby si viac uvedomovali svoj výber oblečenia," povedala Jennifer Sey, prezidentka značky. Kampaň taktiež zahŕňa záväzok spoločnosti Levi's prijať udržateľnejšiu výrobu, ktorá zahŕňa materiály a technológie šetrné k životnému prostrediu a významné úspory nepoužitej vody. Byť cool a rešpektovať spoločne, ale taktiež ako jednotlivci, prehodnotiť módný systém."

(preložené, Levi's, online 2021)

Zdroj: <https://www.theitalianreve.com/the-green-side-the-most-iconic-sustainable-fashion-campaigns/#:~:text=Levi's%20%E2%80%93%20%E2%80%9Cbuy%20better%20wear%20longer%20by%20Levi's%20is%20based>



4.

Trace Collective

"Značka Trace Collective sa zrodila, aby prehodnotila spôsob, akým módnym priemysel interaguje s prostredím. Veríme, že pokiaľ sa majú v dnešnom svete vyrábať nové odevy, musíme sa uistiť, že tieto kúsky nielen menej poškodzujú životné prostredie a miestne komunity, kde sa naše oblečenie vyrába – musia hrať rolu pri ich aktívnej náprave.

Preto pri výrobe našich kúskov pracujeme iba s úplne prírodnými, organickými materiálmi, ktoré majú regeneračné vlastnosti v ekosystémoch, kde rastú. Tieto vlastnosti hodnotíme v troch oblastiach: zvýšenie úrodnosti pôdy, zvýšenie biologickej rozmanitosti pôdy a zvýšenie miery sekvestrácie uhlíka z atmosféry."

(preložené, Trace Collective, online 2022)

Zdroj: <https://www.thetracecollective.com/regeneration>



Koľko?

ČAS

45 min

CIEĽ

Cieľom tejto aktivity je prehĺbenie chápania, koľko naše oblečenie naozaj stojí pomocou výpočtu ceny za jedno nosenie (Cost Per Wear).

POPIS

Účastníci vypočítajú cenu za nosenie (Cost Per Wear) svojich outfitov a následne si vyberú najlacnejší kúsok odevu (tj. najnižšie CPW). Ďalej mu napíšu milostný list (max ½ A4) – popisujú, kde bol vyrobený, z akého materiálu je vyrobený, kde ho kúpili, ako často ho nosia, či ho nosia, s čím ho nosia, čo sa im na ňom páči atď. Potom na svojich sociálnych sieťach zverejnia fotku tohto kusu oblečenia spolu s milostným listom.

TÉMY

Spotreba
Cena za nosenie (Cost Per Wear)

POMÔCKY

Pero a papier
Kalkulačka
Fotoaparát telefónu
Tlačiareň
Počítač

AKTIVITA

Počas tejto aktivity účastníci pracujú samostatne.

Opýtajte sa ich, či už počuli o cene za nosenie (Cost Per Wear) a potom im položte nasledujúce otázky:

Viete, kedy a kde ste si kúpili oblečenie, ktoré máte dnes na sebe?

Kde bolo vaše oblečenie vyrobené?

Koľko stálo?

Koľkokrát ste mali jednotlivé kúsky na sebe? Ako často ich nosíte?

Z akých materiálov sú vyrobené? Čo sa vám na týchto materiáloch páči? Ako pohodlné sú? Ako funkčné sú?

Aký máte vzťah ku každému odevu vo vašom outfite? Aké spomienky alebo významy obsahujú?

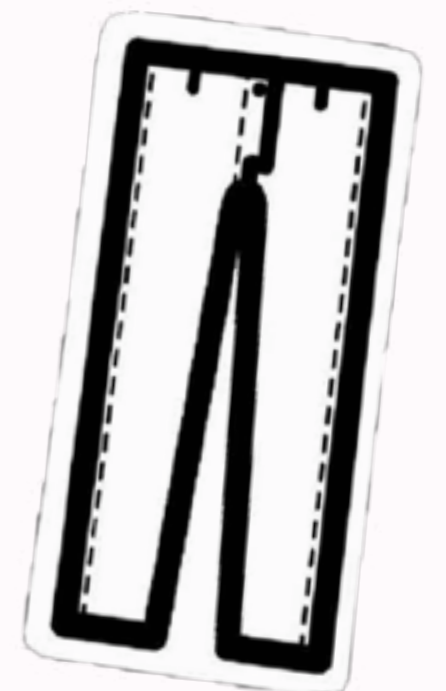
Ako často nakupujete oblečenie a koľko míňate?

Aký cenový strop pre vás platí pri nákupe oblečenia?

Dostávate peniaze na nákup oblečenia od svojich rodičov alebo ho platíte zo svojich zárobkov či úspor?

Cena za nosenie (CPW) je vzorec, ktorý hovorí, koľko stojí nosenie jedného kusu oblečenia na základe jeho nákupnej ceny a toho, koľkokrát ste ho mali na sebe. Čím viac niečo nosíte, tým nižšie sú náklady na jeho nosenie. Ak niečo nosíte len raz, CPW tohto odevu je jeho plná nákupná cena. Výpočet CPW môže znížiť impulzívne nákupy oblečenia, ktoré si možno oblečiete len raz alebo dvakrát.

Cena / počet nosení doposiaľ = Cena za nosenie (CPW)



$$\text{Cost per Wear} = \frac{\text{Cost of item}}{\text{Number of wears}}$$

Cut-priced trendy dress
worn once



Cost of item: 15 €

CPW 15

Dress from a local fashion
designer worn 12 times



Cost of item: 150 €

CPW 12,5

fashionrevolution.org

Význam CPW môžete demonštrovať pomocou nasledujúcich dvoch príkladov:

Príklad 1

Emily si kúpila vlnený kabát za 300 EUR, na ktorý si niekoľko mesiacov šetrila. Teraz nosí tento kabát 3 roky, počas časti jesene a celej zimy – 4 celé mesiace = cca. 120 dní za rok.

Po dobu troch rokov ho zatiaľ nosila 360 dní.

CPW

$$300 / 360 = 0,8333 \text{ EUR}$$

Tento kabát za 300 EUR stál 83 centov za jedno nosenie.



Príklad 2

Jane si kúpila fialové tričko v zľave za 4 EUR. Fialová bola farbou sezóny a Jane chcela mať kúsok s touto farbou vo svojom šatníku. Bol to impulzívny nákup. Už po pár praniach sa na ňom objavili malé kúsky žmolkov, takže ho prestala nosiť. Jane ho mala na sebe iba 4-krát a možno si ho už nikdy neobleče.

CPW

$$4 / 4 = 1 \text{ EUR}$$

Toto tričko za 4 EUR stojí 1 euro za nosenie.

Opýtajte sa účastníkov nasledujúce otázky a vyzvite ich, aby kriticky porovnali nákupy Emily a Jane:

Kedy je cena a CPW rovnaká? Čo môžete pred nákupom urobiť, aby CPW vašich kúskov bolo čo najnižšie?

Ďalej dajte účastníkom papier a ceruzky. Požiadajte ich, aby vytvorili zoznam všetkých odevov, ktoré majú v tej chvíli na sebe a vypočítali CPW pre každý kúsok.

Potom požiadajte každého účastníka, aby si vybral položku zo svojho zoznamu s najnižšou cenou za nosenie.

Požiadajte ich, aby tomuto kúsku odevu napísali milostný list (maximálne ½ A4) s odkazom na všetko, čo o ňom vedia, alebo na akúkoľvek zmysluplnú skúsenosť, ktorú s týmto odevom mali – kde bol vyrobený, z akých materiálov je vyrobený, ako odev vznikol, ako často ho nosia, ako sa cítia, keď ho nosia, čo sa im na ňom

páči, čo im to dáva, ako je funkčný alebo dekoratívny atď.

Ďalej ich požiadajte, aby vyfotili svoj odev a umiestnili ho s vytlačeným milostným listom na nástenku alebo ich spoločne s hashtagom #lovedclotheslast zverejnili na sociálnych sieťach.

Potom ich požiadajte, aby sa nad touto aktivitou zamysleli použitím nasledujúcich otázok:

Prekvapilo vás, ktoré vaše oblečenie malo najnižšie a najvyššie CPW?

Je kúsok s najnižším CPW tiež aj vašim obľúbeným kusom oblečenia?

Myslíte si, že môžete zmeniť CPW odevov vo vašom šatníku? Ako?

Aké to bolo napísať ľúbostný list vášmu vybranému odevu? Čo bolo ťažké a čo bolo ľahké? Ako to ovplyvnilo vaše myslenie?

METODICKÉ TIPY

- Ak má edukátor polaroidový fotoaparát, je možné počas aktivity snímať a vyvolávať fotky a ušetriť tak čas.

- Ak edukátori nechcú, aby ich účastníci písali milostné listy, môžu im navrhnúť, aby natočili minútové video o svojom vybranom odevu.

- Účastníci môže medzi sebou súťažiť o to, kto z nich urobil najekonomickejší nákup.

- Edukátori môžu navrhnúť účastníkom, aby svoje milostné listy pripli na nástenku.

- Edukátori môžu taktiež navrhnúť zostavenie týchto fotiek a milostných listov do časopisu, ktorý môžu použiť na propagáciu významu CPW svojim rovesníkom.

ONLINE TIPY

Účastníci môžu zverejniť fotky odevov a milostné listy na svojich sociálnych sieťach a, v prípade potreby, ako skupina zvolit' spoločný hashtag na označenie svojich príspevkov.

ZDROJE

Pre inšpiratívne módne milostné príbehy pozrite si toto video:

<https://youtu.be/SNMUDPngDLw>

alebo si prečítajte toto: https://fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2016/03/FashRev_LoveStory_18.pdf

Logo mánia

ČAS

1,5 hod

CIEĽ

Cieľom tejto aktivity je poskytnúť účastníkom praktické skúsenosti s ručnou prácou súvisiacou s textilom, aby pochopili princípy a hodnotu ručne vyrábaného oblečenia.

POPIS

Účastníci si navrhnu svoje vlastné logo na papier, ktoré sa následne pokúsia vyšit' na pripravený odev alebo kúsok textilu. Ako alternatívu môžu logo namaľovať.

TÉMY

Hodnota ľudskej práce

POMÔCKY

Vyšívacie rámy, nite a ihly

Nožnice

Papier a ceruzky

Vlastný kus oblečenia alebo iný textil

Farba na textil ako alternatíva

AKTIVITA

Táto činnosť by mala byť vedená edukátorom/ odborníkom, ktorý má skúsenosť s ručnou prácou s potrebnými pomôckami a rozumie bezpečnostným a zdravotným opatreniam. Túto aktivitu vykonávajú účastníci samostatne. Na začiatku im položte nasledujúce otázky:

Viete si predstaviť námahu a čas potrebný k vytvoreniu odevu, jeho časti, výšivky, textilu atď.?

Skúšali ste niekedy prišit' gombík? Opraviť dieru na látke? Máte nejaké skúsenosti s vyšívaním?

Ak je kus odevu poškodený (napr. ak sa roztrhne alebo je v ňom diera), čo s takým oblečením ďalej urobíte? Vyhodíte / opravíte si poškodenie sami / dáte odev na opravu niekomu inému?

Dajte každému účastníkovi kus papiera a požiadajte ich, aby do 15 minút nakreslili vlastný návrh loga. Fantázii sa medze nekladú, ale mali by ste zdôrazniť, že celá aktivita by mala trvať maximálne 1,5 hodín. Vyšitie zložitejšieho loga bude trvať dlhšie.

Ďalej požiadajte účastníkov, aby ukázali svoje logá a vysvetlili význam ich návrhu (ak chcú).

Potom ich požiadajte, aby zvážili, kam chcú umiestniť logo na svoj odev alebo textil. Povzbudte ich, aby boli kreatívni s ich umiestnením. Vysvetlite im, že toto je ich spôsob úpravy vlastného oblečenia. Výšivkou môžu odkomunikovať správu, ktorá na ňom ostane.

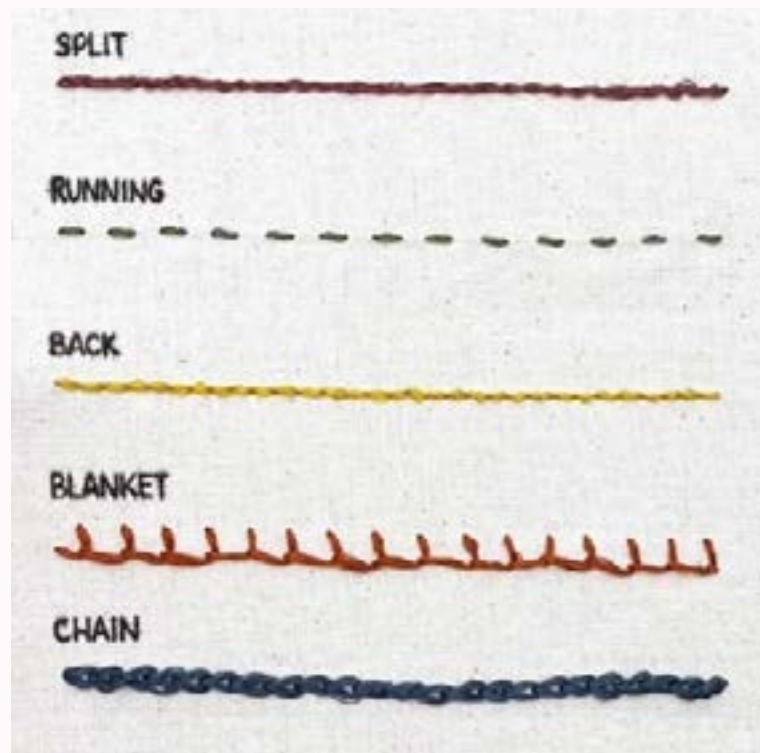
Ukážte im, ako vložiť kus oblečenia alebo textilu do vyšívacieho rámu a požiadajte ich, aby si fixkou alebo ceruzkou nakreslili na určené miesto na natiahnutú látku návrh svojho loga (max. 5x5 cm). Potom si môžu vybrať

nite a ihly, ktorými svoje logo vyšijú v časovom limite.

