



Koalicja
Sprawiedliwego
Handlu

PORADNIK
METODYCZNY

Sprawiedliwy Handel w szkołach

– jak go promować?

Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”

www.fairtrade.org.pl

Kraków 2014

SPIIS TREŚCI

WSTĘP

WSTĘP	...	3
SPRAWIEDLIWY HANDEL: HISTORIA, WARTOŚCI, ZASADY, ORGANIZACJE	...	4
KAMPANIA MIASTA, SZKOŁY... I NIE TYLKO	...	12
SPRAWIEDLIWY HANDEL A POLSKI SYSTEM EDUKACJI	...	18
JAK MÓWIĆ O GLOBALNYM POŁUDNIU?	...	19
SCENARIUSZE LEKCJI	...	20
Scenariusz I: Ile kosztuje filiżanka herbaty?	...	20
Scenariusz II: Sprawiedliwy Handel – bo warto być fair!	...	40
Scenariusz III: Dziel się sprawiedliwie!	...	49
Scenariusz IV: A na nas kto pracuje?	...	61
WYDARZENIA PROMUJĄCE SPRAWIEDLIWY HANDEL	...	70
PRZEPISY NA POTRAWY Z PRODUKTÓW SPRAWIEDLIWEGO HANDLU	...	86
DODATKOWE INFORMACJE O SPRAWIEDLIWYM HANDLU	...	90

Już od ponad sześćdziesięciu lat światowy ruch Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade) prowadzi działania na rzecz poprawy warunków życia i gospodarowania drobnymi wytwórcami i pracownikami najemnymi z krajów globalnego Południa. Od swych początków jest on tworzony oddolnie przez organizacje pozarządowe, firmy i ludzi dobrej woli. Jego celem jest pomoc rozwojowa, czyli zapewnienie ubogim ludziom z krajów globalnego Południa możliwości utrzymania się z pracy własnych rąk. Jest to możliwe dzięki zaangażowaniu świadomych konsumentów, którzy nabywają towary wytwarzane przez społeczności drobnych producentów z ubogich krajów Południa. Działania na rzecz idei Fair Trade w wielu krajach Europy przybierają charakter ruchów społecznych, a produkty Sprawiedliwego Handlu, takie jak kawa, herbata, banany, cukier, bawełna są w powszechnym użyciu.

Przygotowując niniejszą publikację dokonaliśmy aktualizacji opracowanych wcześniej materiałów Ośrodka Działań Ekologicznych „Źródła” oraz Związku Stowarzyszeń „Polska Zielona Sieć” (współzałożycieli Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”), gdyż materiały tych organizacji dotyczące edukacji globalnej osiągnęły wysokie oceny w ramach „peer review” dokonanego przez Grupę Zagranica.

Korzystaliśmy również z publikacji kampanijnych Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu, naszego partnera w kampanii *Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (część tej kampanii to *Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*):

- [Sprawiedliwy Handel – mini-przewodnik dla uczestników kampanii promocyjnych](#)
- [Fair Trade czyli Sprawiedliwy Handel – przewodnik](#)
- [Zrównoważony rozwój, Sprawiedliwy Handel – przewodnik dla nauczycieli](#)

SPRAWIEDLIWY HANDEL: HISTORIA, WARTOSCI, ZASADY, ORGANIZACJE

Sprawiedliwy Handel (SH, ang. *Fair Trade*) to oddolny, międzynarodowy ruch społeczny dążący do poprawy warunków życia i gospodarowania drobnymi producentami żywności i rękodzieła z krajów globalnego Południa. Dzięki niemu ubodzy mieszkańcy Afryki, Azji i Oceanii, Ameryki Południowej, Centralnej i Karaibów mogą pracować w godnych warunkach i budować uczciwe stosunki handlowe z bogatszą częścią świata. Ruch ten tworzony jest przez organizacje pozarządowe, działaczy, wolontariuszy oraz firmy, przy udziale konsumentów. Wybierając produkty SH, konsumenci mogą wywierać realny wpływ na poprawę stopy życiowej najbardziej potrzebujących społeczności.

Sprawiedliwy Handel jest więc formą pomocy rozwojowej, odpowiedzią na porażkę współczesnych rozwiązań gospodarczych w zakresie zapewnienia ludziom w najbardziej potrzebujących krajach świata godziwych środków utrzymania i możliwości rozwoju. Idea Fair Trade polega jednak nie tylko na wymianie handlowej. Pokazuje namacalnie, że większa sprawiedliwość w handlu światowym jest możliwa. Podkreśla potrzebę zmian w regułach i praktyce handlu konwencjonalnego oraz pokazuje, jak odnoszący sukcesy biznes może stawiać ludzi na pierwszym miejscu.

Opracowana w grudniu 2009 *Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu* (*A Charter of Fair Trade Principles*) jest jednolitym dokumentem, opisującym kształt i zasady funkcjonowania ruchu Sprawiedliwego Handlu. Karta została uzgodniona przez najważniejszych jego uczestników, którzy określają zasady i standardy, kontrolują ich przestrzeganie i przyznają certyfikaty w zakresie odpowiednim dla swojej specyfiki: Światową Organizację Sprawiedliwego Handlu (*World Fair Trade Organization*, WFTO, dawniej IFAT), która **certyfikuje firmy i organizacje** SH, i *Fairtrade International* (dawniej *Fairtrade Labeling Organizations International*), która certyfikuje **produkty** SH. Karta potwierdza istnienie dwóch głównych nurtów Sprawiedliwego Handlu:

- nurtu opierającego się na zintegrowanym łańcuchu wytwarzania, dostaw i przetwórstwa w ramach certyfikowanych **firm i organizacji** Sprawiedliwego Handlu;
- nurtu opierającego się na certyfikacji i znakowaniu **produktów** Sprawiedliwego Handlu, przetwarzanych również przez duże komercyjne firmy, trafiających w przeważającej mierze do konwencjonalnych punktów sprzedaży detalicznej, jak np. supermarkety.

Dokument prezentuje też podstawowe zasady Sprawiedliwego Handlu:

- umożliwienie marginalizowanym producentom dostępu do rynków globalnych;
- zrównoważone i sprawiedliwe relacje handlowe;
- budowanie i wzmacnianie potencjału producentów;
- podnoszenie świadomości i poparcia wśród konsumentów.

Karta określa Sprawiedliwy Handel jako umowę społeczną, w ramach której producenci otrzymują umowy długoterminowe, przedpłaty, premie na projekty rozwojowe (jak budowa studni, wodociągów, szkół, ośrodków zdrowia, szkolenia zawodowe itp.) oraz wsparcie marketingowe poprzez podnoszenie świadomości konsumentów. Natomiast nabywcy otrzymują dzięki temu produkty wytworzone w sposób etyczny i cechujące się dobrą jakością. Sprawiedliwy Handel nie jest więc działalnością charytatywną, lecz partnerstwem na rzecz przemian i rozwoju poprzez handel.

DEFINICJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

W Karcie Zasad Sprawiedliwego Handlu przywołana została definicja, sformułowana w 2001 roku przez FINE – nieformalną platformę współpracy czterech najważniejszych w ruchu organizacji parasolowych: FLO, IFAT (WFTO), NEWS!, EFTA, skupiającą organizacje zaangażowane w Sprawiedliwy Handel. Definicja ta jest również cytowana w dokumentach Unii Europejskiej:

Sprawiedliwy Handel to partnerstwo handlowe, oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju przez oferowanie lepszych warunków handlowych oraz ochronę praw marginalizowanych producentów i pracowników najemnych, szczególnie w krajach Południa.

Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspomagane przez konsumentów) są aktywnie zaangażowane we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.

Produkty Sprawiedliwego Handlu są wytwarzane i sprzedawane zgodnie z tymi zasadami, co jest w miarę możliwości weryfikowane przez wiarygodne, niezależne systemy gwarancyjne.

POCZĄTKI

Ruch Sprawiedliwego Handlu w swej współczesnej formie ma wiele źródeł. Przyjmuje się, że narodził się pod koniec lat 40. ubiegłego wieku w Stanach Zjednoczonych (wtedy używano pojęć handel alternatywny czy handel solidarnościowy) z inspiracji tamtejszych chrześcijańskich grup wyznaniowych. Podejmowane wówczas próby sprzedaży wyrobów, pochodzących z małych wspólnot etnicznych, były reakcją na powojenny demontaż systemu kolonialnego, który znacząco zmienił realia funkcjonowania całych społeczeństw w krajach, określanych wtedy jako Trzeci Świat oraz obnażył ich tragiczne ubóstwo i zacofanie.

„TRADE NOT AID”

Idea handlu alternatywnego znalazła swoje miejsce w międzynarodowej debacie nad Nowym Międzynarodowym Ładem Ekonomicznym. W ramach rundy negocjacyjnej UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) w roku 1968 koncepcja „Trade not Aid” („Handel, nie pomoc”), wylansowana przez organizacje pozarządowe i ekspertów ekonomicznych, została uznana za bardziej efektywną od istniejących form pomocy rozwojowej. W kolejnych porozumieniach UNCTAD zawarto kwestię stabilizacji cen eksportowych na produkty o podstawowym znaczeniu dla krajów rozwijających się.

Rozwój handlu alternatywnego od późnych lat 60. wiązał się głównie z ruchem solidarności politycznej. Wśród partnerów handlowych wczesnego ruchu były też państwowe organizacje handlowe. Handel alternatywny pod koniec lat 60. i w latach 70. był bardziej nastawiony na szukanie rynków zbytu dla produktów z krajów wyłączonych z głównego obrotu handlowego z powodów politycznych (jak Wietnam, Mozambik, Kuba czy Nikaragua), niż na zapewnienie dobrobytu drobnym producentom w tych krajach. W tym czasie funkcjonowały też organizacje pozarządowe, określane jako organizacje handlu alternatywnego (*Alternative Trade Organisations – ATOs*).

Równolegle w krajach ubogich postępował proces powstawania organizacji, zajmujących się doradztwem i wsparciem dla drobnych wytwórców, promujących alternatywne podejście do handlu i zasad współpracy międzynarodowej. Organizacje te zyskiwały partnerów wśród organizacji pozarządowych, działających w krajach Północy (np. Sklepy Świata).

W wyniku tych działań zaczęły krystalizować się zasady Sprawiedliwego Handlu oraz standardy współpracy z drobnymi wytwórcami z krajów ubogich:

- ustalenie ceny za produkty, która pokrywa koszty produkcji;
- zapewnienie godziwego dochodu zatrudnionym ludziom;
- inwestowanie w rozwój działalności;
- wypłaty premii na rozwój społeczności lokalnych;
- pomoc w budowie infrastruktury;
- długoterminowe, partnerskie relacje handlowe;
- ochrona środowiska naturalnego.

Standardy te stały się najpierw obowiązującą praktyką w Skleпах Świata, a następnie zostały przyjęte przez rozwijające się sukcesywnie organizacje Sprawiedliwego Handlu.

WFTO: CERTYFIKACJA ORGANIZACJI I FIRM

Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu zrzesza podmioty (firmy, organizacje pozarządowe, sieci organizacji, osoby indywidualne), zaangażowane w działanie na rzecz Sprawiedliwego Handlu – zarówno z Północy, jak i krajów Południa.

- 6 Podstawową misją członków WFTO jest działanie na rzecz społeczności drobnych wytwórców i pracowników najemnych z krajów Południa na zasadach Sprawiedliwego Handlu. Ich działalność koncentruje się na promocji idei i współpracy z partnerami z Południa.

Pełne członkostwo w WFTO mogą uzyskać wyłącznie organizacje, które w 100% angażują się w Sprawiedliwy Handel. Członkowie WFTO są nie tylko pionierami ruchu, nierzadko o tradycji sięgającej kilkudziesięciu lat, ale też wprowadzają na rynek ważne innowacje.

WFTO reprezentuje etycznych handlowców w skali globalnej – od oddolnych organizacji ze wszystkich kontynentów, aż po udział w spotkaniach G8. Jest to zarazem jedyna globalna sieć, której członkowie tworzą nieprzerwany, zintegrowany łańcuch dostawczy Sprawiedliwego Handlu – od producentów aż do sprzedaży detalicznej. Podstawą dla uzyskania członkostwa, a zarazem statusu certyfikowanej organizacji Sprawiedliwego Handlu, jest przestrzeganie ustalonych przez WFTO *10 Zasad Sprawiedliwego Handlu*. Aby zostać członkiem WFTO, organizacja musi wykazać, że w swej działalności przestrzega tych zasad i dąży do nawiązania relacji z drobnymi producentami z Południa, celem umożliwienia im rozwoju i zapewnienia dostępu do rynku. Przestrzeganie Zasad jest weryfikowane przez system monitoringu.

10 ZASAD SPRAWIEDLIWEGO HANDLU:

1. Tworzenie możliwości rozwoju dla producentów w niekorzystnej sytuacji ekonomicznej.
2. Przejrzystość i odpowiedzialność.
3. Praktyki Sprawiedliwego Handlu: troska o dobro społeczne, ekonomiczne i ekologiczne drobnych producentów; przedpłaty; długoterminowe stosunki handlowe oparte na solidarności, zaufaniu i wzajemnym szacunku; uznanie, promocja i ochrona tożsamości kulturowej i tradycyjnych umiejętności producentów.

4. Zapłata sprawiedliwej ceny.
5. Zakaz pracy dzieci.
6. Zakaz dyskryminacji, równość płci i wolność działalności związkowej.
7. Zapewnienie dobrych warunków pracy.
8. Budowanie potencjału drobnych wytwórców.
9. Promocja Sprawiedliwego Handlu.
10. Szacunek dla środowiska naturalnego.

Obecnie WFTO skupia ok. 470 organizacji pozarządowych i firm z wszystkich kontynentów. Znaczącą część członków stanowią organizacje Sprawiedliwego Handlu, reprezentujące drobnych wytwórców z Południa. Organizacją zarządza Rada Dyrektorów, których członkowie wybierają spośród siebie. Wspiera ich sekretariat WFTO Global. Rada Dyrektorów WFTO jest odpowiedzialna za opracowywanie i wdrażanie planów zaakceptowanych przez członków.

WFTO działa na rzecz takiego ukształtowania rynku globalnego, by wszystkie osoby i organizacje handlowały uczciwie dla dobra wszystkich ludzi i całej planety, oraz by równowaga społeczna, ekonomiczna i ekologiczna była nie tylko powszechną praktyką, ale i warunkiem wstępnym dla funkcjonowania rynku.

W 2013 roku WFTO wprowadziło system certyfikacji członków – *WFTO Guarantee System*, który pozwala na umieszczanie znaku na opakowaniach produktów wytwarzanych przez organizacje członkowskie. Tym samym, logo WFTO stanie się znakiem towarowym. Więcej informacji: www.wfto.com

SPRAWIEDLIWY HANDEL W GŁÓWNYM NURCIE WYMIANY HANDLOWEJ – CERTYFIKACJA PRODUKTÓW

Poszukiwanie możliwości zwiększania skali działań doprowadziło do włączenia produktów Sprawiedliwego Handlu do głównego nurtu wymiany międzynarodowej. Przyjmowany przez wiele lat model dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu – jedynie na półkach Sklepow Świata – nie sprzyjał zwiększaniu udziału w rynku i poszerzeniu asortymentu.

Choć Sklepy Świata również w drugiej dekadzie XXI wieku utrzymują silną pozycję ekonomiczną, jednak mają w wielu krajach charakter niszowy, ponieważ opierają się głównie na sile nabywczej świadomych i zaangażowanych konsumentów, pozostając na marginesie głównego nurtu, ukształtowanego przez klienta masowego i sieci supermarketów.

Dynamiczny wzrost popularności Sprawiedliwego Handlu w pierwszej dekadzie XXI wieku wiąże się z wprowadzeniem pod koniec lat 80-tych XX wieku certyfikacji produktów i ich powszechnej dostępności w strukturach biznesu konwencjonalnego (supermarkety, wielcy producenci żywności). Koncepcja zakłada istnienie certyfikowanych organizacji wytwórców oraz znakowanie dostarczanych przez nich produktów znakiem certyfikacyjnym, potwierdzającym ich etyczne pochodzenie.

W drugiej połowie lat 80. pojawił się nowatorski pomysł dotarcia do szerszego grona odbiorców produktów Sprawiedliwego Handlu. Inicjatywa wyszła od meksykańskich rolników uprawiających kawę. Stanęli oni w obliczu kryzysu, który powodował gwałtowny spadek cen ziarna. 15 listopada 1988 roku powstała w Holandii pierwsza inicjatywa certyfikująca (którą zarządzała fundacja *Stichting Max Havelaar*), przyznająca prawo używania znaku certyfikacyjnego Sprawiedliwego Handlu. Założycielem był pracujący w Meksyku holenderski misjonarz katolicki, ks. Frans van der Hoff, uczestniczący w powstaniu w 1981 roku spółdzielni producentów kawy UCIRI (*Union de Comunidades Indígenas de la Region del Istmo*), oraz ekonomista holenderski Nico Roozen, pracujący w holenderskiej ekumenicznej agencji rozwojowej *Solidaridad*, która również odegrała istotną rolę

w tworzeniu fundacji. Powstał pierwszy znak certyfikacyjny *Max Havelaar*, który umieszczono na opakowaniach kawy, dostarczonej ze spółdzielni UCIRI w Meksyku.

Na przełomie lat 80. i 90. XX wieku koncepcja certyfikacji produktów była podejmowana przez kolejne organizacje w różnych krajach europejskich, Japonii, Australii, Nowej Zelandii, Kanadzie i USA (*Max Havelaar*, *TransFair*, *Fairtrade Foundation*). Nosiły one nazwę Inicjatyw Licencjonujących (*Labelling Initiative*). Każda z nich miała odrębny znak certyfikacyjny. Dzięki nim produkty spełniające wymogi Sprawiedliwego Handlu stały się rozpoznawalne. Mogły znaleźć się na półkach „zwykłych” sklepów, docierać do klienta masowego i odnosić sukcesy w głównym nurcie handlu konwencjonalnego (w sklepach spożywczych, sklepach z żywnością ekologiczną, supermarketach itp.).

W 1997 roku krajowe inicjatywy licencjonujące utworzyły organizację parasolową *Fairtrade Labelling Organizations International (FLO Int.*, obecnie *Fairtrade International*). Został wypracowany jednolity system certyfikacji produktów z katalogiem standardów, które powinny spełniać organizacje i przedsiębiorstwa producenckie z Południa, przetwórcy oraz organizacje i firmy wprowadzające na rynek produkty finalne w opakowaniach jednostkowych. W roku 2002 został opracowany jednolity znak certyfikacyjny *Fairtrade*, stopniowo wprowadzany w poszczególnych krajach.

Fairtrade International wraz ze swymi organizacjami członkowskimi zajmują się rozwijaniem systemu certyfikacji, promocją idei i znaku *Fairtrade*, certyfikacją produktów i przyznawaniem licencji na umieszczanie znaku certyfikacyjnego na opakowaniach jednostkowych. W 2014 roku Fairtrade International skupiało 3 sieci producenckie na trzech kontynentach (Afryka, Ameryka Łacińska i Karaiby oraz Azja), 22 inicjatywy certyfikujące, operujących na terenie 24 krajów (19 krajów europejskich, Kanada, Australia, Nowa Zelandia, Japonia, RPA), 5 organizacji marketingowych (Czechy i Słowacja, Hongkong, Indie, Kenia, Korea Południowa) oraz 2 członków-kandydatów (USA, Meksyk). W 2015 r. do grona organizacji marketingowych ma dołączyć Argentyna, Brazylia, Filipiny, Tajwan i Polska (reprezentowana przez Fundację „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”).

8



® SYSTEM CERTYFIKACJI PRODUKTÓW FAIRTRADE

W ramach systemu certyfikacji *Fairtrade* działalność producentów z krajów ubogiego Południa jest weryfikowana pod kątem wypełniania kryteriów systemu przez niezależną organizację zewnętrzną – FLO CERT. Kontrolowany jest także przepływ surowców i produktów – od certyfikowanych producentów, aż do momentu, gdy znajdą się one w jednostkowych opakowaniach konsumenckich, opatrzonych znakiem organizacji czy firmy, wprowadzającej produkt finalny na rynek (*brand owners*). Po spełnieniu wszystkich kryteriów mogą oni uzyskać licencję na umieszczanie znaku certyfikacyjnego *Fairtrade* na opakowaniu jednostkowym.

Kryteria certyfikacji *Fairtrade* ustala Komitet Standardów Fairtrade International, w skład którego wchodzi reprezentanci organizacji członkowskich, sieci organizacji producenckich z Południa oraz niezależni eksperci. Komitet prowadzi szerokie konsultacje z producentami, przedsiębiorcami, niezależnymi ekspertami, inspektorami kontroli itp. oraz przestrzega kodeksu dobrych praktyk ustanawiania standardów ISEAL (*International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance*). Kryteria certyfikacji *Fairtrade* opierają się na normach ISO 65 dla jednostek certyfikujących, co z kolei jest kontrolowane przez niezależny podmiot zewnętrzny.

Na bazie międzynarodowych zasad Sprawiedliwego Handlu określono standardy szczegółowe dla poszczególnych produktów, które muszą być przestrzegane przez wytwórców. Do roku 2012 opracowano standardy certyfikacji *Fairtrade* dla następujących produktów: kakao, kawa, herbata, cukier trzcinowy, wybrane świeże warzywa i owoce (w tym banany i winogrona), owoce suszone, przetwory owocowe i warzywne, soki i wina, produkty zbożowe (ryż, komosa ryżowa/quinoa,

palusznik/fonio), zioła, herbaty ziołowe, przyprawy, nasiona oleiste, orzechy, miód, kwiaty cięte, rośliny ozdobne, bawełna, piłki sportowe, drewno i złoto. Asortyment jest stale rozszerzany.

W przypadku certyfikowanych produktów jednoskładnikowych (np. kawa) 100% surowca musi pochodzić ze źródeł certyfikowanych.

W produktach złożonych (jak np. czekolada) każdy ze składników występujących w systemie Sprawiedliwego Handlu musi być certyfikowany (np. kakao w czekoladzie nie może być częściowo certyfikowane, a częściowo nie): jeżeli na rynku jest dostępny jakiś surowiec certyfikowany (np. wanilia), w produktach złożonych nie można użyć jego zamiennika bez certyfikatu ani w części, ani w całości. Maksymalna zawartość procentowa surowców nie występujących w systemie Sprawiedliwego Handlu również jest ściśle określona dla poszczególnych grup produktów złożonych, by mogły one ubiegać się o opatrzenie znakiem *Fairtrade*.

Obecnie Fairtrade International wprowadza nowe oznaczenia, dla produktów zawierających jedynie niewielkie części surowców certyfikowanych (kakao, cukier, bawełna) – *Fairtrade Sourcing Program*, dlatego można spotkać takie znaki:



Obok standardów szczegółowych dla poszczególnych rodzajów produktów istnieją standardy ogólne dla:

- demokratycznie zarządzanych organizacji drobnych producentów (spółdzielni, stowarzyszeń itp.), których działalność opiera się na ich pracy własnej i członków ich rodzin;
- organizacji zatrudniających pracowników najemnych (np. większych plantacji czy przetwórci);
- produkcji kontraktowej, prowadzonej przez drobnych producentów, którzy jeszcze nie mają demokratycznie zarządzanej organizacji, o ile współpracują z eksporterem czy organizacją pozarządową, która wspiera ich na drodze do utworzenia niezależnej organizacji;
- organizacji handlowych, które kupują, przetwarzają, paczkują i sprzedają hurtowo produkty certyfikowane.

Producenci mogą pochodzić tylko z określonych krajów (globalne Południe), a wszystkie wymienione wyżej rodzaje organizacji muszą przestrzegać standardów szczegółowych, dotyczących poszczególnych produktów. Hurtownicy i detaliści, nabywający i sprzedający certyfikowane produkty finalne w opakowaniach jednostkowych ze znakiem *Fairtrade*, nie podlegają certyfikacji ani kontroli w ramach systemu.

Organizacje i firmy handlowe są zobowiązane płacić producentom co najmniej określoną standardami gwarantowaną cenę minimalną i zawierać umowy na określonych warunkach. Standardy (zarówno ogólne, jak i szczegółowe) opierają się na pięciu podstawowych kryteriach:

STANDARDY SYSTEMU FAIRTRADE (PODSTAWOWE)

1. Zapłata ceny gwarantującej pokrycie kosztów produkcji.
2. Wyплата dodatkowej premii na rzecz społeczności lokalnej.
3. Wyплата zaliczki na uzgodnione kontrakty.
4. Zakaz pracy niewolniczej, pracy dzieci, równouprawnienie płci.
5. Ochrona środowiska, zrównoważony rozwój.

9

Fairtrade International publikuje na swoich stronach internetowych tabele, zawierające minimalne ceny gwarantowane (*Fairtrade Minimum Price*) dla poszczególnych produktów i krajów pochodzenia. Cena ta zapewnia pokrycie kosztów produkcji, w tym godziwego wynagrodzenia dla ludzi, którzy przy niej pracują. Cena zakupu, która z reguły jest ustalana w oparciu o ceny giełdowe, nie może być od nich niższa. Publikowane są także tabele, określające wysokość premii na projekty rozwojowe (*Fairtrade Premium*) dla poszczególnych produktów i regionów.

Więcej informacji: www.fairtrade.net

OZNACZENIA NAJWAŻNIEJSZYCH INNYCH SYSTEMÓW CERTYFIKACYJNYCH SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

W myśl Karty Zasad Sprawiedliwego Handlu mianem produktów Sprawiedliwego Handlu określone są wyroby produkowane i sprzedawane przez Organizację Sprawiedliwego Handlu (zrzeszone w WFTO) oraz produkty dostarczone na rynek z oznaczeniami systemów certyfikacji Fair Trade (na przykład Fairtrade).

ZNAK CERTYFIKACYJNY PRODUKTÓW FAIRTRADE

Międzynarodowy znak certyfikacyjny *Fairtrade* stosowany jest od roku 2002. Jest on niezależną gwarancją, że oznaczone nim produkty spełniają międzynarodowe standardy Sprawiedliwego Handlu, określone przez *Fairtrade International*, zgodnie z *Kartą Zasad Sprawiedliwego Handlu*. Ich sprzedaż pozwala na poprawę warunków pracy i życia drobnych rolników i pracowników najemnych w krajach ubogiego Południa oraz ochronę środowiska naturalnego.

Dotyczy on wyłącznie oznakowanych produktów, a nie organizacji i firm, które je dostarczają (mogą to być również podmioty rynku konwencjonalnego, sprzedające równolegle produkty bez znaku *Fairtrade*, które nie spełniają kryteriów Sprawiedliwego Handlu). Więcej informacji: www.info.fairtrade.net

Obecnie system certyfikacji produktów *Fairtrade* nie jest jedyną możliwością uzyskania certyfikatu dla produktów Sprawiedliwego Handlu.

Potwierdzenie wypełniania kryteriów społecznych Sprawiedliwego Handlu w połączeniu z certyfikatem produkcji ekologicznej można uzyskać we współpracy z innymi systemami certyfikacji, np. *Naturland Fair*, *Ecocert Fair Trade*, *Bio Equitable* czy *Fair Trade USA*. Systemy te mają nieco odmienne kryteria i metody weryfikacji ich przestrzegania. Zapewniają również certyfikację szerokiej gamy produktów, nieobjętych dotąd systemem *Fairtrade*.



CERTYFIKACJA NATURLAND FAIR



W tym systemie certyfikacja ekologiczna opiera się na bardziej rygorystycznych normach niż standardy Unii Europejskiej. Dotyczą one produkcji zwierzęcej, roślinnej i przetwórstwa. Poza tym wszyscy rolnicy i przetwórcy, certyfikowani przez Naturland, muszą spełniać normy społeczne, które opierają się na kryteriach Sprawiedliwego Handlu, zawartych w Karcie Zasad Sprawiedliwego Handlu, sformułowanej przez WFTO i *Fairtrade International*. Więcej informacji: www.naturland.de.

CERTYFIKACJA FAIR FOR LIFE

Szwajcarski system certyfikacji firmy IMO. Może dotyczyć produktów i/lub organizacji. Obejmuje zarówno produkty spożywcze, jak i niespożywcze, również takie, których nie obejmują inne systemy certyfikacji (kosmetyki, wyroby tekstylne, rzemieślnicze, owoce morza, zabawki itp.). Więcej informacji: www.fairforlife.net.



CERTYFIKACJA BIO EQUITABLE



Francuski system certyfikacji ekologicznej i Sprawiedliwego Handlu, zarejestrowany w roku 2002. Obok wielu produktów spożywczych (w tym wyrobów z baobabu) obejmuje aloes, masło shea, olejek arganowy, bawełnę, różę. Więcej informacji: www.biopartenaire.com.

CERTYFIKACJA ECOCERT FAIR TRADE

Drugi pochodzący z Francji system certyfikacji ekologicznej i Sprawiedliwego Handlu, jeden z największych na świecie (działa w ponad 80 krajach), prowadzony przez organizację ECOCERT. Funkcjonuje od roku 2007. Dotyczy produktów rolnych – zarówno spożywczych, jak i stosowanych w kosmetykach czy wyrobach włókienniczych. Więcej informacji: www.ecocert.com.

Na półkach sklepów można znaleźć także wiele produktów sygnowanych znakami certyfikowanych Organizacji Sprawiedliwego Handlu, takich jak DWP, EZA, EL Puente, Gepa, Oxfam, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, Traidcraft, członków WFTO (Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu). Oznacza to, że w ramach całego łańcucha produkcji i dystrybucji tych produktów przestrzegano zasad Sprawiedliwego Handlu, a procesy te są udokumentowane zgodnie z określonymi procedurami.



Dodatkowo, na wielu produktach rolnych Sprawiedliwego Handlu można zobaczyć też znak certyfikacji ekologicznej (*bio*-, *eco*-, *organic*). Jest on niezależny od certyfikacji Sprawiedliwego Handlu. Prezentowany obok znaku jest świadectwem, iż oznakowany produkt spełnia kryteria ekologicznego rolnictwa, zgodne z normami obowiązującymi w całej Unii Europejskiej. Więcej informacji: ec.europa.eu/agriculture/organic/home_pl

Istnieją też systemy certyfikacji, czasem mylone ze Sprawiedliwym Handlem, jak np. *Rainforest Alliance* czy *UTZ*, które jednak skupiają się raczej na ochronie środowiska niż na kwestiach społecznych.

Więcej:

1. sklepfairtrade.pl/Systemy-certyfikujace-Fair-Trade-clinks-pol-183.html
2. www.sprawiedliwyhandel.pl/c/document_library/get_file?uuid=fc7915ca-7252-41ca-ba2f-5a4c964a74e9&groupId=10758

KAMPAANIA MIASTA, SZKOŁY... I NIE TYLKO



W drugiej dekadzie XXI wieku Sprawiedliwy Handel staje się najbardziej rozpoznawalną formą pomocy rozwojowej dla krajów ubogiego („globalnego”) Południa. W działania popularyzujące Fair Trade zaangażowane są organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, firmy, a także konsumenci. Ciągłemu wzrostowi sprzedaży produktów Sprawiedliwego Handlu towarzyszy rozwój promujących go akcji społecznych. W krajach, których mieszkańcy stykają się z ideą Fair Trade od kilkudziesięciu lat, można mówić o obywatelskim ruchu poparcia dla Sprawiedliwego Handlu. Jego owocem jest kampania Fair Trade Towns (Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu).

Kampania została zapoczątkowana w roku 2000 przez grupę entuzjastów Sprawiedliwego Handlu z brytyjskiego miasteczka Garstang. Od tego czasu w ciągu jednej dekady w setkach miast na kilku kontynentach przeprowadzono szereg akcji promocyjnych, organizowanych przez przedstawicieli lokalnych społeczności. Wg raportów Fairtrade International kampania obejmowała ponad 1300 miast z ponad 20 krajów świata (2012/2013) oraz ponad 1900 szkół w 10 krajach (2013/2014). Jest to prawdopodobnie największa wolontariacka kampania na świecie.

Tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* jest ukoronowaniem zaangażowania społeczności lokalnej. Dzięki niemu zyskuje ona nowe możliwości promocji pozytywnego wizerunku swojego miasta i zwiększenia społecznego zainteresowania Sprawiedliwym Handlem. Działania podejmowane na rzecz uzyskania tytułu wpisują się bowiem w realizację założeń tak ważnych dokumentów międzynarodowych, jak Agenda 21 czy Milenijne Cele Rozwoju ONZ. Udana kampania integruje społeczność lokalną i ułatwia dalsze działania na rzecz Sprawiedliwego Handlu, a dyplom oraz nowa marka dla miasta stanowią powód do dumy dla jego mieszkańców.

Uzyskanie tytułu wiąże się z realizacją celów wyznaczanych i monitorowanych na poziomie krajowym. Kryteria, które należy spełnić, nie są jednolite na całym świecie. Ustalają je organizacje koordynujące kampanię na danym obszarze. Do najczęściej stosowanych należy 5 kryteriów sformułowanych w Wielkiej Brytanii, gdzie kampania prowadzona jest pod nazwą *Fairtrade Towns* (zobacz: fairtradetowns.org).

W 2007 roku brytyjska organizacja pozarządowa Fairtrade Foundation zapoczątkowała analogiczną kampanię prowadzoną w szkołach podstawowych i średnich. W jej ramach uczniowie dowiadują się



o Sprawiedliwym Handlu na takich przedmiotach jak wiedza o społeczeństwie, geografia, historia, język ojczysty, a nawet matematyka. Kampania pomaga młodym ludziom zrozumieć mechanizmy działania rządzące światowym handlem, a także sposoby, dzięki którym ma on szansę stać się bardziej sprawiedliwym. Ideą kampanii jest aktywne działanie uczniów i nauczycieli na rzecz popularyzacji wiedzy dotyczącej globalnych współzależności, odpowiedzialnej



już ponad 1200 szkół, m.in. w takich krajach jak Wielka Brytania, Irlandia, USA, Hiszpania, Francja, Niemcy, Austria, Czechy.

W roku 2009 z inicjatywy Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu (PSSH) z udziałem organizacji pozarządowych nowych krajów członkowskich UE rozpoczęła się debata na temat kampanii *Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (MPdSH) w Europie Środkowo-Wschodniej. Rok później Koalicja Sprawiedliwego Handlu (KSH), z inicjatywy swego członka (PSSH), przyjęła zbiór kryteriów dla miast i szkół ubiegających się o taki tytuł.

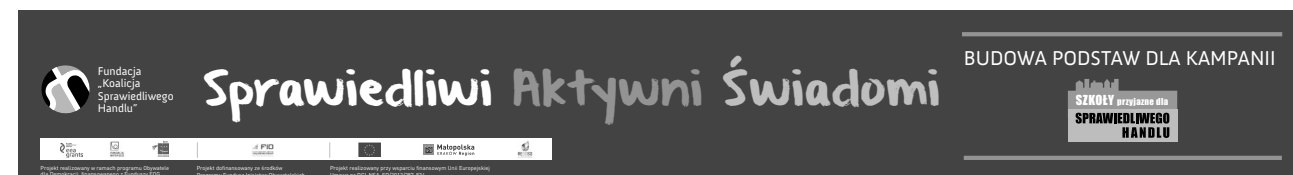


10 listopada 2012 r. Poznań, jako pierwsze miasto w Polsce, uzyskało od KSH i PSSH zaszczytny tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (tytuł został odnowiony w 2014 roku). Gdańsk i Jelenia Góra podjęły uchwały o staraniu się o ten tytuł.

W 2014 r. szczególnie dużo wydarzeń nastąpiło w kampanii szkolnej.



- KSH i PSSH potwierdziły wypełnienie kryteriów kampanii *Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* i wręczyły dyplomy następującym poznańskim placówkom: Szkoła Piątkowska (maj), II Liceum Ogólnokształcące im. Generałowej Zamoyskiej i Heleny Modrzejewskiej (grudzień).
- KSH pozyskało środki na projekt *Sprawiedliwi, aktywni, świadomi – budowa podstaw dla kampanii „Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” w Polsce*, w którym uczestniczy 40 szkół, a ok. 50 kolejnych wyraziło zainteresowanie.
- Zespół Szkół Handlowych w Katowicach nadesłał do koordynatora kampanii raport nt. wypełnienia kryteriów a Zespół Szkół Ekonomicznych w Głogów podjął oficjalne uchwały o staraniach o ten tytuł.



KRYTERIA KAMPANII „SZKOŁY PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU”

Poniższą prezentację kryteriów należy traktować jako materiał poglądowy. W celu zapoznania się z aktualnymi kryteriami należy odwiedzić stronę www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/jak-zaczac/kryteria.

Szkołą Przyjazną dla Sprawiedliwego Handlu może być dowolna szkoła podstawowa, gimnazjalna, ponadgimnazjalna lub wyższa, która weźmie udział w kampanii i zrealizuje poniższe kryteria.

KRYTERIUM I

W szkole funkcjonuje grupa koordynująca działania, której celem jest promocja idei Sprawiedliwego Handlu i prowadzenie kampanii Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu.

W skład grupy powinna wejść możliwie szeroka reprezentacja społeczności szkolnej (uczniowie, nauczyciele, inni pracownicy szkoły, rodzice oraz np. przedstawiciele społeczności lokalnej). Istotną rzeczą jest angażowanie w program uczniów. Grupa działa pod opieką nauczyciela, który zapewnia ciągłość jej prac w kolejnych latach.

CO JEST WYMAGANE?

- Utworzenie grupy koordynującej.
- Zorganizowanie w ciągu roku co najmniej dwóch wydarzeń promujących Sprawiedliwy Handel w wymiarze lokalnym, w tym jednego z okazji Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu, odbywającego się w drugą sobotę maja, czy Tygodnia Edukacji Globalnej, przypadającego w trzecim tygodniu listopada.
- Prowadzenie kroniki kampanii, w której odnotowywane są wszystkie wydarzenia z nią związane. Informacje te są również publikowane na stronie szkoły lub przekazane w formie elektronicznej koordynatorowi kampanii.

CO JESZCZE MOŻNA ZROBIĆ?

- Przygotować roczny plan działań służący realizacji poszczególnych kryteriów.
- Wyznaczyć osobę pełnoletnią do kontaktów z lokalnym koordynatorem kampanii *Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* w Polsce.
- Regularnie spotykać się w grupie, oceniać stopień realizacji zamierzeń i planować kolejne kroki.

KRYTERIUM II

Władze szkoły podpisują deklarację dotyczącą zaangażowania szkoły w promocję idei Sprawiedliwego Handlu.

Przykłady deklaracji są udostępnione na stronie internetowej szkoly.fairtrade.org.pl.

CO JEST WYMAGANE?

- Przyjęcie przez Radę Pedagogiczną, po konsultacjach z Radą Szkoły i Samorządem Uczniowskim, deklaracji poparcia dla idei Sprawiedliwego Handlu i podpisanie jej przez Dyrektora Szkoły.

CO JESZCZE MOŻNA ZROBIĆ?

- Upublicznić deklarację na widocznym miejscu w szkole, na stronie internetowej i w mediach społecznościowych.
- Udostępnić przestrzeń do promocji Sprawiedliwego Handlu (gabloty, materiały promocyjne szkoły, strona internetowa, media społecznościowe, np. Facebook).

KRYTERIUM III

Uczniowie i nauczyciele poznają ideę Sprawiedliwego Handlu.

Udany program prowadzi do zapoznania z ideą Sprawiedliwego Handlu, odpowiedzialnej konsumpcji i zrównoważonego rozwoju wszystkich interesariuszy w szkole.

CO JEST WYMAGANE?

- Zapoznanie się nauczycieli z ideą Sprawiedliwego Handlu, odpowiedzialnej konsumpcji i zrównoważonego rozwoju. Rada Pedagogiczna bierze udział w szkoleniu lub prezentacji na temat Sprawiedliwego Handlu.
- Zapoznanie uczniów z ideą Sprawiedliwego Handlu, odpowiedzialnej konsumpcji i zrównoważonego rozwoju. Tematy te są prezentowane w każdej klasie na przynajmniej jednym przedmiocie, co najmniej raz w semestrze.

CO JESZCZE MOŻNA ZROBIĆ?

- Poszerzać swoją wiedzę na temat kampanii przez lekturę materiałów informacyjnych, serwisów internetowych itp.
- Zorganizować w szkole sondaż, na podstawie którego sprawdza się poziom wiedzy uczniów na temat Sprawiedliwego Handlu.
- Zorganizować konkurs prac plastycznych i/lub wiedzy na temat zrównoważonego rozwoju w kontekście edukacji globalnej.
- Nawiązać kontakty z innymi szkołami i organizacjami biorącymi udział w kampanii w kraju i za granicą. Lista rekomendowanych podmiotów zostanie udostępniona na stronie szkoly.fairtrade.org.pl.

KRYTERIUM IV

Szkoła promuje ideę Sprawiedliwego Handlu na swoim terenie oraz w społeczności lokalnej.

W szkole prowadzone są działania promujące Sprawiedliwy Handel, skierowane do całej społeczności szkolnej. Za przeprowadzenie tych działań odpowiedzialna jest grupa koordynująca.

CO JEST WYMAGANE?

- Zorganizowanie w ciągu roku dwóch imprez promujących Sprawiedliwy Handel na terenie szkoły/uczelni, np. z okazji Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu, odbywającego się

w drugą sobotę maja, czy Tygodnia Edukacji Globalnej, przypadającego w trzecim tygodniu listopada.

CO JESZCZE MOŻNA ZROBIĆ?

- Nawiązać kontakt z lokalną grupą prowadzącą kampanię *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (o ile taka istnieje).
- Zapraszać przedstawicieli społeczności lokalnej (rodziny, uczniów, władze, media) do udziału w wydarzeniach szkolnych związanych z kampanią.
- Odnotować zorganizowane wydarzenia w kronice kampanii, zachęcić lokalne media do patronatu nad nimi.

KRYTERIUM V

Szkoła sprzyja wprowadzaniu produktów Sprawiedliwego Handlu na swoim terenie oraz w społeczności lokalnej.

Sprawiedliwy Handel to oddolny ruch konsumentów, którzy wyrażają swoje poparcie dla idei pomocy drobnym wytwórcom z krajów rozwijających się poprzez nabywanie produktów Sprawiedliwego Handlu.

CO JEST WYMAGANE?

- Dostępność produktów Sprawiedliwego Handlu w trakcie działań promujących ideę Fair Trade w szkole i społeczności lokalnej.
- Sporządzenie dokumentacji obrazującej dostępność produktów Sprawiedliwego Handlu na terenie szkoły.
- Sporządzenie dokumentacji obrazującej dostępność produktów Sprawiedliwego Handlu w okolicznych punktach sprzedaży.

CO JESZCZE MOŻNA ZROBIĆ?

- Używać produktów Sprawiedliwego Handlu podczas szkolnych imprez, w pokoju nauczycielskim, stołówce, na zajęciach WF.
- Zapewnić dostęp do produktów Sprawiedliwego Handlu w szkolnym sklepie i/lub bufecie.

Produktem Sprawiedliwego Handlu jest każdy produkt dostarczany przez certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu (członkowie World Fair Trade Organization) lub oznaczony certyfikatem potwierdzającym, że wytwórca wypełnia przy produkcji konkretnego produktu standardy Sprawiedliwego Handlu weryfikowane w ramach systemów certyfikacji Fairtrade, Naturland Fair, Ecocert Fair Trade, Fair for Life.

OD CZEGO ZACZĄĆ?

Aby rozpocząć lokalną kampanię „Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”, zalecane jest podjęcie następujących działań:

1. Zawiązanie grupy koordynującej lokalną kampanię. Grupa powinna w możliwie największym stopniu reprezentować społeczność szkolną (możliwy skład grupy określono w Kryterium I).

2. Zgłoszenie udziału w kampanii przez wypełnienie formularza rejestracyjnego. Przyjęcie zgłoszenia jest potwierdzane przez ogólnopolskiego koordynatora kampanii (koordynator@fairtrade.org.pl).

Jeśli grupa koordynująca uważa, że szkoła wypełniła wszystkie kryteria, wypełnia zamieszczony na stronie szkoly.fairtrade.org.pl wniosek o przyznania tytułu i przesyła go do ogólnopolskiego koordynatora kampanii (koordynator@fairtrade.org.pl) do rozpatrzenia przez KSH i PSSH. Wniosek należy przestać na miesiąc przed planowym otrzymaniem/przedłużeniem tytułu, by dać organizatorom czas na weryfikację raportu, oraz przygotowanie i przesłanie dyplomu.

Tytuł *Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu* jest przyznawany na okres dwóch lat z możliwością odnowienia na kolejne lata.



Niniejszym uroczyscie potwierdzamy, że

TU NAZWA SZKOŁY

☆☆☆☆☆

uzyskała tytuł

**SZKOŁA PRZYJAZNA DLA
SPRAWIEDLIWEGO HANDLU**

Prezes Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”
Andrzej Żwawa

Prezes Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu
Wojciech Zięba

Miejscowość, Data

Tytuł obowiązuje przez okres dwóch lat od daty wystawienia.

Sprawiedliwy Handel (ang. *Fair Trade*) to oddolny międzynarodowy ruch społeczny dążący do poprawy warunków życia i gospodarowania drobnymi producentami żywności i rękodziela z krajów globalnego Południa. Polska kampania *Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu* (szkoly.fairtrade.org.pl), prowadzona wspólnie przez Fundację „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” oraz Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, jest częścią międzynarodowego ruchu, którego celem jest mobilizacja mieszkańców do działań na rzecz promowania Sprawiedliwego Handlu i kształtowania odpowiedzialnych zachowań konsumenckich wspierających zrównoważony rozwój.



Koalicja
Sprawiedliwego
Handlu



Polskie Stowarzyszenie
Sprawiedliwego Handlu
"Trzeci Świat i My"

SPRAWIEDLIWY HANDEL A POLSKI SYSTEM EDUKACJI

Edukacja globalna poruszająca zagadnienia Sprawiedliwego Handlu dąży do budowania motywacji dla przemiany wartości i zachowań, zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i społecznym, aby tworzyć fundamenty bardziej sprawiedliwego świata, w którym zasoby i władza oraz wpływy będą dzielone bardziej sprawiedliwie. Tak kształtowana świadomość powinna prowadzić do lepszego zrozumienia sytuacji i możliwych rozwiązań w zakresie rozwoju i współzależności pomiędzy Północą a Południem, ale także na samej Północy czy Południu.

Tego typu edukacja nie jest nową formą nauczania ani promocji produktów Sprawiedliwego Handlu. Sprawiedliwy Handel jest traktowany jako narzędzie pedagogiczne w uczeniu młodych ludzi o wartościach obywatelskich, które pozwalają im dostrzec inny świat. **Sprawiedliwy Handel to pełnoprawny temat wśród zagadnień poruszanych w ramach podstawy programowej jako element edukacji globalnej. Edukacja globalna z kolei jest elementem edukacji obywatelskiej realizowanej na wszystkich etapach edukacyjnych w polskim systemie oświaty.**

18

Edukacja globalna podnosi wiedzę w zakresie współzależności globalnych, rozwija wielorakie umiejętności, ale przede wszystkim kształtuje postawę solidarności, odpowiedzialności, daje poczucie wpływu na otaczającą rzeczywistość i mobilizuje do podejmowania działań na rzecz bardziej sprawiedliwego, lepszego świata.

Edukacja na rzecz Sprawiedliwego Handlu:

- pomaga poddać refleksji codzienne nawyki konsumenckie;
- uwrażliwia uczniów na problemy innych ludzi, uczy empatii, szacunku i zrozumienia dla innych;
- zachęca uczniów do krytycznego myślenia na temat zasad rządzących światem i różnych sposobów, w jakich mogą na nie wpływać;
- pomaga rozwijać kompetencje społeczne, np. podejmowanie decyzji co do kierunku własnych działań i ponoszenia za nie odpowiedzialności.

Szczegółowe kwestie dotyczące Podstawy programowej omówione są przy poszczególnych scenariuszach lekcyjnych.

JAK MÓWIĆ O GLOBALNYM POŁUDNIU?

Chińskie przysłowie mówi, że jeden obraz wystarczy za tysiąc słów. Prezentacja materiałów graficznych (zdjęć, filmów, multimediów) to podstawowy element zajęć z edukacji globalnej. Zdjęcia, które obrazują omawiany problem czy zagadnienie, mogą pomóc w analizie oraz interpretacji poruszanych tematów. Pokazują uchwycony za pomocą aparatu fotograficznego czy kamery wycinek historii, który może w uczniach rozbudzić wyobraźnię. Są tym bardziej wartościowe, jeśli pochodzą z krajów globalnego Południa, gdzie Sprawiedliwy Handel podnosi jakość życia tym, którzy odpowiadają za nasze codzienne, egzotyczne smakołyki na polskich stołach, bez których nie wyobrażamy sobie życia. Zdjęcia dają szansę takim krajom na opowiedzenie fragmentu własnej historii.

Proponowane różnorodne ćwiczenia z materiałami graficznymi i filmami mają na celu skłonienie uczniów do aktywnego uczestniczenia zamiast biernego obserwowania. Zdjęcia pokazują konkretne sytuacje z codziennych jak i niecodziennych wydarzeń dotyczących mieszkańców krajów globalnego Południa. Zdjęcie lub film są w stanie oddziaływać silniej, niż wiele słów wypowiedzianych podczas prelekcji. Multimedia inspirują do twórczego myślenia i pomagają wejść w role przedstawianych bohaterów lub wykonawców prezentowanych czynności. Przedstawione przykłady ćwiczeń ze zdjęciami i filmami w zaproponowanych scenariuszach i pomysłach na działania mogą być pomocne w dyskusji między uczestnikami.

19

Oprócz wykonania ćwiczeń, prowadzący zajęcia ma przed sobą jeszcze jedno ważne zadanie: wydobyć i przeanalizować różnice pomiędzy wrażeniami i odczuciami uczestników a rzeczywistością prezentowaną na zdjęciach i w filmach. Warto porozmawiać z uczniami o różnicach między ich subiektywną interpretacją materiałów, a tym co naprawdę pokazują.

Aby uniknąć stereotypizacji i stygmatyzacji sytuacji i osób z krajów globalnego Południa, warto zapoznać się z „Kodeksem w sprawie obrazów i wiadomości dotyczących krajów Południa”, który został opisany w poradniku „Jak mówić o większości świata”, wydanym przez Instytut Globalnej Odpowiedzialności oraz Polską Akcję Humanitarną. W poradniku tym dokładnie opisano sposób prezentowania obrazów i informacji związanych z tzw. krajami rozwijającymi się. Dotyczy to różnego rodzaju publikacji, np. medialnych i edukacyjnych. Skrupulatnie omówiono tam dobre praktyki używania obrazów i wiadomości oraz zinterpretowano 8 zasad Kodeksu.

Poradnik „Jak mówić o większości świata” można znaleźć na stronach: igo.org.pl/pobierz/kodeks-w-sprawie-obrazow-i-wiadomosci-dot-krajow-poludnia.pdf oraz pah.org.pl/nasze-dzialania/53/wyszukiwarka_materialow. Przedstawia on „Kodeks w sprawie obrazów i wiadomości dotyczących krajów Południa”.

Rola nauczyciela, jako osoby informującej o sytuacji, historiach i wyzwaniach krajów globalnego Południa jest nieoceniona. To ogromna odpowiedzialność, by podczas zajęć, warsztatów i jakichkolwiek zdarzeń edukacyjnych mówić w sposób jak najbardziej obiektywny, nie tworząc kolejnych stereotypowych wyobrażeń na temat Południa. Stereotypy łatwo mogą się przerodzić w uprzedzenia a uprzedzenia w dyskryminację. Jednym z jej przejawów jest tzw. mowa nienawiści. Najważniejsze by mówić o mieszkańcach Południa z szacunkiem.

SCENARIUSZE LEKCJI

SCENARIUSZ I: ILE KOSZTUJE FILIŻANKA HERBATY?

PODSTAWA PROGRAMOWA

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE, III etap edukacyjny

1. Podstawowe umiejętności życia w grupie. Uczeń:

- 1) omawia i stosuje zasady komunikowania się i współpracy w grupie (np. bierze udział w dyskusji, zebraniu, wspólnym działaniu);
- 2) wymienia i stosuje podstawowe sposoby podejmowania wspólnych decyzji;
- 3) przedstawia i stosuje podstawowe sposoby rozwiązywania konfliktów w grupie i między grupami;

23. Problemy współczesnego świata. Uczeń:

- 1) porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność;
- 3) wyjaśnia, odwołując się do przykładów, na czym polega globalizacja w sferze kultury, gospodarki i polityki; ocenia jej skutki;
- 4) rozważa jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. oszczędzanie wody i energii, przemyślane zakupy);

25. Gospodarka rynkowa. Uczeń:

- 4) wyjaśnia działanie prawa podaży i popytu oraz ceny jako regulatora rynku; analizuje rynek wybranego produktu i wybranej usługi.

29. Przedsiębiorstwo i działalność gospodarcza. Uczeń:

- 4) przedstawia główne prawa i obowiązki pracownika; wyjaśnia czemu służą ubezpieczenia społeczne i zdrowotne.

31. Etyka w życiu gospodarczym. Uczeń:

- 1) przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśnia na czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu;

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE, IV etap edukacyjny – zakres rozszerzony

40. Stosunki międzynarodowe w wymiarze globalnym. Uczeń:

- 3) wyjaśnia przyczyny dysproporcji między globalną Północą i globalnym Południem oraz mechanizmy i działania, które ją zmniejszają lub powiększają;
- 4) przedstawia na przykładach wzajemne zależności pomiędzy państwami biednymi i bogatymi w polityce, ekonomii, kulturze i ekologii;

41. Globalizacja współczesnego świata. Uczeń:

- 1) przedstawia wieloaspektowy charakter procesów globalizacji (polityka, gospodarka, kultura, komunikacja, ekologia).

PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, IV etap edukacyjny

4. Państwo, gospodarka. Uczeń:

- 12) ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.

5. Przedsiębiorstwo. Uczeń:

- 9) charakteryzuje zachowania etyczne i nieetyczne w biznesie krajowym i międzynarodowym;

ETYKA, III etap edukacyjny

11. Praca i jej wartość dla człowieka, znaczenie etyki zawodowej.

ETYKA, IV etap edukacyjny

11. Moralne aspekty pracy i różnych dziedzin życia publicznego. Etyki zawodowe. Przykłady kodeksów etycznych. Korupcja jako negatywne zjawisko naruszające kodeksy etyczne. Zagadnienie wszechstronnego i zrównoważonego rozwoju. Moralny wymiar stosunku człowieka do świata przyrody.

GEOGRAFIA, IV etap edukacyjny

3. Relacja człowiek-środowisko przyrodnicze a zrównoważony rozwój. Uczeń:

- 1) formułuje problemy wynikające z eksploatacji zasobów odnawialnych i nieodnawialnych; potrafi przewidzieć przyrodnicze i pozaprzyrodnicze przyczyny i skutki zakłóceń równowagi ekologicznej;
- 3) rozróżnia przyczyny zachodzących współcześnie globalnych zmian klimatu (ocieplenia globalnego) i ocenia rozwiązania podejmowane w skali globalnej i regionalnej zapobiegające temu zjawisku;
- 4) wykazuje na przykładach, że zbyt intensywne wykorzystanie rolnicze gleb oraz nieumiejętne zabiegi agrotechniczne powodują w wielu częściach świata degradację gleb, co w konsekwencji prowadzi do spadku produkcji żywności, a w niektórych regionach świata do głodu i ubóstwa;
- 5) wykazuje na przykładach pozaprzyrodnicze czynniki zmieniające relacje człowiek-środowisko przyrodnicze (rozszerzanie udziału technologii energooszczędnych, zmiany modelu konsumpcji, zmiany poglądów dotyczących ochrony środowiska).

GEOGRAFIA, IV etap edukacyjny – poziom rozszerzony

6. Sfery Ziemi – pedosfera i biosfera. Uczeń:

- 3) wyjaśnia zróżnicowanie formacji roślinnych na Ziemi i piętrowość roślinną na Ziemi oraz przyporządkowuje typowe gatunki flory i fauny do poszczególnych stref krajobrazowych Ziemi;
- 4) dowodzi na przykładach, że naruszenie stabilności ekosystemów może powodować nieodwracalne zmiany w środowisku naturalnym;
- 5) wskazuje podejmowane na świecie działania na rzecz ochrony i restytucji środowiska geograficznego;
- 6) omawia podstawowe zasady zrównoważonego rozwoju i ocenia możliwości ich realizacji w skali lokalnej, regionalnej i globalnej.

2. Różnorodność biologiczna i jej zagrożenia. Uczeń:

3) przedstawia wpływ współczesnego rolnictwa na różnorodność biologiczną (ciągłe malejąca liczba gatunków uprawnych przy rosnącym areale upraw, spadek różnorodności genetycznej upraw);

BIOLOGIA, IV etap edukacyjny – poziom rozszerzony

VIII. Różnorodność biologiczna Ziemi. Uczeń:

3) wyjaśnia rozmieszczenie biomów na kuli ziemskiej, odwołując się do zróżnicowania czynników klimatycznych;

4) przedstawia wpływ człowieka na różnorodność biologiczną, podaje przykłady tego wpływu (zagrożenie gatunków rodzimych, introdukcja gatunków obcych);

5) uzasadnia konieczność zachowania starych odmian roślin uprawnych i ras zwierząt hodowlanych jako części różnorodności biologicznej;

GRUPA WIEKOWA

15-19 lat

CEL OGÓLNY

- Zwrócenie uwagi uczniów na to jaki wpływ mają codzienne zakupy Europejczyków na życie mieszkańców globalnego Południa.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Uczennica/uczeń:

- rozumie pojęcie „Sprawiedliwy Handel”
- wymienia standardy „Sprawiedliwego Handlu”
- zna pochodzenie roślin kawowca, kakaowca, herbaty (kraje producenckie)
- potrafi ocenić ogólny stan gospodarki krajów eksportujących i importujących
- wymienia koszty związane z produkcją i przetwarzaniem kawy (od producenta do klienta)
- potrafi uzasadnić swoje stanowisko dotyczące etyki w zakupach
- potrafi rozróżnić poznane używki na podstawie fotografii
- posiada umiejętność współpracy w grupie oraz dyskusowania

CZAS

2 godziny lekcyjne

MIEJSCE

klasa albo inne pomieszczenie zamknięte

MATERIAŁY

Plansza z symbolami Sprawiedliwego Handlu, materiały dodatkowe dla uczniów, duże arkusze papieru A1 lub A2, materiały plastyczne (kredki, farby lub mazaki), papier do notatek, sześć atlasów geograficznych świata, ew. roczniki statystyczne.

PRZEBIEG ZAJĘĆ

Rozpocznij zajęcia od pytania o najpopularniejsze ciepłe napoje (kawa, herbata, kakao) i wprowadź uczniów w tematykę zajęć. Porozmawiajcie o roli tych napojów w życiu społecznym (randki w kawiarniach, zaproszenie na herbatkę, spotkania biznesowe przy kawie, poranne kakao jako synonim zdrowia). Możecie posłużyć się w tym celu cytatami z literatury i filmu, reklamami itp.

Podziel uczniów na sześć grup i rozdaj im karty pracy oraz atlasy. Po wykonaniu zadania liderzy grup prezentują wyniki pracy na forum klasy.

Następnie krótko przedstaw sytuację ekonomiczną producentów i przetwórców kawy, kakao, herbaty.

Ponownie podziel uczniów na grupy – tym razem na pięć zespołów. Zwróć uwagę, by skład grup zmienił się znacząco. Każdej grupie daj tekst do przeanalizowania (**Załącznik 1.1**). Poproś, by uczniowie przedyskutowali przedstawiony w tekście problem metodą metaplanu (**Załącznik 1.2**) i powiadom ich, ile mają czasu na wykonanie tego zadania.

Po zakończeniu liderzy każdej z grup prezentują wnioski z dyskusji. Poproś, by uczniowie wspólnie rozważyli zaproponowane rozwiązania. Wyłóż końcowe wnioski i zapiszcie je na dużym arkuszu papieru lub na tablicy.

Kolejny etap zajęć dotyczy pojęcia sprawiedliwy handel i standardów obowiązujących w sprawiedliwym handlu. Poproś uczniów by każdy z nich na małej kolorowej karteczce dokończył zdanie „Sprawiedliwy Handel to...”. Przygotowuj duży arkusz papieru – w jego centralnej części umieść znak „Fairtrade” (zaprezentowany we wcześniejszej części publikacji), a następnie niech uczniowie przykleją swoje karteczki wokół niego. Omów zasady i cele Sprawiedliwego Handlu (**Załącznik 1.3**).

Następnie rozdaj uczniom duże arkusze papieru i materiały plastyczne (farby, kredki, mazaki i inne) i poproś aby indywidualnie lub w grupach zaprojektowali plakat zachęcający do kupowania produktów oznaczonych znakiem „Fairtrade”. Plakaty wraz z zasadami Sprawiedliwego Handlu umieścić można na szkolnym korytarzu, tak aby więcej osób miało możliwość zapoznania się z tym zagadnieniem.

GRUPA 1. KAWA

Kawowiec (Coffea) – rodzaj wiecznie zielonych krzewów i drzew z rodziny marzanowatych. Kawowce uprawiane są na plantacjach w strefie międzyzwrotnikowej Afryki, Ameryki Łacińskiej i Azji. Najczęstsze gatunki to kawa arabska (arabika) i kawa kongijska (robusta).

Główni producenci kawy

Łącznie na świecie

Lp.	Kraj	Produkcja w milionach ton	% produkcji światowej
1	Brazylia	2,60	33,10
2	Wietnam	1,20	15,20
3	Indonezja	0,49	6,30
4	Kolumbia	0,47	5,90
5	Etiopia	0,39	5,00
6	Peru	0,33	4,10
7	Indie	0,32	4,10
8	Honduras	0,27	3,40
9	Meksyk	0,26	3,30
10	Gwatemala	0,23	2,90
Łącznie		6,56	83,30

Źródło: Food and Agricultural Organization of United Nations, Economic and Social Department, The Statistical Division, faostat.fao.org, February 23, 2012. Por. www.ico.org/prices/po.htm

24

Kawa to jeden z podstawowych artykułów spożywczych i najważniejszych towarów handlowych na świecie. W skali globalnej 25 milionów drobnych producentów zajmuje się jej wytwarzaniem. Dla przykładu, w samej Brazylii (ponad 1/4 udziału w światowym rynku) 5 milionów osób jest zatrudnionych przy uprawie 3 miliardów krzewów kawowca. Uprawa kawowca jest znacznie bardziej pracochłonna niż innych roślin regionu (soja, trzcina cukrowa, pszenica), ponieważ wymaga stałej uwagi i trudno ją zautomatyzować.

Zadanie:

Korzystając z powyższych danych, znajdźcie na mapie kraje produkujące kawę, zaznaczcie je w taki sposób, aby uwidocznić udział procentowy światowej produkcji (dużym kołem/kwadratem kraje, w których produkuje się najwięcej, proporcjonalnie mniejszym te, w których produkuje się mniej. Alternatywnie można zastosować odpowiednią liczbę kropek np. Brazylia 28, Indonezja 10). Korzystając z atlasów zastanówcie się i wypiszcie, jakie czynniki przyrodnicze i pozaprzyrodnicze mają wpływ na takie umiejscowienie produkcji kawy.

GRUPA 2. KAWA

Kawowiec (Coffea) – rodzaj wiecznie zielonych krzewów i drzew z rodziny marzanowatych. Kawowce uprawiane są na plantacjach w strefie międzyzwrotnikowej Afryki, Ameryki Łacińskiej i Azji. Najczęstsze gatunki to kawa arabska (arabika) i kawa kongijska (robusta).

Kawowce posiadają dwa rodzaje pędów – jedne rosną pionowo w górę, od nich odrastają pędy poziome. Liście naprzemianległe, błyszczące, pojedyncze, o całym lub pofałdowanym brzegu; mają krótki ogonek, osiągają długość do 35 cm. Kwiaty białe lub kremowe, rurkowate, intensywnie pachnące, pojedyncze lub zebrane w kwiatostany u nasady liści. Owoc – czerwony pestkowiec z wyglądu przypominający jagodę; zawiera dwa jednostronnie spłaszczone nasiona. Nasiona są wykorzystywane do przygotowania parzonego napoju – kawy.

Zbiór wiśni kawowych odbywa się ręcznie (tam, gdzie zbiory odbywają się przez cały rok – na krzewach kawowców jednocześnie znajdują się zarówno kwiaty, jak i owoce o różnym stopniu dojrzałości) lub poprzez strząsanie ręcznie lub maszynowo (jednak zrywa się zarówno niedojrzałe, jak i już przejrzałe owoce). Następnie oddziela się ziarna kawy od miąższu. Ziarna są sortowane według wagi, wielkości i barwy, pakowane w worki i transportowane. Zazwyczaj kawę pali się dopiero w kraju importującym.

Kawa – napój sporządzany z palonych, a następnie zmielonych lub poddanych instantyzacji ziaren kawowca, zwykle podawany na gorąco. Pochodzi z Etiopii, w Europie pojawił się około XVI wieku. Jedną z najpopularniejszych używek na Ziemi i główne źródło kofeiny – rocznie na świecie wypija się około 400 mld filiżanek kawy.

Zadanie:

1. Przygotujcie graficzny schemat produkcji kawy od uprawy aż do konsumenta.
2. Korzystając z atlasów zastanówcie się i wypiszcie, jakie czynniki przyrodnicze i pozaprzyrodnicze mają wpływ na takie umiejscowienie produkcji kawy.

GRUPA 3. HERBATA

Herbata – wiecznie zielona roślina z rodzaju kamelia, pochodząca z południowo-wschodniej Azji. Uprawia się krzewy herbaty chińskiej (Camellia sinensis, syn. Thea sinensis), drzewa herbaty asamskiej (Camellia assamica) oraz ich mieszańce – herbatę gruzińską i cejlońską. Uprawiana w wielu krajach strefy zwrotnikowej, także poza Azją, dla pączków i liści, z których – po uprzednim przygotowaniu (suszenie, czasami fermentacja) – przyrządza się napar o tej samej nazwie.

Zbiory herbaty na świecie

Lp.	Kraj	Produkcja w milionach ton	% produkcji światowej
1	Chiny	1,64	37,90
2	Indie	1,06	24,50
3	Kenia	0,38	8,70
4	Sri Lanka	0,33	7,60
5	Turcja	0,22	5,10
6	Wietnam	0,21	5,00
7	Iran	0,16	3,70
8	Indonezja	0,14	3,20
9	Argentyna	0,10	2,30
10	Japonia	0,08	1,80
Łącznie		4,32	99,80

25

Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAOSTAT 2012, faostat.fao.org, en.wikipedia.org/wiki/Tea#Production (FAO)

Korzystając z powyższych danych, znajdźcie na mapie kraje produkujące herbatę, zaznaczcie je w taki sposób, aby uwidocznić udział procentowy światowej produkcji (dużym kołem/kwadratem kraje, w których produkuje się najwięcej, proporcjonalnie mniejszym te, w których produkuje się mniej. Alternatywnie można zastosować odpowiednią liczbę kropek np. Kenia 8, Gruzja 4).

Korzystając z atlasów, zastanówcie się i wypiszcie jakie czynniki przyrodnicze i pozaprzyrodnicze mają wpływ na takie umiejscowienie produkcji kawy.

GRUPA 4. HERBATA

Herbata – wiecznie zielona roślina z rodzaju kamelia, pochodząca z południowo-wschodniej Azji. Uprawia się krzewy herbaty chińskiej (*Camellia sinensis*, syn. *Thea sinensis*), drzewa herbaty asamskiej (*Camellia assamica*) oraz ich mieszańce – herbatę gruzińską i cejlońską. Uprawiana w wielu krajach strefy zwrotnikowej, także poza Azją, dla pączków i liści, z których –po uprzednim przygotowaniu (suszenie, czasami fermentacja) – przyrządza się napar o tej samej nazwie.

Zimozielone drzewa i krzewy. Liście skrętoległe, pojedyncze, o blaszkach niepodzielonych. Kwiaty białe, różowe, czerwone, często wielobarwne, średnica 3-10 cm, ustawione pojedynczo lub po 2-3 w kącikach liści. Płatków 5-12, mniej lub bardziej zrośnięte nasadami. Okres kwitnienia: zima i wiosna. Owoce: pękająca, zdrewniała torebka z jednym lub kilkoma dużymi nasionami.

Liście herbaciane zbierane są ręcznie. Wymaga to dużej precyzji i staranności, ponieważ listki są młode i delikatne. Herbaty najwyższej jakości uzyskuje się z pierwszego, drugiego listka i nierozwiniętego pączka. Świeżo zerwane liście są umieszczane w wiklinowych koszach, a następnie suszone w zacienionym miejscu. Następnie liście są zwijane w celu zmiękczenia i przygotowania do następnego etapu obróbki. Im mocniej zwinięty liść, tym napar herbaciany jest intensywniejszy. Kolejny etap to utlenianie liści (fermentacja). W wyniku tego procesu liście zmieniają zabarwienie z zielonego na ciemny z odcieniem granatu lub brązu. Proces ten trwa od kilku do kilkunastu godzin.