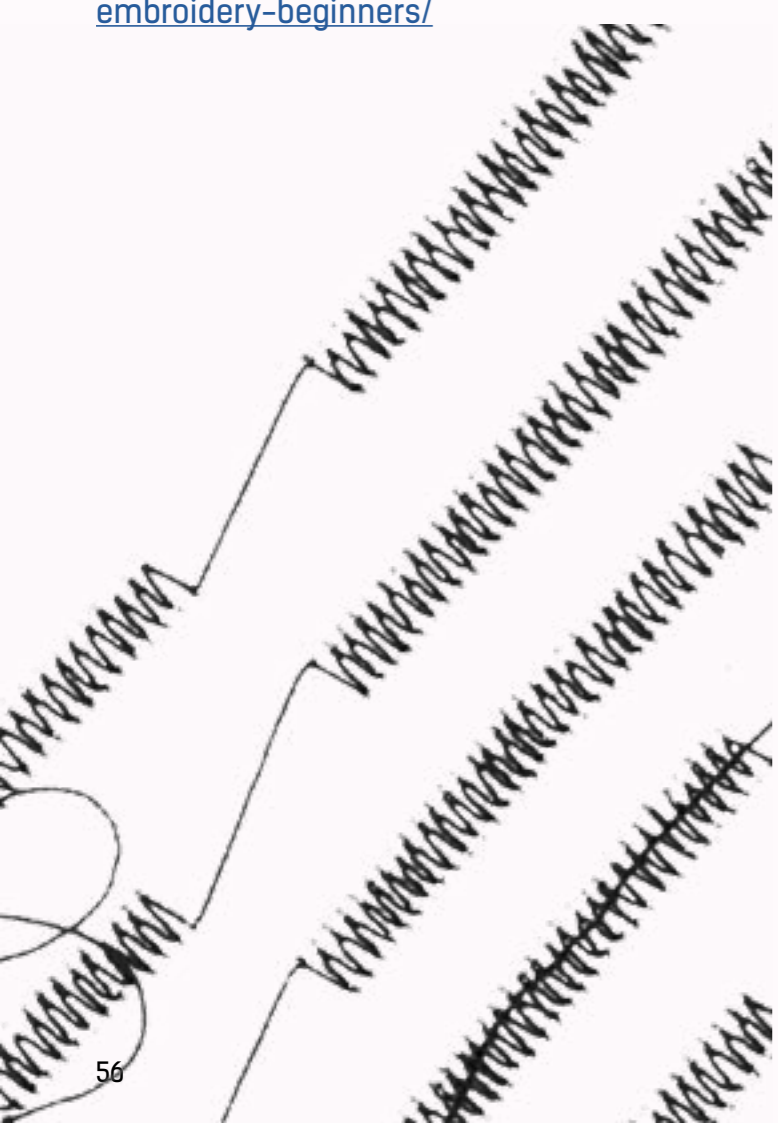
Zoznámte účastníkov s pravidlami bezpečného používania ostrých predmetov – ihly, nožnice atď.



Povedzte im, že môžu použiť nasledujúce stehy:



Zdroj: <https://www.hgtv.ca/easy-stitches-hand-embroidery-beginners/>



Po tom, ako dokončia vyšívanie svojich lôg, položte im nasledujúce otázky:

Aký je príbeh vášho loga? Čo to znamená?

Mali ste dostatok času na dokončenie vyšívania?

Ako by ste popísali výslednú kvalitu vašej práce? Ste spokojní so svojim vyšitým logom?

Čo ste mohli urobiť lepšie? Čo by ste povedali, že sa vám na vašom logu podarilo?

Čo ste si pri práci na tejto činnosti uvedomili? Čo ste sa naučili?

Myslíte si, že práca odevného pracovníka je náročná? (šičky, tkáči, vyšivačky, tlačiarne atď.)

Aké sú výzvy týchto profesií / remesiel?

Dokážete si predstaviť, že budete vyšívať napríklad 8 hodín denne bez prestávky, ako mnoho odevných a

textilných pracovníkov v krajinách tretieho sveta?

Dokážete si predstaviť, že by ste mali vlastnú značku oblečenia?

Ako by vypadalo oblečenie, ktoré by ste vytvorili?

METODICKÉ TIPY

- Edukátor bude ideálne poznať základné techniky vyšívania (stehy, práca s vyšívacím rámom).

- Snažte sa používať materiály a vlákna čo najzodpovednejšie. Použite priadze a nite, ktoré už doma máte alebo ktoré môžete získať od rodinných príslušníkov alebo priateľov.

- Požiadajte účastníkov, aby na svojich sociálnych sieťach zdieľali obrázky vyšíviek svojich lôg. Môžete taktiež vytvoriť spoločný hashtag súvisiaci s touto aktivitou.

- Namiesto výšivky môžete logá na odev alebo textil namaľovať. Pre mladších účastníkov to môže byť jednoduchšie.

ONLINE TIPY

Účastníci môžu navrhnúť logo na svojich počítačoch s pomocou softvéru, ktorý vedia použiť – Corel paint, Adobe Photoshop alebo Illustrator atď.

Taktiež môže byť užitočné využiť online tutoriály na vyšívanie, s ktorými sa môžete zoznámiť pred aktivitou.

Prostredníctvom online verzie aktivity môžete vyšívacie rámy, ihly a nite zasiať jednotlivým účastníkom na ich adresy.



9

Deti módneho výrobného reťazca

ČAS

45–60 minút

CIELE

Oceniť životnú skúsenosť detí zamestnancov módneho výrobného reťazca.

Oceniť, ako sú tieto životné skúsenosti a príležitosti prepojené s ich vlastnými

POPIS

Táto aktivita predstavuje príbehy o deťoch, ktorých rodičia pracujú v rámci módneho hodnotového reťazca po celom svete. Ide o role play aktivitu, v ktorej účastníci prežívajú a porovnávajú svoje životné skúsenosti a príležitosti so skúsenosťami postáv, ktoré hrajú.

Na konci tejto aktivity účastníci uvažujú o emóciách vyvolaných tým, že sa ocitli v koži iných ľudí a diskutujú o koncepte empatie.

TÉMY

Životy a životné štýly ľudí, ktorí žijú v rôznych častiach sveta

Miesta, kde dochádza k detskej práci v módnom výrobnom reťazci

POMÔCKY

Karty s vytlačenými príbehmi

AKTIVITA ČASŤ 1: KTO SI?

Vyzvite hráčov, aby si prečítali v tichosti svoje rolové karty. Vyzvite ich, aby sa vcítili do svojich rolí. Aby ste im pomohli, prečítajte im niektoré z otázok (dole). Po každej otázke urobte krátku odmlku, aby mali žiaci dost' času zamyslieť sa a vytvoriť si obraz samého seba a svojho života ako osoby uvedenej na rolovej karte*:

Aké bolo tvoje detstvo?

V akom dome si býval?

Aké hry sa hrávaš?

Akú prácu majú tvoji rodičia?

Aký je tvoj každodenný život?

Čo robievaš ráno, poobede a večer?

Aký máš životný štýl?

Čo robíš vo svojom voľnom čase?

Zarábaš? Ak áno, koľko?

Dostávaš vreckové?

Ako tráviš svoje prázdniny alebo dovolenku?

Z čoho sa tešíš?

Čoho sa bojíš?

*príbehy týchto detí boli spísané na základe podrobného online researchu a pre každý z nich sú poskytnuté ďalšie odporúčania na čítanie / sledovanie / počúvanie:

Príbeh Kizzy – [for more on Uganda's second-hand clothing trade listen here](#)

Príbeh Azad – [read more about child labour in Bangladesh here](#)

Príbeh Evy – podľa života na Slovensku

Príbeh Babara – [read more about garment workers' lives in Pakistan here](#)

Príbeh Radhakrishnan – [read more about cotton farmers' lives in India here](#)

Príbeh Davida – podľa života v Českej republike

Príbeh Jekateriny – [read more about Europe Floor Wage for garment workers here](#)

AKTIVITA ČASŤ 2: AKO MÔŽEŠ ŽIŤ SVOJ ŽIVOT?

Povedzte hráčom, aby sa postavili vedľa seba. Nasledujúce situácie a udalosti prečítajte nahlas tak, aby ich všetci počuli. Po každej z nich dajte hráčom čas na to, aby sa krátko zamysleli nad odpoveďou.

Ak ich odpoveď je ÁNO, urobia krok vpred. Požiadajte ich, aby neprezrádzali svoje identity. Neskôr sa môžu poobzerať okolo seba, aby videli, ako ďaleko sa dostali v porovnaní s ostatnými.

Nikdy si nemal žiadne finančné ťažkosti.

Máš pekné bývanie s telefónom a televízorom.

Máš pocit, že spoločnosť, v ktorej žiješ, akceptuje tvoj štýl, orientáciu, jazyk, náboženstvo a kultúru.

Máš pocit, že tvoj názor na spoločenské a politické otázky zavážia, že tvojej mienke sa venuje dostatočná pozornosť a je akceptovaná.

Ľudí okolo teba zaujíma tvoj názor na rozličné otázky.

Nemáš strach z polície.

Vieš, kam sa v prípade potreby obrátiť o radu alebo pomoc.

Nikdy si sa necítil diskriminovaný kvôli svojmu pôvodu.

Máš zabezpečenú zdravotnú starostlivosť.

Raz za rok môžeš odcestovať na dovolenku.

Môžeš si k sebe pozvať na večeru priateľov.

Máš zaujímavý život a na svoju budúcnosť sa pozeráš s optimizmom.

Máš pocit, že môžeš študovať a vykonávať zamestnanie podľa svojich predstáv.

Nemáš obavy z toho, že by si sa mohol stať obeťou obťažovania alebo napadnutia na ulici či v médiách.

Môžeš sa zúčastniť celoštátnych aj miestnych volieb.

Najdôležitejšie náboženské sviatky môžeš oslavovať so svojimi priateľmi a s rodinou.

Môžeš sa zúčastniť na medzinárodnom seminári v zahraničí.

Aspoň raz do týždňa môžeš ísť do kina alebo do divadla.

Neobávaš sa o budúcnosť svojich detí.

Aspoň raz za tri mesiace si môžeš kúpiť nové oblečenie.

Môžeš sa zamilovať do ktorejkoľvek osoby.

Máš pocit, že spoločnosť, v ktorej žiješ, oceňuje a uznáva tvoje schopnosti.

Máš prístup k internetu a môžeš ho využívať vo svoj prospech.

Každý hráč stojí niekde inde – niektorí ďalej vpredu, iní zase viac vzadu. Nechajte im čas na to, aby sa poobzerali okolo seba a pýtali sa nasledujúce otázky:

Prečo sú usporiadaní tak, ako sú?

Kto je kto?

Kde vo svete žijú?

Ako sú zúčastnení a prepojení s módnym výrobným reťazcom?

AKTIVITA ČASŤ 3: REFLECTIONS

Pýtajte sa hráčov, ako sa cítili počas aktivity a diskutujte o otázkach, ktoré sa počas aktivity vynorili. Jeden vždy prečíta príbeh nahlas. Následne sa pýtajte otázky:

Mali ste nejaké otázky počas hry?

Chceli ste upozorniť na nejaké problémy?

Ako ste sa cítili, keď ste mohli alebo nemohli urobiť krok vpred?

V ktorom momente si tí z vás, ktorí robili kroky vpred často, všimli, že ostatní nenapredujú tak rýchlo?

Mal niekto z vás v určitom momente pocit, že sa nerešpektovali ich základné ľudské práva?

Ktoré ľudské práva sa vzťahovali k jednotlivým rolám?

Dokáže niekto z vás povedať, že jeho/jej ľudské práva neboli rešpektované alebo ich nemohol/la uplatniť?

Aké by mohli byť prvé kroky, ktorými by sme začali riešiť problematiku nerovnosti v spoločnosti?

Dokázali by ste uhádnuť, kto predstavoval akú a čiu rolu?

Aké ťažké alebo jednoduché bolo pre vás vcítiť sa do týchto rolí?

Ako ste si predstavili osobu, ktorú ste hrali?

Bola táto aktivita v nejakom zmysle zrkadlom spoločnosti?

V akom?

METODICKÉ TIPY

- Uistite sa, že hráči chápu, že budú odpovedať na otázky v mene postavy, ktorú hrajú – nie v mene seba samých.

- Vy Kročiť vpred znamená položiť jednu nohu pred druhú (malé kroky, všetky rovnaké), aby sa ušetrilo miesto.

- Ako líder hry, snažte sa vnímať emócie hráčov. Niektorí hráči môžu byť zaplavení emóciami – napr. kvôli nespravodlivosti. Vnímajte, ako táto hra pôsobí na jednotlivých hráčov a ich emócie.

- Diskusia na záver by mala byť moderovaná, aby zostala zameraná na danú úlohu, ale taktiež poskytovala hráčom priestor vyjadriť to, čo cítia.



Kizza

Voláš sa Kizza, máš 16 rokov, si dievča a žiješ v Ugande, v meste Kampala, na predmestí. Máš 3 súrodencov a s nimi i s kamarátkami sa hrávate na veľkých smetiskách, ktoré sú vo vašom meste. Baví ťa hrať sa tam na skrývačky, lebo pri nich vždy nájdete kopec zaujímavých vecí, aj keď špinavých. Do školy chodíš na bicykli, ktorý si tiež našla na smetisku a otec ti ho opravil. Rada tancuješ a hráš s kamarátkami divadlo. Keď sa rodičom podarí predať nejaké second hand oblečenie, ty aj súrodenci dostaneme sladkú odmenu za pomoc.

Eva

Voláš sa Evka, máš 17 rokov a žiješ na Slovensku v Košiciach. Chodíš na bilingválne gymnázium a otec ťa každé ráno odvezie autom do školy. Baví ťa zemepis a chcela by si cestovať. S rodičmi ste boli na dovolenke v Thajsku a Indonézii, chystáte sa v lete do Talianska a raz by si chcela ísť až do Austrálie. Tvoj mladší brat má všetko, čo chce a tebe sa to zdá nespravodlivé, lebo ty musíš po ňom upratovať. Občas ideš s kamarátkami do módného reťazca a kúpiš si niečo, čo sa ti páči. Ale nedávno si objavila, že second handy sú super a nájdeš tam kopec dobrých vecí, tak si začala viac nakupovať tam, lebo ušetríš z vreckového. Páči sa ti, že sa so spolužiakmi môžeš zapojiť po pochodu proti klimatickým zmenám, podporiť záchranu našej planéty a v budúcnosti by si chcela pomáhať životnému prostrediu.

David

Voláš sa David, máš 18 rokov a žiješ v Brne. Si študentom textilnej strednej školy. Od svojich pätnástich rokov chodíš na brigády a si rodičmi vedený k samostatnosti. S rodičmi a súrodencami chodíte raz do roka na dovolenku, sám občas vyrazíš na festival s priateľmi. Odlišuješ sa a rád ukazuješ svoju individualitu. Baví ťa prehrabávať sa v second handoch alebo na blších trhoch. Väčšinou nosíš oblečenie, ktoré si sám vyrobil a páči sa ti myšlienka udržateľnej módy. Táto téma je ti veľmi blízka a bude ešte viac, keď vaša stredná škola otvorí nový kurz s názvom Ekotextil.

Jekaterina

Voláš sa Jekaterina, máš 17 rokov a žiješ na predmestí rivnevskej oblasti na Ukrajine na hraniciach s Bieloruskom. Študuješ na odbornej strednej škole, ale aj napriek tomu chodíš po večeroch do práce, aby si priniesla ďalšie financie do rodinného rozpočtu. Tvoja matka je dlhodobo nezamestnaná a otec pracuje v textilnej továrni, kde je vedúcim, pracuje až 16 hodín denne. Máš dvoch malých súrodencov, s ktorými zdieľaš jednu izbu. Pretože po večeroch pracuješ, tak nemáš moc času na priateľov a svoje koníčky. Z brigády si tajne šetríš peniaze, aby si po maturite mohla študovať angličtinu a odcestovať študovať vysokú školu do zahraničia.

Azad

Voláš sa Azad, si dievča, máš 15 rokov a pracuješ v továrni v Bangladéži, kde ručne prišíváš visačky na tašky. Občas nosíš kožu do výroby, ak to predák nakáže. Pracuješ od skorého rána do večera, hodiny nepoznáš, lebo ťa to nik nenaučil. Pracujete v jednej miestnosti viacerí, sedíte vedľa seba celý deň a často ste hladní. Keď sa zotmie, môžete skončiť a ísť spať do chatrče pri továrni, kde všetci spíte na zemi. Do školy si chodila jeden rok, ale potom ťa rodičia poslali pracovať, aby ti bolo lepšie. Odvtedy si ich nevidela a ak by si chcela vrátiť domov, nevieš ako. Máš niekde štyroch súrodencov – tri sestry a jedného brata. Často ťa bolievajú ruky a keď nosíte ťažké veci, zle sa ti dýcha.

Radhakrishnan

Voláš sa Radhakrishnan, si dievča a máš 15 rokov. Žiješ v oblasti Vidarbha, India. Tvoj otec je farmár a ako všetci v okolí, aj on pestuje bavlnu. Občas chodíš do školy, no ak treba pracovať, pomáhaš na poli alebo sa staráš o mladších súrodencov. S kamarátkami sa hráš iba niekedy, lebo zvyčajne máš viac práce ako voľného času. Pretože nemáš čas chodiť do školy, zatiaľ si sa naučila iba čítať a písať. Niekedy si hladná, lebo nie je čo jesť, hlavne keď monzún zničí úrodu alebo bavlna nedorastie do takého množstva, ktoré by uživilo tvoju rodinu. Vodu máte zo studne na ulici, nosíte ju do vášho domu vo vedrách a niekedy chutí zvlášťne.

Barbar

Voláš sa Babar, si 14 ročný chlapec a bývaš v pakistanskom meste Karachi na predmestí. Tvoji rodičia dochádzajú do továrne na výrobu textilného vlákna a keď sú v práci, dohliada na teba tvoja 15 a 13 ročná sestra. Rodičia sú často preč, preto sa tešíš, keď si s nimi a donesú lepšie jedlo. Niekedy chodíš do školy, často sa hráš s kamarátmi na ulici. Sú to deti z Bangladéša alebo Afganistanu, ktoré sem prišli s rodinami a žijú v chudobe. Občas sa s kamarátmi podeliš o jedlo, lebo sú veľmi hladní. Vieš veľmi dobre čítať.

Módne potulky

Módne potulky je podujatie, na ktorom môžu návštevníci objaviť viac o módnom priemysle prostredníctvom rôznych aktivít uskutočňovaných na módných miestach (stánkoch) v miestnosti alebo budove. Program sa zameriava na udržateľnosť a riešenia problémov vyplývajúcich z excesov módnej produkcie, spotreby a odpadu. Organizujú ho mladí ľudia pre svojich rovesníkov a môže ísť o malý komorný happening alebo podujatie pre väčšie publikum.

CIEĽ

Cieľom podujatia je oboznámiť účastníkov s problémami, ktoré módnym priemyslom prináša, ale zároveň aj poskytnúť riešenia na úrovni spotrebiteľa a občana. Podľa vyskladaného formátu podujatia účastníci získavajú vedomosti a/alebo zručnosti.

CIEĽOVÁ SKUPINA

Mladí ľudia 15+

POPIS

Módne potulky sú tu vysvetlené na príklade ich organizácie v školskom prostredí, no toto podujatie môže byť realizované v akomkoľvek neformálnom prostredí. Pri organizácii väčšieho podujatia je vhodné použiť Manuál na organizáciu udržateľného podujatia.

Podujatie je určené pre väčší priestor ako telocvičňa či outdoorové ihrisko, no môže sa v menšej škále zorganizovať i v triede.

V priestore podujatia sú rozmiestnené stanoviská, teda

body, zamerané na rôzne aktivity a workshopy.

Ideálne je, ak je pri vstupe k dispozícii mapa s časovým harmonogramom stanovísk (niektoré sú stabilné celodenné, iné sa realizujú v rôznych časových intervaloch). Účastníci môžu byť za splnené aktivity odmenení (napríklad bodovo) a na konci obdržať vecnú odmenu alebo diplom (odmena záleží od tvorivosti a možností organizátorov).

Na organizácii podujatia je potrebná skupina ľudí (počet záleží od veľkosti podujatia a množstva aktivít) a dozor, ak sú organizátormi a účastníkmi ľudia mladší ako 18 rokov.

Na každé stanovisko je potrebná minimálne 1 osoba, ktorá bude facilitovať danú aktivitu. Vždy je potrebné mať v zálohe minimálne o jednu osobu navyše.

1) TÉMA:

podujatie môže byť tematizované, teda venované konkrétnej téme (toto je na rozhodnutí organizátorov), poprípade môže byť adaptované do jazykov, ktoré účastníci používajú alebo študujú (napr. podujatie na bilingválnom gymnáziu)

2) PRIESTOR:

treba zvážiť, aké veľké má byť podujatie a koľko bude účastníkov – podľa toho prispôbiť priestory (telocvičňa, vonkajšie ihrisko, školský dvor).

3) POVOLENIE:

požiadat' vedenie školy o povolenie organizovať podujatie a zabezpečenie pedagogického dozoru

4) PLÁN:

každé stanovisko musí mať vypracovaný presný plán a popis:

Čo sa tam bude robiť? Ako sa konkrétne stanovisko pripraví? Kto to pripraví?

Aký časový interval je potrebný pre účastníkov splniť aktivitu?

Aké materiály budú potrebné na vytvorenie stanoviska či vedenie workshopu?

Kde sa zoženú, má škola tieto materiály k dispozícii?

Koľko organizátorov/facilitátorov bude potrebných na konkrétne stanovisko?

Pri ktorom stanovisku je nevyhnutný pedagogický dozor?

5) FINANCOVANIE:

je treba na organizáciu financie alebo sa dá spraviť aj zadarmo?

6) HODNOTENIE:

organizátori môžu vytvoriť hodnotiaci systém, napríklad bodovací systém. Treba sa zamyslieť, čo by účastníkov motivovalo k zbieraniu bodov, akou formou by to bolo zrealizované (nálepky, odznaky a podobne) a

koľko bodov má mať každé stanovisko.

7) ORIENTÁCIA:

mapa stanovísk je nevyhnutná na jednoduchšiu orientáciu. Stanoviská môžu byť očíslované alebo pomenované a na mape môže byť uvedená aj približná dĺžka trvania aktivity alebo jej začiatok. Túto mapu je dobré sprístupniť aj online napr. na stránke školy, aby si ju účastníci vedeli pozrieť i cez mobily. Vytlačенú mapu je dobré mať umiestnenú nielen pri vstupe, ale na viacerých dostupných miestach. Na mape musia byť zvýraznené evakuačné cesty a miesta, kde sa bude nachádzať pedagogický dozor.

8) PROPAGÁCIA PODUJATIA:

podujatie môže byť spropagované školským rozhlasom, školským webom či komunikačnou aplikáciou, ktorú škola používa. Organizátori okrem toho môžu vytvoriť plagát a rozmiestniť ho po škole. Na plagát je potrebné napísať dátum, čas, ako dlho bude trvať akcia a

stručný opis akcie. Pokiaľ bude organizovaný swap, je vopred potrebné upozorniť účastníkov na jeho pravidlá.

1 PREMIETANIE filmu či videa

Tento Fashion Point návštevníkom ukazuje audiovizuálne materiály, ktoré skúmajú témy súvisiace s módou.

Premietanie možno vykonať dvoma rôznymi spôsobmi:

- Prezentácia krátkych filmov a videí, ktoré je možné premietat' striedavo a opakovať po celý čas.
- Premietanie filmu alebo dokumentu v čase uvedenom v promo materiáloch a programe podujatia.

Budete potrebovať

premietacie plátno alebo TV, projektor, stoličky alebo lavičky

Tipy

- Zistite, či vo vašej krajine existujú organizácie, ktoré poskytujú premietanie filmov lacno alebo zadarmo. Väčšinou ide o filmy s environmentálnou a sociálnou tematikou a ich premietanie

môže byť podmienené dohodou a určitými podmienkami. Môžete ich kontaktovať priamo a informovať sa o možnosti nechať si urobiť premietanie u nich na vašom podujatí. (Napríklad na Slovensku je to [EkoTopFilm](#))

- Môžete vyhľadávať filmy a videá priamo na webových stránkach, ako je IMDB. Často sú tam zľavy pre študentov alebo školské premietania (ak sú spoplatnené), ale veľa materiálov nájdete zadarmo.

- Inšpirovať sa môžete aj na filmových platformách, najmä tých, ktoré sa venujú dokumentom (Waterbear.com atď.).

- Nikdy nepremietajte filmy bez povolenia – môžete dostať pokutu – a je to neetické.