Aby zatrzymać ten etap, liście są suszone strumieniem gorącego powietrza w specjalnych komorach, gdzie powoli wytracają resztę wilgoci, lub podgrzewane w żeliwnych naczyniach. Kolejnym etapem jest sortowanie liści ze względu na wielkość. Liście przesypywane są przez system sit o różnych wymiarach. Po zważeniu liście są pakowane w specjalne skrzynie drewniane i transportowane do odbiorcy.

Zadanie:

3. Przygotujcie graficzny schemat produkcji herbaty od uprawy aż do konsumenta.
4. Korzystając z atlasów zastanówcie się i wypiszcie jakie czynniki przyrodnicze i pozaprzyrodnicze mają wpływ na takie umiejscowienie produkcji herbaty.

GRUPA 5. KAKAO

Kakaowiec właściwy (drzewo kakaowe) (*Theobroma cacao* L.) – wiecznie zielone drzewo z rodziny zatwarowatych (*Sterculiaceae*), rosnące naturalnie w wilgotnych lasach tropikalnych Ameryki Południowej i Środkowej, poza tym szeroko rozpowszechnione w uprawie. Obecnie największe powierzchnie upraw znajdują się w Afryce.

Zbiory ziarna kakaowego na świecie:

Lp.	Kraj	Produkcja w milionach ton	% światowej produkcji
1	Wybrzeże Kości Słoniowej	1,65	33,50
2	Indonezja	0,94	19,10
3	Ghana	0,88	17,80
4	Nigeria	0,38	7,70
5	Kamerun	0,26	5,30
6	Brazylia	0,25	5,10
7	Ekwador	0,13	2,60
8	Meksyk	0,08	1,60
9	Republika Dominikany	0,07	1,40
10	Peru	0,06	1,20
Łącznie		4,7	95,30

Źródło: Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAOSTAT, 2012, faostat.fao.org, en.wikipedia.org/wiki/Cocoa_bean#World_production (World Cocoa Foundation, 2011)

Zadanie:

1. Korzystając z powyższych danych, znajdźcie na mapie kraje produkujące kakao, zaznaczcie je w taki sposób, aby uwidocznić udział procentowy światowej produkcji (dużym kołem/kwadratem kraje, w których produkuje się najwięcej, proporcjonalnie mniejszym te, w których produkuje się mniej. Alternatywnie można zastosować odpowiednią liczbę kropek np. Ghana 10, Ekwador 3).
2. Korzystając z atlasów, zastanówcie się i wypiszcie jakie czynniki przyrodnicze i poza przyrodnicze mają wpływ na takie umiejscowienie produkcji kawy.

GRUPA 6. KAKAO

Kakaowiec właściwy (drzewo kakaowe) (*Theobroma cacao* L.) – wiecznie zielone drzewo z rodziny zatwarowatych (*Sterculiaceae*), rosnące naturalnie w wilgotnych lasach tropikalnych Ameryki Południowej i Środkowej, poza tym szeroko rozpowszechnione w uprawie. Obecnie największe powierzchnie upraw znajdują się w Afryce.

Pień: forma drzewiasta osiąga wysokość 10-15 m, krzew do 5 m wysokości. Liście: podłużnie jajowate do szeroko lancetowatych, skórzaste.

Kwiaty: różowe do czerwonych, osadzone na krótkich szypułkach wyrastających bezpośrednio z pnia i konarów. Takie zjawisko nazywa się kauliflorią.

Owoce: owalne jagody (25 x 10 cm), bruzdkowane lub gładkie o kształcie przerośniętego ogórka. Okryte są grubą łupiną. Zawierają 20 do 60 płaskich lub kulistych nasion („ziaren kakaowych”), które są pogrążone w przyjemnie pachnącym, czerwonym miększym o słodkawym smaku.

Dojrzałe owoce odcina się maczetą, usypuje się w pryzmy, które pod przykryciem w ciągu 4-5 dni ulegają wstępnej fermentacji. Następnie przepoławia je się i wydobywa ręcznie nasiona, które poddawane są wtórnej fermentacji, a po niej suszone. Kolejnym krokiem jest prażenie i mielenie, w wyniku czego otrzymywana jest gęsta masa, z której w procesie tłoczenia otrzymuje się masło kakaowe, a odtłuszczone wytworczyny, poddane powtórzonemu mieleniu, przybierają postać proszku kakaowego – kakao.

Zadanie:

1. Przygotujcie graficzny schemat produkcji kakao od uprawy aż do konsumenta.
2. Korzystając z atlasów, zastanówcie się i wypiszcie jakie czynniki przyrodnicze i pozaprzyrodnicze mają wpływ na takie umiejscowienie produkcji kakao.

28

ZAŁĄCZNIK 1.1

A) JAK ŻYJĄ DROBNI HODOWCY KAWY

Z powodu niestabilnych cen rolnicy są coraz biedniejsi. Często nie mogą sobie pozwolić na trzy podstawowe posiłki dziennie, nie mogą kupić odzieży, nie mogą wyposażyć swoich ubogich domów i utrzymywać ich w stanie nadającym się do zamieszkania. Z powodu długotrwałego niedożywienia mdleją i są stale zmęczeni. Niektórzy z nich pracują nawet w kilku miejscach. Nie mają prawa do urlopu i rozrywki, są stale zadłużeni.

Na całym świecie jest około 15 milionów drobnych rolników uprawiających kawę, którzy gospodarzą na mniej niż pięciu hektarach. Zwykle są w dużej mierze samowystarczalni, uprawiają podstawową żywność i warzywa, niekiedy hodują drób czy bydło. Z uprawy i sprzedaży kawy uzyskują gotówkę niezbędną na zakup żywności, której nie mogą wyprodukować sami, na odzież, opiekę lekarską i przynajmniej podstawowe wykształcenie dla swych dzieci.

Rolnicy wiele czasu spędzają na przygotowaniu gleby, trosce o rośliny, zbiory i podstawową obróbkę ziarna. Prócz tego muszą się troszczyć o pozostałe uprawy i zwierzęta oraz pracować w domu. Zwykle najdłuższy dzień roboczy mają kobiety – prócz tego, że pracują na plantacjach i poletkach, wykonują prace domowe i troszczą się o dzieci.

Do pracy przy uprawach w pierwszej kolejności zatrudniani są członkowie rodzin. Jeśli to nie wystarczy, zatrudnia się jednego czy dwóch pracowników sezonowych. W czasie zbiorów często nawet drobni rolnicy zatrudniają robotników, aby podołać całej pracy.

Wydatki na wynagrodzenia stanowią 50-60% całych kosztów. Wielu drobnych hodowców pracuje dodatkowo na wielkich plantacjach, ponieważ dochód z własnej kawy nie umożliwia im wyżywienia siebie i rodziny.

B) KOLUMBIA: KOFEINA, KOKAINA CZY OPIUM?

Kawa jest od pokoleń podstawowym płodem rolnym w gospodarce kolumbijskiej. Przed trzystu latu do Kolumbii wprowadzili ją jezuici.

Od tej pory stała się źródłem dochodów, które pokryły inwestycje w rozwój uprawy i przetwórstwa kolejnych płodów rolnych, jak banany, bawełna czy trzcina cukrowa. Zbudowano infrastrukturę transportową, aby umożliwić dostarczanie kawy ze stromych stoków gór Antioquia do portów na wybrzeżu Pacyfiku. Tereny uprawy kawy stały się najbogatszą i najbardziej stabilną częścią kraju.

Dziś jednak, wysoko w górach nad Puerto Wenus, wsią leżącą ok. 90 mil na północny zachód od Bogoty, możemy między ciemną zielenią krzewów kawy zobaczyć jasną zielenią innych roślin. Nikt publicznie nie przyznaje się do posiadania poletek z koką, z której produkuje się kokainę, ale prywatnie wielu rolników potwierdza, że w ubiegłym roku część swych małych plantacji kawy obsadzili rośliną, która przynosi większy i pewniejszy dochód. Oprócz 10-krotnie większego zysku kokę można zbierać trzy razy w roku, podczas gdy kawę tylko raz. „Wszyscy jesteśmy zależni od kawy” – mówi właściciel sklepu w tej wsi z tysiącem mieszkańców – „ale teraz liczni rolnicy nie mogą sobie pozwolić nawet na zaspokojenie podstawowych potrzeb. Koka jest u nas nowością, więc nie wiemy, co przyniesie. Na razie jest to dla naszej gospodarki kropla w morzu.”

Kryzys na rynku kawy jest główną przyczyną zapaści ekonomicznej, która nęka Kolumbię. W skali krajowej pracę straciło ok. 20% robotników; na wsi odsetek ten jest jednak znacznie większy. Upadek gospodarczy tylko dolewa oliwy do ognia przewlekłej wojny domowej między marksistami i guerillą.

Pomimo niebezpieczeństwa 38-letni Vitelio kupił nasiona koki. Z powodu długów, których nie jest w stanie spłacać, on i jego rodzina nie mogą sobie pozwolić na dostateczne pożywienie. Jego żona Maria pracuje w miejscowym sklepie 12 godzin dziennie za minimalną płacę.

Rozpoczęcie uprawy koki wydaje się jedynym sposobem wydobywania się z trudnej sytuacji: „Pracuję na innych plantacjach poza naszym gospodarstwem, Maria wstaje o trzeciej czy czwartej rano, aby przygotować śniadanie, posprzątać i postać dzieci do szkoły. Jest to bardzo trudne. Czujemy się źle, ponieważ wiemy, że nie potrafimy dać naszym dzieciom nawet podstawowych rzeczy, które potrzebują.”

C) NIEWOLNICY CZEKOLADY

Biznes czekoladowy jest zdominowany przez międzynarodowe korporacje. 80% rynku czekolady opanowało sześć z nich: Hershey, Phillip Morris (właściciel Kraft-Jacobs-Suchard-Côte d'Or), Nestlé, Mars, Cadbury-Schweepes i Ferrero. Zamówienia na wielkie partie ziarna kakaowego dostają pośrednicy, zarabiający wysokie prowizje. Przemysł czekoladowy i handel uzyskują łącznie 70% dochodu z kakao. Natomiast rolnicy w Afryce Zachodniej czy Ameryce Środkowej dostają najwyżej 6% ceny, jaką płacimy za czekoladę. Ceny ziarna nie ustalają ci, którzy je produkują, ale giełdy Londynu i Nowego Jorku. Są one bardzo niskie i zmienne, co destabilizuje gospodarkę krajów, z których eksportuje się kakao. Ciągły spadek cen zmusza plantatorów do obniżania kosztów produkcji. Cierpią na tym pracownicy. Niemal 30% światowej produkcji kakao pochodzi z Wybrzeża Kości Słoniowej, gdzie na plantacjach często pracują dzieci-niewolnicy.

Moumini Sylla został porwany w 1996 roku, gdy miał 11 lat. Przez następne 4 i pół roku był zmuszany do pracy na plantacjach kawy i kakao w Wybrzeżu Kości Słoniowej. „Jeśli znajdziesz się na farmie, nie pozwól ci już odejść” – opowiada Sylla. – „Jeśli próbujesz uciekać, łąpią cię i biją. Nigdy nie zapomnę człowieka, który mnie tam zaprowadził.”

Podobne historie były na porządku dziennym. Po niekończących się oskarżeniach i rozprawach sądowych, rząd i kompanie czekoladowe zmuszone były przyznać, że ignorowały raporty o niewolnictwie dzieci na plantacjach kakao. Trzej najwięksi gracze na rynku czekolady – Mars, Cadbury i Nestlé – odmówili komentarzy.

29

Pierwszy raport wyszedł w r. 1998 w gazecie abidżańskiej. Sprawą zainteresował się UNICEF, Departament Stanu USA, organizacja *Save the Children* oraz wiele innych organizacji i dziennikarzy. Obliczono, że ok. 15 tys. dzieci – głównie z Mali – jest zmuszanych do pracy na Wybrzeżu Kości Słoniowej. Praca w warunkach niewolniczych (pod przymusem, nadmiernie długi dzień pracy, regularne bicie, brak wolności osobistej i niemożność zmiany miejsca pobytu) nadal istnieje na 90% plantacji kakao Wybrzeża Kości Słoniowej. W rezultacie znaczna część codziennie spożywanego przez nas kakao i czekolady to produkt pracy niewolniczej – zawdzięczamy ją cierpieniu dorosłych i dzieci.

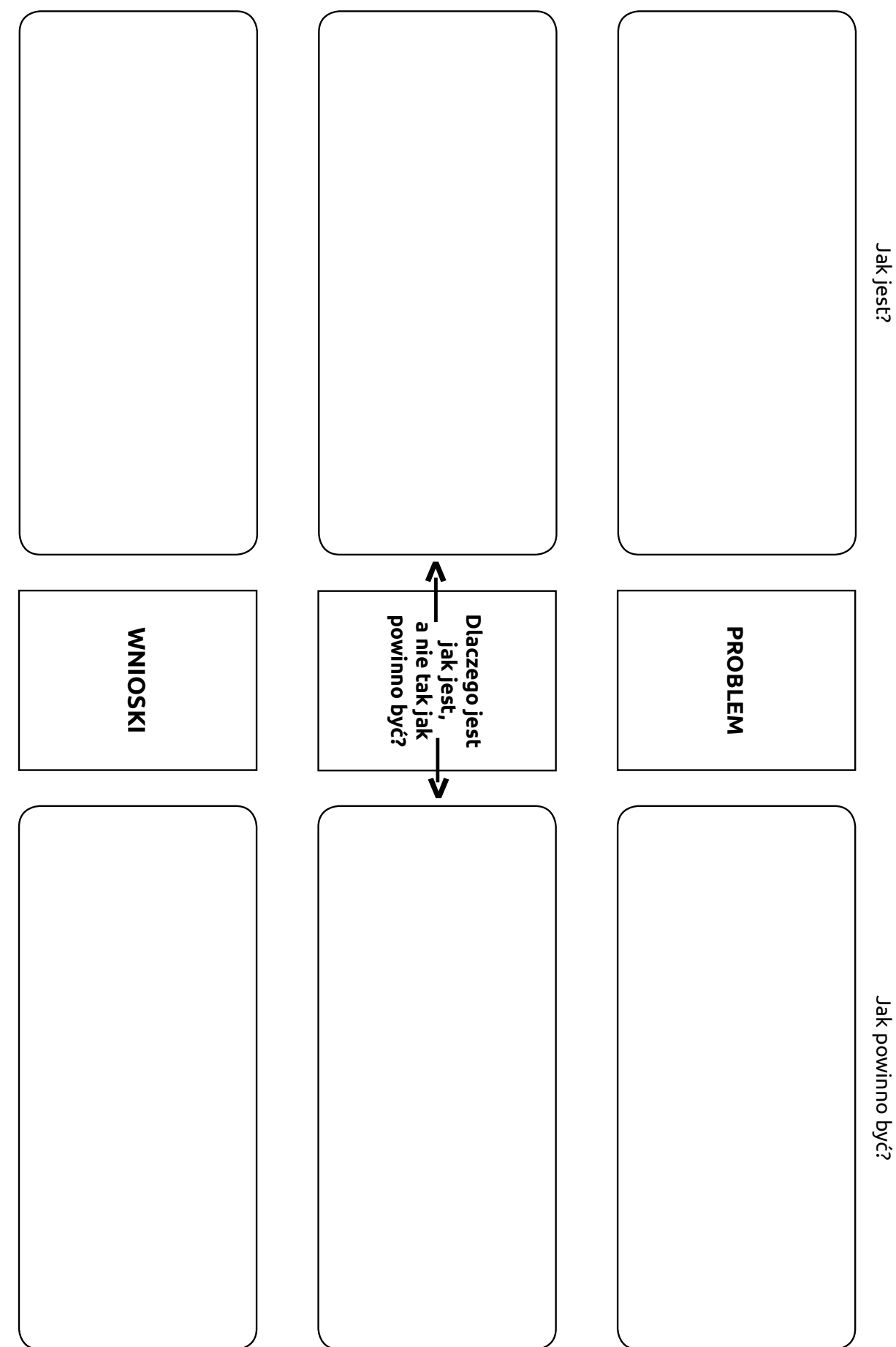
D) BUDUJĄCY PRZYKŁAD Z EKWADORU

Luis i Mariana de Jesús Bermeo i ich siedmioro dzieci mieszkają w wiosce La Libertad w prowincji El Oro w Ekwadorze. Już osiem lat uprawiają na żyznej glebie banany. Przedtem musieli używać wielu szkodliwych dla zdrowia pestycydów. Byli też uzależnieni od miejscowych pośredników, którzy płacili ceny poniżej kosztów produkcji i zmuszali rolników do podpisywania skomplikowanych, wielostronicowych, niekorzystnych umów handlowych. Aby zmienić swoje życie, rodzina Bermeo w roku 1997 przyłączyła się z małą grupką producentów do samopomocowej spółdzielni produkcyjnej „El Guabo”. Dziś El Guabo ma 105 członków i 450 ha ziemi uprawnej. Odkąd spółdzielnia spełnia kryteria Sprawiedliwego Handlu i uzyskała odpowiedni certyfikat, zrobiła znaczne postępy. Członkowie El Guabo kształcą się, aby stopniowo przekształcić tradycyjny system uprawy na system ekologiczny. Udało im się wybudować systemy nawadniania i urządzenia radiowe. Założyli też wspólne fundusze, aby udzielać członkom spółdzielni niewielkich pożyczek. Działają pod patronatem organizacji Sprawiedliwego Handlu, która pomaga im zrozumieć i interpretować podpisywane umowy.

E) ALTERNATYWA W MEKSYKU

Już prawie 30 lat Augustino Hernández, jego żona i dwóch synów posiadają i uprawiają 2,5 ha działkę w Lagunilla, na szczycie San Pedro Pochutla w południowym Meksyku. Na 1 ha pola sieją kukurydzę na własny użytek, pozostałe 1,5 ha jest przeznaczone na uprawę kawy. Rodzina Hernández jest członkiem samopomocowej spółdzielni produkcyjnej „La Trinidad”, która sprzedaje do Europy i USA kawę ekologiczną, opatrzoną dodatkowo znakiem Sprawiedliwego Handlu.

Sprawiedliwy Handel zapewnia rodzinie godne życie, podstawową opiekę zdrowotną, wykształcenie dla dzieci, oraz umożliwił zakup łuszcarki do kawy i ośa do transportu worków z ziarnem. 6 lat temu rodzina Hernández wprowadziła ekologiczne metody upraw. Nie używają nawozów sztucznych, pestycydów ani herbicydów. Ziemię uprawiają ręcznie, z szacunkiem i miłością. Tylko nieznaczna część z 260 tys. producentów kawy w południowym Meksyku może przeżyć przy dzisiejszych cenach kawy na rynkach światowych, które często nie pokrywają nawet połowy nakładów produkcyjnych. Dlatego codziennie setki ludzi są zmuszone emigrować na Północ. A tam czekają na nich slumsy w wielkich miastach – zarówno w Meksyku, jak i w USA.



INFORMACJE DLA NAUCZYCIELA:

Kawa z powodu swego smaku i pobudzającego działania jest od stuleci jednym z najbardziej wartościowych płodów rolnych. Właśnie dlatego stała się głównym artykułem eksportowym wielu najbiedniejszych krajów, które leżą na odpowiedniej szerokości geograficznej. Na przykład w Etiopii kawa dostarcza ok. 54% dochodów z handlu zagranicznego.

W roku 2001 ceny kawy na rynkach światowych spadły do rekordowego minimum, co obniżyło dochody indywidualnych hodowców z krajów-eksporterów. Raport zwraca uwagę na fakt, że zyski z handlu ziarnem kawowym idą najczęściej do rąk pośredników, a nie do hodowców kawy. Rolnicy z całego świata – od Nikaragui do Indonezji – których utrzymanie zależy od kawy, znaleźli się w sytuacji kryzysowej: razem ze swymi rodzinami stracili jedyne źródło utrzymania, są zrozpaczeni i praktycznie bezsilni.

Kawa jest uprawiana w około pięćdziesięciu krajach w paśmie równikowym. Na całym świecie z handlu kawą żyje około 100 milionów ludzi (przeważnie w krajach ubogich), którzy uczestniczą w jej uprawie (około 20 milionów rolników, z czego ok. 15 mln to drobni rolnicy, którzy gospodarzą na mniej niż 5 hektarach ziemi), przetwórstwie lub sprzedaży. Oprócz tego ponad 60 milionów osób jest związanych z rynkiem kawy, lecz ma również dodatkowo inne zatrudnienie.

Kawa jest drugim co do wartości obrotów towarem po ropie naftowej. Jest też najcenniejszym produktem rolnym na rynku światowym – w roku 2000 obroty w światowym handlu kawą osiągnęły 8,7 miliardów dolarów. Droga od plantacji do półki w supermarkecie jest długa i skomplikowana, a cały szereg ludzi rości sobie prawo do udziału w dochodach.

Kawa może zmienić właściciela aż 150 razy, zanim dotrze do supermarketu. Największy udział mają w tym transakcje finansowe na międzynarodowych giełdach i rynkach. Ostateczna cena filiżanki kawy obejmuje koszty ubezpieczenia, podatki, transport, przetwórstwo, pakowanie, marketing, magazynowanie i wiele innych. Z sumy 1,75 funta (tyle przeciętnie płaci się za cappuccino w londyńskiej kawiarni) hodowca będzie szczęśliwy, jeśli otrzyma równowartość 5 pensów.

Ukrytym tłem tej długiej i skomplikowanej drogi kawy jest załamanie cen na rynku światowym i jego skutki dla obu końców łańcucha handlowego. W latach 1994-2001 cena ziarna kawowego typu robusta spadła ze 180 centów za funt (0,453 kg) do zaledwie 17 centów, co jest najniższą ceną w ciągu ostatnich 30 lat. Szacuje się, że światowy handel kawą przynosi obecnie zysk 60 miliardów dolarów rocznie – dwukrotnie więcej niż w latach 80-tych. Ale w krajach, które kawę eksportują, zostaje z tego zaledwie około 10%. W latach 80-tych zostawało 30%.

Dla wielkich przetwórców kawy są to dobre wiadomości: firma, która przerobiła milion standardowych 60-kilogramowych worków z kawą, dzięki niskim cenom skupu zyskała w r. 2001 o 80 milionów dolarów więcej niż w roku poprzednim. Każda z trzech największych firm – Nestlé, Kraft i Sarah Lee – wypala rocznie ponad 10 milionów worków kawy i wzrost ich utargu jest naprawdę astronomiczny. Dla drobnych hodowców spadek cen jest katastrofą.

Istnieją dwa gatunki kawy. Arabika charakteryzuje się delikatniejszym smakiem i jest droższa, trudniejsza do uprawy i przerobu oraz mniej odporna na sezonowe zmiany pogody niż jej bliska krewna, robusta, którą wykorzystuje się głównie do produkcji kawy rozpuszczalnej i mocniejszych rodzajów kawy klasycznej. Krzew kawowy pochodzi z Etiopii, gdzie do dziś opowiada się legendy o „wesotych” kozach, pobudzonych kofeiną z dziko rosnących krzewów. Stopniowo jej uprawa rozpowszechniła się w ponad 50 krajach tropikalnych i subtropikalnych, od Meksyku do Brazylii, od Angoli po Etiopię, od Indii do Wietnamu i na wyspach Pacyfiku. Plantacje kawy zajmują ogółem 10,7 milionów hektarów w pasie okołorównikowym. Na całym świecie zbiera się przeciętnie ok. 7 milionów ton kawy rocznie.

Dla wielu krajów ubogich handel kawą stanowi kluczowy element gospodarki narodowej. Pomimo niskich cen kawa pozostaje jednym z najcenniejszych surowców w handlu światowym i sposobem uzyskania dewiz. Z rocznej produkcji 114 milionów worków nieprzerobionego zielonego ziarna

większa część o wartości 8,7 miliardów dolarów trafia do krajów rozwiniętych gospodarczo. Największym producentem ziarna kawowego jest Brazylia – w 2001 roku było to 1,8 milionów ton. Drugie miejsce zajmuje Wietnam. Kolumbia, Indonezja, Wybrzeże Kości Słoniowej i Meksyk są kolejnymi znaczącymi producentami. Prócz nich trzeba jeszcze wymienić Indie, Gwatemalę, Etiopię, Kostarykę i Ugandę.

Kawa jest ważny płodem rolnym nie tylko w skali handlu światowego – w niektórych krajach ma ogromny udział w pozyskiwaniu dewiz. Burundi z eksportu kawy pozyskuje ich aż 80%, w przypadku Etiopii i Ugandy kawa dostarcza ok. 50% dochodów z eksportu. Kawa jest głównym źródłem dewiz także dla Rwandy, Nikaragui, Salwadoru i Hondurasu, gdzie generuje ok. 1/4 dochodów. Dla tych – i wielu innych – krajów los kawy na rynku światowym stanowi podstawowe uwarunkowanie rozwoju społecznego i ekonomicznego.

Kakaowiec (drzewo kakaowe) rośnie w wilgotnych lasach tropikalnych Ameryki Południowej i Środkowej, ale dziś największe uprawy znajdują się w Afryce. Największym producentem kakao jest Wybrzeże Kości Słoniowej (ok. 35% światowej produkcji), Brazylia (ok. 15%), następnie Ghana, Indonezja i Malesja (ok. 9%).

Kakaowce to dość dużych rozmiarów drzewa, ukryte wśród jeszcze wyższych palm. Ten palmowy „dach” potrzebny jest do ochrony owoców przed słońcem. Same owoce to dużych rozmiarów wydłużone skorupy, w środku których znajdują się białe, słodkie, gąbczaste nasiona.

Zbiera się je dwa razy do roku i poddaje procesowi fermentacji. W ciemnych komórkach leżą przykryte folią, wydając woń podobną do tej, którą można spotkać w bimbrowniach. Po kilkudniowej fermentacji ziarna wysypywane są na słoneczne podwórkę, ziarna po kilkudziesięciogodzinnym suszeniu nadają się już do mielenia. Nie potrzeba żadnych pieców. „Suszarnie” to w zależności od założeń plantacji: platformy, tarasy, schody, a nawet asfaltowe drogi. Ze zmielonych owoców formuje się bryły wysyłane przede wszystkim do Europy.

Źródło: Marzena Kądziała, *Kakao, bawoty i zatoki piratów*

ZAŁĄCZNIK 1.3

Ogólne Kryteria Sprawiedliwego Handlu (według Fair Trade Federation):

SPRAWIEDLIWE PŁACE

Producenci dostają za swe wyroby sprawiedliwą cenę, co oznacza, że pracownicy otrzymają co najmniej minimalną płacę, ustanowioną w danym kraju. Ponieważ jednak płaca minimalna często nie wystarczy na zaspokojenie podstawowych potrzeb, pracownicy mają zagwarantowaną taką płacę, która umożliwi im te potrzeby zaspokoić (żywność, dach nad głową, edukacja i ochrona zdrowia dla całej rodziny). Sprawiedliwa płaca nie oznacza, że konsument koniecznie zapłaci więcej za wyrób. Organizacje Sprawiedliwego Handlu pomijają pośredników i współpracują bezpośrednio z producentami, obniżają koszty i w ten sposób zwiększają część, jaką otrzyma producent z ostatecznej ceny detalicznej.

WŁAŚCIWE WARUNKI PRACY

Spółdzielnie i stowarzyszenia niezależnych producentów są sensowną alternatywą dla pracy w warunkach produkcji masowej (ang. *sweat shops*), gdzie niezabezpieczeni pracownicy dostają wynagrodzenie poniżej płacy minimalnej, a większość zysków trafia do rąk zagranicznych inwestorów lub miejscowych elit, rzadko zainteresowanych długofalowym rozwojem gmin, na terenie których funkcjonują. Organizacje Sprawiedliwego Handlu angażują się przede wszystkim we współpracę z małymi przedsiębiorstwami, spółdzielniami i stowarzyszeniami będącymi własnością pracowników, demokratycznie zarządzanymi, przynoszącymi korzyści pracownikom i miejscowym społecznościom. Dzięki zrzeszaniu się niezależni producenci mają dostęp do kredytów, obniżają wydatki na surowce i uzyskują wyższe i sprawiedliwsze ceny za swoje wyroby. Pracownicy

więcej zarabiają, zysk jest równomierniej rozdzielany i często inwestowany w projekty na rzecz dzieci, ochrony zdrowia, edukacji i likwidacji analfabetyzmu. Pracownicy podnoszą kwalifikacje w dziedzinie organizacji i zarządzania, co poprzez samopomoc umożliwia rozwój małych społeczności. Zapewnione są bezpieczne i zdrowe warunki pracy oraz kontrola nad wykorzystaniem miejscowych surowców.

EDUKACJA KONSUMENTÓW

Organizacje Sprawiedliwego Handlu edukują konsumentów, by wiedzieli, jak ważne jest kupowanie produktów Sprawiedliwego Handlu, wspieranie sprawiedliwych płac i warunków pracy. Ruch Sprawiedliwego Handlu stara się uświadamiać konsumentom ukryte koszty tanich zakupów.

Rozpowszechniając informacje o producencie, kulturze i warunkach, w jakich powstał produkt, organizacje Sprawiedliwego Handlu zwiększają szacunek i zrozumienie między konsumentami a producentami z ubogich krajów. Edukują też środowiska opiniotwórcze w dziedzinie nierówności w handlu światowym.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Organizacje Sprawiedliwego Handlu zalecają producentom korzystanie z metod użytkowania miejscowych zasobów i zarządzania nimi w sposób przyjazny dla środowiska. Wiele organizacji członkowskich Fair Trade Federation współpracuje z producentami w regionach o wysokiej różnorodności przyrodniczej w celu postawienia na produkty, których podstawą jest zrównoważone korzystanie z miejscowych zasobów naturalnych. Zachęcają uczestniczące w projektach społeczności do ochrony swojego środowiska naturalnego dla przyszłych pokoleń.

WSPARCIE FINANSOWE I TECHNICZNE

Drobni rolnicy i rzemieślnicy w ubogich krajach nie mają łatwego dostępu do pieniędzy, co obniża ich dochody. Organizacje członkowskie Fair Trade Federation, które kupują bezpośrednio od producentów, często zapewniają im pomoc finansową w formie bezpośrednich pożyczek, płatności z góry lub przez pomoc w nawiązaniu kontaktu ze źródłem finansowania. W przeciwieństwie do wielu importerów, którzy płacą za towar z opóźnieniem 60 – 90 dni, organizacje Sprawiedliwego Handlu często płacą z góry, dzięki czemu producenci mają wystarczające środki na kupno surowców i pokrycie innych wydatków związanych z produkcją. Organizacje Sprawiedliwego Handlu często zapewniają też ważne poradnictwo techniczne i wsparcie w formie informacji o rynku, oceny produktów i szkoleń w dziedzinie finansów. W przeciwieństwie do importerów komercyjnych, organizacje Sprawiedliwego Handlu utrzymują długoterminowe relacje handlowe ze swymi producentami i pomagają im w dostosowaniu się do zmieniających się trendów.

SZACUNEK DLA TOŻSAMOŚCI KULTUROWEJ

Organizacje Sprawiedliwego Handlu zachęcają do produkcji i opracowywania wyrobów opartych na tradycjach kulturowych producentów, adaptowanych do rynków zachodnich. Starają się wspierać zdolności artystyczne producentów w taki sposób, by zachować ich tożsamość kulturową.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNA

Finanse, polityka zarządzania i praktyki handlowe organizacji członkowskich Fair Trade Federation są publicznie dostępne i kontrolowane przez Fair Trade Federation.

Źródło: www.sprawiedliwyhandel.pl/web/quest/home/-/journal_content/56/10758/17281

MATERIAŁY DODATKOWE

Gospodarka ponad 50 krajów ubogich opiera się na dochodach z eksportu jednego lub kilku produktów. Wg Międzynarodowego Funduszu Walutowego i Banku Światowego dla 15 krajów eksport podstawowych artykułów rolnych jest praktycznie jedynym źródłem dewiz (daje ich ponad 90%). Ta zależność dotyczy nie tylko pojedynczych krajów, ale całych regionów, zwłaszcza Afryki subsaharyjskiej, gdzie dla 17 krajów eksport tradycyjnych artykułów rolnych (kawa, kakao) stanowi źródło ponad 75% dewiz. Np. dochody z eksportu kawy to 50-80% wartości całego eksportu Etiopii czy Burundi, eksport bawełny daje ponad połowę dewiz dla Burkina Faso.

Eksport podstawowych towarów dostarcza dużej grupie krajów środków na import kluczowych artykułów, jak ropa naftowa, leki czy nowe technologie. Stąd ceny eksportowe mają zasadnicze znaczenie dla funkcjonowania i rozwoju tych krajów. Tymczasem przez ostatnie 30 lat ceny podstawowych produktów rolnych, sprzedawanych przez kraje ubogie, spadały prawie stale. W r. 2000 ceny dla 18 podstawowych artykułów eksportowych były o 25% niższe niż 20 lat wcześniej. Dla 8 z tych artykułów (kawa, kakao, olej palmowy, ryż, cukier, kauczuk, cyna, ołów) spadek wynosił ponad 50%. Najgorzej wygląda sytuacja na rynku napoi (kawa, kakao). Wg danych Banku Światowego w latach 1997-2001 ceny kakao spadły o 71%, kawy – o 65%. Od r. 1999 wartość kawy eksportowanej przez kraje ubogie spadła z 13 do 7 mld USD, choć kraje te stale zwiększają jej eksport. Na przełomie lat 2000/01 kraje ubogie sprzedały prawie 20% więcej kawy niż trzy lata wcześniej, ale mogły za to importować o 45% mniej towarów.

Świetnym przykładem jest Uganda. W latach 1994/95 eksport kawy przyniósł 433 mln USD. W sezonie 2000/01 kraj ten eksportował dokładnie taką samą ilość kawy, ale dochód wynosił tylko 110 mln (spadek o prawie 75%!). Różnica jest 3 razy większa niż międzynarodowa pomoc, jaką dostała Uganda w r. 2001.

Podobnie jest w innych krajach. Tylko w sezonie 1999/2000-2000/01 dochody Etiopii z eksportu kawy spadły z 257 mln do 176 mln USD, czyli zmniejszyły się o 81 mln! Jest to kwota znacząca przekraczająca sumę, którą Etiopia powinna była przeznaczyć na obsługę swego zadłużenia w r. 2002 (58 mln USD).

KOSZTY SPOŁECZNE

Wieloletni spadek cen powoduje głębokie zmiany społeczne, wpływające na tradycyjne życie społeczności lokalnych. Niższe ceny to nie tylko mniej dewiz dla kraju, ale i spadek dochodów rolników (o 60-70%!). Dla mieszkańców krajów ubogich niskie ceny na rynkach światowych oznaczają pogorszenie warunków życia: gorsze odżywianie, brak opieki zdrowotnej czy brak możliwości kontynuowania edukacji dzieci.