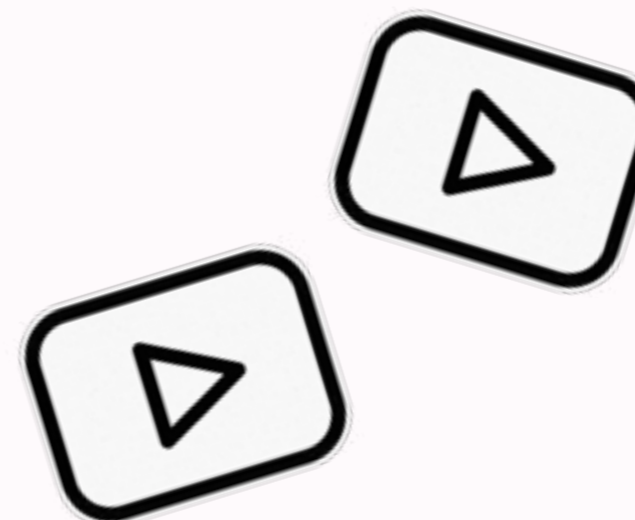
Filmové odporúčania:

[The True Cost \(ENG\)](#)
[River Blue \(ENG\)](#)
[Made in Bangladesh \(ENG\)](#)
[Fast Fashion: The real price of low cost fashion \(ENG\)](#)
[Textile Mountain \(ENG with subtitles in many languages\)](#)
[The Machinists \(ENG\)](#)
[Luxury: Behind the Mirror \(ENG\)](#)
[The Next Black \(ENG\)](#)
[Udita \(Arise\) \(ENG\)](#)
[Cotton Road \(ENG\)](#)
[ReDress The Future \(ENG\)](#)
[Made in Africa \(ENG\)](#)
[Fashionscapes \(ENG\)](#)
[Catwalk to Creation \(ENG\)](#)
[Call Me Priya \(ENG\)](#)
[The Green Lie \(ENG\)](#)

Odporúčania pre videá:

[Fashion Revolution short videos \(ENG\)](#)
[Fast Fashion Is Hot Garbage \(ENG\)](#)
[The Clothes We Wear \(ENG\)](#)
[Unravel \(ENG\)](#)
[Fast fashion – The shady world of cheap clothing \(ENG\)](#)
[The truth behind fast fashion – Are fashion retailers honest with their customers? \(ENG\)](#)
[UNSTITCHED: How the Fashion Industry is Destroying the Planet \(ENG\)](#)
[The High Cost of Our Cheap Fashion \(ENG\)](#)
[Toxic Labels: What is Behind Cheap Clothes \(ENG\)](#)
[Fast fashion – Dumped in the desert \(ENG\)](#)
[Zmena ja na nás \(SK, student movie\)](#)
[#whatyouwearmatters \(SK\)](#)
[Skutečná pravda o tvém oblečení \(CZ\)](#)

Alebo vyhľadajte filmy a videá v našich zdrojoch.



2

SWAP – Výmena oblečenia

Výmeny oblečenia sú populárne všade a môžu sa konať v menšom merítku počas Módnych potuliek. Aby ste zorganizovali dobrý swap, doporučujeme si prečítať manuál Fashion Revolution: Fashion Revolution's How to: Host a Clothes Swap.

Styling Point – módný doplnok k vašej výmene oblečenia

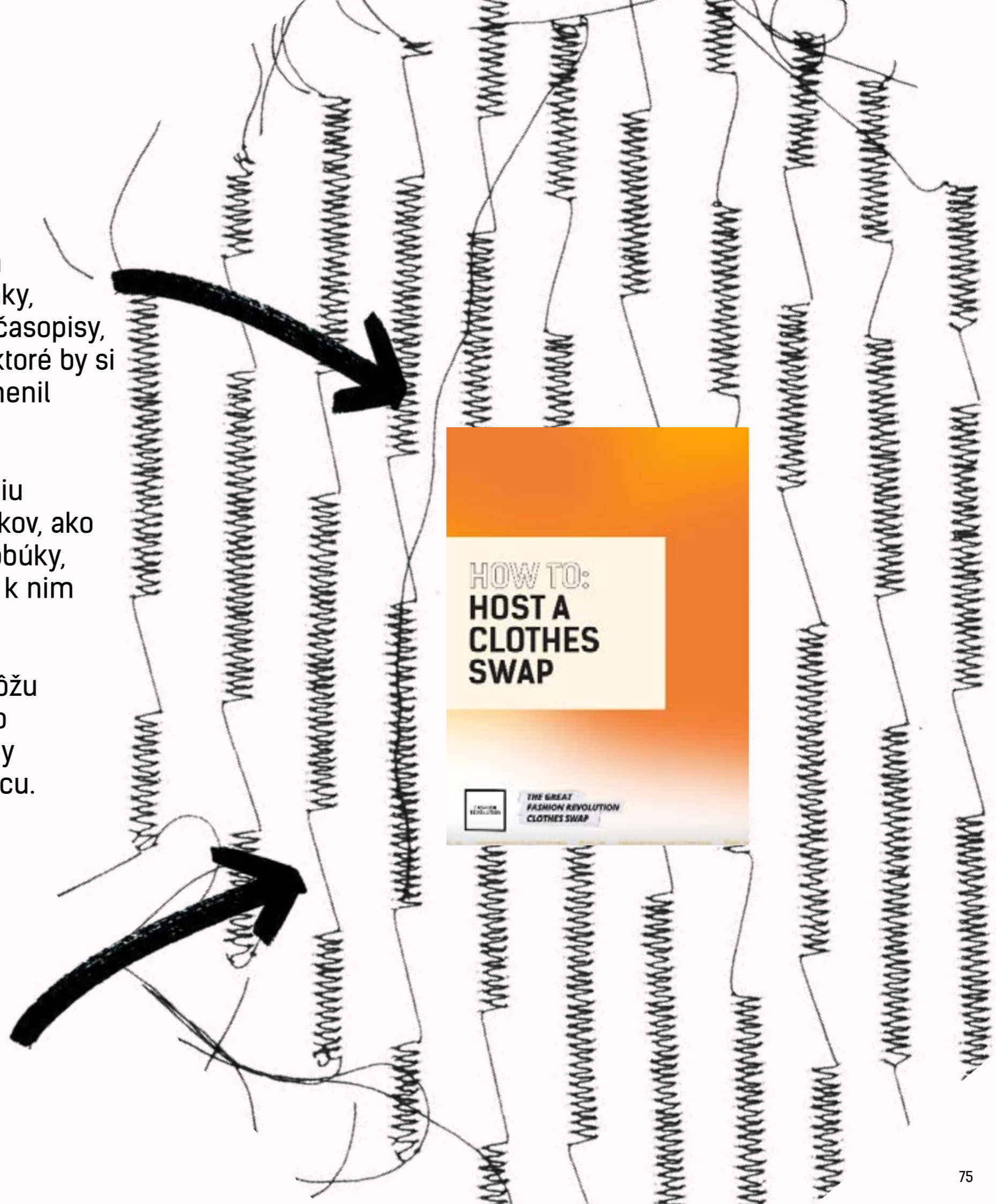
Môžete si vytvoriť Styling Point priamo vedľa vášho swapu, kde môžu byť návštevníci kreatívni a pokúsiť sa nastylovať oblečenie, ktoré si z výmeny chcú zobrať. Ak poznáte ľudí, ktorí by boli dobrými stylingovými poradcami, požiadajte ich, aby prišli a pomohli!

Budete potrebovať

Zrkadlo, stôl, stojan na oblečenie, vešiaky, špendlíky, módne časopisy, nejaké oblečenie, ktoré by si tím eventu rád vymenil

Tipy

- Poskytnite kolekciu stylingových doplnkov, ako sú opasky, šály, klobúky, tašky a kabelky, ak k nim máte prístup.
- Návštevníci sa môžu stylovať sami alebo požiadajte o nápady stylingového poradcu.



Vytvorte si útulný knižný kútik na pokojnom mieste ďaleko od rušných Fashion Points. Tento kútik by mal poskytnúť zdroje a priestor na samoštúdium na témy súvisiace s módnym priemyslom a pomalou módou.

Zariad'te si kútik tak, aby návštevníkov lákal na posedenie a čítanie. Napríklad okolo konferenčného stolíka položte pár kresiel, sedacie vaky a/alebo pohovku s niekoľkými knihami. Uistite sa, že priestor je dobre osvetlený, prípadne pridajte umelé osvetlenie, ak je to potrebné.

Knižný roh viditeľne označte štítkom, že toto je tiché miesto.

Okolo priestoru podujatia umiestnite plagáty, ktoré

pozývajú návštevníkov do tejto pokojnej zóny na čítanie.

Opýtajte sa školy, či vám môžu poskytnúť vhodné knihy, alebo či by si do svojej knižnice nemohli kúpiť knihy z nižšie uvedeného odporúčaného zoznamu. Ak na to škola nemá kapacity, môžete si knihy požičať z verejnej alebo univerzitnej knižnice (ak máte prístup) vo vašom okolí.

V knižnom kútiku by mohli byť k dispozícii aj tablety s elektronickými knihami a otvorenými záložkami časopisov.

Na rozšírenie ponuky knižnice je možné dodať aj zoznam podcastov dostupných na streamovacích platformách. Opýtajte sa svojej školy, či môžu do knižného kútika

požičať slúchadlá alebo tablety. Návštevníci môžu tiež počúvať podcasty z vlastných smartfónov pripojených na internet pomocou vlastných slúchadiel.

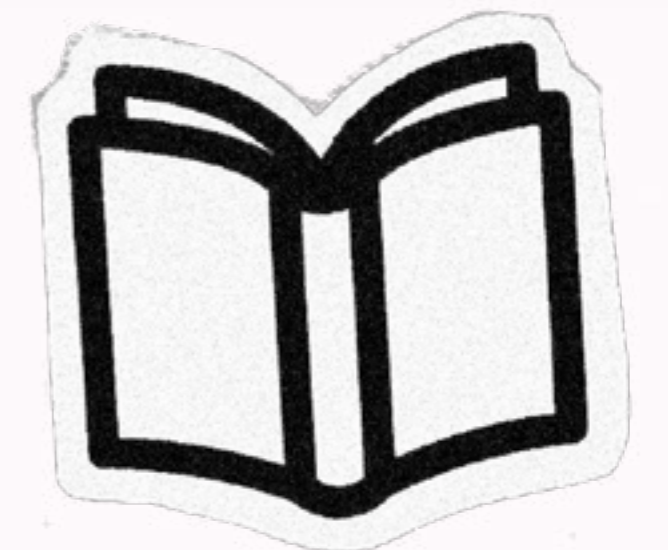
Tipy

- Inšpirujte sa, čo čítať a počúvať v našej knižnici.
- Môžete prezentovať fanziny v elektronickej forme alebo ich vytlačte na papier. Všetky sú k dispozícii na Fashion Revolution Fanzine Library.

Po skončení eventu nezabudnite vrátiť matiteľom všetko, čo ste si požičali, v bezchybnom stave.

Budete potrebovať

Pohodlné sedenie, konferenčné stolíky, knihy, webstránku & podcastovú stránku s QR kódmi k zdrojom.



4 Odkiaľ pochádza vaše oblečenie?

Pri vchode alebo na nejakom prominentnom mieste v priestore konania eventu môžete umiestniť vizuálne pomôcky – napr. mapa, ktorá návštevníkom ukáže, kde vo svete sa vyrába ich oblečenie. Potom by ste mohli návštevníkov vyzvať, aby odstrihli štítky “vyrobené v” na oblečení, ktoré majú na sebe a prišpendlili ich alebo nalepili na danú krajinu na mape. Na konci eventu by mapa mala ukazovať, kde bolo vyrobené oblečenie väčšiny návštevníkov. Môžete spočítať počet štítkov pre každú krajinu a vytvoriť graf. Je na návštevníkoch, ako si tieto zistenia interpretujú.

Budete potrebovať

Veľkú mapu sveta (A3 alebo väčšiu), ktorá obsahuje názvy jednotlivých krajín a bude pripevnená na tabuli, ktorá návštevníkom umožní pripnúť si na ňu štítky z oblečenia,

špendlíky, nožnice

Tipy

- Aby ste vzbudili záujem o túto aktivitu, môžete vedľa mapy umiestniť sklenenú nádobu, požiadať návštevníkov, aby hádali, ktoré krajina bude mať na konci dňa najviac špendlíkov, napísali svoje meno a svoj odhad na kus papiera, ktorý vložia do nádoby.
- Na konci dňa môžete spočítať štítky a krajiny na mape, nájsť presné odhady v nádobe a vyhlásiť víťaza.



5

Staňte sa podporovateľom planéty Zem

Návštevníci môžu preskúmať aktivizmus sociálnej a environmentálnej spravodlivosti, prečo je dôležitý a ako sa do neho môžu zapojiť a podporiť organizácie a kampane zamerané na túto oblasť.

Organizátori pripravujú kľúčové informácie o aktivistických organizáciách alebo kampaniach, s ktorými chcú pracovať (reportovať o nich), spolu s vizuálmi (fotky, grafiky, newsletter atď.), webovými stránkami alebo inými komunikačnými kanálmi vybraných organizácií a zobrazujú ich na niekoľkých pripravených stoloch alebo tabuliach, aby tak vytvorili malý veľtrh mimovládnych organizácií. Na tomto veľtrhu môžu organizátori eventu alebo zástupcovia týchto organizácií diskutovať o vybraných organizáciách a ich kampaniach a/alebo

predstaviť návštevníkom svoje vlastné aktivity, úspechy a príležitosti. Návštevníci môžu získať odpovede na otázky, ktoré majú, ďalej sa môžu pripojiť ako dobrovoľníci, alebo zdieľať kampane organizácií na sociálnych sieťach.