Dolina Kishimundu u podnóża góry Kilimandżaro jest przykładem takiej zależności. Kawa jest tu podstawą lokalnej gospodarki i głównym źródłem utrzymania. W małych, liczących ok. 30 krzewów kawy, gospodarstwach na stromych zboczach Kilimandżaro kawę uprawia się w sposób wypracowany przez pokolenia – razem z bananami, fasolą, warzywami. Głębokie korzenie kawy pomagają wiązać glebę i zapobiegają erozji. System ten jest podstawą utrzymania kilkusobowych rodzin. Obecnie zagraża mu spadek cen. W r. 1998 za funt kawy płacono tam 1 USD; cztery lata później – tylko 0,30 USD. Jedna z pracujących w tym regionie osób, 37-letnia wdowa z dwójką dzieci w wieku 15 i 13 lat, sprzedała swoje zbiory, uzyskując za rok pracy 35 USD. Powiedziała: „Ta cena mnie niszczy. Nie stać mnie nawet na wyżywienie i ubranie moich dzieci. Jak mogę powstać je do szkoły?” Brak środków do życia zmusza rolników do porzucania ziemi i szukania innych źródeł utrzymania.

Podobna wygląda sytuacja społeczności południowoamerykańskich. Tylko w Meksyku żyje ponad 250 tys. drobnych producentów kawy. Wielu z nich to Indianie, żyjący w południowym pasie biedy stanów Chiapas, Oaxaca, Puebla i Guerrero. Przy zbiorach kawy corocznie pracuje 0,5 mln pracowników sezonowych. Ponad 1/3 populacji wiejskiej w stanach południowych

żyje poniżej granicy ubóstwa. W regionie Chiapas, jednym z głównych centrów produkcji kawy w Meksyku, ponad 80% gospodarstw ma mniej niż 5 ha. Położone są głównie na zboczach. Indianie rozwinęli produkcję kawy jako część wyszukanego systemu rolnego, podobnego do stosowanego w okolicach Kilimandżaro. Kawa uprawiana jest razem z fasolą (która wiąże azot w glebie i działa jako nawóz) i z żółtą, białą oraz czerwoną kukurydzą. Obok owoców guanabana, orzechów makadamia i cytryn, kawa jest źródłem pieniędzy potrzebnych do zakupu żywności, narzędzi i pokrycia innych wydatków domowych. Po zbiorach r. 2000 opłacalność uprawy kawy w Chiapas znacznie spadła. Handlarze płacili tylko 1/3 ceny sprzed dwóch lat. I tak jest do dziś. Dochody nie pozwalają utrzymać gospodarstw, ludzie sprzedają więc ziemię. W Chiapas i innych regionach, gdzie uprawia się kawę, spadek jej cen na giełdach światowych wpływa na życie całych społeczności. Rodziny nie są zdolne pokryć kosztów leczenia i edukacji, czy dokonać podstawowych napraw w domach. Zmuszani do migracji mężczyźni przerzucają ciężar zdobycia środków do życia na kobiety i dzieci.

Równie trudna jest sytuacja osób pracujących przy produkcji herbaty. Wg danych International Labour Organisation (ILO) 1,5 mln ludzi (z czego 5-10% to dzieci) w Indiach, Bangladeszu czy na Sri Lance pracuje przy produkcji herbaty. Zarobki na plantacjach herbaty są niezwykle niskie. W Indiach są szacowane na ok. 0,60 USD (2,50 zł) na dzień, na Sri Lance kobiety pracujące przy zbiorze herbaty zarabiają 12,90 USD (około 55 zł) na miesiąc. Jedna z zatrudnionych kobiet utrzymywała z tej sumy 6 osób. Niskie zarobki połączone są z brakiem praw pracowniczych. Większość pracowników zatrudnionych jest dorywczo. Pracownicy nie mają zabezpieczeń socjalnych, urlopów macierzyńskich ani zakwaterowania.

CO JEST NIE TAK W HANDLU ŚWIATOWYM?

Światowe ceny artykułów produkowanych przez kraje ubogie odzwierciedlają powszechne prawo popytu i podaży. Ale ze względu na długość cyklu produkcyjnego handel tymi produktami jest bardzo specyficzny. Kiedy rolnik w Ghanie sadi drzewa kakaowe, na pierwsze plony czeka 3-5 lat. Podobnie rolnik peruwiański rozpoczynający uprawę kawy uzyska pierwsze zbiory za dwa lata, a najwyższe zbiory osiągnie po 14-18 latach. Rośliny owocują niezależnie od cen na rynkach światowych. Dla rolników, którzy nie mają innych źródeł dochodu, zbieranie kawy czy kakao jest koniecznością, nawet gdy ceny są bardzo niskie. Dodatkowym problemem jest coraz wyższa wydajność. Przeciętą wysokość zbiorów większości upraw wzrosła o około 1/3 od wczesnych lat 80-tych, co wpływa na spadek cen. W związku z tym jedyną drogą uzyskania stałego dochodu jest wzrost produkcji i... koło się zamyka: producenci eksportują więcej, co powoduje spadek cen, co znowu powoduje konieczność zwiększenia eksportu. Bardzo często zwiększenie produkcji nie równoważy spadku poziomu cen. Np. produkcja kakao w Ghanie wzrosła w latach 1996-2000 z 320 do 450 tys. ton – prawie o 1/3. Jednak ceny spadły w tym czasie o 40%, co oznacza, że dochód był o 1/3 niższy.

Bardzo trudną sytuację na rynkach światowych komplikuje dodatkowo pojawienie się nowych producentów. Np. Indonezja od połowy lat 70-tych, zwiększała produkcję kakao o ponad 20% rocznie. Obecnie jest czołowym eksporterem kakao na świecie i wypiera z rynku drobnych producentów z Afryki Zachodniej. W latach 90-tych na rynku kawy pojawił się Wietnam, który podwajając produkcję między r. 1997 a 2000, stał się drugim co do wielkości eksporterem kawy na świecie.

Inny problem powodują surowce zastępcze. Np. Unia Europejska dopuściła stosowanie zwiększonej ilości tłuszczu roślinnych, używanych jako zamiennik masła kakaowego do produkcji czekolady. Z tego powodu tylko w r. 2000 wartości eksportu ziarna kakaowego spadła o 500 mln dolarów. Osiągnięcia biotechnologii powodują też inne ograniczenia. Większość korporacji cukierniczych stosuje patenty na produkcję genetycznie zmienionych białkowych substancji smakowych występujących w kakao.

KTO TRACI, KTO ZYSKUJE?

Spadek cen, będący dla producentów katastrofą, przynosi nienormalnie duże zyski korporacjom międzynarodowym, pośredniczącym między producentami z Południa a konsumentami w krajach bogatych, które zdominowały światowy handel takimi towarami jak np. kawa, kakao czy banany. Wzrost dochodów tych korporacji i wzrost biedy rolników postępują równolegle.

Sytuacja taka utrzymuje się głównie dzięki różnego typu barierom handlowym, ustanawianym przez kraje bogate. Stosowanie taryf eksportowych oraz ceł, których poziom rośnie wraz ze stopniem przetworzenia produktu, skutecznie przeszkadza krajom rozwijającym się sprzedawać wysoko przetworzone artykuły konsumpcyjne na eksport, a tym samym osiągnąć większe zyski. Np. kraje rozwijające się produkują 90% ziarna kakaowego i jedynie 4% czekolady. Eksport kakao przynosi im ok. 2 mld dol. rocznie, tymczasem sprzedaż czekolady dostarcza krajom bogatym ponad 60 mld dol.

Podobnie jest z kawą. Międzynarodowy rynek kawy opiera się głównie na sprzedaży „kawy zielonej”, która później jest myta, suszona, tuskana itp. Najbardziej dochodowe dalsze etapy, takie jak palenie i mielenie, odbywają się głównie w krajach wysoko rozwiniętych. Np. głównym eksporterem kawy palonej (najbardziej dochodowego ogniwa w handlu kawą) jest Unia Europejska.

Dramatyczny spadek cen, wywierający katastrofalne skutki na społeczność producentów, niewiele wpłynął na ceny płacone przez konsumentów w krajach bogatych. Ceny te stale wzrastają. W r. 2000 cena, jaką za najwyższej jakości ziarno otrzymywali producenci kawy w regionie Kilimandżaro, wynosiła 0,28 dolara za funt (ok. 0,5 kg), co odpowiada 4% ceny detalicznej płaconej przez smakoszy tej kawy w USA. Natomiast jeżeli kawa ta sprzedawana jest w kawiarni, rolnik otrzymuje poniżej 1% ceny płaconej przez konsumenta. Spadające ceny niszczą ubogich producentów, nie przynoszą też korzyści konsumentom. Dostarczą natomiast niespodziewanych dochodów wielkim korporacjom. Nestlé, światowy potentat na rynku kawy, w oficjalnych sprawozdaniach opublikowanych na koniec r. 2000 przyznaje, że dzięki wyjątkowo sprzyjającym cenom na rynkach kawy jej zysk wzrósł w tym roku o 15%.

SPRAWIEDLIWY HANDEL

Sprawiedliwy Handel jest jedną z prób zaradzenia problemom, z którymi na co dzień zmagają się producenci z krajów ubogich. Dzięki specjalnie oznakowanym towarom Sprawiedliwy Handel daje konsumentom sposobność dokonania świadomego wyboru: czy chcą zapewnić coraz większe zyski korporacjom międzynarodowym (a konkretnie ich udziałowcom), czy też przeznacza je na pomoc najuboższym.

Źródło: Grażyna Szymańska, „Kawa, herbata, kakao”, „My a Trzeci Świat”, 2 (66), marzec-kwiecień 2003, www.maitri.pl/gazetka/my_66/html/kawa.htm

IMPORT WAŻNIEJSZYCH TOWARÓW DO POLSKI

Ważniejsze kraje	Wartość w tys. zł	Wartość w tys. dol.
KAWA		
Łącznie	2623085,5	801981
Niemcy	1132366,5	345431
Brazylia	255594,0	78117
Ekwador	206817,0	63402
Wietnam	192162,8	59172
Wielka Brytania	124936,8	38172
Francja	84206,8	25682
Hiszpania	48966,3	15088
Holandia	40748,1	12475
Włochy	40271,3	12360
Czechy	37335,4	11448
HERBATA		
Łącznie	359471,3	
Sri Lanka	55426,3	17015
Kenia	49517,2	15144
Indie	37687,6	11517
Chiny	29695,7	9094
Wielka Brytania	27179,4	8232
Indonezja	26506,9	8079
ZIARNO KAKAOWE		
Łącznie	1104479,5	
Holandia	301241,0	92159
Wybrzeże Kości Słoniowej	294996,9	90387
Niemcy	186653,2	57208
Ghana	168122,1	51646

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego 2013, Główny Urząd Statystyczny www.stat.gov.pl, 2013 (dane z 2012 roku), s.261 – kawa (import kraje), s. 262 -kakao (import kraje), s. 263 – herbata (import kraje).

ADAM MICKIEWICZ, PAN TADEUSZ, CZĘŚĆ DRUGA: ZAMEK

Różne też były dla dam i mężczyzn potrawy:

Tu roznoszono tace z całą służbą kawy,

Tace ogromne, w kwiaty ślicznie malowane,

Na nich kurzące wonnie imbryki blaszane

I z porcelany saskiej złote filiżanki,

Przy każdej garnuszek mały do śmietanki.

Takiej kawy jak w Polsce nie ma w żadnym kraju:

W Polsce, w domu porządnym, z dawnego zwyczaju,

Jest do robienia kawy osobna niewiasta,

Nazywa się kawiarka; ta sprowadza z miasta

Lub z wicin bierze ziarna w najlepszym gatunku,

I zna tajne sposoby gotowania trunku,

Który ma czarność węgla, przejrzystość bursztynu,

Zapach moki i gęstość miodowego płynu.

Wiadomo, czym dla kawy jest dobra śmietana;

Na wsi nie trudno o nią: bo kawiarka z rana,

Przystawiwszy imbryki, odwiedza mleczarnie

I sama lekko świeży nabiātu kwiat garnie

Do każdej filiżanki w osobny garnuszek,

Aby każdą z nich ubrać w osobny kożuszek.

Opr. scenariusza: Małgorzata Świderek www.ceo.org.pl/sites/default/files/CEO/davBinary/Publikacje/szkoekofm-1.pdf oraz www.globalna.edu.pl/pliki/fairtrade.pdf

SCENARIUSZ II: SPRAWIEDLIWY HANDEL – BO WARTO BYĆ FAIR!

PODSTAWA PROGRAMOWA

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE, III etap edukacyjny

23. Problemy współczesnego świata. Uczeń:

- 1) porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność;
- 3) wyjaśnia, odwołując się do przykładów, na czym polega globalizacja w sferze kultury, gospodarki i polityki; ocenia jej skutki;
- 4) rozważa jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. oszczędzanie wody i energii, przemyślane zakupy);

25. Gospodarka rynkowa. Uczeń:

- 4) wyjaśnia działanie prawa podaży i popytu oraz ceny jako regulatora rynku; analizuje rynek wybranego produktu i wybranej usługi.

29. Przedsiębiorstwo i działalność gospodarcza. Uczeń:

- 4) przedstawia główne prawa i obowiązki pracownika; wyjaśnia czemu służą ubezpieczenia społeczne i zdrowotne.

31. Etyka w życiu gospodarczym. Uczeń:

- 1) przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśnia na czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu;

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE, IV etap edukacyjny – zakres rozszerzony

40. Stosunki międzynarodowe w wymiarze globalnym. Uczeń:

- 3) wyjaśnia przyczyny dysproporcji między globalną Północą i globalnym Południem oraz mechanizmy i działania, które ją zmniejszają lub powiększają;
- 4) przedstawia na przykładach wzajemne zależności pomiędzy państwami biednymi i bogatymi w polityce, ekonomii, kulturze i ekologii;

41. Globalizacja współczesnego świata. Uczeń:

- 1) przedstawia wieloaspektowy charakter procesów globalizacji (polityka, gospodarka, kultura, komunikacja, ekologia).

PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, IV etap edukacyjny

4. Państwo, gospodarka. Uczeń:

- 12) ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.

5. Przedsiębiorstwo. Uczeń:

- 9) charakteryzuje zachowania etyczne i nieetyczne w biznesie krajowym i międzynarodowym;

ETYKA, III etap edukacyjny

11. Praca i jej wartość dla człowieka, znaczenie etyki zawodowej.

ETYKA, IV etap edukacyjny

11. Moralne aspekty pracy i różnych dziedzin życia publicznego. Etyki zawodowe. Przykłady kodeksów etycznych. Korupcja jako negatywne zjawisko naruszające kodeksy etyczne. Zagadnienie wszechstronnego i zrównoważonego rozwoju. Moralny wymiar stosunku człowieka do świata przyrody.

GRUPA WIEKOWA

14-19 lat

CEL OGÓLNY

- Zapoznanie uczennic i uczniów z problemami społeczno-gospodarczymi wynikającymi z międzynarodowych relacji handlowych oraz ze światowym ruchem Sprawiedliwego Handlu, jak również refleksja nad zachowaniami konsumenckimi w kontekście globalizacji i relacji Północ-Południe.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Uczennica/uczeń:

- zna niesprawiedliwe reguły rządzące handlem międzynarodowym;
- umie wskazać mechanizmy funkcjonowania globalnego rynku na przykładzie produkcji i handlu bananami;
- potrafi ocenić sytuację rolników i producentów z krajów globalnego Południa;
- potrafi wskazać działania, które mogą być podjęte w celu poprawy sytuacji producentów z krajów globalnego Południa;
- rozumie pojęcie, zna wartości i zasady, na jakich opiera się Sprawiedliwy Handel;
- potrafi wskazać korzyści i przeszkody wynikające z uczestnictwa producentów w systemie Sprawiedliwego Handlu.

CZAS

2 godziny lekcyjne

MIEJSCE

klasa albo inne pomieszczenie zamknięte

MATERIAŁY

Produkty lub opakowania po produktach Fairtrade (ewentualnie sam znak certyfikujący, zaprezentowany we wcześniejszej części publikacji), flipchart, marker, karteczki samoprzylepne, luźne kartki papieru

PRZEBIEG ZAJĘĆ

Na początku lekcji poproś uczniów, aby wyobrazili sobie, że są w sklepie (np. hipermarkecie). Zapytaj, jakie produkty najczęściej kupują oni sami lub ich rodzice. Zachęcając uczestników do dyskusji, zapytaj dlaczego kupują dane produkty i czym kierują się dokonując wyboru. Zapewne najczęstszymi odpowiedziami będą: cena, jakość, atrakcyjność czy marka produktu. Wyjaśnij, że to normalne, że biorą pod uwagę takie aspekty, jednak bardzo ważne jest, by podczas dokonywania wyborów konsumenckich zastanawiać się w jakich warunkach i przez kogo produkty te zostały wyprodukowane oraz jak ich produkcja, wykorzystanie i utylizacja wpływają na środowisko przyrodnicze i innych ludzi.

Wybierz kilka produktów, które wymienili uczniowie (np. mleko, czekolada, sok pomarańczowy, zesztyt) i poproś ich, by zastanowili się w jakich krajach te produkty powstały. Jeśli będzie potrzeba wyjaśnij, że mleko najprawdopodobniej wyprodukowano w Polsce. Do produkcji czekolady potrzebne jest kakao, które jest uprawiane głównie w Ghanie, na Wybrzeżu Kości Słoniowej i w Indonezji oraz cukier, który powstaje z buraków (uprawianych w wielu krajach Północy) lub z trzciny cukrowej (którą uprawia się głównie w Brazylii, Indiach, Chinach). Sok pomarańczowy pochodzi z pomarańczy, które rosną np. w Brazylii, Stanach Zjednoczonych i Chinach. Tam też się go wyciska i zamienia w koncentrat, który po przewiezieniu do Europy jest rozcieńczany i rozlewany do opakowań detalicznych. Papier do produkcji zeszytu może pochodzić z drewna z europejskich (w tym polskich) lasów lub z lasów z Azji czy Ameryki Łacińskiej. Produkcja papieru odbywa się w papierni najprawdopodobniej zlokalizowanej na terenie Polski lub innych krajów europejskich. Na koniec podsumuj tę część lekcji wyjaśniając, że w przypadku większości produktów codziennego użytku rzadko kiedy proces produkcji można zamknąć na poziomie jednego a nawet dwóch czy trzech krajów. Nawet jeśli produkt jest wytwarzany na terenie Polski, to można zadać sobie pytania, skąd sprowadzone zostały surowce, gdzie wykonano opakowania lub w jakim kraju produkt zostanie zutytylizowany?

Następnym zadaniem będzie gra z podziałem na role. Podziel klasę na 5 grup. Każdej grupie przydziel odmienną rolę: pracownika plantacji, jej właściciela, przewoźnika, importera i właściciela sklepu. Rozdaj uczniom karty ról zawodowych (**Załącznik 2.1**) i poproś, aby przeczytali informacje dotyczące przydzielonej im grupy zawodowej. Narysuj na tablicy banana i powiedz, że kosztuje on złotówkę. Zadaniem każdej z grup jest ustalenie, jaką część dochodu ze sprzedaży banana powinna ona uzyskać. Poproś, aby uczniowie dokładnie rozważyli ilość pracy, jaką muszą włożyć, na czym ta praca polega oraz jakie koszty muszą ponosić. Po mniej więcej 10 minutach poproś każdą z grup, aby przedstawiła wyniki swoich ustaleń. Napisz te kwoty na narysowanym bananie. Jeżeli suma przekracza cenę banana (złotówkę), skłoń uczniów do dyskusji między grupami i wynegocjowania podziału dochodów. Następnie – posługując się grafiką z **Załącznika 2.2** – przedstaw (np. rysując na tablicy), jak zwykle wygląda taki podział. Podkreśl, że jest to przykład często spotykany w literaturze, jednak w rzeczywistości podział może być różny w zależności od kraju, w którym banany wyrosły (np. Kostaryka czy Wyspy Zawietrzne), w którym zostały zjedzone (USA czy UE) oraz w zależności od tego, jakie firmy były zaangażowane w łańcuch dostaw. Podział może się także zmieniać w czasie, zależnie od regulacji rynku czy kursów walut.

Przeprowadź dyskusję nad przyczynami takiego podziału w łańcuchu dostaw bananów. Zwróć szczególną uwagę uczniów na sytuację pracowników w krajach globalnego Południa:

- co odczuwają pracownicy plantacji?
- jaki podział byłby bardziej sprawiedliwy?
- w jaki sposób pracownicy mogą dostać więcej?
- co mogą zrobić konsumenci?
- czy bylibyśmy w stanie płacić więcej za banany wiedząc, że dostają oni godziwy i sprawiedliwy dochód za swą pracę?

W trakcie dyskusji możesz pokazać uczniom zdjęcia obrazujące pracę i życie ludzi na plantacji bananów. Ciekawe zdjęcia znajdziesz np. pod następującymi linkami: www.jansochor.com/photo-essay/banana-republic.html oraz www.flickr.com/photos/makefruitfair/.

Podczas kolejnego etapu zajęć wyjaśnij uczniom, czym jest Sprawiedliwy Handel i jakie wartości oraz kryteria są z nim związane (możesz tutaj posłużyć się wprowadzeniem do tego działu). Poproś uczniów, by każdy z nich na małej karteczce dokończył zdanie: „Sprawiedliwy Handel to...”. Przygotuj duży arkusz papieru – w jego centralnej części napisz „Sprawiedliwy Handel”, a następnie poproś uczniów, aby przykleili swoje karteczki wokół napisu. Zweryfikuj odpowiedzi uczniów. Zwróć

szczególną uwagę na dokładne wyjaśnienie korzyści dla producentów związanych ze stosowaniem minimalnej ceny gwarantowanej oraz premii Fairtrade. Dodaj, że kryteria Sprawiedliwego Handlu obejmują spełnienie też takich warunków jak zakaz pracy dzieci i pracy niewolniczej, równe wynagrodzenie kobiet i mężczyzn, dbałość o środowisko przyrodnicze (np. zakaz stosowania najbardziej szkodliwych pestycydów czy genetycznie zmodyfikowanych organizmów).

Pokaż uczniom produkty lub opakowania po produktach Sprawiedliwego Handlu, zwracając uwagę na widoczny na nich znak Fairtrade. Wyjaśnij, że jest on gwarancją przestrzegania przez producentów i pośredników wszystkich powyższych zasad. Na koniec nie zapomnij powiedzieć gdzie można kupić produkty Sprawiedliwego Handlu w Polsce. Przydatna pod tym względem może być strona Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” (fairtrade.org.pl/linki.php) oraz „Spacerownik po świadomej konsumpcji” Fundacji „Kupuj Odpowiedzialnie” (ekonsument.pl/spacerownik), zawierający spis sklepów i kawiarni oferujących produkty Sprawiedliwego Handlu w miastach takich jak: Kraków, Warszawa, Wrocław, Lublin, Trójmiasto, aglomeracja śląska.

Chcąc szerzej zapoznać uczniów z praktycznymi aspektami Sprawiedliwego Handlu z perspektywy producentów z krajów globalnego Południa, rozdaj uczniom tekst opisujący działalność spółdzielni AgroNorte w Kostaryce (**Załącznik 2.3**). Podziel klasę na zespoły po 4-6 osób i poproś, by uczniowie w grupach zastanowili się nad korzyściami i problemami z jakimi mierzą się rolnicy przy produkcji i dystrybucji ananasów w związku z uczestnictwem w systemie Sprawiedliwego Handlu. Poproś, by uczniowie podzielili wszystkie korzyści i problemy na: korzyści i problemy wewnętrzne oraz korzyści i problemy zewnętrzne oraz zapisali je na kartce papieru (zgodnie z tabelą z **Załącznika 2.4**). Następnie poproś grupy o zaprezentowanie wyników swojej pracy. Zwróć uwagę uczniów na takie aspekty jak czas pracy, płaca, opłacalność, cena, środowisko przyrodnicze, konkurencja itd. Na koniec wspólnie zastanówcie się, jakie czynniki lub działania musiałyby zaistnieć bądź zostać podjęte (np. dopłaty rządowe do produktów ekologicznych, zakrojone na szeroką skalę kampanie promocyjne, większe restrykcje dla globalnych korporacji), by drobnym rolnikom bardziej opłacało się produkować w sposób przyjazny dla ludzi i środowiska.

Podsumuj z uczniami zajęcia – podkreśl znaczenie ruchu Sprawiedliwego Handlu dla drobnych rolników i pracowników z krajów globalnego Południa. Powiedz też o najważniejszych działaniach realizowanych w Polsce na rzecz promocji Sprawiedliwego Handlu – np. związanych z obchodami Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu (co roku w każdą drugą sobotę maja), w które angażują się uczniowie i szkoły z całego kraju.

ZAŁĄCZNIK 2.1. KARTY RÓL ZAWODOWYCH

PRACOWNIK PLANTACJI

Jesteś pracownikiem ogromnej plantacji bananów, na której pracuje około 250 osób. Mieszkasz z całą rodziną w „wiosce” złożonej z baraków, wewnątrz ogrodzonej i strzeżonej plantacji. Codziennie wstajesz około godz. 5.00 rano i z krótkimi przerwami pracujesz do godz. 20.00. Nie jesteś zatrudniony na stałe, więc nie przysługują ci żadne ubezpieczenie ani świadczenia socjalne. Nie możesz też zapisać się do związków zawodowych, gdyż od razu zostałbyś zwolniony. Możesz korzystać tylko z lekarza zatrudnionego przez właściciela plantacji. Do twoich zadań należy: mycie bananów (cały dzień masz ręce zamoczone w wodzie), nawożenie roślin środkami chemicznymi, w tym pestycydami (co jest niebezpieczne dla zdrowia), ścinanie bananów gotowych do sprzedaży (w tym celu musisz używać ostrych narzędzi i przenosić ciężkie kiście bananów).

WŁAŚCICIEL PLANTACJI

Jesteś właścicielem ogromnej plantacji bananów, na której zatrudniasz około 250 pracowników. Koszty prowadzenia plantacji są wysokie: pestycydy, benzyna do samolotu spryskującego nimi plantację, woda do nawadniania upraw, narzędzia i maszyny, koszty prawników w przypadku zaskarżenia przez pracowników, którym zdarzyły się wypadki podczas pracy. Do tego musisz

wciąż modernizować plantację i ponosić koszty związane z ogromnym ryzykiem nieurodzaju, klęsk żywiołowych, plag szkodników.

PRZEWOŹNIK

Jesteś właścicielem firmy transportowej. Posiadasz 5 dużych statków, na których przewożysz banany między Ameryką Łacińską a Europą. Przewiezienie jednego załadunku może trwać nawet do pięciu tygodni. Zakup i utrzymanie statków to ogromna inwestycja, na którą wzięłeś kredyt. Dodatkowo, musisz ponosić opłaty zarówno w porcie załadunku, jak i rozładunku towaru.

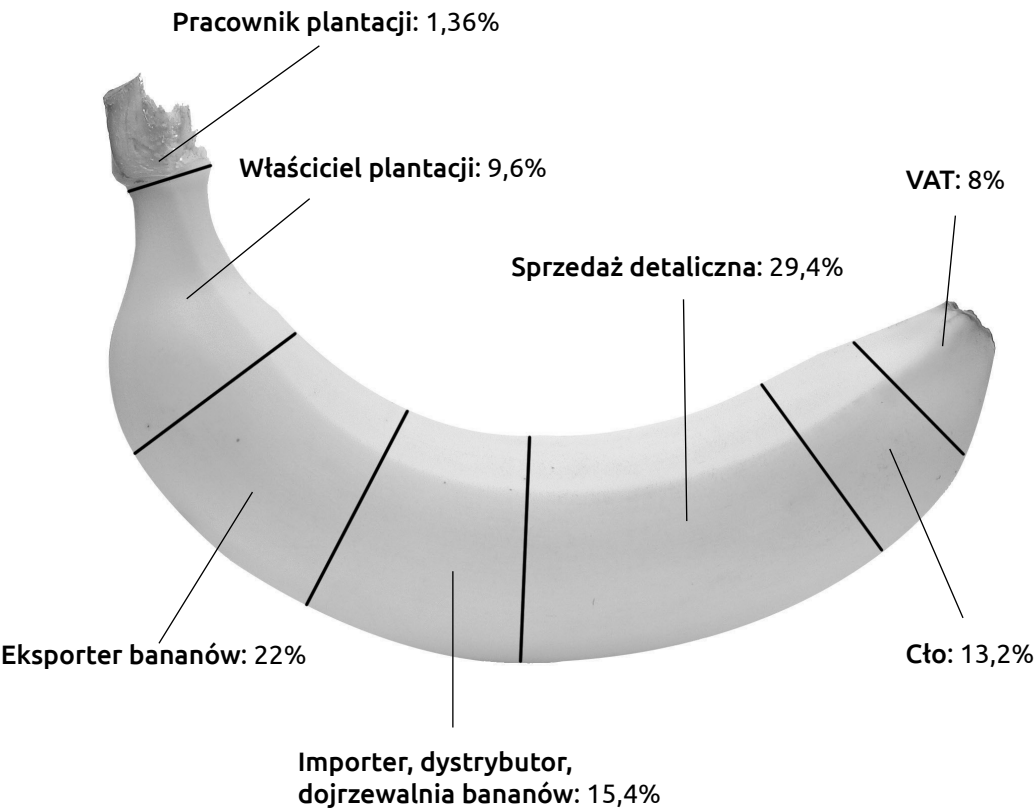
IMPORTER

Jesteś importerem bananów z Ameryki Łacińskiej. Twoja firma to ogromne przedsięwzięcie wymagające rozbudowanego zaplecza administracyjnego i logistycznego. Aby sprowadzać banany do Europy, musisz płacić ubezpieczenie, podatki, cła, co wiąże się ze sporymi kosztami. Banany przewożysz ciężarówkami z portu do dojrzewalni, skąd po około tygodniu są sprzedawane do hurtowni bądź do supermarketów.

SPRZEDAWCA

Posiadasz supermarket, w którym sprzedajesz m.in. banany. Potrzebujesz bardzo wielu pracowników do jego obsługi. Ponosisz wysokie koszty utrzymania sklepu: prąd, transport, torby na zakupy itd. Aby przyciągać do siebie klientów, wciąż musisz inwestować w reklamę i promocję. Dodatkowo, aby być konkurencyjnym, musisz powiększać asortyment lub zwiększać liczbę sklepów. Ponosisz duże ryzyko związane z psuciem się produktów. Banany musisz sprzedawać szybko, zanim przejrzej i zbrązowieją.

ZAŁĄCZNIK 2.2. BANAN GLOBALNY



Na podstawie: „Banana stains. Life of tropical farmers with pesticides”, Society for Fair Trade, Brno 2009. Założona cena bananów to 1,3 Euro/kg, uwzględniona polska stawka VAT 8%.

ZAŁĄCZNIK 2.3. SPÓŁDZIELNIA AGRONORTE (KOSTARYKA) – OPIS DOBREJ PRAKTYKI FAIRTRADE

Spółdzielnia AgroNorte (www.agronortecr.com) z San Rafael de Guatuso w Kostaryce skupia około 150 małych i średnich rolników, którzy na obszarze 400 ha uprawiają ananasy, a także rambutan, mango, jam, jukkę i bataty. Rolnicy zrzeszeni w ramach spółdzielni posiadają certyfikat Fairtrade, a 40% z nich także certyfikat rolnictwa ekologicznego.

Początki spółdzielni (1997 roku) wiążą się z udzieleniem 12 mln dolarów pomocy przez rząd Holandii, który wybrał ten biedny region w północnej Kostaryce, gdzie przebywa wielu imigrantów z ubogiej Nikaragui, by zapobiec ich dalszej migracji do slumsów w miastach. Początki eksportu ananasów w ramach spółdzielni to 2 kontenery warte 10 tys. dolarów. Obecnie jest to 400 kontenerów o łącznej wartości ponad 2 mln dolarów. Pierwszym klientem AgroNorte był AgroFair z Holandii – światowy pionier importu ananasów z certyfikatem Fairtrade (2002 rok). Inne kraje importujące ananasy AgroNorte to Włochy, Austria, Szwajcaria, Niemcy, Wielka Brytania, Finlandia a także USA. Część ananasów jest przerabiana na sok. Tylko minimalna część produkcji AgroNorte trafia na lokalny rynek.

W 2010 roku przez kilka miesięcy certyfikat Fairtrade dla spółdzielni był zawieszony, gdyż w kilku uprawach znaleziono pestycydy, których nie dopuszcza system Fairtrade (i których zakazuje UE, choć są dopuszczone w Kostaryce). Spółdzielnia utrzymuje, że pestycydy te nie trafiły do ananasów sprzedawanych jako certyfikowane, jednak podjęła decyzję o wykluczeniu rolników, którzy je stosowali. Wdrożono system identyfikacji pochodzenia towaru. Każdy kontener ma dokumentację fotograficzną. Prowadzone są coroczne zewnętrzne audyty.

Ważnym zadaniem spółdzielni jest edukowanie rolników na temat zasad zrównoważonego rozwoju, ochrony dzikich gatunków, BHP, jakości produkcji, praw rynku. W tym celu przygotowane są bardzo przejrzyste publikacje oraz jest utrzymywany stały kontakt pomiędzy ekspertami AgroNorte a rolnikami. Regularne są też spotkania z rolnikami w celu ustalenia możliwości produkcyjnych.

Dzięki uczestnictwu w systemie Fairtrade rolnicy otrzymują 20-30% więcej pieniędzy niż na rynku konwencjonalnym. Powody do zadowolenia mają także pracownicy najemni zatrudniani głównie przy sadzeniu ananasów i ich zbiorze: za godzinę pracy w gospodarstwie Fairtrade otrzymują równowartość 1,40 euro, w porównaniu do 1 euro na zwykłych plantacjach. Niemniej ważne są dla nich brak konieczności pracy w nadgodzinach, a także bezpieczeństwo zatrudnienia i odpowiednie warunki socjalne.

Spółdzielnia otrzymuje również premię Fairtrade w wysokości kilku centów na kilogram sprzedanych owoców, którą przeznacza na inwestycje przydatne dla społeczności. W 2010 roku pozwoliło to kupić komputery dla lokalnych szkół, a we wcześniejszych latach poprawić system dostawy wody, dostarczać owoce uczniom w szkołach, przeszkolić rolników z zasad pierwszej pomocy oraz bezpiecznego używania sprzętu i chemii rolnej, a nawet zbudować obiekt, w którym miejscowe kobiety produkują szampon i kosmetyki, które następnie sprzedają.

Niestety, sytuacja nie jest tak różowa. Produkcja w spółdzielni jest nawet o 100% droższa niż konwencjonalna. Jest to efekt takich czynników jak duże ryzyko produkcji (związane z ograniczeniem stosowania agrochemii oraz wahaniami rynku), mniejsza wydajność (nawet o 50%), droższe nawozy organiczne (nawet o 40%) itd. Kosztem są też certyfikaty: 2500 dolarów za certyfikat Fairtrade i 1500 dolarów za certyfikat rolnictwa ekologicznego w skali roku. Dodatkowo wielkie firmy mają własnych producentów agrochemii, opakowań, własny transport, przetwórstwo itd. Spółdzielnia ma tylko własną pakownię ananasów, która zatrudnia 19 osób.

Tak więc skutek konkurencji globalnych korporacji, takich jak np. Dole czy Chiquita, już zniknęło 3 tys. ha upraw ananasów w tym rejonie Kostaryki. Problem stanowią też tańsze ananasy z wielkich plantacji w Ghanie i w Ekwadorze.

Obniżenie kosztów własnych spółdzielni nie oznaczałoby spadku ceny dla konsumenta, występują bowiem duże koszty pośrednie. Spółdzielnia sprzedaje skrzynkę zawierającą 8 ananasów za około 7,4 franka szwajcarskiego, a konsument płaci 6 franków za 1 sztukę ananasa (do robotnika trafia jeszcze mniej – około 4% ceny jaką za ananasa płaci europejski konsument).

Rolnicy AgroNorte:

1. Luis Fernando, właściciel ekologicznej farmy. Ma 12 ha ziemi, na której uprawia ananasy (3 ha), kakao (1,5 ha), jukkę i ryż. Planuje uprawiać też kukurydzę. Część upraw jest wykorzystywana na potrzeby rodziny. Motywacja do uprawy ekologicznej wynika z zamiłowania do ziemi, pragnienia jej ochrony i życia w zgodzie z wartościami. Luis stara się metodami ekologicznymi odzyskiwać niezbędne dla żyzności gleby składniki, takie jak potas, magnez, wapń, fosfor, które są „eksportowane” z gospodarstwa wraz ze sprzedawanymi płodami rolnymi.
2. Gerardo Ramirez 2 lata temu miał certyfikat rolnictwa ekologicznego, ale z niego zrezygnował, gdyż cena produktów była za niska, a jego uprawy dotknęła plaga, która zniszczyła część zbiorów. Ma 19 ha ziemi, na której uprawia ananasy (9 ha), kakao, jukkę i banana warzywnego (plantan). W odróżnieniu od Luisa Fernando nie umieszcza między ananasami folii zapobiegającej wyrastaniu chwastów, lecz używa agrochemii, co jest tańsze. Farma jest więc oznaczona tabliczkami informującymi o zastosowanej agrochemii (tej dozwolonej w systemie Fairtrade). Są wydzielone miejsca, w których nie można stosować ani przechowywać agrochemii (miejsca poboru wody, miejsca w których mogą odpoczywać i posilać się pracownicy). Można się zastanawiać czy opryskiwana agrochemią uprawa nie znajduje się zbyt blisko domu pana Ramireza oraz płynącej przez plantację dzikiej rzeki. Bujna roślinność na jej brzegach pozwala jednak mieć nadzieję, że nic poważnego przyrodzie tu nie grozi.

ZAŁĄCZNIK 2.4. ANALIZA KORZYŚCI I PROBLEMÓW

Korzyści i problemy, z jakimi zmierzają się rolnicy AgroNorte przy produkcji oraz dystrybucji ananasów w związku z uczestnictwem w systemie Sprawiedliwego Handlu.

KORZYŚCI		PROBLEMY	
wewnętrzne	zewnętrzne	wewnętrzne	zewnętrzne

BIBLIOGRAFIA

- Andrzej Żwawa, *Co usprawiedliwia istnienie Sprawiedliwego Handlu?*, www.frona.pl/a/zwawa-co-usprawiedliwia-istnienie-sprawiedliwego-handlu,7047.html
- Borys Bińkowski, *Subwencje do rolnictwa a ubóstwo w krajach Południa. Przypadek bawelny*, globalnepoludnie.pl/Subwencje-do-rolnictwa-a-ubostwo-w
- Sprawiedliwy Handel na portalu Polskiej Zielonej Sieci, ekonsument.pl/a_c17_sprawiedliwy_handel.html
- Koalicja Sprawiedliwego Handlu, fairtrade.org.pl
- Systemy certyfikujące Fair Trade, sklepfairtrade.pl/Systemy-certyfikujace-Fair-Trade-clinks-pol-183.html
- Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, Trzeci Świat i My (certyfikowany członek WFTO), www.sprawiedliwyhandel.pl
- Poznaj ekologiczne certyfikaty kawy, ekotarq.pl/artukul/poznaj_ekologiczne_certyfikaty_kawy,256
- ekonsument.pl/a66578_ananas_slodko_gorzki.html
- Mocne i słabe strony certyfikatów, ekonsument.pl/a601_jak_to_sprawdzic.html

Źródło scenariusza: „Zależności globalne. Scenariusze zajęć lekcyjnych dla szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych”, Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć, Kraków 2014

Scenariusz zmodyfikowany przez uczestników warsztatu zorganizowanego w ramach projektu Sprawiedliwi, aktywni, świadomi – budowa podstaw dla kampanii „Skoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” w Polsce” Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”. Opublikowany także w: „W świecie powiązań. Scenariusze zajęć z zakresu edukacji globalnej”, Łódź 2014

SCENARIUSZ III: DZIEL SIĘ SPRAWIEDLIWIE!

PODSTAWA PROGRAMOWA

HISTORIA I SPOŁECZEŃSTWO

II etap edukacyjny

Cele:

IV Zainteresowanie problematyką społeczną. Uczeń ma nawyk dociekania w kontekście społecznym – zadaje pytania „dlaczego jest tak, jak jest?” i „czy mogłoby być inaczej?” oraz próbuje odpowiedzieć na te pytania.

Treści: 1.7

1. Refleksja nad sobą i otoczeniem społecznym. Uczeń:

7) tłumaczy, odwołując się do przykładów, na czym polega postępowanie sprawiedliwe;

PRZYRODA

Treści: 9.2

9. Zdrowie i troska o zdrowie. Uczeń:

2) wymienia zasady postępowania z produktami spożywczymi od momentu zakupu do spożycia (termin przydatności, przechowywanie, przygotowywanie posiłków);

ETYKA

Treści: 2, 3, 4, 8

2. Wyjaśnianie prawdziwego znaczenia własnych zachowań oraz ich przyczyn i konsekwencji.

3. Człowiek jako osoba; godność człowieka.

4. Przyjmowanie odpowiedzialności za siebie.

8. Praca i jej wartość dla człowieka.

PLASTYKA

Treści: 2.2

2. Tworzenie wypowiedzi – ekspresja przez sztukę. Uczeń:

2) realizuje projekty w zakresie form użytkowych, w tym służące kształtowaniu wizerunku i otoczenia człowieka oraz upowszechnianiu kultury w społeczności szkolnej i lokalnej (stosując także narzędzia i zasoby multimedialne).

GRUPA WIEKOWA

11-13 lat

CEL OGÓLNY

- Przybliżenie uczennicom i uczniom idei Sprawiedliwego Handlu poprzez ukazanie wpływu indywidualnych wyborów konsumenckich na sytuację pracowników i pracowników w krajach globalnego Południa.

CELE SZCZEGÓŁOWE

- Uczennica/uczeń:
- samodzielnie analizuje tekst źródłowy i wyciąga na jego podstawie wnioski, układa zdarzenia w historię tworząc logiczną całość;

- wie, jak powstają wybrane produkty, które używane są na co dzień, np. czekolada, kakao, piłka do gry;
- rozumie wpływ swoich wyborów konsumenckich na sytuację pracowników krajów globalnego Południa;
- rozwija umiejętności czytania ze zrozumieniem, pracy w grupie, kreatywnego myślenia oraz wyraża swoje poglądy na wybrane zagadnienia;
- wyjaśnia pojęcia: sprawiedliwość, Sprawiedliwy Handel;
- rozpoznaje i opisuje znak certyfikat Fairtrade.

CZAS

2 godziny lekcyjne

MIEJSCE

klasa albo inne pomieszczenie zamknięte

MATERIAŁY

- nożyczki (1 para na grupę), duże arkusze papieru (1 na grupę), kredki/flamastry/farby, tablica lub flipchart, kartki z nadrukowanymi tabliczkami czekolady (1 na grupę), karteczki z zapisanymi rodzajami czekolady do podziału na grupy (dla każdego uczestnika po 1), wydrukowane karty pracy (Załączniki 3.2, 3.3 oraz 3.4 – po jednym egz. na grupę).

WSTĘP DO ZAJĘĆ

Na początku zajęć postaraj się zainteresować uczniów tematem lekcji poprzez pobudzenie ich zmysłów. Przygotuj rekwizyty – do nieprzezroczystych pojemników włóż kawałek czekolady, kilka ziaren kawy, tyżeczkę kawy mielonej lub rozpuszczalnej, herbatę i kawałki aromatycznych owoców południowych, np. banana, ananasa, cytryny, wiórki kokosowe, jakieś południowe przyprawy, takie jak wanilia, kurkuma, pieprz. Pojemniki powinny umożliwić powąchanie rzeczy w nich schowanych. Oznacz pojemniki cyframi. Przygotuj również ilustracje (Załącznik 3.1) produktów i podpisz je kolejnymi literami, a następnie przywieś na tablicy lub rozłóż w widocznym miejscu. Zdjęć produktów może być więcej niż rzeczy schowanych w pudełeczkach. Podziel uczniów na grupy po 3-5 osób i poproś, aby każda grupa zapisała w tabelce numer pudełeczka, literę ilustracji pasującej do schowanego w pudełeczku przedmiotu oraz aby nazwała rzecz schowaną w pudełeczku. Wyznacz czas na spisanie odpowiedzi. Po tym czasie poproś przedstawicieli poszczególnych grup o podejście do stołu z pudełeczkami i wspólnie zweryfikujcie odpowiedzi grup. Za prawidłowe dopasowanie ilustracji i nazwanie schowanej rzeczy można przyznawać punkty. Następnie porozmawiaj z dziećmi na temat tego, skąd pochodzą te produkty, w jakich regionach świata rosną. Zapytaj, jakie jeszcze produkty z Południa znajdują się w diecie uczniów (np. ryż, inne owoce, przyprawy, warzywa), które z nich zjadają często, które są ich ulubionymi. Na zakończenie tej części zajęć możecie wspólnie rozłożyć ilustracje lub produkty na mapie świata – w miejscach, z których dane produkty pochodzą.

JAK POWSTAJE CZEKOLADA

Kolejna część zajęć poświęcona będzie czekoladzie. W ramach wprowadzenia do tematu odczytaj uczniom poniższy tekst i poproś o odgadnięcie, o jakim produkcie jest mowa: „Znana była już w starożytności, choć w nieco innej formie – na początku spożywano ją w postaci płynnej z dodatkiem miodu i chili. Do Europy przywiózł ją Krzysztof Kolumb. Bywa nazywana „brązowym złotem”. Jej zapach podobno ma działanie uspokajające. Alpińscy i podróżnicy mają ją prawie zawsze przy sobie, ponieważ jest doskonałym źródłem energii. Można ją zjeść na deser lub pić na gorąco. W krajach Europy Południowej bardziej lubiana jest gorzka jej odmiana, a na północy mleczna. Może być również nadziewana różnymi słodkimi kremami, alkoholem, orzechami lub bakaliami.

Najczęściej sprzedawana jest w tabliczkach”. Gdy nazwa produktu jest już odnaleziona, zapytaj uczniów, czy wiedzą jak powstaje czekolada. Podziel dzieci na grupy po 4-5 osób. Do podziału na grupy możesz użyć wydrukowanych wcześniej karteczek z napisami związanymi z czekoladą np. rodzajami czekolady (czekolada gorzka, mleczna, biała, nadziewana itp.). Każdy z uczniów losuje z pojemnika jedną karteczkę, a następnie odnajduje na sali osoby z takim samym rodzajem czekolady na karteczce. Następnie rozdaj grupom wcześniej przygotowane koperty z pociętym na fragmenty i pomieszanym tekstem z **Załącznika 3.2**. Poproś, aby uczniowie ułożyli fragmenty opowieści o powstawaniu czekolady w odpowiedniej kolejności, tak aby utworzyły całą historię. Następnie wspólnie sprawdźcie, czy ułożony przez nich opis produkcji czekolady jest prawidłowy, np. poprzez odczytywanie kolejnych fragmentów na zmianę przez grupy.

Podziel czekoladę. Powiedz uczniom, że teraz będą mieli za zadanie podzielić czekoladę pomiędzy ludzi, którzy pracowali przy jej produkcji i sprzedaży. Poproś, aby – na podstawie ułożonego wcześniej opisu produkcji czekolady – zastanowili się, komu zawdzięczamy to, że możemy rozkoszować się smakiem czekolady. Ważne jest, aby po tej rozmowie uczniowie rozumieli, za co odpowiadają (za co dostają zapłatę) rolnicy uprawiający kakao, przewoźnicy transportujący je statkami do Europy, firmy przetwarzające je w fabrykach na czekoladę oraz placówki handlowe czerpiące zyski ze sprzedaży gotowych produktów. W trakcie omawiania osób zaangażowanych w produkcję i sprzedaż czekolady wypisz je na tablicy. Każdej z grup wręcz wydrukowaną tabliczkę czekolady (Załącznik 3.3) oraz karteczki z nazwami i krótkimi opisami ludzi z każdego etapu produkcji i sprzedaży (Załącznik 3.4). Wyjaśnij, że koszt czekolady to 2,90 zł, z czego 50 gr to podatek VAT, a 2,40 zł to kwota, którą należy podzielić pomiędzy osoby zaangażowane w produkcję i sprzedaż. Na potrzeby zajęć uznajmy, że jedna kostka jest warta 10 gr. Poproś grupy, aby to 2,40 zł, czyli 24 kostki rozdzieliły (wycinając kostki przy użyciu nożyczek) pomiędzy tych, którzy brali udział w produkcji i sprzedaży czekolady. Uczniowie powinni oszacować, jaka część pieniędzy za tabliczkę czekolady ich zdaniem należy się danym osobom za wykonaną pracę i na pokrycie kosztów tej pracy (np. zakup surowców i urządzeń, wynagrodzenie pracowników, ubezpieczenia itp.).

Uwaga! Tę część lekcji możesz poprowadzić także w inny sposób: zamiast pracy w grupie możesz zaproponować uczniom dyskusję na forum całej klasy. W tym celu podzielić uczniów na 5 grup (zgodnie z rolami z **Załącznika 3.4**), przygotuj jedną dużą czekoladę podzieloną na kostki i rozłóż w widocznym miejscu. Poproś uczniów, aby w toku dyskusji ustalili, ile kostek powinno przypaść poszczególnym grupom. Możesz również narysować na tablicy tabelę, w której w toku dyskusji będziesz zapisywać oczekiwania kolejnych grup. Wyjaśnij uczniom, że ich koszty nie mogą przekroczyć 2,40 zł (+50 gr VAT). Gdy wszystkie papierowe czekolady zostaną podzielone (lub ustalony będzie ostateczny podział będący efektem dyskusji), zapisz na tablicy przybliżony podział przychodów: jedna kostka to 10 gr, koszt całej czekolady 2,40 + 50 gr VAT • Przychód rolnika: 10 gr (jedna kostka) • Przychód firmy transportowej: 40 gr (4 kostki) • Przychód przetwórcy: 60 gr (6 kostek) • Przychód właściciela marki: 50 gr (5 kostek) • Przychód sklepu: 80 gr (8 kostek). Poproś, żeby uczniowie porównali ten podział z własnym. Czy ich zdaniem podział z tablicy jest sprawiedliwy? Czy wszyscy otrzymują taką zapłatę, na jaką zasługują? Produkcja czekolady to bardzo opłacalny biznes, z którego międzynarodowe koncerny czerpią bardzo duże zyski, niestety kosztem milionów rolników produkujących kakao. Znakomita większość zysków z produkcji czekolady pozostaje w krajach globalnej Północy, podczas gdy wielu producentów kakao i pracowników plantacji w krajach globalnego Południa żyje za mniej niż 1,25 dolarów dziennie, czyli poniżej progu skrajnego ubóstwa. Producenci kakao średnio otrzymują około 6% ceny, którą konsumenci w krajach bogatych płacą za czekoladę (w 1980 roku ich udział wynosił prawie trzy razy tyle, ok. 16%). Poproś, aby uczniowie zastanowili się, z czego to może wynikać. Opowiedz uczniom o problemach i niesprawiedliwości związanej z produkcją czekolady i słodczy czekoladowych (skorzystaj z dodatkowych materiałów informacyjnych zamieszczonych pod scenariuszem). Zwróć uwagę nie tylko na niesprawiedliwy podział zysków z produkcji czekolady, ale także na warunki pracy oraz pracę dzieci (w tym niewolniczą). Przy zbiorach pracuje 14 milionów robotników, dla których jest to jedyne źródło utrzymania, Światowa Organizacja Pracy szacuje, że ponad 215 milionów dzieci jest wykorzystywanych do pracy przymusowej (www.ekonews.com.pl/pl/0,243,9918,produkcja_czekolady_bez_wyzysku_dzieci.html).

Przypomnij, że czekolada, bombonierki, pralinki czy cukierki związane są zwykle z miłymi chwilami w życiu. Najwięcej słodyczy kupowanych jest w okresie świątecznym oraz przy okazji walentynek. Czekoladki są też popularnym upominkiem urodzinowym, imieninowym, dajemy je jako podziękowanie. Gdy mamy świadomość, w jakich warunkach kakao zostało wyprodukowane, smak czekolady zaczyna się wydawać bardziej „gorzki”. Wyjaśnij uczniom, że sytuacja nie jest beznadziejna i mamy wybór, jaką czekoladę kupimy. Możemy kupić czekoladę, która wspiera producentów kakao – w produkcji której nie brały udziału dzieci, a pracownicy pracowali w bezpiecznych warunkach i otrzymali godziwe wynagrodzenie. Jest to czekolada opatrzona certyfikatem Fairtrade. Pokaż uczniom znak Fairtrade (zaprezentowany we wcześniejszej części publikacji) i opowiedz o zasadach Sprawiedliwego Handlu.

CZEKOLADA TO NIE WSZYSTKO

W kolejnej części powiedz uczniom, że czekolada nie jest jedynym produktem Sprawiedliwego Handlu. Zapytaj, jakie jeszcze produkty mogłyby, według nich, posiadać znak Sprawiedliwego Handlu. Następnie każdej z grup wręcz kartkę ze zgadywanką (**Załącznik 3.5**). Ich zadaniem będzie odgadnięcie, jakiego produktu dotyczy wylosowany przez nich opis.

WARIANT I

Kiedy wszyscy wiedzą, na jaki produkt trafili, rozdaj uczniom duże arkusze papieru oraz kredki/flamastry/farby, i poproś, aby narysowali plakat zachęcający do kupowania produktów ze znakiem Sprawiedliwego Handlu na podstawie produktu, który wylosowali. Uczul ich, żeby podczas rysowania zwrócili szczególną uwagę na wytłumaczenie odbiorcom reklamy, dlaczego powinni kupować produkty akurat z danym certyfikatem (co im to daje, co daje to producentom tych produktów). Daj uczniom 15-20 minut na narysowanie plakatów. Następnie niech każda grupa opowie reszcie klasy, co i dlaczego narysowała na swoim plakacie.

WARIANT II

- Kiedy wszyscy wiedzą, na jaki produkt trafili, poproś uczniów, aby przygotowali krótką scenkę przedstawiającą spot reklamowy zachęcający do kupowania produktów ze znakiem Sprawiedliwego Handlu na podstawie produktu, który wylosowali. Najpierw jednak wspólnie zastanówcie się, z jakich elementów składa się spot reklamowy. Podpowiedz uczniom, że mogą ułożyć i zaprezentować krótki wierszyk/piosenkę, lub użyć kartek do narysowania różnych planszy, za pomocą których będą mogli w bardziej przejrzysty sposób zaprezentować różne treści. Przypomnij, że dobra reklama powinna mieć krótki, przyciągający uwagę slogan reklamowy, który powinien zapadać w pamięć odbiorców. Daj im 10-15 minut na przygotowanie scenek. Następnie niech każda grupa zaprezentuje swoją scenkę przed resztą klasy.

PRACA DOMOWA

- Poproś uczniów, aby przy najbliższej wizycie w sklepie zwrócili uwagę, czy można w nim dostać produkty ze znakiem Sprawiedliwego Handlu.

ZAŁĄCZNIK 3.1. ZDJĘCIA ROŚLIN (WSZYSTKIE ZDJĘCIA NA LICENCJI CC)

- bna Adam Fagen, [flickr.com/photos/51035749109@N01/7436271168](https://www.flickr.com/photos/51035749109@N01/7436271168)
- bna Scot Nelson, [flickr.com/photos/scotnelson/8248231206](https://www.flickr.com/photos/scotnelson/8248231206)
- bna rosipaw, [flickr.com/photos/rosipaw/4564437419](https://www.flickr.com/photos/rosipaw/4564437419)
- ba Sebastianjude, commons.wikimedia.org/wiki/File:Teestrauch_Detail.jpg
- bnd Kansas Sebastian, [flickr.com/photos/kansas_sebastian/717113912](https://www.flickr.com/photos/kansas_sebastian/717113912)

- b Andrew Malone, [flickr.com/photos/andrewmalone/356524900](https://www.flickr.com/photos/andrewmalone/356524900)
- commons.wikimedia.org/wiki/File:1859-Martinique.web.jpg
- ba Scot Nelson, [flickr.com/photos/62295966@N07/5815459311](https://www.flickr.com/photos/62295966@N07/5815459311)
- ba foam, [flickr.com/photos/foam/4603364491](https://www.flickr.com/photos/foam/4603364491)
- bn Mary W. Farmer, [flickr.com/photos/ntsavanna/5503204193](https://www.flickr.com/photos/ntsavanna/5503204193)
- b Ewen Roberts, [flickr.com/photos/donabelandewen/4317390946](https://www.flickr.com/photos/donabelandewen/4317390946)

ZAŁĄCZNIK 3.2. UKŁADANKA – PRODUKCJA CZEKOLADY

Ojczyzną kakaowców są tereny Meksyku i Gwatemali w Ameryce Łacińskiej, ale obecnie ponad połowa światowej produkcji kakao pochodzi z zachodniej Afryki. Drzewo kakaowca (*Theobroma cacao*) jest bardzo wymagające, rośnie wyłącznie w klimacie tropikalnym i wilgotnym. Kakao wymaga pulchnej i przepuszczalnej gleby, ciężko znosi bezpośrednie nasłonecznienie, dlatego kakaowce powinno się sadzić w cieniu innych, wyższych drzew o gęstej koronie. Na wielkich plantacjach jednak tak się nie robi, przez co rośliny są bardziej podatne na szkodniki i choroby, więc potrzebują pestycydów. Drzewko kakaowca po posadzeniu owocuje dopiero po upływie 3-8 lat. Gdy już zacznie owocować, owoce pojawiają się one na drzewie dwa razy do roku przez około 20 lat. Po kilku miesiącach od zapylenia małe różowe kwiaty przekształcają się w owoce. Pracownicy na plantacji muszą regularnie wyrywać chwasty, oczyszczać rośliny z pasożytów, regularnie przycinać drzewka, aby je wzmacniać. Konieczne jest również nawożenie. Jest to bardzo ciężka i słabo płatna praca. Często też na plantacjach pracują dzieci.

Żółte lub czerwone owoce kakaowca kształtem przypominają piłkę do rugby i wyrastają bezpośrednio z pnia i z grubszych konarów. Dojrzałe owoce osiągają długość 20-40 cm i wagę 300-500 g, a każdy zawiera 25-50 nasion. Pracownicy plantacji zbierają owoce kakaowca przy użyciu długich noży. Okres zbiorów kakaowca to okres bardzo intensywnej pracy – pracownicy plantacji pracują od świtu do zmierzchu, praktycznie bez żadnych przerw (często są niewyspani i przemęczeni). Niestety, skutkiem tak wyczerpującej pracy oraz braku odzieży ochronnej są liczne zranienia. Najcięższe prace nie omijają również dzieci. Właściciel plantacji zazwyczaj nie opłaca swoim pracownikom ubezpieczenia zdrowotnego, więc w przypadku zranienia nie mogą oni udać się do lekarza.

Kolejnym etapem jest wydobycie nasion kakaowca z owoców. Jedynie największe plantacje posiadają specjalistyczne maszyny do tuskania nasion z owoców. W większości gospodarstw nadal robi się to ręcznie. Pracownicy plantacji otwierają owoce z dużą siłą uderzając w nie kamieniem lub drewnianą pałką i ręcznie wyjmują mokre nasiona pokryte słodkim miąższem. W jednej jagodzie znajduje się 25-50 ziaren o długości ok. 1 cm. Czasem jeden człowiek musi w trakcie dnia pracy otworzyć nawet 1,5 tysiąca owoców, wyjmując z nich do 40 tysięcy nasion. Spróbujcie sobie wyobrazić, ile godzin trzeba poświęcić na otwarcie 1,5 tysiąca tych trudnych do rozłupania owoców! Nawet najbardziej wprawnym i wyćwiczonym przez lata zbiorów pracownikom czynności te pochłaniają dużo więcej godzin, niż przewiduje standardowy europejski dzień pracy.

Nasiona wyjęte ze skorupy pozostawia się, aby uległy procesowi fermentacji – w ziarnach kakao znajdują się cukry, które drożdże przemieniają w dwutlenek węgla oraz alkohol. Dzięki fermentacji nasiona nabierają charakterystycznego dla kakao aromatu i smaku. Nasiona układa się w stosy (po 90 do 300 kilogramów nasion) na liściach bananowca lub materiałowych płachtach. Po trzech dniach nasiona są przekładane (ręcznie) na kolejny stos, aby uzyskać równy poziom fermentacji. Szóstego lub siódmego dnia pracownicy plantacji rozkładają nasiona na ziemi, aby wyschły na słońcu. Co wieczór robotnicy odwracają nasiona, dokładnie je przy tym oglądając – poczerwiałe i zepsute nasiona należy wyrzucić. Następnie przykrywają je materiałem, aby chronić je przed deszczem i poranna rosą. Po 7 dniach suszenia na słońcu nasiona nabierają brązowego koloru.

Wtedy pracownicy plantacji ręcznie sortują je i pakują do jutowych worków. Następnie ciężkie worki ustawiają na drewnianych paletach.

- Wysuszone i zapakowane w worki nasiona zawożone są do portu, gdzie firmy skupujące kakao mają swoje biura. Słaba sieć dróg w kraju sprawia, że dostarczenie surowca do portów potrafi być wyzwaniem. Rolnicy często zdani są w tym zakresie na usługi pośredników, dysponujących samochodami. Rolnicy ci mają jednak bardzo słabą siłę negocjacyjną w rozmowach z handlowcami. Cena kakao zależy zazwyczaj od sytuacji na rynkach światowych. Najczęściej rolnik otrzymuje około 50% giełdowej ceny kakao. Sprzedaż zbiorów jest bardzo ważnym momentem w życiu pracowników plantacji – w wielu miejscowościach z tej okazji odbywają się dożynki. Wtedy też zazwyczaj są brane śluby – tylko wtedy pracownicy plantacji mogą sobie pozwolić na taki wydatek. Z portów nasiona przewożone są statkami do Europy i Stanów Zjednoczonych. Podróż ta odbywa się przy użyciu wielkich transportowców, nasiona płyną wiele dni.
- Handel kakao ma miejsce głównie na giełdach w Londynie i Nowym Jorku. Wsuszone ziarna kakaowca trafiają do licznych fabryk, gdzie przetwarza się je na proszek kakaowy, masło kakaowe oraz czekoladę. Pierwszym etapem produkcji w fabryce jest prażenie wyselekcjonowanych ziaren. Nasiona pokruszone oddzielane są od nasion całych, a te z kolei segregowane pod względem wielkości i prażone oddzielnie. Prażenie odbywa się w maszynie zwanej prażakiem w temperaturze ok. 140-150°C przez 10-35 minut. Zbyt mocno uprażone nasiona stają się bardziej gorzkie, a zbyt słabe uprażenie utrudnia usunięcie łuski z ziarna. Następnie uprażone ziarna są rozdrabniane, a łuska jest oddzielana od jądra. Tłuste jądra kakaowe są mielone, w wyniku czego oddziela się złoto-żółte masło kakaowe (tłuszcz) i ciemnobrązową miazgę kakaową, z której później powstaje proszek kakaowy.

54

Następnym etapem produkcji czekolady jest mieszanie. Miazgę kakaową miesza się z tłuszczem kakaowym, cukrem i innymi dodatkami np. mlekiem czy bakaliami. Mieszanie trwa około 30 minut. Ponieważ powstała masa jest grudkowata, rozciera się ją przy użyciu specjalnych walców, dzięki czemu grudki znikają i stają się niewyczuwalne na języku, a masa czekoladowa nabiera gładkości. Kolejnym etapem jest konszowanie, czyli wielogodzinne (nawet 2-3 dni) mieszanie masy czekoladowej w podgrzanych mieszalnikach. Dzięki konszowaniu czekolada nabiera gładkiej konsystencji, zyskuje łagodniejszy smak i traci nadmiar gorzkości.

Gotowa masa czekoladowa jest przepompowywana na linię formującą tabliczki. Rurkami masa wlewana jest do delikatnie podgrzanych foremek, często z wytłoczonym logo marki. Następnie czekolady są schładzane do temperatury ok. 8-10 stopni C. Zimne tabliczki wypadają z foremek na taśmę produkcyjną, którą jadą do pakowni. Pakowane są najczęściej w folię aluminiową lub folię plastikową i papier z nazwą marki i producenta. Opakowanie czekolady nie tylko zabezpiecza produkt, ale przede wszystkim pełni ważną funkcję handlową. Marka, opakowanie, charakterystyczny kolor, ilustracja, czcionka użyta na opakowaniu często bardziej zachęcają do kupienia produktu niż jego wyjątkowy smak, dlatego firmy przywiązują do tego tak wielką wagę.

Zapakowane tabliczki czekolady wkładane są w opakowania zbiorcze i są gotowe do sprzedaży. Czekolada trafia do magazynów wielkich sieci handlowych oraz do hurtowni, skąd kupują ją właściciele mniejszych sklepów. O tym, jaka czekolada jest dostępna na półkach sklepowych, decydują dyrektorzy sieci handlowych i właściciele sklepów. Często właściciele firm płacą sieciom handlowym za to, że czekolada jest ułożona na najlepiej widocznych półkach w sklepie, a dodatkowo prowadzą kampanie reklamowe stódczy w telewizji czy na billboardach.

Czekoladę znajdujemy na półkach sklepowych w dużych i małych sklepach. Polacy zjadają ok. 3 kg czekolady rocznie (tj. ok. 30 tabliczek), a np. Niemcy i Szwajcarzy ok. 11 kg rocznie. Oprócz tego istnieje oczywiście wiele stódczy z dodatkiem czekolady: ciasteczka, pralinki, batoniki. Produkty czekoladowe są dostępne prawie wszędzie, w każdym sklepie spożywczym, sklepikach szkolnych,

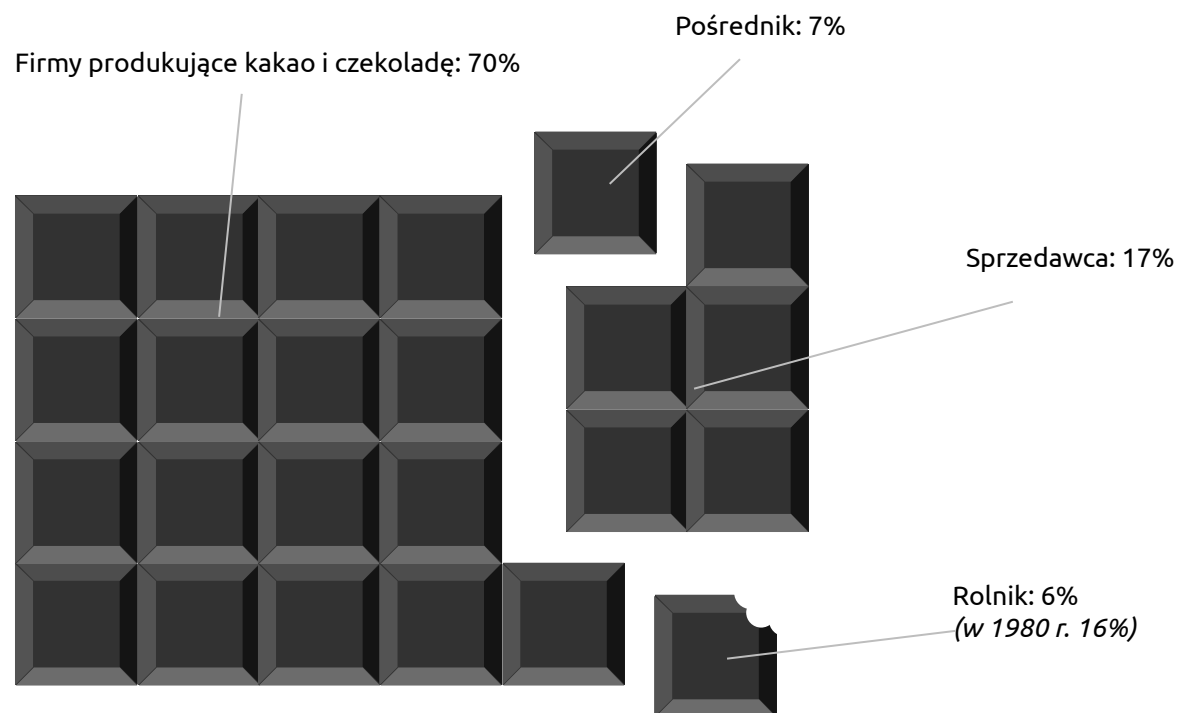
kioskach, stacjach benzynowych, kawiarniach. Co drugą tabliczkę czekolady wyprodukowaną na świecie zjadają Europejczycy, co czwartą mieszkańcy Ameryki Północnej. Mieszkańcy Azji i Oceanii zjadają 15% czekolad, mieszkańcy Ameryki Południowej ok. 9%, a Afrykańczycy zaledwie 3 tabliczki ze 100 zjadanych na świecie. Oznacza to, że gotowa czekolada nie jest znana w krajach, w których produkowane są nasiona kakao – paradoksalnie ludzie, dzięki którym możemy zjadać się pysznymi czekoladowymi smakołykami, nie wiedzą, jak smakuje czekolada!