Príklady organizácií a kampaní zameraných na environmentálne a sociálne vplyvy výroby a spotreby módy zahŕňajú:

[Fashion Revolution](#)

– celosvetové hnutie s kolektívnou víziou módneho priemyslu, ktorý šetrí a obnovuje životné prostredie a váži si ľudí pred rastom a ziskom. Aktivizmus Fashion Revolution sa mobilizuje okolo otázky a hashtagu #whomademyclothes.

Good Clothes, Fair Pay

- ich kampaň požadujúca legislatívu o dôstojnej mzde v odevnom, textilom a obuvníckom sektore.

Fashion Revolution Week

- týždeň koordinovaného globálneho aktivizmu, ktorý sa koná každý rok pri príležitosti výročia kolapsu odevnej továrne Rana Plaza 24. apríla 2013.

Clean Clothes Campaign

- globálna sieť, ktorá posilňuje hlasy pracovníkov v odevnom priemysle

Pay Up

- ich globálna kampaň, ktorá spojila odbory, občanov a skupiny občianskej spoločnosti po celom svete, aby spoločne s odevnými pracovníkmi vybudovali spravodlivý módný priemysel.

Pay Your Workers

- ich kampaň, ktorá vyzýva značky, aby skončili s odmietaním vyplácania odstúpného a rušením odborov pre odevných pracovníkov v globálnych

dodávateľských reťazcoch.

Fairtrade - globálne hnutie, ktoré mení spôsob fungovania obchodu prostredníctvom slušných podmienok a spravodlivejšieho zaobchádzania s farmármi a pracovníkmi v rozvojových krajinách.

Greenpeace

- sieť nezávislých organizácií, ktorá využíva mierovú, kreatívnu konfrontáciu k odhaleniu globálnych problémov životného prostredia a vyvíja riešenia pre zelenú a pokojnú budúcnosť.

Incien

- nezisková organizácia so zameraním na odpadové hospodárstvo a cirkulárnu ekonomiku.

Empowerment Collective

- organizácia, ktorá sa snaží odstrániť novodobé otroctvo tým, že poskytuje ženám na okraji spoločnosti v Nepále a Indii podporu a zručnosti, ktoré potrebujú

na zabezpečenie svojej sebestačnosti a dôstojnosti, a zvyšovaním povedomia na globálnej úrovni.

Remake Our World

- globálna organizácia bojujúca za spravodlivé odmeňovanie a klimatickú spravodlivosť v odevnom priemysle. Vedú kampaň za ukončenie miezd spôsobujúcich chudobu, nebezpečných podmienok a rodovo podmieneného násillia v dodávateľskom odevnom reťazci.

Fair Wear Foundation

- nezávislá nezisková organizácia, ktorá spolupracuje so značkami a influencermi z odboru na zlepšení života a pracovných podmienok ľudí, ktorí vyrábajú naše oblečenie.

Care International

- globálna konfederácia bojujúca proti chudobe a sociálnej nespravodlivosti vo svete so špecifickým zameraním na pozdvihnutie žien a dievčat.

Budete potrebovať

Stôl a/alebo tabuľu na zobrazenie informácií o mimovládnych organizáciách, vytlačené vizuály

Tipy

- Organizátori môžu do svojej školy pozvať zástupcov mimovládnych organizácií - to by vyžadovalo efektívne plánovanie niekoľko týždňov pred konaním podujatia (kontaktovanie zástupcov a overenie ich dostupnosti).
- Ak sú mladí ľudia zapojení do plánovania podujatia dobrovoľníkmi pre príslušné mimovládne organizácie, pozvite ich, aby sa o svojej dobrovoľníckej skúsenosti porozprávali s návštevníkmi.



6

Vaša ekologická stopa

V tomto Fashion Pointe si môžu návštevníci skúsiť odmerať ekologickú stopu použitím online kalkulačky. So súhlasom návštevníkov potom organizátor napíše ich mená a výsledky na tabuľu a na konci podujatia vyhlási víťaza – s najnižším skóre ekologickej stopy.

Online kalkulačky ekologickej stopy poskytuje napríklad [Global Footprint Network](#) a [World Wide Fund](#).

Budete potrebovať
počítač/notebook/smartfón
tabuľa/papier
fixka/pero

Tipy

- Navrhnite návštevníkom, aby vyskúšali obidve kalkulačky a porovnali výsledky.

- Požiadajte návštevníkov, aby zhodnotili svoje skóre. Ak chcú, môžu diskutovať o tom, ktoré časti ich stopy by sa dali zlepšiť a ako.

- Vytvorte tabuľu na zobrazenie výsledkov na jednom mieste. Návštevníci môžu vyvodit' závery o tom, čo výsledky znamenajú a čo za nimi stojí.

- Navrhnite návštevníkom, že sa môžu dozvedieť viac o dátach o stopách po celom svete na [Global Footprint Network](#) alebo iných zdrojoch.



7

Prezentácia/diskusia s odborníkom

Tento Fashion Point umožňuje návštevníkom zistiť viac o módnom priemysle so špecialistom. Môžete usporiadať prednášku alebo prezentáciu o konkrétnom probléme alebo téme, o ktoré by ste chceli ľudí viac informovať.

Prejav alebo prezentáciu môžete predniesť sami – k tomu si musíte naštudovať tému, spraviť rešerš, revidovať a pripraviť dáta vizuálne atraktívnu formou – alebo k tomu môžete pozvať zaujímavého miestneho profesionála z módného priemyslu. Môže to byť napríklad majiteľ podniku na zber textilu, miestny politik, model/ka, greenfluencer, návrhár, krajčír, majiteľ značky, lektor, výskumník, aktivista za ľudské práva alebo životné prostredie atď. – ktokoľvek, kto je kompetentný hovoriť o danej téme.

Budete potrebovať

Priestor na javisko, stoličky pre návštevníkov, plátno a projektor, mikrofón a PA systém

Tipy

- Ak chcete pozvať viac prednášajúcich, môžete usporiadať panelovú diskusiu na konkrétnu tému s relevantnými špecialistami. Môžete taktiež usporiadať panelovú diskusiu po filme/videu, ktoré premietate.



Návštevníci často využívajú možnosť zúčastniť sa workshopov, kde si môžu sami niečo vytvoriť. Toto vôbec nemusí byť niečo náročné. Naopak, usporiadaním workshopu s jednoduchými aktivitami môžete návštevníkov inšpirovať k ďalšiemu rozvoju svojich zručností vo voľnom čase.

Aký druh workshopu by ste mohli viesť? Na internete je veľa rád a skvelých videí "ako na to...".

Nápady na workshop:

- [How to sew on a button](#)

- [DIY Plant Based Dyes](#)
(DIY rastlinné farbivá)

- [Making Natural Dye Using Vegetables](#)
(Výroba prírodného farbiva pomocou zeleniny)

- [How to Tie Dye](#)
(Ako batikovať)
- [Natural Tie Dye using Onions](#)
(Prírodná batika s použitím cibule)
- [5 easy DIY steps – Guide on how to tie dye your clothes naturally](#)
(5 jednoduchých DIY krokov – Návod, ako si batikovať oblečenie prírodne)
- [How to naturally dye clothing with food](#)
(Ako prirodzene zafarbiť oblečenie jedlom)
- [How To Repair Ripped Jeans 3 Ways](#)
(Ako opraviť roztrhané rifle 3 spôsobmi)
- [How To Mend Holes in Jeans](#)
(Ako opraviť diery na rifliach)

- [How To Sew a Patch Onto Anything](#)
(Ako prišit' záplatu na hocičo)
- [How to use up Fabric Scraps to Sew Patches for Your Jeans](#)
(Ako spotrebovať zbytky látky k šitiu záplat na rifle)
- [How to do basic darning](#)
(Ako urobiť základné látanie)
- [How to mend a jumper with holes](#)
(Ako opraviť sveter s dierami)
- [How to mend a small hole](#)
(Ako opraviť malú dieru)
- [Mend A Sweater: Those Darn Holes!](#)
(Oprav sveter – Tie prekliate diery!)
- [How to mend holes in knitwear, sweaters, jumpers, cardigans](#)
(Ako opraviť diery na pleteninách, svetroch, kardigánoch)
- [How to Invisibly Fix a Hole in Your Favorite Sweater](#)
(Ako neviditeľne upraviť dieru

na svojom obľúbenom svetre)

- [DIY Embroidered Jumper – Hand Embroidered Wording Sweatshirt](#)
(DIY Vyšivaná mikina – ručne vyšivaná mikina s nápisom)
- [How to Embroider on a Sweater](#)
(Ako vyšívať na sveter)
- [DIY: How to Embroider a Flower Garden](#)
(DIY: Ako vyšit' kvetinovú záhradu)
- [How to Make a Scrunchie](#)
(Ako vyrobiť scrunchie)
- [Ako ušit' gumičku za 10 minút](#)
- [DIY scrunchie tutorial](#)
(DIY scrunchie tutoriál)
- [How to make a Pom Pom in 2 minutes](#)
(Ako vyrobiť pom pom za 2 minúty)

Budete potrebovať

Stoly s dostatočným miestom na prácu, stoličky, pomôcky a materiály potrebné pre konkrétne workshopy (nožnice, farby, ihly, nite,...)

Tipy

- Počas udalosti usporiadajte viac ako jeden workshop.

- Pozvite na tento workshop profesionála (krajčíra, upcyclera, dizajnéra). Opýtajte sa svojich spolužiakov, priateľov, rodiny atď., či sú zruční v ručnej práci alebo to majú ako koníček. Mohli by prispieť svojimi schopnosťami a znalosťami. Vždy myslite na bezpečnosť všetkých zúčastnených. Na všetky ostré a nebezpečné pomôcky je potrebné dávať pozor a používať ich opatrne.

- Použite materiály z druhej ruky alebo tie, ktoré už vlastníte – nekupujte nič nové.



Neváhajte a vytvorte iné Fashion Points na základe jednorazových aktivít spomenutých v prvej časti tejto príručky. Vyberte aktivitu, ktorú chcete robiť, a určite čas jej začiatku. Označte to v programe, aby si návštevníci mohli naplánovať svoju účasť.

Príklad:

Fashion Point – Cena za nosenie (Cost Per Wear)

Táto aktivita by od návštevníkov požadovala, aby vypočítali "Cenu za nosenie" (Cost Per Wear) pre oblečenie, ktoré majú na sebe. Na uskutočnenie tejto aktivity sa ich opýtajte, koľko zaplatili za každú kus oblečenie a vydeľte to počtom odhadovaného počtu nosenia daného kúska.

Cena za nosenie (Cost Per Wear) = Cena / Počet nosení doposiaľ

Keď tak urobia, požiadajte ich, aby sa zamysleli nad tým, ktoré z ich oblečenia je najlacnejšie a najdrahšie "za nosenie". Prečo by to tak mohlo byť? Čo je na tomto oblečení iné? A ako môže tento druh výpočtu ovplyvniť to, čo by si mohli v budúcnosti kúpiť. Môžete ušetriť peniaze nákupom drahšieho oblečenia, ktoré nosíte častejšie?

Požiadajte ich, aby si svoje CPW zapísali na kus papiera, ktorý môžu pripnúť alebo prilepiť na tabuľu (potom ich požiadajte, aby napísali svoje meno, položku a ich CPW). Potom ich požiadajte, aby vám pomohli usporiadať výsledky na tabuli tak, aby ich bolo možné porovnať, zoradiť od najvyššieho po najnižšie alebo spriemerovať za celú udalosť.

Budete potrebovať

Kalkulačka

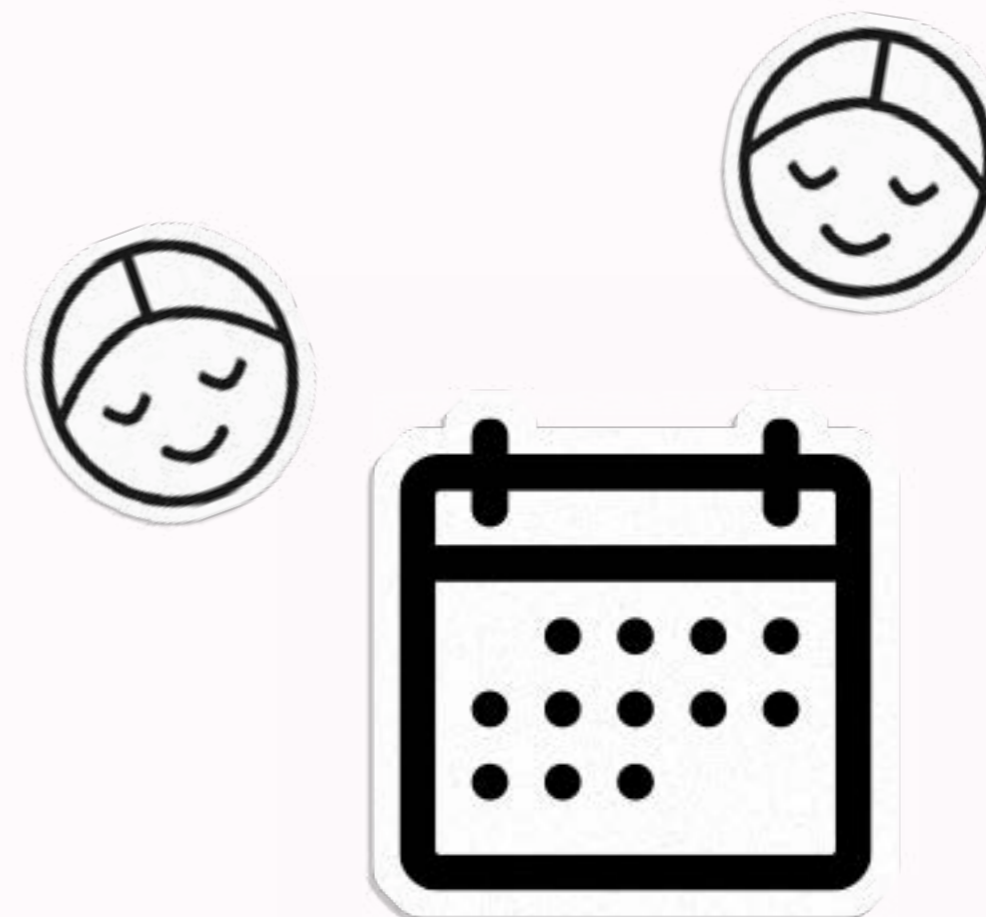
Fixka/ Pero

Tabuľa/ Papier

Lepiaca páska/ Špendlíky

Tipy

- Túto aktivitu môžete premeniť na súťaž – na konci je víťazom návštevník, s najnižším alebo nulovým CPW.
- Tento Fashion Point môže byť doplnený vizuálmi spolu s príkladmi výpočtov.