Treść układanki opracowano na podstawie:

- Wszystko o rynku kakao, www.efixdm.pl/C/dwn/ae/Cocoa.pdf
- Gdzie produkuje się najwięcej kakao?, www.prognostic.pl/-/gdzie-produkuje-sie-najwiecej-kakao-
- Technologia czekolady, www.slawomirgolaszewski.republika.pl/Czekolada/Produkcja/produkcja.htm
- Kakao – surowiec zesłany przez bogów, www.surowce-naturalne.pl/strona/kakao-%E2%80%93-surowiec-zeslany-przez-bogow
- Produkcja kakao a praca dzieci, www.konsumenci.org/sh/index.php/sprawiedliwy-koszyk/kakao/produk-cja-kakao-a-praca-dzieci
- Produkcja czekolady, www.milka.com.pl/strona-glowna/o-marce/produkcja-czekolady
- Rynek kakao: słodko – gorzki biznes, www.gazetatrend.pl/artykuly/125-rynek-kakao-slodko-gorzki-biznes
- Czekolada – proces produkcji, wady i przyczyny ich powstawania, www.nutrilife.pl/index.php?art=91
- Od ziarna kakaowca do czekolady, czyli proces produkcji, czekollada.fm.interia.pl/strona7.htm
- Produkcja czekolady – od ziarna do rozkoszy w 10 krokach, www.lechocolat.pl/sc/gr-3/id-5/produkcja-czekolady.html
- Popławski B., Szeniawska K., Gorzka czekolada, Polska Akcja Humanitarna, Warszawa 2013, www.pah.org.pl/nasze-dzialania/12/4418/gorzka_czekolada_nowa_publicacja_pah

55

ZAŁĄCZNIK 3.3. GLOBALNA CZEKOLADA (PODZIAŁ ORIENTACYJNY)



Na podstawie: *Make Chocolate Fair*, makechocolatefair.org, 2012

ZAŁĄCZNIK 3.4. OPISY PRACOWNIKÓW

56

ROLNICY UPRAWIAJĄCY KAKAO

Plantacje kakaowców są bardzo wymagające. Na zbiory wpływ mają warunki pogodowe, zniszczyć zbiory mogą zarówno susze, jak i powódzie, a także wichury czy rozwój szkodników i choroby roślin. Zniszczenie plantacji kakaowca, np. w wyniku suszy lub powodzi, może zatrzymać produkcję na danym obszarze na kilka lat, gdyż po posadzeniu drzewka kakaowego na pierwsze owoce trzeba czekać 4-5 lat. Rolnicy przez cały rok dbają o drzewa kakaowca, ręcznie zbierają owoce przy użyciu długich noży (to zadanie jest bardzo niebezpieczne), również ręcznie wydobywają z nich nasiona. Następnie układają nasiona w wielkie kopce, w ten sposób przygotowując je do fermentacji. Później nasiona suszone są na słońcu – rolnicy muszą codziennie doglądać nasion, obracać je, wybierać zepsute nasiona, przykrywać nasiona na noc, aby nie zawilgotniały od porannej rosy. Kiedy nasiona są suche, rolnicy pakują je do 64-kilogramowych worków jutowych i zanoszą do punktów skupu. Rolnicy pracują bardzo intensywnie, zwłaszcza w czasie zbiorów (często angażowane są również dzieci). Koszt to zakup sadzonek, środków ochrony roślin, worków do pakowania, narzędzi, transport do punktu skupu.

FIRMA TRANSPORTOWA/IMPORTER

Międzynarodowe firmy skupują i przewożą nasiona kakaowca z krajów, w których są uprawiane drzewa kakaowe, np. z Afryki czy Ameryki Południowej, do krajów europejskich lub Stanów Zjednoczonych. Nasiona przewożone są ogromnymi statkami transportowymi napędzanymi ropą. Jej cena jest wysoka, a podróż daleka, więc ponoszą oni duże koszty związane z eksploatacją łożdzi. Łodzie wymagają również konserwacji oraz napraw, za co również płacą przewoźnicy. Do tego wszystkiego muszą opłacić załogę i prowiant dla niej na okres podróży, a także podatki i ubezpieczenia oraz magazynowanie przed i po transporcie.

PRZETWÓRCA CZEKOLADY

Firmy, głównie europejskie i amerykańskie, zajmują się przetwarzaniem kakao i produkcją czekolady. Kupują nasiona kakaowca i przetwarzają w swoich zmechanizowanych fabrykach. Prażą ziarna, mielą je, aby wytworzyć masę kakaową i masło kakaowe – surowce do produkcji czekolady. Następnie produkują gotowe tabliczki. Ponoszą koszty związane z działaniem fabryki (magazynowanie surowców i gotowych produktów, wynagrodzenie pracowników i ubezpieczenia, energia, koszt zakupu i naprawy maszyn, pakowanie) a także płacą podatki.

WŁAŚCICIEL MARKI (FIRMA, KTÓREJ LOGO WIDNIEJE NA CZEKOLADZIE)

Właściciel marki zleca produkcję czekolady producentom, dba o promocje – prowadzi kampanie reklamowe, magazynuje produkt, negocjuje warunki sprzedaży z dużymi sieciami handlowymi i hurtowniami, zajmuje się transportem do sklepów. Ponosi ryzyko związane z wprowadzaniem na rynek nowych produktów. Dbą o to, by produkt był dobrze widoczny na sklepowych półkach. Największą wartością firmy jest posiadanie i prawo do używania popularnych nazw i znaków produktów. Wykorzystuje fakt, że dana nazwa jest rozpoznawalna wśród konsumentów i nie trzeba jej tak intensywnie reklamować. Często właściciel marki jest jednocześnie producentem (właścicielem fabryk).

SPRZEDAWCY

Właściciele supermarketów i innych sklepów, którzy zarabiają na sprzedaży gotowej czekolady. Ponoszą koszty związane z utrzymaniem sklepu, wynagrodzeniami pracowników, promocjami, podatkami. W sytuacji, gdy nie sprzedadzą towaru w odpowiednim czasie, może się on przeterminować i wówczas ponoszą stratę.

ZAŁĄCZNIK 3.5. ZGADYWANKI – PRODUKTY FAIR TRADE

- A. Pochodzi z Azji, Afryki i Indonezji. Rośnie na prostych „drzewach”, na które bardzo ciężko jest się wspiąć. Jego nazwa w języku arabskim oznacza „palec”. Jest to owoc dorastający do 30 cm długości. Ma żółtą skórkę, którą łatwo się obiera.
- B. Może mieć aż 690 szwów. Często jest szyta ze skóry. Posiada kulisty kształt. Nadaje się do użycia dopiero po wypełnieniu powietrzem. Można nią grać na boisku.
- C. Drzewa, na których rośnie, pochodzą z Afryki, ale uprawia się je także w Ameryce Łacińskiej i Azji. Używa się zmielonych ziaren tej rośliny. Posiada bardzo mocny aromat. Ma działanie pobudzające. Można ją zaparzyć w ekspresie.
- D. Są to rośliny, ale nie są jadalne. Przeważnie mają przyjemny zapach. Mogą być wielokolorowe, ale zawsze jedną z ich barw jest zieleń. Najczęściej wręcza się je jako prezent. Można z nich układać bukiety.
- E. Rośnie przede wszystkim w Azji. Wykorzystujemy jej suszone i fermentowane liście. Najczęściej pijemy czarną, ale są również miłośnicy zielonej, czerwonej, żółtej i białej, a także aromatyzowanej i owocowej. Jest w Polsce bardzo popularnym napojem, Brytyjczycy umawiają się na spotkania przy niej o 17.00.
- F. Są chrupiące, dość tłuste, zawierają wiele różnorodnych składników odżywczych. Można je chrupać zamiast chipsów jako przekąskę albo dodać do ciasta lub innych potraw, także słonych. Zazwyczaj mają twardą łupinkę, ale często sprzedawane są już obrane.

Odpowiedzi: A. Banan B. Piłka C. Kawa D. Kwiaty E. Herbata F. Orzechy

57

INFORMACJE DODATKOWE DLA NAUCZYCIELA

GORZKI SMAK CZEKOLADY

Choć większość osób lubi czekoladę, niewiele uwagi poświęca się trudnym warunkom produkcji jej podstawowego składnika – kakao. Uprawy kakaowca zlokalizowane są w wąskim pasie przy równiku – w 30 krajach strefy tropikalnej Afryki, Ameryki Łacińskiej i Azji. Praca przy uprawie kakao związana jest z biedą właścicieli farm i ich rodzin, wyzyskiem pracowników, wykorzystywaniem pracy dzieci, degradacją środowiska naturalnego.

OD ZIARENKA DO TABLICZKI

Kakaowiec właściwy (*Theobroma cacao*) to gatunek drzewa rodzącego cenne ziarna, z których produkowane jest kakao. Roślina pochodzi z Ameryki Łacińskiej, dokładnie z górnej Amazonii, ale obecnie uprawiana jest w pasie tropikalnym Ameryk, Azji i Afryki. Dosłowne tłumaczenie nadanej przez Linneusza łacińskiej nazwy oznacza „napój bogów”, co nawiązuje do prekolumbijskich wierzeń indiańskich o boskiej genezie drzewa. Uprawa kakao jest silnie uzależniona od pracy ludzkich rąk. Kakaowiec owocuje przez cały rok, jednocześnie na jednym drzewie mogą znajdować się kwiaty i dojrzałe owoce wyrastające z pnia, jak i gałęzi drzewa. Owoce zawierają 20-30 ziaren pograżonych w białym słodkim miąższu. W ciągu roku z jednego drzewa otrzymuje się pół kilograma kakao. Z dojrzałych, ściętych i lekko sfermentowanych owoców kakaowca wydobywane są ziarna, które następnie poddawane są procesom fermentacji, suszenia, czyszczenia i pakowania. Potem ziarno trafia od rolników na eksport do krajów-producentów czekolady. Kolejne procesy, jakie przechodzą ziarna kakaowca, to prażenie i mielenie. W ich wyniku powstaje miazga kakaowa, która dalej w procesie tłoczenia zamienia się w masło kakaowe i suchy proszek. Otrzymane produkty używane są nie tylko do produkcji czekolady, ale także w przemyśle kosmetycznym i farmaceutycznym.

TANIE ZIARNO KAKAOWE I DROGA CZEKOLADA

70% światowych upraw kakao zlokalizowanych jest w czterech krajach Afryki Zachodniej: Wybrzeżu Kości Słoniowej (36% światowej produkcji), Ghanie (20%), Nigerii (ok. 5%) i Kamerunie (ok. 5%). Kraje-producenty kakao spoza Afryki to Indonezja (11%), Brazylia (5%) i Ekwador (5%). 90% upraw to niewielkie rodzinne farmy, nie przekraczające 5 ha. Uprawa kakao jest podstawowym źródłem dochodu dla 5,5 miliona matorolnych farmerów i zapewnia przeżycie 14 milionom pracowników wiejskich i ich rodzinom z krajów globalnego Południa. Tymczasem światowy rynek czekolady (w tym handlu kakao) jest zdominowany przez kilka wielkich koncernów. Podczas gdy walczą one o coraz większe wpływy i coraz większe zyski (sięgające obecnie 70% ceny każdej tabliczki czekolady), to farmerzy ponoszą koszty coraz mniej sprawiedliwego podziału zysków, otrzymując jedynie niewielki procent (np. 6,4% w Ghanie, 5,7% na Wybrzeżu Kości Słoniowej, dla porównania w latach 80. stanowiło to 16%). Ceny ziaren kakao niezmiennie od końca lat 80. maleją, co w połączeniu ze wzrostem kosztów uprawy skutkuje spadkiem przychodu, a tym samym niestabilnością ekonomiczną iubożeniem milionów drobnych rolników. Farmerzy muszą borykać się nie tylko z zarazą, suszą, chorobami upraw czy niestabilnością polityczną własnego kraju, które to wpływają na ceny kakao, ale także ze spekulantami. Wielcy giganci handlu ziarnem kakaowym mają możliwość kształtowania cen kakao kontrolując poziom sprzedaży. Wykorzystują przy tym długą żywotność ziarna, które przechowują w magazynach. Rolnicy nie mogą sobie pozwolić na coś podobnego z uwagi na konieczność osiągnięcia przychodu ze sprzedaży ziaren i niemożność przechowania ziarna w warunkach tropikalnych.

JAKIE PROBLEMY RODZI TAKI UKŁAD?

Zubożenie rolników prowadzi do kolejnych problemów natury społecznej i ekologicznej. Rolnicy nie są w stanie zapewnić swoim pracownikom godziwej płacy, zakwaterowania w ludzkich warunkach, wyżywienia i opieki zdrowotnej. W celu redukcji kosztów, powszechne stało się także wykorzystywanie pracy dzieci (z efektami ubocznymi: porwaniami i handlem dziećmi, a także pracą przymusową). Obecnie szacuje się, że nawet do 2 milionów dzieci pracuje na farmach kakaowych

w Afryce Zachodniej. Część z nich wykonuje bardzo niebezpieczne prace, nierzadko skutkujące uszkodzeniami ciała. Dodatkowo praca pozbawia je możliwości edukacji, która jest prawem człowieka. Z powodu niskich przychodów rolnicy zmuszeni są także poszerzać swoje uprawy, często kosztem lasów deszczowych. Źle zaplanowana uprawa skutkuje szybką degradacją gleby, a także koniecznością używania nawozów i pestycydów. Szacuje się, że straty z powodu złego utrzymania upraw sięgają nawet 40% zbiorów. Rolnicy często są zmuszeni zrezygnować z innych upraw i skupić się jedynie na uprawie kakao, co dodatkowo skutkuje obniżeniem bioróżnorodności. Rolnicy są liczną, ale nie mającą żadnej mocy sprawczej grupą na rynku kakao. Często są bardzo słabo zorganizowani i nie mają pojęcia o możliwościach zrzeszania się. Dodatkowo są słabo poinformowani na temat rynku kakao i brakuje im podstawowej wiedzy z dziedziny ekonomii. Innym problemem jest nieumiejętne prowadzenie własnych farm. Dlatego są zmuszeni sprzedawać swoje zbiory na warunkach dyktowanych przez pośredników.

CO MOŻNA ZROBIĆ?

Twórcy kampanii *Make Chocolate Fair!* (*Uczyń czekoladę sprawiedliwą!*) stawiają sobie za cel zaktywizowanie ludzi do zebrania 100 tys. podpisów pod petycją, która ma doprowadzić do wyegzekwowania by czekoladowe koncerny:

- zagwarantowały godną płacę rolnikom i pracownikom farm kakaowych;
- respektowały prawa człowieka i prawa pracownicze w całym łańcuchu produkcji kakao i zdecydowanie walczyły z procederem wykorzystywania pracy dzieci;
- zwiększały możliwości rolników uprawiających kakao do tworzenia zrównoważonych i zróżnicowanych upraw;
- przyjęły niezależną certyfikację i system monitoringu.

Twórcy kampanii *Make Chocolate Fair!* twierdzą, że należy promować zmiany w międzynarodowych relacjach handlowych. Uważają, że to na głównych graczach rynku czekolady ciąży odpowiedzialność za poprawę społecznych i ekologicznych skutków produkcji kakao. Kupowanie czekolady pochodzącej ze Sprawiedliwego Handlu jest dobrą alternatywą. Niemniej czekolada Fairtrade ma wciąż bardzo mały udział w światowym rynku.

Warto podpisać petycję do koncernów produkujących czekoladę (makechocolatefair.org/#main-content). Ma ona na celu wskazanie korporacjom konieczności wzięcia odpowiedzialności za poprawę życia i warunków pracy rolników i ich pracowników oraz za zmiany w sposobie uprawy (na bardziej różnorodną i zrównoważoną). Więcej informacji na stronie: www.makechocolatefair.org

Źródło: Agata Tkaczyk, *Gorzki smak czekolady*, www.ekonsument.pl/a66738_gorzki_smak_czekolady.html

BIBLIOGRAFIA

- Produkcja czekolady – od ziarna do rozkoszy w 10 krokach, www.lechocolat.pl/sc/gr-3/id-5/produkcja-czekolady.html
- Lista produktów Fairtrade, www.info.fairtrade.net/info-products.0.html?&L=3
- Poptawski B., Szeniawska K., *Gorzka czekolada*, Polska Akcja Humanitarna, Warszawa 2013, www.pah.org.pl/nasze-dzialania/12/4418/gorzka_czekolada_nowa_publicacja_pah
- Co to jest Sprawiedliwy Handel, www.fairtrade.org.pl/s1_co_to_jest_sprawiedliwy_handel_fair_trade.html
- Sprawiedliwy Handel, Prezentacja Koalicji Sprawiedliwego Handlu, www.fairtrade.org.pl/materialy/publ_20_paszewska_w_jrok_zaw_102008ppt.ppt

- Kryteria Sprawiedliwego Handlu, www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/o-sprawiedliwym-handlu2/-/asset_publisher/tT3C/content/kryteria-sprawiedliwego-handlu
- Słodka czekolada skrywa gorzką prawdę, www.polskieradio.pl/42/273/Artykul/783023,Slodka-czekolada-skrywa-gorzka-prawde
- Kakao, www.konsumenci.org/sh/index.php/sprawiedliwy-koszyk/kakao
- Wszystko o rynku kakao, www.efixdm.pl/C/dwn/ae/Cocoa.pdf
- Gdzie produkuje się najwięcej kakao?, www.prognostic.pl/-/gdzie-produkuje-sie-najwiecej-kakao-
- Technologia czekolady, www.slawomirgolaszewski.republika.pl/Czekolada/Produkcja/produkcja.htm
- Kakao – surowiec zesłany przez bogów, www.surowce-naturalne.pl/strona/kakao-%E2%80%93-surowiec-zeslany-przez-bogow
- Produkcja kakao a praca dzieci, www.konsumenci.org/sh/index.php/sprawiedliwy-koszyk/kakao/produkcja-kakao-a-praca-dzieci
- Produkcja czekolady, www.milka.com.pl/strona-glowna/o-marce/produkcja-czekolady
- Rynek kakao: słodko – gorzki biznes, www.gazetatrend.pl/artykuly/125-rynek-kakao-slodko-gorzki-biznes
- Czekolada – proces produkcji, wady i przyczyny ich powstawania, www.nutrillife.pl/index.php?art=91
- Od ziarna kakaowca do czekolady czyli proces produkcji, czekollada.fm.interia.pl/strona7.htm
- Produkcja czekolady bez wyzysku dzieci, www.europarl.europa.eu/news/pl/news-room/content/20120313IPR40727/html/Produkcja-czekolady-bez-wyzysku-dzieci
- Ludzie jedzą za dużo czekolady. Producenci mówią wprost: nie jesteśmy w stanie tyle wyprodukować, natemat.pl/124151,jecie-za-duzo-czekolady-powroca-czasy-wyrobow-czekoladopodobnych
- First taste of chocolate in Ivory Coast, www.youtube.com/watch?v=zEN4hcZutOO
- The Dark Side Of Chocolate, www.youtube.com/watch?v=7Vfbv6hNeng

Źródło scenariusza: „Postaw na rozwój. Zrównoważony! Scenariusze zajęć dla uczniów klas IV–VI szkół podstawowych”, Łódź 2013, www.globalna.edu.pl/pliki/postaw-na-rozwoj-zrownowazony.pdf

SCENARIUSZ IV: A NA NAS KTO PRACUJE?

PODSTAWA PROGRAMOWA

II etap edukacyjny

HISTORIA I SPOŁECZEŃSTWO

Cele: IV i V

IV. Zainteresowanie problematyką społeczną. Uczeń ma nawyk dociekania w kontekście społecznym – zadaje pytania „dlaczego jest tak, jak jest?” i „czy mogłoby być inaczej?” oraz próbuje odpowiedzieć na te pytania.

V. Współdziałanie w sprawach publicznych. Uczeń współpracuje z innymi – planuje, dzieli się zadaniami i wywiązuje się z nich.

Treści – 1.2, 1.7, 5. 1:

1. Refleksja nad sobą i otoczeniem społecznym. Uczeń:

2) podaje przykłady różnorodnych potrzeb człowieka oraz sposoby ich zaspokajania;

7) tłumaczy, odwołując się do przykładów, na czym polega postępowanie sprawiedliwe;

5. Społeczeństwo. Uczeń:

1) wyjaśnia znaczenie pracy w życiu człowieka i dostrzega jej społeczny podział;

PRZYRODA

Cele: III

Treści: 9.9

III. Praktyczne wykorzystanie wiedzy przyrodniczej. Uczeń orientuje się w otaczającej go przestrzeni przyrodniczej i kulturowej; rozpoznaje sytuacje zagrażające zdrowiu i życiu oraz podejmuje działania zwiększające bezpieczeństwo własne i innych, świadomie działa na rzecz ochrony własnego zdrowia.

9. Zdrowie i troska o zdrowie. Uczeń:

9) podaje przykłady zachowań i sytuacji, które mogą zagrażać zdrowiu i życiu człowieka (w odniesieniu do bezpieczeństwa i higieny pracy na plantacjach w krajach Południa);

PLASTYKA

Treści: 1, 2.2

1. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji – percepcja sztuki. Uczeń:

1) określa swoją przynależność kulturową poprzez kontakt z wybranymi dziełami sztuki, zabytkami i tradycją w swoim środowisku lokalnym i regionalnym, a także uczestniczy w życiu kulturalnym tego środowiska (zna placówki kultury działające na jego rzecz);

2) korzysta z przekazów medialnych oraz stosuje ich wytwory w swojej działalności twórczej (zgodnie z elementarną wiedzą o prawach autora).

2. Tworzenie wypowiedzi – ekspresja przez sztukę. Uczeń:

2) realizuje projekty w zakresie form użytkowych, w tym służące kształtowaniu wizerunku i otoczenia człowieka oraz upowszechnianiu kultury w społeczności szkolnej i lokalnej (stosując także narzędzia i wytwory multimedialne).

ETYKA

Treści: 2, 3, 4, 8

2. Wyjaśnianie prawdziwego znaczenia własnych zachowań oraz ich przyczyn i konsekwencji.
3. Człowiek jako osoba; godność człowieka.
4. Przyjmowanie odpowiedzialności za siebie.
8. Praca i jej wartość dla człowieka.

Grupa wiekowa: klasy IV-VI szkół podstawowych

CEL OGÓLNY

- Przybliżenie uczennicom i uczniom sytuacji pracowników krajów globalnego Południa oraz ukazanie wpływu indywidualnych wyborów konsumenckich na sytuację pracowników krajów globalnego Południa.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Uczennica/uczeń:

- samodzielnie analizuje tekst źródłowy i wyciąga wnioski na temat warunków pracy w krajach globalnego Południa, porównuje je do warunków pracy w swoim kraju, potrafi streścić tekst, przedstawiając go innym uczniom
- wie, czym jest Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, potrafi wymienić wybrane prawa człowieka oraz przykłady ich łamania w krajach globalnego Południa
- rozumie wpływ swoich wyborów konsumenckich na sytuację pracowników i pracowników krajów globalnego Południa
- rozwija umiejętności czytania ze zrozumieniem oraz kreatywność
- wyraża swoje poglądy na wybrane zagadnienia
- rozwija umiejętność pracy w grupie

CZAS

90 min.

MIEJSCE

klasa albo inne pomieszczenie zamknięte

MATERIAŁY

- kartki, ołówki lub długopisy, kredki, karty pracy z **Załącznika 4.1** oraz **4.2** (dla każdego uczestnika), karty pracy z **Załącznika 4.3** (po jednej na grupę), długi sznurek lub papierowa taśma malarska oraz karki A4 z napisami „tak” i „nie”, opcjonalnie: płyta z muzyką relaksacyjną.

PRZEBIEG ZAJĘĆ

WPROWADZENIE DO ZAJĘĆ – MOJA WYMARZONA PRACA

Zajęcia rozpocznij wizualizacją przyszłości. Poproś uczniów, by zamknęli oczy, wsłuchali się uważnie w Twoje słowa i spróbowali wyobrazić sobie tekst, który za chwilę zostanie przeczytany (w tle możesz cicho puścić muzykę relaksacyjną). Ważne, żeby zapamiętali swoje wyobrażenia. Następnie przeczytaj bardzo powoli, spokojnym, stonowanym głosem następujący tekst:

Wyobraź sobie, że jesteś dorosły... Jaki zawód wykonujesz?

Czy lubisz to, czym się zajmujesz na co dzień?

Jak wygląda miejsce Twojej pracy, czy jest przyjemne, ciepłe, słoneczne?

A może czujesz się w nim źle, jest ponure i brzydkie?

Jaka panuje tam atmosfera?

Jest cicho i spokojnie czy panuje zgiełk i zamieszanie?

Czy są tam inni ludzie?

Jeżeli tak, to jacy są: mili i pomocni czy nieprzyjemni?

Lubisz ich? Jak sądzisz, czy oni lubią ciebie?

Jak długo pracujesz – osiem godzin dziennie, sześć, dwanaście?

Czy jesteś bardzo zmęczony, gdy kończysz?

Co robisz po pracy? Masz jakieś pasje, uprawiasz sport?

Ile zarabiasz? Wystarczająco, by się utrzymać?

Jesteś w stanie odłożyć na wymarzone wakacje?

Czy jesteś dumny z tego, co robisz?

Poczekaj chwilę i powiedz uczniom, że mogą już otworzyć oczy. Rozdaj każdemu powielony **Załącznik 4.1**. Poproś o krótki opis tego, jaka była ich wymarzona praca. Daj im na to 5-10 minut. Poproś, aby uczniowie przyczepili swojej pracy do tablicy magnesami albo ułożyli z nich wystawę na podłodze, tak aby można je było obejrzeć. Porozmawiajcie o oczekiwaniach uczniów. Jeśli Twoim zdaniem wizje przyszłości będą nierealistyczne, poświęć chwilę czasu na stworzenie z uczniami „profilu” kilku osób z ich otoczenia (na takich samych kartach pracy), np. sprzedawczyni w osiedlowym sklepie, lekarki w rejonowej przychodni, pracownika warsztatu samochodowego itp.

Następnie poinformuj dzieci, że dzisiejsza lekcja będzie dotyczyła warunków pracy w różnych miejscach.

TU I TAM – PORÓWNANIE WARUNKÓW PRACY W POLSCE I KRAJACH GLOBALNEGO POŁUDNIA

Rozdaj uczniom teksty z **Załącznika 4.2**, zawierające krótkie historie pracowników z krajów globalnego Południa. Każdy uczeń otrzymuje historię jednej osoby – powiel załącznik w tylu egzemplarzach, by wystarczyło dla każdego ucznia, a jednocześnie by liczba kopii każdej historii była porównywalna, gdyż w dalszej części zajęć historie będą podstawą do pracy w grupach. Poproś, aby uczniowie zapoznali się z opowieściami tych ludzi i porównali ich sytuacje z wyobrażeniami o swojej przyszłej pracy czy pracy rodziców lub innych osób z ich otoczenia. Możesz zachęcić uczniów, aby podkreślili w tekście odnalezione różnice. Zapytaj uczniów, czy odpowiadałyby im praca w takich warunkach jak przedstawione w historiach. Czy opisani ludzie, zdaniem uczniów, są szczęśliwi? Jak bardzo różnią się warunki pracy, płace czy zadowolenie z wykonywanego zawodu opisanych osób w porównaniu z pracą w Polsce i Europie? Czy te różnice są sprawiedliwe? Przy okazji możecie wraz z uczniami zastanowić się, czym jest sprawiedliwość. Czy istnieją jakieś normy mówiące o tym, co jest sprawiedliwe, a co nie? Czy są gdzieś opisane?

POWSZECHNA DEKLARACJA PRAW CZŁOWIEKA

W dalszej części poproś uczniów, aby podzielili się na grupy, odnajdując na sali osoby, które dostały kartki z tą samą historią. Każdej z grup rozdaj kartę pracy z Powszechną Deklaracją Praw Człowieka (**Załącznik 4.3**). Wyjaśnij uczniom, czym jest Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, a następnie poproś, aby zapoznali się z prawami w niej zapisanymi. Ich kolejnym zadaniem będzie wskazanie praw człowieka, które zostały złamane w rozdanych historiach. Najlepiej, jeśli uczniowie podkreślą

konkretne zdanie mówiące o łamaniu danego prawa człowieka i napiszą przy nim numer artykułu z Deklaracji.

DRAMA O PRAWACH CZŁOWIEKA

Poproś uczniów, aby w grupach, w których do tej pory pracowali, przygotowali scenki opowiadające o pracy osób przedstawionych w historiach (daj im 10 minut na przygotowanie się) i zaprezentowali je reszcie klasy. Zadaniem pozostałych uczniów będzie odgadnięcie, jakie prawa są łamane w przedstawianej scenie. Wspólnie omówcie historie w kontekście łamanych praw.

WARUNKI PRACY W KRAJACH GLOBALNEGO POŁUDNIA

Poproś uczniów, aby przypomnieli sobie sytuację, w której ponosili konsekwencje czyjegoś zachowania, np. kiedy ktoś z klasy coś zepsuł i się do tego nie przyznał, a konsekwencje tego ponosiła cała klasa lub gdy ktoś próbował na nich zrzucić winę za coś, co sam zrobił. Zapytaj, czy kiedyś znaleźli się w takiej sytuacji. Poproś kilkoro uczniów, aby opowiedziały, czego dotyczyła ta sytuacja, zapytaj, jak się wtedy czuły. Czy zachowanie pracodawców jest uczciwe?

Następnie przedziel salę na 2 części (np. za pomocą rozciągniętego sznurka lub taśmy malarskiej przyklejonej na podłodze). Po jednej stronie umieść kartkę z dużym napisem „To JEST uczciwe”, po drugiej z napisem „To NIE JEST uczciwe”. Poinformuj uczniów, że teraz odczytasz im pewne zdania mówiące o różnym traktowaniu pracowników w różnych zakładach pracy i wspólnie zastanowicie się, czy te konkretne sytuacje są sprawiedliwe i czy tak powinno się traktować ludzi w miejscu pracy. Zadaniem uczniów będzie ustosunkowanie się do podanego stwierdzenia przez zajęcie odpowiedniego miejsca w części sali. Za każdym razem, kiedy uczniowie ustosunkują się do konkretnego stwierdzenia, poproś jedną lub kilka osób o wyjaśnienie swojego wyboru. Zapytaj uczniów z drugiej części sali o ich zdanie – poprowadź dyskusję. Uczniowie mogą zmieniać miejsca, jeżeli w trakcie rozmowy zmienia zdanie. Jeśli dojdziecie do wniosku, że zdanie to mówi o łamaniu praw człowieka, wspólnie zastanówcie się, które prawo zostało złamane oraz jak można zapobiec łamaniu tego prawa.

- Pracownicy zarabiają tak mało, że nie stać ich na podstawowe potrzeby jak żywność, opieka lekarska, dach nad głową.
- Pracownicy mają możliwość uczenia się, aby mogli lepiej wykonywać swoją pracę.
- Pracownicy pracują tak długo, że nie mają w ogóle wolnego czasu.
- Pracownik musi pracować nawet wtedy, kiedy jest chory.
- Pracownikom zapewnione są zdrowe i bezpieczne warunki pracy.
- Kupujący może się dowiedzieć, gdzie został wyprodukowany sprzedawany w sklepie przedmiot.
- Kobiety zarabiają mniej niż mężczyźni.
- Zmusza się dzieci do ciężkiej pracy.
- W przypadku, kiedy pracownik złamie nogę w czasie pracy, na miejsce wypadku wzywany jest lekarz, a pracownikowi przysługuje płatny urlop na wyleczenie nogi przed powrotem do pracy.
- Pracownicy, którzy otwarcie przyznają się, że wyznają religię X, muszą pracować ciężiej i zarabiają mniej niż wyznawcy religii Y.
- Kobiety są zwalniane z pracy, jeśli zajdą w ciążę.

Zapytaj uczniów, czy ich zdaniem mają jakiś wpływ na sytuacje ludzi opisanych w historiach. Co można zrobić, aby prawa człowieka nie były łamane? Zapytaj, czy dokonując codziennych wyborów konsumenckich, mają wpływ na sytuację innych ludzi. Wspólnie zastanówcie się na co należy zwracać uwagę przy robieniu zakupów (gdzie produkowany był dany przedmiot, jak firmy, których produkty kupujemy traktują swoich pracowników i kupować od producentów, którzy szanują prawa człowieka).

Wy tłumacz uczniom, że kiedyś pewna grupa osób dowiedziała się podobnych rzeczy o sytuacji pracowników w krajach globalnego Południa, tak jak oni teraz. Tak bardzo ich to poruszyło, że postanowili coś z tym zrobić. W ten sposób powstały organizacje zajmujące się prawami pracowniczymi w krajach globalnego Południa. Jedną z nich jest Clean Clothes Campaign – międzynarodowa organizacja zajmująca się prawami pracowników sektora odzieżowego. Z jednej strony organizacja pomaga samym pracownikom poprzez porady prawne czy edukację w zakresie ich praw oraz wywiera wpływ na właścicieli firm odzieżowych, by stworzyli lepsze warunki pracy dla swych pracowników. Z drugiej strony, edukuje konsumentów, czyli nas, byśmy mieli świadomość, w jakich warunkach produkowane są kupowane przez nas ubrania i jak możemy wpłynąć na ich poprawę.

PRACA DOMOWA

Poproś uczniów, aby wyszukali w Internecie instytucje oraz organizacje, do których można zwracać się o pomoc w przypadku łamania praw człowieka (polskie oraz światowe). Na następnej lekcji na dużym arkuszu papieru wspólnie stwórzcie listę takich organizacji wraz z danymi kontaktowymi do nich. Listę powieście w widocznym miejscu w sali lub na korytarzu.

PROJEKT (NP. NA TYDZIEŃ EDUKACJI GLOBALNEJ)

Wspólnie z uczniami przygotujcie wielkoformatową Deklarację Praw Człowieka i wywieście ją w widocznym miejscu w szkole wraz z przygotowaną podczas zajęć listą organizacji, do których można się zgłaszać w przypadku łamania lub podejrzenia o łamanie praw człowieka. Możecie również przygotować ulotki informacyjne, na których zamieścicie informacje, jak każdy z nas może działać w obronie praw człowieka (nie być obojętnym na łamanie tych praw, zwracać uwagę, jakie produkty kupujemy, informować na temat tego, czym należy się kierować kupując różne produkty, zamieścić informacje o Sprawiedliwym Handlu oraz Społecznej Odpowiedzialności Biznesu itp.).

Mam 22 lata. Mieszkam w Dhace. Jest to stolica Bangladeszu, a zarazem główny ośrodek przemysłu odzieżowego w tym kraju. Od 12. roku życia pracuję w fabryce odzieży produkującej ubrania dla wielkich koncernów. W ciągu dnia pracuję średnio 12-16 godzin, w sezonie w ogóle nie mamy dni wolnych, co oznacza, że pracujemy 7 dni w tygodniu. Nawet kiedy jesteśmy chorzy, nie wolno nam wziąć dnia wolnego. Ponieważ jestem kobietą, zarabiam o połowę mniej niż moi koledzy z pracy. Mimo, że dużo pracuję, pensja ledwo starcza na opłacenie mieszkania, rachunków i bardzo skromne posiłki. Bardzo chciałabym być w stanie pomagać mojej mamie, która obecnie nie pracuje, lecz nie mam dostatecznie dużo pieniędzy, aby wysłać jej paczkę z żywnością. Ponieważ moich rodziców nie było stać na utrzymanie mnie, zamiast chodzić do szkoły pracowałam. Przez to nie posiadam odpowiednich kwalifikacji, aby zdobyć lepszą pracę.

Aby mogła rosnąć, potrzebne są środki chemiczne, które zabijają atakujące ją owady. Niestety, są one szkodliwe również dla mnie – po całym dniu pracy bardzo pieką mnie ręce. Boję się poprosić mojego pracodawcę o rękawice ochronne, ponieważ mógłby mnie za to wyrzucić z pracy. Moja miesięczna pensja ledwo wystarcza na opłacenie mieszkania oraz kupienie jedzenia dla mnie i mojej rodziny. Na plantacji, gdzie pracuję, zatrudnia się dużo dzieci, które często całymi tygodniami nie widują swoich rodziców. Mimo że jest mi ciężko, cieszę się, że moje dzieci nie muszą pracować.

Mam 32 lata, pracuję na plantacji kakaowca w Jamuskuro na Wybrzeżu Kości Słoniowej. Kakaowiec jest dużym drzewem, którego owoce wyglądają tak:



Źródło foto: commons.wikimedia.org/wiki/File:Cocoa_Pods.JPG, domena publiczna

Kiedy dojrzewają, obcinamy je przy użyciu długich noży, następnie rozłupujemy przy użyciu ciężkiego kamienia lub drewnianej pałki. Nasz pracodawca nie zapewnia nam odzieży ochronnej, a ja zarabiam zbyt mało, żeby wydać pieniądze na specjalną odzież do pracy, dlatego pracuję w starych znoszonych ubraniach. Muszę bardzo uważać, żeby nie zrobić sobie krzywdy. Gdyby coś mi się przytrafiło, nie byłoby mnie stać na opiekę medyczną (w pracy nie jesteśmy w żaden sposób ubezpieczeni, więc za wszelkie usługi lekarza musimy płacić sami). Wszystkie produkowane przez nas ziarna sprzedajemy do innych krajów. W szkole uczyłem się, że w Europie robi się z nich słodycze, ale nigdy ich nie próbowałem. W naszych sklepach bardzo rzadko można spotkać czekoladę albo kakao, a jeśli już, to są bardzo drogie.

Mam 18 lat, pracuję w fabryce zabawek w Shenzen w prowincji Guangdong w Chinach. Zazwyczaj pracujemy około 12 godzin dziennie, ale zdarza się, np. w okresie przedświątecznym, że pracujemy 16 godzin dziennie przez 7 dni w tygodniu. Musimy bardzo się spieszyć, żeby nadążyć z zamówieniami na zabawki eksportowane głównie do Europy (w tym także do Polski!) i Ameryki Północnej. Jednocześnie musimy bardzo uważać, ponieważ za każdy błąd przy składaniu zabawek jesteśmy surowo karani i pozbawiani wynagrodzenia. Nigdy nie wiem, o której godzinie skończę pracę, ponieważ nadgodziny są obowiązkowe. Z tego powodu nie byłem w stanie opiekować się moją córeczką, musiałam wystać ją na stałe do dziadków, bardzo za nią tęsknię. Moje wynagrodzenie wynosi 0,80 zł za godzinę pracy, niezależnie od tego, czy pracuję w dzień, czy w nocy. Pracując tu, czuję się jak niewolnica, ponieważ nie mogę w żaden sposób decydować o tym, kiedy śpię, ani o której godzinie zjem posiłek – wszystko zależy od mojego pracodawcy.

Mam 13 lat, pracuję w kopalni kobaltu, która znajduje się w Katandze, w Demokratycznej Republice Kongo, dawnym Zairze. Kobalt jest ważnym składnikiem baterii używanych w telefonach komórkowych, laptopach i aparatach cyfrowych. Pracuję 11 godzin dziennie, 6 dni w tygodniu. W kopalni pełnię funkcję pomocnika, to bardzo odpowiedzialna praca. Zbieram odtamki skał wydobywane przez starszych kolegów, a następnie zanoszę je do składu. Są bardzo ciężkie, nieraz brakuje mi sił, jednak nie mam wyjścia, muszę być silny, aby pomóc mojej rodzinie. Kiedyś chodziłem do szkoły. Lubiłem tam chodzić, ale odkąd pracuję, zupełnie nie mam na to czasu. W mojej wiosce brakuje wielu rzeczy. Nie mamy karetki, prądu, ani wody pitnej. Ośrodek zdrowia jest słabo wyposażony.

Uwaga! Przedstawione historie NIE są tłumaczeniami czyichś wypowiedzi, lecz zostały opracowane w oparciu o podane w bibliografii materiały źródłowe. Z konieczności stanowią więc duże uproszczenie w stosunku do realnej sytuacji pracowników krajów globalnego Południa.

ZAŁĄCZNIK 4.3. KARTA PRACY GRUPOWEJ

Powszechna Deklaracja Praw Człowieka (wybrane i zredagowane):

1. Każdy człowiek ma prawo do wolności.
2. Każdy człowiek jest równy bez względu na kolor skóry, płeć, religię.
3. Każdy człowiek ma prawo bezpieczeństwa.
4. Każdy człowiek ma prawo do rozwijania swoich umiejętności.
5. Każdy człowiek ma prawo pracować za uczciwe wynagrodzenie.
6. Każdy człowiek ma prawo do odpoczynku i przyjemności.
7. Każdy człowiek ma prawo do opieki medycznej.
8. Każdy człowiek ma prawo uczęszczać do szkoły.

BIBLIOGRAFIA

Historie osób przedstawionych w **Załączniku 4.2** powstały na podstawie materiałów:

- *Kupuj odpowiedzialnie zabawki. Przewodnik dla konsumentów*, ekonsument.pl/materiały/publ_138_konsumenci_pojedyncze_web.pdf
- Poptawski B., Szeniawska K., *Gorzka czekolada*, Polska Akcja Humanitarna, Warszawa 2013, www.pah.org.pl/nasze-dzialania/12/4418/gorzka_czekolada_nowa_publicacja_pah.
- *Nabijanie kasy. Gigantyczni detaliści, praktyki zamówień i warunki pracy w przemyśle odzieżowym*, Clean Clothes Campagin, www.ekonsument.pl/materiały/publ_529_raportnabijanie.pdf (szczególnie strony 5-9)
- Ulotka kampanii „Kupuj odpowiedzialnie sprzęt elektroniczny”, www.ekonsument.pl/materiały/publ_507_makeitfair_telefon_ze_zlota.pdf
- „Trochę więcej o bawełnie” www.ekonsument.pl/a683_o_bawelnie_troche_wiecej.html

Źródło scenariusza: „Postaw na rozwój. Zrównoważony! Scenariusze zajęć dla uczniów klas IV–VI szkół podstawowych”, Łódź 2013, www.globalna.edu.pl/pliki/postaw-na-rozwoj-zrownowazonny.pdf, opublikowane także w: „W świecie powiązań. Scenariusze zajęć z zakresu edukacji globalnej”, Łódź 2014

WYDARZENIA PROMUJĄCE SPRAWIEDLIWY HANDEL

W ciągu roku w kalendarzu można znaleźć kilka świąt czy wydarzeń, które w szczególny sposób dedykowane są tym, którym nieobce są takie zagadnienia, jak odpowiedzialna konsumpcja, Sprawiedliwy Handel czy współzależności globalne.

ŚWIATOWY DZIEŃ PRAW KONSUMENTA

Światowy Dzień Praw Konsumenta obchodzony jest 15 marca.

Odpowiedzialny konsument stara się wybierać z półki sklepowej te produkty, które są najlepsze dla ludzi, zwierząt, środowiska na każdym etapie: produkcja, przetwarzanie, opakowanie, transport, użytkowanie, utylizacja. Natomiast **konsument** świadomy swoich **praw**, to obywatel, to aktywista, to osoba która wpływa na prawo, na politykę państwa i samorządu, na polityki producentów i sprzedawców, tak by na półkach w sklepie było coraz mniej produktów nieetycznych, nieekologicznych, niezdrowych, by świadomy konsument nie musiał wybierać między złym i bardzo złym, by za swój etyczny wybór nie musiał przepłacać, lecz odwrotnie, by był premiiowany.

Wiąże się to z ideą suwerenności żywnościowej. Pojęcie to oznacza, że „mieszkańcy danego kraju, regionu, miasta lub gminy wiejskiej mogą samodzielnie zaprojektować swój system żywnościowy tak, by wszyscy mieli dostęp do wystarczającej ilości zdrowej (i etycznej) żywności i by mogła ona być uprawiana w ekologiczny (i odpowiedzialny społecznie) sposób. /.../ Jej podstawą jest prawdziwa demokracja, w której każdy człowiek ma prawo do współdecydowania o sprawach swojej społeczności.” (na podstawie: Marcin Gerwin „Żywność i demokracja”, Polska Zielona Sieć 2011).

Z tych względów Koalicja Sprawiedliwego Handlu proponuje obchodzić to święto jako ŚWIATOWY DZIEŃ SPRAWIEDLIWEGO KONSUMENTA.

WORLD FAIR TRADE DAY

Co roku, w okolicy 2. soboty maja (np. 9.5.2015) na całym świecie obchodzi się Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu (WFTDay). Jego hasło w 2014 roku brzmiało „Fair Trade People” (Sprawiedliwy Handel dla Ludzi) a hasło na 2015 to „Be an Agent for Change” (Bądź zmianą).

Jest to czas, kiedy placówka może całkiem śmiało zorganizować Majówkę Fair Trade – piknik „pod chmurką”.

TYDZIEŃ EDUKACJI GLOBALNEJ

Co roku, w 3. tygodniu listopada (np. 17-23.11.2014, 16-22.11.2015) obchodzony jest europejski Tydzień Edukacji Globalnej (TEG). Został on zapoczątkowany przez Radę Europy w 1999 roku, by promować działania szkół z krajów członkowskich UE ukierunkowane na pokazywanie, jak przezwyciężać biedę i wykluczenie społeczne. W Polsce dopiero 2010 roku oficjalnie pochyłono się nad kwestią edukacji globalnej zawiązując porozumienie międzysektorowe dot. promocji edukacji globalnej i wspierania jej przez np. MSZ, MEN, MŚ. Ustalono też definicję edukacji globalnej, która

znajduje się na stronie http://www.zagranica.org.pl/sites/zagranica.org.pl/files/attachments/Dokumenty/Ministerialne/raport_z_procesu_miedzysektorowego_eq.pdf

Definicja edukacji globalnej, przyczyny dla których organizuje się TEG-i i zadania zostały dobrze opisane i podsumowane na stronie <http://goo.gl/1WqM7j>.

TEG to czas, kiedy można jeszcze bardziej skupić się na zagadnieniach edukacji globalnej. W roku 2014 TEG odbywał się po raz szesnasty. Tematem przewodnim było bezpieczeństwo żywnościowe a pod hasło brzmiało „Czy wiesz, co zjesz jutro? Nie wszyscy na świecie są pewni codziennego posiłku” Hasło na 2015 to *Making equality real* (Urzeczywistnianie równości).

Przygotowania do TEG-u zbiegają się ze Świętem Zmarłych i Świętem Niepodległości, zaś przygotowania do WFTDay z Wielkanocą, 1 i 3 maja, rocznicą zakończenia II wojny światowej, maturami. Dlatego podane daty są tylko sugestią a nie ścisłym wymogiem (podobnie jak hasła, tematy przewodnie i proponowane niżej formy działań). Okazją do promocji Sprawiedliwego Handlu mogą być więc także:

- Światowy Dzień Sprawiedliwości Społecznej (20.02),
- Dzień Ziemi (22.04),
- Międzynarodowy Dzień Pomocy Dzieciom Afrykańskim (16.06),
- Dzień Solidarności z Afryką (19.06),
- Dzień Spółdzielczości – szczególnie wart obchodzenia przez sklepiki prowadzone przez spółdzielnie uczniowskie (7.07),
- Światowy Dzień Żywności (Światowy Dzień Żywienia i Walki z Głodem i Ubóstwem: 16.10),
- Międzynarodowy Dzień Wolontariusza (05.12),
- (Międzynarodowy/Światowy) Dzień Praw Człowieka (10.12).

JAK ZORGANIZOWAĆ WYDARZENIE ZWIĄZANE ZE SPRAWIEDLIWYM HANDELEM?

Zanim podejmiemy się zorganizowania jakiegokolwiek wydarzenia warto zadać sobie kilka bardzo ważnych kontrolnych pytań, które ułatwią nam organizację pracy i podział obowiązków.

- **Kiedy? Gdzie?** – to pytanie jest kluczowe w kontekście specyfiki roku szkolnego i różnej aktywności i zadań w poszczególnych miesiącach. Dodatkowo, warto sobie zadać pytanie, czy wydarzenie będzie miało miejsce w budynku szkoły czy będzie zorganizowane „pod chmurką”? Jeśli na zewnątrz, to aura mocno determinuje sukces takiego wydarzenia. Jeśli będzie padał deszcz lub będzie zimno, goście nie przyjdą (w ramach wydarzeń otwartych). Jeśli będzie bardzo ciepło, należy zadbać m.in. o zimne napoje. Może się jednak okazać, że wiele osób wybierze wycieczkę na basen a nie nasze wydarzenie. Przed podjęciem decyzji o organizacji danego wydarzenia należy sprawdzić, czy w tym samym czasie nie odbywają się jakieś konkurencyjne, dobrze wypromowane wydarzenia (koncerty, mecze).
- **Jaka jest grupa docelowa?** – To kolejne bardzo ważne pytanie, bez którego nie można zacząć planować żadnych działań. Jeśli działania odbywać się będą w szkole, to ich odbiorcami będą raczej rodzice a nie przypadkowi przechodnie, do których będziemy docierać w przestrzeni miejskiej. Inne warsztaty przygotowane zostaną dla przedszkolaków, inny charakter będą miały warsztaty w gimnazjum.
- **Jaki komunikat przekazujemy podczas wydarzenia?** – Warto zastanowić się nad prostym przekazem do wybranej przez nas grupy docelowej. Co chcemy przekazać?

Co chcemy tym komunikatem osiągnąć? Czy komunikat ma mieć jedynie charakter informacyjny, edukacyjny czy też jest elementem kampanii, w ramach której oczekujemy jakiejś konkretnej zmiany? Zawsze warto przetestować hasła kampanii i wydarzenia na np. niezaangażowanej w przygotowania grupie uczniów, by sprawdzić jak rozumieją komunikat. Jeśli nie jest on jednoznaczny w odbiorze lub wywołuje wątpliwości, należy przemyśleć kwestię uproszczenia go.

➤ **Jak pracować z mediami?** – Aby działania odbywające się w szkole mogły być zakomunikowane poza nią, warto rozpocząć współpracę z lokalnymi mediami. Wiele osiedli i dzielnic posiada swoje papierowe gazetki informacyjne a nawet telewizje osiedlowe – warto skontaktować się z nimi, by przekazać informacje dotyczące zbliżających się wydarzeń w szkole. Gazety gminne i regionalne również chętnie przyjmują gotowe materiały prasowe od nauczycieli. Ze stacjami radiowymi warto kontaktować się o wiele wcześniej, by np. umówić wywiad w trakcie wydarzenia. W przypadku braku odzewu warto kontaktować się kilkakrotnie, na kilka tygodni przed wydarzeniem, następnie na tydzień przed, a następnie na 2-3 dni przed wydarzeniem. Można również upowszechniać wśród uczniów linki do wydarzeń utworzonych na Facebooku czy do informacji prasowej promującej wydarzenie na blogu lub stronie szkoły.

➤ **Jak współpracować z innymi placówkami szkolnymi?** – Szkoły bardzo chętnie podejmują się współpracy z innymi lokalnymi placówkami. Szkoły gimnazjalne lub ponadgimnazjalne mogą przygotować warsztaty dla równolatków czy młodszych

➤ **Jak zamówić produkty Sprawiedliwego Handlu?** – Nic prostszego! Listę e-sklepów z dostępnymi towarami Sprawiedliwego Handlu można znaleźć tu: <http://fairtrade.org.pl/linki.php>. Produkty Sprawiedliwego Handlu można również znaleźć w sklepach ze zdrową żywnością, wybrane produkty są również dostępne w dużych supermarketach. Wystarczy dobrze się rozejrzeć by odnaleźć kawę czy herbatę Fairtrade.

➤ **Jak przygotować uczniów, wolontariuszy do rozmów nt. Sprawiedliwego Handlu?** – Jest to bardzo ważna kwestia, gdy organizujemy wydarzenie na skalę większą niż społeczność szkolna. Uczniowie, którzy będą prowadzić warsztaty, ale również ci, którzy będą mieć jakikolwiek kontakt z uczestnikami wydarzenia, powinni mieć podstawową wiedzę na temat idei i ruchu Sprawiedliwego Handlu oraz potrafić odpowiedzieć na pytanie dlaczego szkoła czy klasa podjęła się takiego tematu. Można wspólnie z uczniami przygotować materiały dla organizatorów – zestaw materiałów, mini ściągę z informacjami o Sprawiedliwym Handlu oraz spotkać się i zadać uczniom kilka pytań, by spróbowali odpowiedzieć na nie. Można również odnieść się do zagadnień z prowadzonych np. debat kiedy to musieli argumentować i kontrargumentować w wielu kwestiach związanych ze Sprawiedliwym Handlem.

PRZYKŁADOWA INFORMACJA PRASOWA

Sprawiedliwy Handel w naszej szkole!

Corocznie, w drugą sobotę maja, na całym świecie obchodzony jest Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu. Z tej okazji szkoła(nazwa szkoły) zaprasza na (rodzaj wydarzenia) organizowany(data, godzina) w(adres miejsca).

Podczas tego wydarzenia nasi uczniowie opowiedzą Państwu o ruchu Fair Trade i świadomości konsumenckiej mieszkańców naszego miasta oraz o tym, dlaczego warto i gdzie można kupić produkty Sprawiedliwego Handlu. Jak twierdzą zgodnie nasi uczniowie, to również ruch konsumencki i obywatelski. Jako konsumenci produktów ze znakiem Sprawiedliwego Handlu, stajemy się równie ważnym ogniwem tego ruchu. To od nas zależy jak kształtuje się popyt na te produkty.

Po wydarzeniu przewidziany jest poczęstunek produktami Sprawiedliwego Handlu!

Sprawiedliwy Handel (Fair Trade) to partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości oraz szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Podstawowym celem Sprawiedliwego Handlu jest pomoc w rozwoju najuboższych społeczności z globalnego Południa oraz budowanie trwałych, bezpośrednich relacji pomiędzy mieszkańcami w krajach biednych a konsumentami w bogatych częściach świata.

Kontakt:(dane osoby, która może udzielić więcej informacji: imię i nazwisko, nr telefonu, adres e-mail)

Więcej informacji na stronie: (adres www szkoły lub bloga) oraz fairtrade.org.pl

POMYSŁY NA DZIAŁANIA PROMUJĄCE SPRAWIEDLIWY HANDEL

GRA MIEJSKA

Ta aktywność wymaga dłuższych przygotowań, jednak efekt jest tego wart. Ogólny mechanizm gry polega na odnalezieniu wszystkich punktów – stacji, na których trzeba się zjawić i wykonać na nich jakieś konkretne zadanie. Wykonanie zadania na danej stacji podlega ocenie. Pod uwagę brane mogą być różne aspekty – poziom wiedzy merytorycznej, zespołowe wykonywanie zadania, kreatywność, brak pomyłek. Można wprowadzić podczas gry system znaków do oceniania, np. litery z jakiegoś słowa, które mają wartość punktową, a wyjaśnienie zaprezentować dopiero po grze, by w jej trakcie uniknąć sytuacji, że grupy porównują między sobą liczbę zdobytych punktów.

Stacje mogą limitować czas, w jakim trzeba wykonać zadanie, ale nie jest to wymagane. Dobrze jednak podać godzinę zakończenia gry. Oceny wykonania zadań na poszczególnych stacjach zostają wpisane do karty startowej danej grupy.

Poszczególne stacje można poświęcić konkretnym zasadom Fair Trade.

Pomysły na zorganizowanie gry miejskiej można poszukać w materiałach Polskiej Akcji Humanitarnej: „Włącz się do gry. Jak zorganizować grę miejską?” oraz na stronie www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/propozycje-dzialan-na-tydzien-edukacji-globalnej.

GOTOWANIE POSIŁKÓW Z PRODUKTÓW SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Jeden z najciekawszych pomysłów, niemal nie do zrealizowania podczas zajęć w szkole, może stać się realny w ramach Tygodnia Edukacji Globalnej. Największym wyzwaniem podczas wspólnego gotowania będzie stworzenie odpowiednich i bezpiecznych warunków. Warto zapytać o takie miejsce w szkolnej kuchni lub poszukać ustronnego miejsca do podłączenia prostej płyty elektrycznej. Najlepiej wybrać proste w wykonaniu przepisy (np. zamieszczone w niniejszej publikacji).

WARSZTATY PROWADZONE PRZEZ UCZNIÓW DLA INNYCH UCZNIÓW

Uczniowie chętnie dzielą się swoją wiedzą z innymi, dlatego uczniowie starszych klas mogą przygotować warsztat dla młodszych kolegów. Często okazuje się, że wybierają te formy, których sami doświadczyli podczas warsztatów i zajęć. Uczniowie z gimnazjum są w stanie przygotować samodzielnie lub z niewielką pomocą niewielkie przedstawienie dla dzieci z przedszkola. Kółko teatralne/aktorskie to ogromny potencjał, który można zaangażować do takiego przedsięwzięcia jak napisanie dla przedszkolaków sztuki o tym, skąd pochodzą nasze produkty. Starsi uczniowie mogą wspólnie opracować warsztat dla młodszych, w oparciu o własne doświadczenie i konsultacje z nauczycielem, by zweryfikować adekwatność i celowość pomysłów.

ZDJĘCIA

Ten pomysł powstał w celu łatwiejszego angażowania przechodniów, przypadkowych ludzi trafiających na wydarzenie dotyczące Sprawiedliwego Handlu. Wystawienie monidła, czyli kawałka płyty pilśniowej lub kartonu ze namalowanym znakiem Fairtrade z wyciętym miejscem na przyłożenie głowy i zrobienie sobie zdjęcia jest bardzo dobrą i sprawdzoną „zaczepką”, by móc porozmawiać z przechodniami na temat akcji i idei Sprawiedliwego Handlu. Przy takim miejscu warto zaangażować dwójkę uczniów – wolontariuszy, którzy będą zapraszać ludzi do zrobienia sobie zdjęcia.

Ważną kwestią jest przygotowanie kwestionariuszy – zgód na udostępnianie wizerunku placówce/szkole. Wtedy takie zdjęcia można umieścić w widocznym miejscu w szkole lub na portalach społecznościowych, by pokazać ludzi zapoznanych z tematyką Sprawiedliwego Handlu podczas akcji. Można również zaprosić do śledzenia strony internetowej i/lub bloga oraz przekazać, że zdjęcie zostanie właśnie tam opublikowane jako pamiątka z wydarzenia.

Modyfikacją tego pomysłu są zdjęcia z „chmurkami” z hasłami dotyczącymi Fair Trade. Osoby fotografowane mogą fantazyjnie się przebrać, pomalować swe twarze, co stanowi świetne połączenie przyjemnego z pożytecznym.

GRY PLANSZOWE

Organizując wydarzenia, trzeba jakoś przyciągnąć, a następnie utrzymać uwagę przechodniów, by zdążyć dotrzeć do nich z treściami merytorycznymi. W tym celu warto wykorzystać znane gry planszowe, które można przerobić graficznie i tematycznie, dostosowując je do charakteru wydarzenia.

Sprawdzonym pomysłem jest tutaj np. gra „Twister”, gdzie zamiast planszy z kolorowymi kółkami można umieścić znaki certyfikacyjne – wtedy szybciej utrwalimy je w głowach graczy.

Kolejną grą, którą można przerobić, ale wymaga to większej liczby modyfikacji, jest gra strategiczna „Eurobusiness”. W miejsce miast możemy umieścić kolejne plantacje, spółdzielnie z różnych części świata, które można powiększać zgodnie z zasadami gry i dzięki temu zbierać za postój na danym polu więcej eurobiznesowych dolarów.

Najprostszą grą jest ta o mechanizmie „wyścigu”, kiedy gracze mają za zadanie jak najszybciej przemieścić się z pola „Start” do pola „Meta”. Taka plansza daje wiele możliwości umieszczenia różnych tematycznych zdarzeń. Np. pole ze zdobyciem certyfikatu Fairtrade chroni przed zdarzeniami np. polegającymi na pogorszeniu się jakości plonów ze względu na zmiany klimatyczne, gdyż w ramach certyfikatu mamy utrzymaną cenę minimalną Fairtrade. Można również na takiej planszy przygotować pola z pytaniami, które zatrzymają graczy, lub wręcz cofają ich na pole „Start”, jeśli nie odpowiedzą poprawnie. Warto przygotować równą liczbę zdarzeń pozytywnych i negatywnych.

Kolejna propozycja to adaptacja gry typu „Memory”, polegająca np. na łączeniu produktu z krajem pochodzenia, nazwy certyfikatu z jego znakiem albo po prostu odnalezieniu tych samych grafik (nawiązujących do kwestii Sprawiedliwego Handlu).

KOLOROWANKI

Najmłodszym uczestnikom wydarzeń promujących Sprawiedliwy Handel można zaproponować miejsce do twórczych plastycznych działań. Najprostszą formą mogą być wydrukowane strony z kolorowanek, jednak warto w celach internetu odnaleźć postaci, przedmioty, scenki z życia z różnych stron świata do kolorowania. Kolorowanki z motywami z różnych stron świata (ludzie, zwierzęta, rośliny) mogą być dobrą okazją do rozmowy o życiu w krajach Południa. Dla najmłodszych artystów opowiadanie o tym jak może wyglądać życie codzienne ich rówieśników potrafi być naprawdę interesujące.

WYCIECZKA DO SZKLARNI W OGRODZIE BOTANICZNYM

Kto wie jak uprawia się wanilię? W jaki sposób rosną banany? Czy kawa rośnie na krzaku czy na drzewie? Z czego robi się czekoladę? Na te i inne pytania będzie można odpowiedzieć w szklarni ogrodu botanicznego, gdzie przy odrobinie szczęścia można odnaleźć niektóre z roślin, które są dla nas egzotyczne i dają pyszne owoce, goszczące na naszych stołach. Warto zorganizować taką wycieczkę z przewodnikiem, by dowiedzieć się o klimacie w jakim wegetują te rośliny, o sposobie ich owocowania, ciekawostkach ich biologii i właściwościach przystosowawczych do środowiska w którym żyją. Poza tym doświadczenie warunków klimatycznych w szklarni pomoże choć trochę pomóc uczniom poczuć, w jakich temperaturach i wilgotności te ciekawe rośliny mają się najlepiej, a tym samym, w jakich warunkach pracuje się na polach w krajach Południa.

KOŁA ZAINTERESOWAŃ, KLUBY UCZNIOWSKIE

W każdej szkole działają koła zainteresowań, kółka uczniowskie. Wszechstronne zainteresowania uczniów grupowane są zwykle tematycznie – talenty muzyczne w muzycznych zespołach szkolnych, talenty aktorskie w kołach teatralnych, uczniowie chętni do zdobywania wiedzy z konkretnych dziedzin odnajdują przedmiotowe koła tematyczne. W takich grupach drzemie ogromny potencjał, który można pobudzić w ramach działań informacyjnych, promocyjnych, a przede wszystkim edukacyjnych na rzecz Sprawiedliwego Handlu.

Jeśli nie ma miejsca i czasu na realizację scenariuszy zajęciowych z całą klasą, kółko jest idealnym rozwiązaniem, umożliwiającym zrealizowanie wybranych zagadnień wyłącznie z zainteresowaną tematem młodzieżą.

W ramach koła nie musimy ograniczać się tylko do realizacji scenariuszy. Można zachęcić uczniów do pracy nad tworzeniem materiałów edukacyjnych dla koleżanek i kolegów ze szkoły, a nawet dla uczniów innych szkół, znajdujących się na różnych etapach edukacji. Dobrze jest podsunąć pomysły na źródła materiałów do opracowywania, gdyż uczniowie bardzo często podchodzą bezkrytycznie do tego co znajdują w sieci, mając przekonanie, że znalezione materiały, niezależnie od źródła, są wiarygodne i przedstawiają fakty (a niekoniecznie mają świadomość, że są to opinie). Z drugiej strony należy pouczyć uczniów, że nie wszystkie materiały, nawet te opublikowane w sieci, a więc łatwe do kopiowania, można bezkarnie powielać i cytować. Należy więc szukać materiałów tworzonych na zasadach „creative commons” czyli „copy left”, zamiast powszechnego „copy right”. Oczywiście warto samemu udostępniać swe utwory na tychże zasadach.

Poznanie tych tematów może być zadaniem kółka informatycznego czy prawniczego.

Koło geograficzne może zgłębiać tematykę gospodarek krajów globalnego Południa.

Koła przyrodnicze/ekologiczne mogą podejść do tematu Fair Trade, poznając np. miejsca i sposoby uprawy bananów czy wanilii.

W kołach językowych można doskonalić swoje umiejętności, tłumacząc na język polski teksty dotyczące Fair Trade znalezione na stronach organizacji z innych krajów. Same strony można znaleźć w zakładce „Fairtrade Near You” na stronie info.fairtrade.net.

Koło filmowe, fotograficzne, plastyczne może przygotować reklamę produktów Sprawiedliwego Handlu obecnych w sklepiku lub... dokumentację działań swej szkoły na rzecz osiągnięcia tytułu „Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”.

Zwolennicy rozrywek intelektualnych mogą zacząć swoje zainteresowanie edukacją globalną od gier pochodzących z danego regionu świata. Możliwe jest też nabycie gier (np. domino) wykonanych w ramach Sprawiedliwego Handlu.

Nawet koło sportowe może mieć swój udział w promocji Fair Trade – np. rozgrywając mecz za pomocą piłki z certyfikatem Fairtrade, w koszulkach z bawetny z tym certyfikatem.

Także koło miłośników literatury na swoją działkę. Otóż organizacja Fairtrade International wywodzi się z wcześniejszej organizacji o nazwie Max Havelaar. Nazwa ta nawiązuje do holenderskiej powieści z XIX w. dotyczącej kolonializmu w dzisiejszej Indonezji. Opisy niesprawiedliwości można znaleźć także w innych dziełach. Jednym z nich jest „Sto lat samotności” Gabriela Garcii Márqueza, gdzie znajduje się opis masakry strajkujących pracowników plantacji bananów. Uczniowie mogą poszukać podobnych wątków w innych, także polskich utworach.

Spółdzielnia uczniowska, w uzgodnieniu z dyrekcją szkoły, może zająć się sprzedażą produktów Sprawiedliwego Handlu w sklepiku. Sklepiom szkolnym poświęcona jest osobna publikacja Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”: *Produkty Sprawiedliwego Handlu w sklepikach szkolnych – jak je promować?*, www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/pobierz/materialy-do-druku/.

Ciekawą i nieszampową formą może być wspólne gotowanie posiłków lub (jeśli warunki w szkole nie pozwalają) degustacja produktów Fairtrade w ramach spotkań koła. Dla uczniów takie spotkanie będzie doskonałą zabawą i możliwością bezpośredniego spróbowania produktów Sprawiedliwego Handlu. By móc zorganizować takie wydarzenie, bardzo często wystarczy np. kuchenka elektryczna, na której można podgrzać potrawy i czajnik elektryczny do zaparzenia herbaty lub kawy Fairtrade. Szczegółowe przepisy poniżej.

Koło reportażu, dyskusyjne koło filmowe może się wykazać, organizując minifestiwal filmów o tematyce globalnej. Szczegółowe pomysły poniżej.

Uczniowie zaangażowani w tak zróżnicowane koła zainteresowań mogą stanowić siłę napędową grupy koordynującej starania o zdobycie tytułu *Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*. Tak zmotywowani uczniowie chętniej podzielą się wiedzą z innymi i mocniej będą wspierać aktywnych nauczycieli.

KOŁA TEATRALNE

W ramach koła teatralnego uczniowie mogą popracować nad tematyką łamania praw pracowniczych czy ogólnego łamania praw człowieka, opracowując krótkie sceny z życia pracowników plantacji, gdzie hoduje się rośliny, które sprowadzamy z krajów globalnego Południa. Poprzez krótkie scenki z życia rolników czy właścicieli plantacji można w płynny sposób przejść do dyskusji o tym, co zostało przedstawione w scenie, porównać to z życiem nas – konsumentów (poszukać różnic, ale i podobieństw w tym, w jaki sposób żyjemy w różnych częściach świata) oraz w jaki sposób można taką sytuację zmieniać; jak my, lokalnie, możemy wpływać na los pracowników w krajach Południa.

Kolejnym pomysłem na pracę w kole teatralnym jest improwizacja za pomocą dramy. Posiłkując się opisami w scenariuszach zajęciowych (w kartach pracy scenariuszy zajęciowych, opisujących codzienność pracowników plantacji, plantatorów, spółdzielni producenckich), można zaproponować uczniom tworzenie spontanicznych scen i tworzenie do nich alternatywnych historii – zakończeń w zależności od konwencji zajęć. Przykładem może być zaproponowanie stworzenia sceny dyskusji

nt. wejścia pracowników plantacji do systemu Fairtrade oraz rozważenie wszystkich „za” i „przeciw” wśród pracowników.

Więcej o dramie i jej pedagogicznych założeniach można przeczytać tu: [pl.wikipedia.org/wiki/Drama_\(pedagogika\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/Drama_(pedagogika))

Polecamy stowarzyszenie Stop-klatka, która specjalizuje się w upowszechnianiu tej formy w edukacji formalnej i nieformalnej: www.stop-klatka.org.pl/stowarzyszenie

Bardziej zaangażowaną i zaawansowaną trupę teatralną można zachęcić do przygotowania krótkich etiud, które mogłyby stanowić wprowadzenie do tematyki Sprawiedliwego Handlu w innych klasach. Uczniowie zwykle chętnie przygotowują zajęcia dla młodszych uczniów, warto zwrócić uwagę na to, czy historie mają charakter otwarty, by widzownia (oglądający sztukę uczniowie) mogła, na przykład, w ramach niedokończonych historii, przedyskutować różne możliwości jej zakończenia i tym samym wzbudzić pogłębioną refleksję na temat codziennej sytuacji mieszkańców w różnych częściach świata.