Táto aktivita využíva celé miesto konanie eventu ako Fashion Point k prezentácii faktov o módnom priemysle formou výstavy. Vyzýva účastníkov, aby si zapamätali informácie a potom testuje, čo si pamätajú.

Vytlačte infografiky s faktami o módnom priemysle – farebne na papier formátu A4 alebo väčší – a rozmiestnite ich po celom mieste konania udalosti. Vystavte tieto infografiky na stenách miesta konania a na každom Fashion Pointe. Neváhajte použiť infografiky z našej knižnice alebo si nájdite vlastné na internete.

Na každom Fashion Pointe môžete návštevníkom povedať, že výstava skončí v konkrétnom čase a potom nasleduje kvíz.

Kvíz overí ich znalosti o týchto faktoch módného priemyslu.

Ako pripraviť otázky do kvízu?

- Pracujte iba s údajmi z infografík zobrazených na podujatí, aby ste mali istotu, že ich bude mať možnosť každý vidieť a zapamätať si ich.
- Zvážte schopnosti návštevníkov – nerobte otázky príliš ťažké, ani príliš ľahké.
- Použite obľúbený formát kvízu, ako je jednoduchá otázka s tromi voliteľnými odpoveďami. Jedna z možností je správna – prevzatá z jednej z infografík. Ďalšie dve nesprávne odpovede môžu byť nesprávne, ale blízko k správnej odpovedi alebo smiešne nesprávne.
- Ak ste ešte nikdy kvíz nepripravovali, môžete sa riadiť týmito radami, ako písať otázky.

Tu môžete:

- Zhromaždiť zainteresovaných návštevníkov kvízu na mieste, na ktoré už bolo vopred upozornené na zobrazenej infografike.
- Rozdeliť návštevníkov do tímov. Každý tím dostane ceruzku a odpoveďový hárok, na ktorý napíšu názov alebo číslo svojho tímu.
- Moderátor prečíta otázky a každú otázku dvakrát zopakuje.
- Tímy si zapisujú svoje odpovede do odpoveďového hárku.
- Keď kvíz skončí, moderátor prečíta otázky a správne odpovede a tímy si spočítajú svoje správne odpovede. Moderátor sa potom opýta na skóre každého tímu a následne udelí víťazom titul Fashion Wandering Masters.

Budete potrebovať

Infografiky, lepiaca páska, materiály pre vytvorenie kvízu, ceruzky, papiere





Klub upcyklovania

Klub upcyklovania je týždenný program, v ktorom účastníci pracujú v skupinách a/alebo individuálne vytvárajú po dobu 5 dní svoj vlastný outfit zo second hand oblečenia. Účastníci posledný deň prezentujú svoju prácu priateľom a rodine na malej udalosti – formou módnej prehliadky alebo inou formou podľa výberu.

Tento program bol vedený cez letné prázdniny od roku 2018 do 2022 v kreatívnom komunitnom centre Nová Cvernovka v Bratislave (Slovensko) slow fashion dizajnérkou a edukátorkou Martinou Marekovou (koordinátorka Fashion Revolution pre Slovensko) a Ninou Hegyiovou (Youth Ambassadorka Fashion Revolution)

Cieľ

Cieľom tohto programu je priblížiť mladým ľuďom upcykláciu a opravovanie oblečenia tým, že im ukážeme, ako si vytvoriť svoj vlastný outfit zo second hand oblečenia.

Cieľom prvého klubu bolo zistiť, ako môže skúsený dizajnér odovzdať upcyklačné zručnosti a metódy mladej generácii. Postupom času a vďaka skúsenostiam sa cieľ zmenil a stal sa špecifickejšim.



Cieľové skupiny

Táto sekcia je určená pre facilitátorov a edukátorov, ktorí by chceli zorganizovať týždenný vzdelávací klub pre mládež 15+. Tento program je možné prispôbiť i iným vekovým skupinám.

Účastníci, ktorí sa zúčastnili pilotov boli vo vekových skupinách:

7-10 rokov

11-14 rokov

15-18 rokov

Tieto vekové skupiny boli rozdelené podľa úrovne zručností, ktoré si účastníci so sebou do klubu priniesli. Každá skupina mala iné schopnosti učiť sa a pracovať a vyžadovala iné prístupy a formy komunikácie. Táto príručka popisuje, ako viesť klub pre 15-18 ročných.



Príprava

K príprave tohto klubu budete musieť myslieť na nasledujúce:

- Organizácia času
- Poloha
- Pracovný priestor
- Zdravie a bezpečnosť
- GDPR – ochrana osobných údajov
- Pomôcky a materiály
- Personálne kapacity
- Komunikácia s rodičmi a zákonnými zástupcami
- Jedlo a občerstvenie
- Pripravné a upratovacie práce

Príprava týždenného upcyklovacieho klubu vyžaduje veľa času na to, aby bol zvládnutý poriadne a bez zhonu. Mali by ste si nechať pár mesiacov na prípravu – nastavenie programu, prihlásenie účastníkov a riadna komunikácia so všetkými účastníkmi a ich zákonnými zástupcami.

Táto práca bude vyžadovať plnú pozornosť organizátorov, takže by si nemali plánovať žiadne iné aktivity alebo schôdzky počas realizácie programu. Príprava a facilitácia upcyklovacieho klubu je náročná. Je veľmi pravdepodobné, že na konci každého dňa budete mať málo času alebo energie na inú prácu.

Poloha

Klub by sa mal konať na bezpečnom mieste s bezbariérovým prístupom. Miesto by malo byť útulné, priateľské a nastavené tak, aby všetko, čo je k realizácii klubu potrebné, bolo dostupné pre všetkých účastníkov. Mali by ste zvážiť prístup pre všetkých účastníkov, najmä tých, ktorí dochádzajú.



Pracovný priestor

Všetky klubové aktivity sa sa mali konať vnútri, ideálne s prístupom do vonkajších priestorov. Zatiaľ čo hlavné činnosti budú prednostne vykonávané vo vnútri (aj keď šitie vonku na pikniku tiež nie je zlé!), účastníci by mali mať možnosť odpočívať vonku na čerstvom vzduchu.

Priestor by mal byť dostatočne veľký, aby vyhovoval potrebám účastníkom. Stoly, pri ktorých pracujú, môžu byť umiestnené jednotlivo alebo posunuté k sebe, takže účastníci môžu sedieť a pracovať vedľa seba.

Pomôcky a materiály pre túto prácu budú taktiež potrebovať svoj vlastný priestor. Môžu byť rozmiestnené po miestnosti a označené tak, aby účastníci mohli ľahko nájsť to, čo potrebujú.

Vytlačte si infografiky o módnom priemysle a vyveste ich na steny miesta

konania klubu, aby si ich účastníci mohli prečítať. Čítanie infografík môže byť dobrou aktivitou k vyplneniu prestávok počas programu klubu v priebehu týždňa alebo môže byť v prípade potreby použitá ako energiser – aktivita na rozprúdenie energie. Facilitátori/edukátori môžu viesť skupinovú diskusiu alebo aktivitu zameranú na jednu či viac z nich. Infografiky môže byť dobrým podnetom pre diskusiu, keďže účastníkom prinesú témy, ktoré môžu objaviť a premýšľať o nich.

Infografiky môžu byť užité na mieru samotným facilitátorom/edukátorom alebo je možné použiť plagátové materiály od Fashion Revolution alebo od iných organizácií ([pozri našu knižnicu](#)). Výber plagátov, výroba a nastavenie záleží na facilitátoroch.

Je tiež dôležité vytvoriť pre účastníkov osobný priestor – Pre prípad, že by sa unavili

alebo si chceli odpočinúť, alebo ak by chceli pracovať ďalej od ostatných. Môže to byť hromada vankúšov, pohovka alebo sedacie vaky v rohu miestnosti.

Je dôležité venovať pozornosť účastníkom, ktorí pracujú mimo skupinu – môžu byť unavení, demotivovaní, môže dochádzať k nejakej negatívnej interakcii s ostatnými v skupine alebo len prostre potrebujú nejaký čas osamote. Uistite sa, že sú v bezpečí a počúvajte ich dôvody, prečo chcú odpočívať alebo pracovať oddelene. Takéto správanie je väčšinou dočasné a účastníci sa neskôr znova pripoja k skupine.



Zdravie a bezpečnosť

V závislosti od legislatívy v príslušnej krajine a miesta, kde sa klub koná, budete musieť podniknúť všetky potrebné kroky na zabezpečenie maximálnej bezpečnosti a ochrany účastníkov. Uistite sa, že plníte všetky zákonné a zmluvné povinnosti týkajúce sa zdravia a bezpečnosti všetkých zúčastnených.

Základným pravidlom pre denné kluby je, že by ste mali mať k dispozícii lekárničku a kvalifikovanú prvú pomoc a v prípade klubov na prespávanie by ste mali mať neustále na mieste kvalifikovaného zdravotníka alebo záchranára. Je nevyhnutné, aby všetci účastníci mali číslo, na ktoré môžu v prípade núdze zavolať.



GDPR – ochrana osobných údajov

Pred klubom, počas neho, ale i po ňom sa musí so všetkými osobnými údajmi zaobchádzať podľa pravidiel GDPR. Uistite sa, že tieto pravidlá vždy dodržiavate.

Pomôcky a materiály

Vzhľadom na to, že tento klub je zameraný na výrobu oblečenia z nechcených materiálov, uistite sa, že účastníkom poskytnete dostatok materiálnych zdrojov pre ich prácu. Tento druh materiálu má svoje obmedzenia vo veľkosti, type látky, vzoroch, farbách atď., takže pre účastníkov môže byť náročné s nimi pracovať. Preto je lepšie mať si z čoho vybrať, aby účastníci mohli byť kreatívni tak, ako chcú. Všetky materiály majte neustále na mieste, aby ich účastníci mohli použiť a tiež v prípade, že zmenia názor na svoj dizajn počas procesu navrhovania.

Týmito nechcenými materiálmi budú prevažne použité odevy alebo odpadové látky, ale uistite sa, že máte k dispozícii aj dostatok nechcených alebo vintage dekoratívnych predmetov, ako napríklad stuhy, gombíky, nášivky, látkové ozdoby atď., ktoré môžu účastníci taktiež použiť.

Nechcené materiály môžete nájsť na rôznych miestach. V našej komunite v Novej Cvernovke máme zdieľaný priestor s názvom Chnapka - "niečo na uchmatnutie" - kde si vymieňame oblečenie, bytové dekorácie, knihy atď. Je to stály priestor pre členov komunity Nová Cvernovka. Pri vedení upcyklovacieho klubu vyzývame účastníkov, aby chodili "nakupovať" materiály do tohto priestoru tak často, ako potrebujú.

Ak chcú, môžu si účastníci priniesť svoje vlastné nechcené materiály, aby s nimi mohli sami pracovať alebo ich mohli použiť aj

ostatní. Ak prinesú oblečenie s určitou emocionálnou hodnotou, uistite sa, že si svoje návrhy najprv nacvičia na odpadových materiáloch predtým, ako s ním začnú pracovať.

Niektoré pomôcky a materiály budú musieť byť nové, aby bolo zaistené, že sú kvalitné a bezpečné: Môžu to byť napríklad pomôcky:

- pre skicovanie a kreslenie: ceruzky, perá, papiera, vodové farby, štetce, kriedy, gumené atď.
- pre ručné šitie a šitie: kvalitné šijacie nite a ihly, nite na stehovanie atď.
- pre vyšívanie: vyšívacie nite a ihly, rámy atď.
- pre látanie: látacie nite a ihly, látacie vajíčko alebo hríbik atď.
- pre strihanie: ostré nožnice rôznych veľkostí, rotačný rezač, podložka na rezanie atď.
- ďalšie pomôcky: špendlíky

(veľmi veľa špendlíkov! - a ideálne na magnetických držiakoch), páradlá, krajčírské metre

Šijacie stroje

Ak chcete poskytnúť účastníkom šijacie stroje, budete potrebovať kvalitné stroje, aby ste zabezpečili, že vydržia možné poškodenia, ktoré im môžu spôsobiť neskúsení používatelia. Účastníci budú mať viac alebo menej znalostí a skúseností s prácou so šijacími strojmi, takže s nimi budú zaobchádzať rôzne. Uistite sa, že máte plán B pre prípad, že sa šijací stroj pokazí alebo rozbije počas trvania klubu - buď budete mať náhradný stroj, alebo prejdete na ručné šitie. Vždy majte po ruke aspoň základné pomôcky na údržbu stroja (dodáva sa so strojom), pretože mnoho drobných opráv je možné opraviť okamžite. Uistite sa, že máte dostatok náhradných ihliel! Dobrým nápadom je mať



vymedzený priestor pre šijacie stroje a priestor pre ručné šitie. Toto umožní účastníkom sústrediť sa na ich úlohy a organizátorom zase dohliadať na ich prácu so šijacími strojmi. Vždy – VŽDY – sa uistite, že poznáte umiestnenie vypínača každého stroja a elektrické zásuvky, do ktorých budú zapojené. Môže sa stať, že ich budete musieť rýchlo vypnúť, napríklad keď bude začiatok silne šliapať na pedál stroja, keď sa mu zasekne ihla. Ak stroj rýchlo vypnete, môžete zabrániť jeho poškodeniu a následne účastníkom vysvetliť, že by mali nabudúce dať nohu preč z pedálu, ak je ihla stroja zaseknutá.

Personálne kapacity

Aby ste sa vyhli zbytočným komplikáciám, uistite sa, že facilitátori, edukátori a taktiež možní asistenti sú kompatibilní s ostatnými, jasne chápu svoje úlohy vo vzťahu k rôznym procesom a je im príjemné navzájom spolupracovať. Ideálny počet

účastníkov na jedného facilitátora je medzi 4 a 7. Facilitátor, ktorý dohliada na viacero účastníkov zároveň, nebude mať dostatok času na každého účastníka a bude pre neho náročné a únavné program klubu zvládať.

Facilitácia je viac než len pomáhať šiť alebo vyrábať oblečenie a zahŕňa taktiež starostlivú prácu s rôznymi charaktermi osobností. Veľká čas facilitácie klubu je o uľahčení práce každého účastníka spôsobom, ktorému rozumejú a



považujú ho za pútavý. Niektorí budú mať problémy so sústredením, niektorí budú radi hovoriť, niektorí budú radi, keď zostane pri práci sám, niektorí sa môžu hanbiť, pretože si nedokážu osvojiť určitú zručnosť. Tu je úlohou facilitátora poznať každého účastníka a pracovať s ním individuálne podľa jeho zručností, motivácie, energie a schopností. Všetci účastníci sú v klube s rovnakou úlohou, ale ich výsledky sa budú líšiť. Facilitátori sú tu nato, aby zabezpečili, že všetci dokončia úlohu aspoň čiastočne (je potrebné osláviť aj vytvorenie len časti finálneho outfitu!), takže všetci cítia podporu a taktiež to, že sú všetci najlepšimi návrhármi a odevnými tvorcami na celom svete!

Účastníkmi nášho prvého upcyklovacieho klubu bolo 5 detí a ich počet sa v priebehu rokov zvyšoval. Nikdy sme však nemali viac ako 7 detí na jedného facilitátora

Účastníci

Je dôležité mať vopred dobrú predstavu o účastníkoch, ktorých chcete pozvať, a o zručnostiach, ktoré pravdepodobne budú mať a ktoré budú rozvíjať. Ak uvažujete o tom, že by ste pozvali účastníkov rôzneho veku a s rôznymi zručnosťami, budete musieť podľa toho naplánovať facilitáciu ich práce.



Je samozrejmé, že klub by mal byť prístupný a inkluzívny pre všetkých účastníkov bez ohľadu na ich vek, postihnutie, pohlavie, manželstvo, tehotenstvo a materstvo, rasu, náboženstvo alebo presvedčenie a sexuálnu orientáciu.

Ak máte finančné prostriedky alebo nájdete sponzora, je dobré podporiť sociálne slabších účastníkov.

Keďže sme pracovali v oblasti, kde bola zmes finančne stabilných a finančne ohrozených rodín, snažili sme sa vždy zapojiť aspoň jedného účastníka, ktorý k účasti potreboval nejakú finančnú podporu. Bola to však veľmi chýlostivá situácia na zvládnutie. U rodičov, ktorí sa hanbili túto pomoc prijať, sme zistili, že pokiaľ svojmu dieťaťu zaplatili jedlo a/alebo nevyhnutné výdavky, cítili sa menej ako "charitatívny prípad". Informácie o tejto podpore a ani mená účastníkov, ktorí ju obdržali, sme nikdy nezverejnili.

Komunikácia s rodičmi a zákonnými zástupcami

Uistite sa, že rodičov / zákonných zástupcov mladších účastníkov v dostatočnom predstihu oboznámite so všetkými informáciami. V závislosti od krajiny môžete mať povinnosť získať povolenie, aby sa ich dieťa alebo zverenec mohol zúčastniť programu klubu. Uistite sa, že každý jasne rozumie zodpovednosti, zdravotným a bezpečnostným opatreniam, možným zdravotným problémom (alergie atď.), kto môže vyzdvihnúť účastníkov z klubu (s konkrétnymi menami) alebo či môžu odísť sami, či máte povolenie ich vyfotiť atď. Uchovávajte si prezenčnú listinu, aby ste sa uistili, že sú všetci ráno prihlásení a odhlásení na konci dňa.

Jedlo a občerstvenie

Je dobré si vopred zabezpečiť klubový catering a vychádzať z toho, čo účastníci radi jedia. Stravovací plán môže zahŕňať konzumáciu jedla (poskytnuté organizátormi alebo účastníkmi, ktorí si prinesú svoje vlastné) na mieste konania a/alebo v okolitých reštauráciách. Ak majú účastníci potravinové alergie alebo diétne preferencie, účastníci by mali o tom informovať organizátorov a priniesť



si vlastné jedlo. Malo by byť zabezpečené aj občerstvenie (napr. počas prestávok) a každé jedlo by sa v ideálnom prípade malo konzumovať v oddelenej časti miesta konania. Nikto si predsa nechce poliať ich úžasné takmer hotové šaty šalátovým dresingom!

Účastníci nášho klubu mali možnosť stravovanie v neďalekej reštaurácii s bufetom. Tu si každý mohol vybrať, čo chcel a koľko chcel.

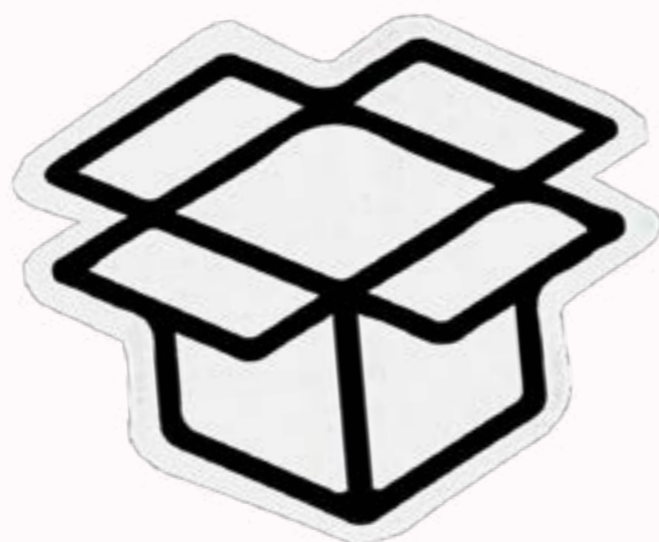
Mali sme však aj dni, kedy bola reštaurácia zatvorená, čo poskytlo príležitosť pre našu skupinu k spoločnému vareniu. Nová Cvernovka má spoločnú kuchyňu, takže sme pripravili jednoduché obedy ako cestoviny alebo toasty.



Naše dopoludňajšie a popoludňajšie občerstvenie zvyčajne pripravovala dvojica účastníkov, ktorí sa v ten deň dobrovoľne prihlásili. Umývali, ošúpali a nakrájali ovocie a zeleninu zabezpečenú organizátormi a pripravovali ovocné a zeleninové tanieri pre všetkých.

Prípravné a upratovacie práce

Byť odevným dizajnérom a tvorcom znamená udržiavať svoje pomôcky a pracovné prostredie v poriadku. Preto je dôležité, aby si účastníci v programe našli čas na každodenné práce, ako je upratovanie, organizovanie pomôcok a zametanie podlahy na konci dňa. Rozdeľte účastníkov do skupín, ktoré sú každý deň zodpovedné za rôzne domáce práce. To by malo zahŕňať aj prípravu občerstvenia a umývanie riadu, ak si účastníci robia nejaký vlastný catering. V ideálnom prípade by tieto skupiny mali spájať účastníkov rôzneho veku a rôznych zručností, aby si boli schopní navzájom pomáhať.



Denný program vášho klubu môže vyzerat' takto (v závislosti od vášho vybavenia a zdrojov):

8-9h - stretnutie vonku v priateľskom prostredí (ihrisko, park)

9-12h - čas na kreatívne práce s prestávkou na občerstvenie okolo 10:30h

12-13h - prestávka na obed

13-14h - vonkajšie aktivity, voľný čas

14-15h - čas na kreatívne práce s prestávkou na občerstvenie okolo 15h

16-17h - vonkajšie aktivity, odchod domov

Zatiaľ sme organizovali len denné kluby, teda kluby bez prespávania. S organizovaním pobytových akcií nemáme žiadne skúsenosti. Ak skúsenosti s organizovaním pobytových akcií máte, prosím organizujte svoj klub na ich základe.

Každodenný program vášho klubu by potom mohol vyzerat' takto:

Deň 1

V prvý deň sa účastníci budú musieť navzájom spoznať a spoznať aj miesto, kde budú pracovať. Ideálne by bolo nejaké cvičenie na prelomenie ľadov, ktoré by účastníkom pomohlo dozvedieť sa o sebe navzájom – napr. mená, záľuby, skúsenosti s výrobou / opravou odevov a pod.

Účastníci budú taktiež potrebovať nejaké zaškolenie "pre prípad núdze", napr. prvá pomoc, požiarne bezpečnosť atď.

Naša každodenná rutina začala ranným cyklom - všetci sme sa posadili do kruhu a podľa energie a nálady zdieľali svoje pocity, nápady a myšlienky o dňoch, ktoré nás čakajú. Zistili sme, že to účastníkom

pomohlo cítiť sa prítomne, spojiť sa alebo prepojiť sa s druhými. Organizátorom a facilitátorom to pomohlo zhodnotiť skupinu, ich náladu, pokroky a spoznať energiu skupiny pre prácu, ktorá bude v ten deň vykonávaná.

Cieľom klubu je kreatívnym spôsobom (pre)robiť nový outfit (alebo jeden odev) zo second hand oblečenia. Úlohou facilitátorov je monitorovať kreatívny proces, radiť a viesť workshopy, aby pomohli účastníkom vytvoriť nositeľné outfity.

Ak chcete inšpirovať účastníkov v ich kreatívnom procese, môžete do priestoru konania klubu priniesť vzorky prerobených odevov a taktiež hľadať v knihách, časopisoch a online zdrojoch. Je jednoduchšie, keď všetci majú na začiatok nejaké príklady – môžu ich zladit', obrátiť naruby alebo hore nohami. Môžu pracovať s akýmkoľvek nepoužitým oblečením, ktoré si so sebou priniesli, alebo si môžu nejaké vybrať z hromady, ktorú ste im

pripravili. Keď sa účastníci inšpirujú a vyberú si nejaké nepoužité oblečenie, s ktorým budú pracovať, začnú kresliť, čo by s ním chceli urobiť. Ideálna technika skicovania neexistuje a je len na nich, čo si vyberú, čo im najviac vyhovuje. Môžu spolu kresliť, maľovať, strihať a pripínať látky a odevy. Ubezpečte ich, že je normálne, že sa počiatočný nápad počas práce mení, niekedy na niečo úplne iné. Okrem návrhu oblečenia si účastníci môžu zapísať proces alebo kroky, o ktorých si myslia, že budú musieť urobiť. Tento plán môžu reflektovať na konci týždňa.

Úlohou facilitátorov v tejto fáze je citlivo poskytovať spätnú väzbu k týmto návrhom a plánom tak, aby boli realistické v rámci časového rámca a dostupných zariadení. Viesť ich k niečomu, čo budú môcť vytvoriť vlastnou rýchlosťou. Výsledný odev

alebo outfit nemusí byť dokonalý – ide hlavne o to, aby bol originálny a vyrobený nimi. Akákoľvek nedokonalosť môže byť jedinečným podpisom ich finálneho kúska.

Dni 2 – 5

Po zvyšok týždňa sa každý zameria na vytváranie týchto odevov alebo outfitov.

Cesta každého účastníka bude pravdepodobne hrboľatá, hoci niekedy to môže ísť ľahko. Je ťažké predvídať pracovné postupy, ale je na facilitátoroch, aby sledovali náladu, energiu a úroveň motivácie v skupine. Sú dobré dni a môžu byť aj zlé. Je veľmi dôležité byť v súlade so skupinou a prispôbiť program – dlhšie prestávky, zábavné cvičenie, vonkajšie aktivity – na vylepšenie a udržanie nálady.

Existuje množstvo techník na prerobenie oblečenia a každý účastník pravdepodobne použije jednu alebo viacero z nich:

- Ručné šitie
- Šitie na šijacích strojoch
- Vyšívanie
- Háčkovanie
- Látanie – štopkanie
- Tkanie
- Plstenie
- Maľovanie
- Prírodné farbenie

Účastníci môžu do klubu priniesť svoje vlastné znalosti a skúsenosti s jednou alebo viacerými z týchto zručností a facilitátori tiež prinesú svoje. Prakticky povedané, techniky, ktoré sa vyučujú – napr. ručné šitie – by mali byť také, aby boli vhodné pre väčšinu účastníkov. Od facilitátorov sa neočakáva, že budú učiť všetko! Ale každý klub by mal čo najlepšie využiť špecifické zručnosti a výučbu, ktoré môžu facilitátori (a možno aj účastníci) ponúknuť.

Každá technika si tiež vyžaduje iné pomôcky, takže organizátori a facilitátori by si mali dobre premyslieť čas, ktorý majú na to,

aby pomohli účastníkom naučiť sa ich používať. Mali by tiež zvažiť, ako rozvíjať zručnosti a schopnosti, ktoré už účastníci majú, prípadne vyskúšať náročnejšiu techniku ako prírodné farbenie alebo šitie na šijacích strojoch. Pokročilejšie techniky, ako sú tieto dve, zahŕňajú prácu s vriacou vodou alebo strojmi, takže bude potrebné zaviesť dodatočné bezpečnostné opatrenia.

Zvyčajne sme mali dvoch facilitátorov, z ktorých každý mal iné zručnosti. Jeden poskytoval pomoc pri ručnom šití a vyšívaní a druhý poskytoval pomoc so šijacím strojom. Ručného a strojové šitie prebiehali v oddelených priestoroch, aby sa účastníci mohli plne sústrediť na vlastnú prácu. Účastníci sa medzi týmito aktivitami presúvali podľa potreby, a facilitátori dbali na to, aby si každý vyskúšal každú techniku.

Ak sme niekedy mali účastníka, ktorý mal skúsenosti s inou technikou a ak bol záujem zo strany ostatných v skupine, ako bonus sme nechali tohto účastníka predviesť, čo dokáže na workshope (pod naším vedením). Takto sa nám napríklad nečakane podarilo uskutočniť workshop plstenia, ktorý účastníkov priviedol k tomu, že si k outfitu vyrobili plstenú brošňu.

Tipy

- Prvotné návrhy účastníkov sa s najvyššou pravdepodobnosťou budú meniť podľa toho, ako budú pracovať s dostupnými materiálmi a postupne si osvojovať nové zručnosti (alebo zápasit' s ich osvojovaním si). Proces prerábania odevov tak ako akýkoľvek iný kreatívny proces je takýto vždy!

- Dynamika skupiny sa deň od dňa líši. Organizátori a facilitátori by preto mali

myslieť na to, aby ocenili úsilie každého účastníka, hodnotili ich prácu v procese a podporovali ich, keď majú problémy. Uistite sa, že si všetci uvedomujú, že venujete pozornosť tomu, čo robia.

- Je taktiež v poriadku, ak si účastníci dopravujú chvíľku leňošenia, keď menej pracujú alebo sa ponoria do nesúvisiacich činností – čítajú si knihu, ľahnú si na pohovku alebo sa iba rozprávajú o svojom obľúbenom spevákovi alebo ikone.

- Manuálna práca môže byť terapeutická. Niekedy pri spoločnej práci pri stole môžu účastníci začať hovoriť o svojom súkromnom živote a zdieľať citlivé informácie a emócie. Je dobré, aby ste veciam nechali voľný priebeh, ale ak nie ste vyškolenými profesionálnymi terapeutmi, nezapájajte sa do tejto diskusie (pozri odporúčanie EÚ k ochrane detí tu). Snažte sa len pokračovať v tvorivom procese.

Keď budú všetky tieto fantastické upcyklované outfity vyrobené a predvedené, čo sa bude diať ďalej?

Ako organizátor je dobrý nápad ukončiť klub zaslaním poďakovania a pozdravu rodičom/zákonným zástupcom. Ak vám dali povolenie na fotenie ich detí/závislých osôb počas klubu, pošlite im nejaké. A nezabudnite vložiť zoznam zabudnutých vecí, ktoré sa snád' vrátia naspäť svojim majiteľom.

Ak ste si prenajali svoje miesto, nakúpili v nejakom cateringu a spolupracovali ste s inými dodávateľmi, uistite sa, že ste priestor nechali tak, ako vypadalo pred realizáciou programu. Nezabudnite okamžite zaplatiť prenajímateľom. Keď tam budete chcieť zorganizovať ďalšiu udalosť a znova využiť ich služby, je pravdepodobnejšie, že vás privítajú späť. Záverečné upratovanie priestoru sme vždy spravili

ako skupinovú aktivitu, kde si účastníci rozdelili úlohy, ktoré bolo potrebné urobiť a dbali sme na to, aby sa toto uskutočnilo ešte pred záverečnou prezentáciou. Nikoho nebaví upratovať po oslave!

Záverečná prezentácia vytvoreného oblečenia Táto časť je dobrovoľnou a doplnkovou aktivitou programu klubu. Prezentácia a získavanie reakcií na upcyklované oblečenie, ktoré účastníci vyrobili, je možno tou najlepšou odmenou za tvrdú prácu všetkých zúčastnených. Môže vám dať dôveru vo vaše vlastné nápady, návrhy a prácu.

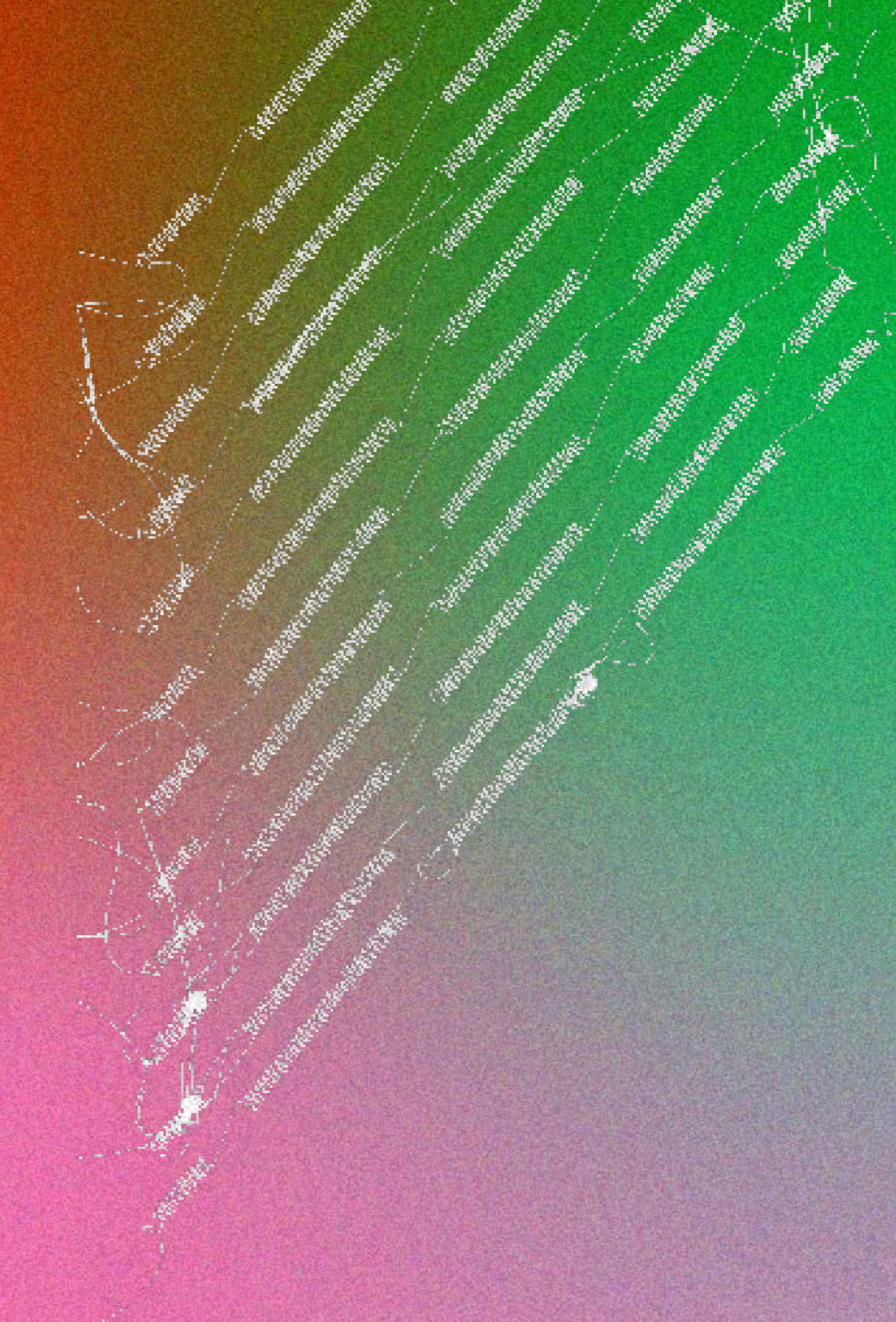
Takáto prezentácia môže byť malá, intímna, spontánna a dokonca chaotická, s množstvom zábavy a smiechu. Zistili sme, že mladší účastníci sú ochotnejší robiť „módne prehliadky“, kde predvádzajú oblečenie, ktoré vyrobili. Starší účastníci sa radšej držali mimo centra pozornosti a niekedy nechceli

svoju prácu prezentovať vôbec.

Na konci každého klubu v piatok sme zorganizovali malú módnú prehliadku v našom komunitnom parku. Cestičky v parku boli našou runway, jeden facilitátor robil DJ-a a jeden spravoval backstage (priestor na ihrisku mimo očí publika). Publikum – väčšinou rodičia účastníkov, rodina a priatelia – sedeli na vonkajšej terase cukrárne so svojimi nápojmi a koláčmi.

Prehliadka zvyčajne trvala 15-20 minút vrátane záverečnej prechádzky všetkých modelov na záver. Niektoré modelky sa zastavili na móle, aby vlastnými slovami vysvetlili, čo a ako vytvorili.

Zvyčajne sme po predstavení zostali v parku, užívali si letné počasie a rozprávali sa o našom spoločnom týždni.



O autoroch:

Martina Mareková je koordinátorkou Fashion Revolution pre Slovensko a vedúcou Fashion Revolution Global Education Working Group. Vede svoju vlastnú slow-fashion značku Bartinki a aktívne sa venuje vzdelávaniu mladých ľudí o módnom priemysle.

Ian Cook je profesorom kultúrnej geografie na univerzite v Exetere vo Veľkej Británii, ktorá skúma vplyvy aktivizmu v oblasti obchodnej spravodlivosti. Je členom Fashion Revolution's CIC a Global Education Working Group a navrhol online kurz "Who Made My Clothes?".

Romana Tomášková je hlavnou členkou Fashion Revolution v Českej republike. Pracuje v PR v ekologickom inštitúte Nadace Partnerství, organizuje pravidelné swap párty a vzdelávacie aktivity pre mládež.

Zuzana Ryšavá je koordinátorkou Fashion Revolution pre Českú republiku a podporuje výskum pre organizáciu. Vo svojej každodennej práci sa zameriava na ochranu ľudských práv ohrozených skupín prevažne v okolí Brna.

Text preložili:

Martin Beneš
Martina Mareková

Text editovali:

Veronika Habalová (Nitka, Slovakia)
Martin Beneš (Fashion Revolution Czech Republic)

Grafický dizajn od Fashion Revolution editovali:

Hana Kubrichtová (Youth Ambassador, Fashion Revolution Czech Republic)
Emma Leviusová (Youth Ambassador, Fashion Revolution Slovakia)

Tieto vzdelávacie materiály boli vytvorené v rámci Erasmus+ projektu venovaného dnešnému módnemu priemyslu a jeho vplyvom na životné prostredie a spoločnosť. Tento projekt ponúka program, ktorý zahŕňa online kurz a sériu manuálov ako tento program realizovať vo vašom prostredí.

Tieto materiály boli vytvorené pre a testované s mladými ľuďmi na Slovensku a v Českej republike. Sú trojjazyčné a voľne dostupné pre všetkých.

Viac na imperfecions.recycool.academy.



Podpora Európskej komisie na výrobu tejto publikácie nepredstavuje súhlas s obsahom, ktorý odráža len názory autorov, a Komisia nemôže byť zodpovedná za prípadné použitie informácií, ktoré sú v nej obsiahnuté.



**Co-funded by
the European Union**