KOŁA MUZYCZNE, WOKALNE CZY TANECZNE

Koła muzyczne, wokalne czy taneczne to również skarbnica zaangażowanych uczniów, których talenty mogą przyczynić się do upowszechniania zagadnień dot. Sprawiedliwego Handlu. Można to zrobić np. otwierając uczniów na nowe horyzonty muzyczne lub sięgając po muzykę, utwory i instrumenty z różnych stron świata. Pierwszym krokiem może być zachęcenie uczniów do poszukiwań np. utworów muzycznych z różnych stron świata. Nieograniczonymi zasobami takich materiałów mogą być portale takie jak youtube.com, vimeo.com, soundcloud.com, gdzie są dostępne utwory muzyczne i inspiracje z całego świata (world music, muzyka etniczna, ludowa).

Być może uda się znaleźć utwory, tzw. pieśni pracy, które nucone są przy określonych czynnościach jako nieodzowny element pracy i kultury w jednym.

Warto poszukać również piosenek śpiewanych w poszczególnych językach krajów Południa i spróbować odnaleźć słowa, by nauczyć się je śpiewać. Wymienione wyżej portale społecznościowe są pełne różnych utworów, a niektóre z nich mogą zaskoczyć swoją formą, rozwiązaniami technicznymi i jakością!

Warto również przejrzeć układy taneczne umieszczane na tych portalach, by np. zaplanować zajęcia i zaproponować chętnym nauczanie się układu tanecznego z danego kraju. Nie jest to może edukacja bezpośrednio dotycząca zagadnienia Sprawiedliwego Handlu, ale kawałek edukacji międzykulturowej pokazujący elementy kultury z różnych stron świata, co powinno stanowić wstęp do refleksji konsumenckiej. Warto zwrócić uwagę na to, by nie utrzymywać stereotypów i np. przyjrzeć się dokładniej elementom stroju, które zwykle w umysłach młodych ludzi kojarzą się ze spódnicami z trawy, a stąd niedaleko do skojarzeń np. dotyczących krajów Afryki subsaharyjskiej typu: „dzika Afryka”, „dzicy”, co zniekształca obraz codzienności mieszkańców w tamtejszej części świata.

KOŁA FILMOWE/REPORTAŻU

Wśród kół uczniowskich często największą popularnością cieszą się wszelkie dyskusyjne koła filmowe, które przyciągają tych, którzy powoli stają się koneserami kina zaangażowanego. Dostęp do ogromnej liczby materiałów filmowych, zwłaszcza tych na otwartych licencjach, zdecydowanie ułatwia pracę i daje możliwość obejrzenia naprawdę interesujących materiałów. Na wielu portalach społecznościowych z materiałami filmowymi (youtube.com, vimeo.com) można znaleźć wiele materiałów, filmów, reportaży o tematyce relacji i współzależności między globalnym Południem a globalną Północą.

JAKIE FILMY WARTO WYŚWIETLIĆ?

- Zbiór filmów dot. Sprawiedliwego Handlu znajduje się na stronie: www.fairtraderesource.org/learn-up/fair-trade-films
- Krótkie etiudy filmowe: w sieci, na stronach internetowych wielu polskich organizacji zajmujących się edukacją globalną i pomocą rozwojową można znaleźć materiały filmowe pokazujące życie i codzienność mieszkańców krajów globalnego Południa. Przykładem mogą być fragmenty filmu „Jeden świat, jedna cywilizacja”, które zostały przetłumaczone przez Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć w ramach programu Akcja dla Globalnego Południa. Materiały mieszczą się na stronie globalnepoludnie.pl.
- „HOME” (polski tytuł „S.O.S. Ziemia”) – prawie dwugodzinna opowieść o tym, jak wykorzystujemy zasoby naszej planety, dobre wprowadzenie do zagadnień edukacji globalnej takich jak nadkonsumpcja i zasoby nieodnawialne Ziemi.
- „Mine and yours” – pełen artyzmu kilkuminutowy film Michała Wilczka zrealizowany dla Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”, który jedynie za pomocą obrazów pokazuje codzienność dziewczynki z Malawi.
- „eFTe radzi. Fair Trade” – krótka, bardzo dobra animacja wprowadzająca w tematykę idei i certyfikacji Sprawiedliwego Handlu: www.efte.org.pl/biblioteka/animacje
- „Story of stuff” (polski tytuł „Opowieść o rzeczach”) to dwudziestokiluminutowy materiał, który ukazuje problematykę globalnej nadkonsumpcji na każdym etapie cyklu życia produktu. Filmik w przystępny sposób obrazuje pełen łańcuch produkcji, konsumpcji i utylizacji włącznie z mechanizmami, które sprawiają, że konsument sięga po kolejne produkty.
- „Opowieść o elektronice”: www.youtube.com/watch?v=qHD_Q-Z0Tkw&list=PLA4AC944DC85B0E6E
- „Opowieść o butelkowanej wodzie”: www.youtube.com/watch?v=56MACTszsxA&list=PLA4AC944DC85B0E6E
- „Czarne złoto” – jedną z ciekawszych propozycji jest film „Black Gold” traktujący o niesprawiedliwościach globalnego handlu kawą i alternatywie jaką jest Fairtrade. W wersji oryginalnej na stronie www.blackgoldmovie.com, z polskim lektorem: www.youtube.com/watch?v=YmuWCiZAFcM#t=2464.
- „Ananasy”: vimeo.com/15884857
- „Zmiana” (The Change): vimeo.com/75911282
- „Nasz chleb powszedni”: www.youtube.com/watch?v=pVkieJ_Wj64
- „Stealing Africa – Why Poverty?”: www.youtube.com/watch?v=WNyemuiAOfU
- „Inequality for All”: www.youtube.com/watch?v=q-rpkZe2OEo
- „The Dark Side of Chocolate”: www.youtube.com/watch?v=7Vfbv6hNeng
- „First taste of chocolate in Ivory Coast”: www.youtube.com/watch?v=zEN4hcZutOO
- „Future of Food”: www.youtube.com/watch?v=XiPuCSGo_wo
- Krótkie filmiki edukacyjne o Fair Trade: www.vartotojai.lt/index.php?id=9322

W ramach działań koła można również zorganizować spotkanie z ciekawą osobą, która np. podróżowała do krajów globalnego Południa, jest związana z ruchem Sprawiedliwego Handlu, jest

pracowniczką/pracownikiem organizacji pozarządowej lub importerem produktów Sprawiedliwego Handlu. Pogadanka może być cennym uzupełnieniem pokazu filmów.

Najbardziej przystępną formą dzielenia się wiedzą i doświadczeniem przez ciekawego gościa, osoby zaproszonej do szkoły czy do klasy, jest slajdowisko. Wiadomo, że obraz często może przekazać o wiele więcej niż słowa. Jeśli uda się zaprosić podróżnika, zapewne będzie miał mnóstwo ciekawych zdjęć i historii ze swoich podróży, pracownik organizacji pozarządowej pracujący przy projektach współpracy/pomocy rozwojowej również będzie kopalnią wiedzy o krajach Południa, a jego opowieści zostaną okraszone zdjęciami. Warto zawczasu zapytać gościa o zdjęcia, filmy i wszelkie multimedia z podróży, by mógł pokazać jak najwięcej ciekawych materiałów uczniom.

Uczestnikom koła filmowego można polecić obejrzenie przed spotkaniem wybranego materiału filmowego (może być dłuższy, zwłaszcza że podczas lekcji zwykle nie ma czasu na oglądanie dłuższych filmów) i przygotowanie się do debaty. W tym celu najlepiej podzielić klasę na dwie drużyny, które na podstawie wybranego filmu mają wybronić lub obalić postawioną przez nauczyciela tezę. Uczniowie z jednej grupy, na podstawie wybranych filmików dot. pomocy rozwojowej, ruchu Sprawiedliwego Handlu czy zagadnień nadkonsumpcji, mają za zadanie przygotować argumenty za upowszechnianiem i rozwijaniem ruchu Sprawiedliwego Handlu, uczniowie z drugiej grupy przygotowują materiały dotyczące wyzwań i zagrożeń dot. Sprawiedliwego Handlu, które mogą wzbudzać nieufność i hamować rozwój ruchu Fair Trade. Bardzo ważne jest, by przy prowadzeniu debaty moderować dyskusję, pilnując, by uczniowie trzymali się wątków i swoich argumentów, by nie wprowadzali wątków pobocznych, niezwiązanych bezpośrednio z tematem. Moderator powinien zadbać również o atmosferę, gdyż wymiana argumentów może wzbudzać wiele emocji i wyzwalać np. złość wśród uczniów. Jeśli uczniowie potrzebują czasu na ochłonięcie podczas argumentacji i kontrargumentacji, to należy im na to pozwolić. Istotną kwestią jest sprawiedliwe wyłonienie zwycięskiej drużyny i uargumentowanie tego w rzeczowy sposób, oceniając przygotowanie, listę argumentów, reakcje na kontrargumentację, pracę zespołową. Zwycięski zespół może być wybrany przez nauczyciela – moderatora jak i np. przez grupę kilku czy kilkunastu uczniów, którzy nie biorą udziału w debacie i występują w charakterze sędziów – obserwatorów analizując przebieg debaty. Czasem jednak ważniejsze od wyłonienia zwycięzcy jest wspólne podsumowanie dyskusji i całego wydarzenia, by przeanalizować najbardziej trafne i najlepiej przygotowane i przemyślane argumenty. Uczniowie powinni mieć czas, by podzielić się swoimi wrażeniami z debaty, refleksją na temat wymienianych argumentów i tym w jaki sposób można było się jeszcze lepiej przygotować.

APEL SZKOLNY

Apel szkolny może wydawać się archaiczną formą przekazywania informacji na forum szkoły, jednak odrobina kreatywności w połączeniu z zaangażowaniem uczniów do zrobienia czegoś nowego może okazać się całkiem dobrym rozwiązaniem.

W trakcie apelu uczniowie są w stanie skupić swoją uwagę na 20-30 minut, potem zaczynają się wiercić, przeszkadzać i rozmawiać. Zatem warto przygotować apel nie dłuższy niż pół godziny. To może wydawać się dość krótkim okresem, jednak sprzyja skupieniu na najważniejszych zagadnieniach przekazywanych podczas apelu, a dzięki temu będzie można uniknąć przerostu formy nad treścią.

Wprowadzenie do apelu nie zawsze musi być oficjalne. Można do tego wykorzystać efekt zaskoczenia, np. flash mob, czyli nagłe, synchronicznie wykonywane czynności przez część uczniów, którzy są „fatszywymi widzami” apelu i znajdują się po stronie zgromadzonej na apel publiczności. Wspólny taniec, układ synchroniczny, wspólne wykonywanie czynności może od początku zainteresować i spowodować, że widzowie będą oczekiwać odpowiedzi i rozwiązania zagadki odnośnie do tematu apelu.

Kolejnym elementem apelu może być seria krótkich, 1-2 minutowych scenek obrazujących wybrane zagadnienie – dot. ruchu Sprawiedliwego Handlu czy tematów z nim związanych, na przykład praw pracowniczych, praw człowieka, nadkonsumpcji. Ważne, by podczas prezentowania

zagadnień dotyczących globalnego Południa zwrócić uwagę na to jak my – społeczność szkolna, Polacy, uczniowie – jesteśmy z tym tematem związani. Jeśli nie przedstawimy scenki pokazującej współzależności pomiędzy uczniami, a sytuacją w krajach globalnego Południa, istnieje duże prawdopodobieństwo, że tematyka pozostanie obcą i niezrozumiałą, a uczniowie nie przemyślą swoich nawyków konsumenckich.

Zamiast prezentacji z opisami zagadnień dot. Sprawiedliwego Handlu warto pokazać zdjęcia, które staną się tłem do opowieści prowadzącego. Nikt nie lubi czytać informacji ze slajdów – jest to nużące, tym bardziej, że zwykle prelegent ma dokładnie to samo do powiedzenia. Warto zastanowić się nad zestawem zdjęć prezentujących np. pracę na plantacji owoców, warzyw, herbaty czy kawy z kraju Południa zamiast pisać o tym jak wygląda ta praca. Zdjęcia są w stanie pokazać więcej niż przetładowane tekstem slajdy.

Kolejną formą dynamicznego przekazywania informacji jest prezentacja w formie pecha-kucha (czyt. pecza kucza), kiedy prowadzący może pokazać 20 slajdów i na prezentację każdego slajdu ma dokładnie 20 sekund. To powoduje zupełną koncentrację na najważniejszych zagadnieniach danego tematu i pozwala na treściwe przekazywanie różnych aspektów. Bardzo często są to oddziaływujące na wyobraźnię zdjęcia, graficzne porównania lub zaprezentowane w formie infografiki dane. 20 sekund nie pozwala na rozwlekłe wątki i sprzyja utrzymaniu koncentracji widzów przez dokładnie 6 minut i 40 sekund. Warto kilka razy przećwiczyć prezentację, np. z funkcją czasowej automatycznej zmiany slajdów, by przekonać się, ile jest się w stanie powiedzieć w ciągu 20 sekund.

Dodatkowo, podczas apelu można zaprezentować jeden z krótkich filmik kampanijnych lub animacji związanych z tematem. Warto jednak wcześniej sprawdzić sprzęt, nagłośnienie i przetestować emisję materiału z dostępnego sprzętu, by podczas apelu obyło się bez technicznych niespodzianek.

Ważnym elementem jest również „doświadczenie” ruchu Sprawiedliwego Handlu na własnej skórze przez społeczność szkolną. Pomysłem na to może być zakupienie produktów z certyfikatami Sprawiedliwego Handlu i możliwość zorganizowania choćby w najprostszej formie poczęstunku dla nauczycieli i uczniów. Dodatkową możliwością zaangażowania klasy czy grupy przygotowującej apel niech będzie np. przygotowanie na dzień apelu posiłku z produktów Sprawiedliwego Handlu, co może być bardziej ekonomicznym rozwiązaniem niż kupienie gotowych produktów do spróbowania (np. batonów czy czekolad).

Ciekawym pomysłem na organizację apelu może też być zaproszenie kogoś, kto na co dzień zajmuje się zagadnieniami Sprawiedliwego Handlu, np. z organizacji pozarządowej lub ze sklepu z produktami Fair Trade. Jednak zawsze warto wcześniej sprawdzić kompetencje i wiedzę takiej osoby, pytając o program wystąpienia lub poprzednie doświadczenie w pracy z młodzieżą szkolną.

FESTYN, PIKNIK

Coraz bardziej popularną formą „wychodzenia” szkoły do lokalnej społeczności, wysoko ocenianą w ramach zewnętrznej ewaluacji placówek oświatowych jest organizacja jednodniowego wydarzenia w postaci festynu lub pikniku.

Podczas planowania pikniku warto przemyśleć kilka kluczowych kwestii:

- kiedy zorganizować takie wydarzenie?
- dla kogo?
- jaki jest główny przekaz wydarzenia/co komunikować?
- kogo zaprosić?
- jakie zajęcia/warsztaty zorganizować?

Festyny i pikniki odbywają się głównie „pod chmurką”, więc warto pomyśleć jaka pora roku będzie bardziej sprzyjająca. Biorąc pod uwagę intensywność pracy w poszczególnych miesiącach roku szkolnego, warto celować w semestr letni ze względu na jego specyfikę i długość. Sprzyjającymi ze względu na aurę mogą być już miesiące wiosenne: kwiecień, maj, ale wszystko zależy od organizacji pracy w szkole.

Dla kogo organizować wydarzenie? Warto zadać sobie pytanie jakie zagadnienia będą komunikowane. Jeśli będzie to piknik dot. idei i certyfikatu Sprawiedliwego Handlu adresowany do rodziców i opiekunów uczniów, warto zastanowić się, czy to nie ich dzieci powinny komunikować czego do tej pory nauczyły się w szkole i odpowiedzieć swoim rodzicielom, na co zwrócić uwagę podczas zakupów. Jeśli grupą docelową są młodszy uczniowie innych szkół, warto przygotować proste, nie za długie warsztaty, podczas których będą się uczyć poprzez zabawę. Jeśli szkoła chciałaby zainicjować lokalną kampanię „Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” i z tej okazji wprowadzić zaproszonych przedstawicieli władz do zagadnień Sprawiedliwego Handlu. Można przygotować zestaw informacji w formie broszury lub folderu, by oficjele mogli zapoznać się z materiałem po uczestnictwie w wydarzeniu. Jeśli wydarzenie ma mieć charakter otwarty i na wydarzenie mogą przyjść mieszkańcy osiedla/miasta, warto pomyśleć o zachęcie w formie poczęstunku dla przybywających gości. Kawa czy herbata ze Sprawiedliwego Handlu będzie miłym akcentem na przywitanie gości.

W ramach pikniku można zaangażować uczniów i grono pedagogiczne do zorganizowania kilku stoisk, na których będą się odbywać symultanicznie warsztaty. Mogą to być warsztaty z pieczenia ciastek z czekoladą Sprawiedliwego Handlu, warsztaty robienia rękodziela zainspirowanego sztuką z krajów globalnego Południa, warsztat taneczny przy muzyce z różnych stron świata, zbieranie podpisów pod aktualną petycją na rzecz bardziej sprawiedliwych relacji handlowych (np. Make Chocolate Fair pl.makechocolatefair.org) czy slajdowisko ze zdjęciami np. ze spółdzielni lub z plantacji Fairtrade lub przedstawiające pracowników z krajów Południa w ich codziennym życiu. Najważniejszą kwestią jest odpowiedni podział obowiązków pomiędzy uczniami i nauczycielami, tak by nikt nie czuł się przeciążony przygotowaniami. Konieczne jest, by każdy był zaangażowany, choćby w niewielkim stopniu, w obsługę wydarzenia. Dzięki temu wszyscy poczują współodpowiedzialność za organizację pikniku/festynu, oraz że podczas tego dnia są reprezentantami szkoły i swego rodzaju ambasadorami ruchu Sprawiedliwego Handlu. Oczywiście należy z uczniami o tym porozmawiać.

Warto odpowiednio wcześniej powiadomić lokalne media: radio, telewizję, prasę czy media internetowe, by zainteresować je wydarzeniem. W tym celu najlepiej przygotować treściwą notatkę o dacie, miejscu i programie wydarzenia oraz kilka słów czym jest ruch Sprawiedliwego Handlu. Przykładową informację prasową można znaleźć na str. 72.

W przypadku przedstawicieli lokalnych władz warto powiadomić wybranych polityków kilkakrotnie: na kilka (6-8) tygodni wcześniej, następnie na 2-3 tygodnie wcześniej i wreszcie na kilka dni przed wydarzeniem (jeśli wcześniej nie otrzymaliśmy informacji o przybyciu lub odmowy uczestnictwa w wydarzeniu). Należy zastanowić się, którzy przedstawiciele mogą być zainteresowani takimi zagadnieniami, np. samą realizacją kampanii „Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” i co uczniowie będą im komunikować podczas wydarzenia.

Niezależnie od aury trzeba przygotować się na różne potencjalne scenariusze. Najbardziej wpływający na frekwencję jest deszcz – czy w razie niesprzyjającej pogody można zorganizować piknik np. na korytarzu szkoły? Warto również sprawdzić cały sprzęt niezbędny do organizacji wydarzenia – czy nagłośnienie, mikrofon, odtwarzacze multimedialne działają? Czy mamy wszystkie kable i sprzęt zasilający? Czy wszystkie pliki się prawidłowo otwierają? Czy posiadamy wszystkie składniki na warsztaty kulinarne? Czy istnieje „plan B”, jeśli z jakichś powodów nie będzie elektryczności?

DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA SZKOŁY, PRACA Z BLOGERAMI

W dobie tak upowszechnionych technologii internetowych i mediów społecznościowych warto zastanowić się nad promocją zagadnień Sprawiedliwego Handlu za pomocą portali społecznościowych, takich jak Facebook, Twitter, Pinterest, Issuu czy społeczności blogerskich tworzących strony na platformach takich jak Wordpress czy Blogspot. Obecnie blogowanie jest na tyle łatwe, że robić to może każdy, kto ma na to ochotę. Platformy blogowe są na tyle intuicyjne, że w kilka chwil można nauczyć się jak przygotować wpis na stronę, jak go uczynić atrakcyjniejszym, dodając zdjęcia, grafiki, wybierając czcionkę czy układ wpisów na stronie. Szczególnie prosty w obsłudze jest Wordpress i Blogspot, które w swojej darmowej wersji posiadają wystarczające opcje i dodatki, by móc prowadzić bloga z prawdziwego zdarzenia.

Kto będzie prowadzić bloga, dla kogo i o czym? Jeśli nie odpowiemy sobie na te pytania na samym początku, zanim założymy bloga, prawdopodobnie nasze blogowanie skończy się szybciej niż zaczęliśmy. Być może w szkole uda się znaleźć uczniów o „lekkim piórze” i zacięciu dziennikarskim, którzy chcieliby komentować szkolne wydarzenia związane z zagadnieniami projektowymi. Jeśli w szkole istnieje kółko dziennikarskie, warto zorganizować jedno ze spotkań w sali komputerowej, gdzie uczniowie będą mogli wypróbować kilka platform dedykowanych blogerom, by spróbować swoich sił w sieci. Należy pamiętać, by przed umieszczeniem wpisu w sieci, uczniowie przedstawili go nauczycielowi do sprawdzenia. Dostęp do panelu administratora powinien mieć również nauczyciel. Opiekun może zorganizować spotkanie, ustalając zasady umieszczania tekstów i grafik na blogu, takie jak częstotliwość oraz stylistyka postów (czy posty pisane są bezosobowo, czy z perspektywy ucznia, w liczbie pojedynczej czy mnogiej itp.), wszak blog będzie elektroniczną wizytówką szkoły!

Nauczyciel z uczniami – blogerami powinni przedyskutować dla kogo piszą. To determinuje charakter wpisów. Jeśli uczniowie chcą pisać dla innych uczniów, wtedy zapewne będą używać bardziej swobodnego języka niż gdyby blog miał być oficjalną stroną lokalnej kampanii „Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”.

Systematyczność umieszczania wpisów jest kluczowa. Jeśli na blogu treści będą się pojawiać raz, dwa razy na miesiąc – nie będzie to interesującym źródłem informacji. Warto pamiętać, że blog nie musi się trzymać jedynie jednego tematu – Sprawiedliwego Handlu i działań na jego rzecz w szkole. Można zastanowić się jakie treści generować, by nowe posty mogły pojawiać się przynajmniej raz w tygodniu. Można poszukać przepisów na potrawy z produktów Sprawiedliwego Handlu, umieszczać wywiady z ciekawą osobą zajmującą się takimi zagadnieniami lub poszukać materiałów z zagranicznych stron o Sprawiedliwym Handlu do przetłumaczenia przez bardziej zaawansowanych językowo uczniów?

Niezależnie od systematyczności, treści na blogu trzeba upowszechniać i promować. Warto poprosić osobę odpowiedzialną za stronę internetową szkoły, by zintegrowała umieszczanie postów z bloga na stronie szkoły. Nie od rzeczy jest udostępnianie treści z bloga za pomocą fanpage`a szkoły czy innych portali społecznościowych, z których korzysta szkoła.

Jedną z ważniejszych kwestii jest udostępnianie skopiowanych treści z innych stron. Nie jest to dobrą praktyką, gdyż można zostać oskarżonym o plagiat treści i kradzież intelektualną. Kopiowanie treści ze stron organizacji pozarządowych jest zazwyczaj dozwolone (np. treści ze strony Koalicji Sprawiedliwego Handlu) pod warunkiem opisanie źródła informacji. Dobrą praktyką jest umieszczanie dodatkowo linku do oryginalnej informacji, tak by czytający mógł dotrzeć do źródła.

Najlepiej jest korzystać z materiałów na tzw. licencji *Creative Commons*. Pozwala ona na korzystanie ze źródeł w ramach tzw. otwartej licencji. Oznacza ona, że dany materiał może zostać użyty, skopiowany i upowszechniany (np. w sposób niekomercyjny) pod warunkiem podania źródła. Istnieją wersje tej licencji, które pozwalają na modyfikację treści (warto poczytać o tym na stronie creativecommons.pl).

Jeśli w szkole nie znajdzie się nikt zainteresowany blogowaniem, zawsze można poszukać uczniów, którzy są zainteresowani prowadzeniem kampanii/projektu za pomocą portali społecznościowych. Można do tego wykorzystać fanpage szkoły/placówki na Facebooku. Na początku najlepiej ustalić kto będzie się tym zajmował i jakie będą obowiązki poszczególnych uczniów. By sprawniej przygotować się do takiej działalności w sieci, warto stworzyć zapas materiałów (artykułów i grafik), które będą przydatne, kiedy braknie bieżących tematów.

SZKOLNY RADIOWĘZEL

Szkolny radiowęzeł i ekipa uczniów opiekująca się audycjami muzycznymi w szkole może być również zaangażowana do działań z zakresu edukacji globalnej. Może się wydawać trudnym połączenie działalności radiowęzła i zagadnień dot. Sprawiedliwego Handlu, ale tę formę komunikacji można wykorzystać do edukacji międzykulturowej, która jest jedną ze składowych edukacji globalnej, otwierającej młodych ludzi na odmienną kulturę, tradycje i pomysły na życie. Można zaproponować odpowiedzialnym za prowadzenie audycji w radiowęzle przygotowanie zestawu utworów muzycznych z różnych stron świata, a przede wszystkim z krajów globalnego Południa. Można wykorzystać szkolne radio do prezentacji dotychczasowych i przyszłych działań kampanii, prowadząc wywiady z zaangażowaną młodzieżą lub z zapraszającymi gośćmi związanymi z ruchem Sprawiedliwego Handlu. Należy jednak pamiętać, że maksymalny czas skupienia słuchaczy w ramach audycji radiowych to kilkanaście minut, więc nie należy przesadzać z długością wywiadu lub audycji.

Dodatkowo, można poprosić uczniów, którzy zajmują się montażem i amatorską produkcją muzyczną o przygotowanie spotu radiowego promującego ideę Sprawiedliwego Handlu. Może uda się skontaktować z lokalną stacją radiową i umówić młodych „radiowców” z komercyjnym studiem na spotkanie, by dowiedzieć się jak wygląda profesjonalne przygotowanie materiału do radia?

ZEBRANIA Z RODZICAMI, ZEBRANIA GRONA PEDAGOGICZNEGO

Szkoła ma niesamowity potencjał oddziaływania na lokalną społeczność. Jednym z pomysłów na upowszechnianie idei Sprawiedliwego Handlu może być zaproszenie rodziców na specjalną prelekcję przygotowaną przez ich pociechy. Takie wydarzenie można zorganizować w dniu zebrania z rodzicami, jako wprowadzenie do spotkania, czy też jako osobne spotkanie poświęcone działalności uczniów w zakresie promocji i upowszechniania idei Sprawiedliwego Handlu. Planowanie takiego spotkania wspólnie z uczniami da im poczucie współodpowiedzialności za treści przekazywane ich rodzicom. W przypadku rodziców warto skupić się na nich z perspektywy konsumenckiej, jako tych, którzy decydują o wydatkach domowych i kieszonkowym dla swoich pociech. Uczniowie zapewne spotykają się z oporem dotyczącym droższych produktów. Warto podczas spotkania podkreślić aspekty ekologiczne jak i ekonomiczne (kupowanie mniej ale lepszej jakości produktów czyli np. kupiona raz na jakiś czas dobra czekolada ze Sprawiedliwego Handlu zamiast kupowania co chwila produktów „czekolado podobnych”).

Część spotkania można poświęcić na dotychczasowe działania uczniów oraz ich rezultaty. Warto pochwalić się rodzicom w co zaangażowane są ich dzieci oraz jaki mają wpływ na społeczność szkolną, lokalną czy na media. Nie od rzeczy będzie zaprezentowanie szerszego kontekstu lokalnej kampanii „Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu” w postaci ogólnopolskiej kampanii „Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu”. Obejmuje ona miasta i wspólnoty religijne – niektórzy rodzice mogą zechcieć się w nie włączyć.

Na koniec spotkania warto zapewnić drobny poczęstunek składający się z własnej roboty ciasta ze składnikami ze Sprawiedliwego Handlu (czekolada, kakao, cukier, bakalie) oraz kawy i herbaty. Uczniowie mogą podzielić się z rodzicami wiedzą na temat pochodzenia poszczególnych produktów oraz zaprezentować korzyści jakie osiągają producenci dzięki udziałowi w ruchu Sprawiedliwego Handlu.

ZAMÓWIENIA PUBLICZNE I PRZETARGI W SZKOLE

Aby wprowadzić uczniów w iście rzecznicze działania, warto zaaranżować spotkanie z osobą odpowiedzialną za zakupy w szkole – intendentem zaopatrującym placówkę w niezbędne środki, materiały i narzędzia. Przed takim spotkaniem uczniowie powinni być przygotowani, by móc swobodnie zaprezentować ideę Sprawiedliwego Handlu oraz certyfikaty towarzyszące „sprawiedliwym” produktom. Do tego uczniowie powinni się przygotować, podobnie jak w przypadku debaty, do argumentacji za zakupami takich produktów dla szkoły. Przed spotkaniem z intendentem warto przećwiczyć takie spotkanie „na sucho” z nauczycielem – opiekunem działań na rzecz Sprawiedliwego Handlu, by wychwycić ewentualne wątpliwości i umiejętnie poradzić sobie z kontrargumentacją. Na takie spotkanie uczniowie powinni być przygotowani również wizualnie, warto im podpowiedzieć, by ubrali się tego dnia jak na oficjalne spotkanie. Prawdopodobnie taka rozmowa nie przyniesie od razu oczekiwanych zmian, ale najważniejsze jest to, by spróbować. Warto też podpowiedzieć intendentowi, że np. większe zamówienia są zwykle tańsze, więc np. warto zamawiać przez sklepy internetowe większe ilości towarów. Prawdopodobnym jest też, że to do dyrekcji należy ostatecznie słowo w kwestii realizacji zamówień, więc uczniowie będą musieli zaplanować również spotkanie z dyrekcją szkoły.

➤ Linki do hurtowni i e-sklepów z produktami Sprawiedliwego Handlu można znaleźć na stronie: www.fairtrade.org.pl/linki.php. Warto ten adres skopiować i wręczyć zarówno dyrekcji jak i intendentowi.

SKLEPIKI SZKOLNE I SPÓŁDZIELNIE UCZNIOWSKIE

W ramach budowania świadomości wśród społeczności szkolnej warto przemyśleć stworzenie spółdzielni uczniowskiej, a w jej ramach rozpoczęcia działalności sklepu uczniowskiego. Część działań rzeczniczych na rzecz zwiększenia dostępności produktów Fair Trade można skupić na istniejących sklepikach szkolnych. Jeśli sklepik jest prowadzony przez ajenta i szkoła nie ma większego wpływu na to, co jest w nim sprzedawane, warto przeprowadzić szkolne badanie na temat tego, co najczęściej się sprzedaje i zastanowić się, czy można by było wprowadzić „sprawiedliwe” odpowiedniki ulubionych produktów. Pomysłem może być zorganizowanie spotkania z agentem sklepu i rozmowa na temat produktów Sprawiedliwego Handlu oraz możliwości wprowadzenia ich do sklepu. Uczniowie mogą przygotować listę argumentów, dlaczego warto wprowadzić takie produkty i informację, gdzie można znaleźć dystrybutorów i hurtownie tego typu produktów. Warto jednak wcześniej przemyśleć kwestię, które z produktów uczniowie chcieliby mieć w sklepie i – co ważniejsze – które produkty będą kupować. Jeśli agent się zgodzi na wprowadzenie produktów Fair Trade, warto zrobić kampanię informacyjną w szkole, by zwiększyć zainteresowanie nimi i popyt na nie.

Konieczne należy zapoznać się z publikacją: *Produkty Sprawiedliwego Handlu w sklepikach szkolnych – jak je promować?*, Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”, Kraków 2014, www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/pobierz/materialy-do-druku

SPOTKANIA Z LOKALNYMI WŁADZAMI

Kolejną serią działań rzeczniczych mogą być spotkania z przedstawicielami lokalnych samorządów i administracji. Takie spotkanie będzie w odczuciu młodzieży zupełnie czymś innym niż spotkanie z dyrekcją, dlatego należy je szczególnie starannie zaplanować i przede wszystkim zastanowić się z uczniami, co będzie podstawą do zakomunikowania lokalnym władzom. Pomysłów na pewno jest kilka: młodzież może spróbować zachęcić polityków do rozpoczęcia lokalnej kampanii „Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” lub np. zwrócić się z zapytaniem o zwiększenie dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu w danej gminie czy w ogóle z zapytaniem o możliwość podejmowania przez gminę działań na rzecz Sprawiedliwego Handlu.

Warto przygotować na takie spotkanie krótką prezentację oraz argumenty w postaci wypowiedzi uczniów, którzy spróbują przekonać polityków/radnych do zalet wspierania idei Sprawiedliwego Handlu przez gminę. Na koniec spotkania można zaproponować poczęstunek z produktów Sprawiedliwego Handlu, podkreślając walory jakości, ochrony środowiska ekologii i tego jakie ma to przełożenie na rozwój lokalnych społeczności w krajach Południa.

Poniżej wzór pisma zapraszającego do działań na rzecz Sprawiedliwego Handlu:

Miejscowość, data

Do (imię i nazwisko przedstawiciela lokalnych władz)

Szanowny Panie/Szanowna Pani!

My, uczniowie z klasy ze szkoły(nazwa szkoły) w(miejscowość) pragniemy serdecznie Pana/Panią zaprosić na wydarzenie(tytuł wydarzenia), które odbędzie się (gdzie) (kiedy) (w jakich godzinach). Świadomi zależności globalnych we współczesnym świecie oraz posiadający wiedzę dotyczącą relacji handlowych między bogatymi krajami Północy, do których też należymy, a krajami globalnego Południa, pragniemy podzielić się z Panią/Panem tą wiedzą i zachęcić do podejmowania razem z nami lokalnych działań na rzecz bardziej sprawiedliwego, lepszego świata.

Prosimy o potwierdzenie przybycia do dn. (tu data)

Z poważaniem,

Uczniowie klasy ze szkoły

Pismo z prośbą o podejmowanie działań na rzecz SH:

Miejscowość, data

Do (imię i nazwisko przedstawiciela lokalnych władz)

Szanowny Panie/Szanowna Pani!

My, uczniowie z klasy ze szkoły(nazwa szkoły) w (miejscowość) stawiając pierwsze kroki w lokalnych działaniach zmierzających do poprawienia jakości życia w krajach Południa, wierzymy, że współpraca z lokalnym samorządem pomoże w upowszechnieniu idei Sprawiedliwego Handlu. Dlatego też zwracamy się z prośbą o podjęcie lokalnych działań na rzecz krajów Południa poprzez zwiększenie dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu w naszej gminie. Chętnie podejmiemy dyskusję w tej sprawie i zaznajomimy Panią/Pana z wiedzą na temat idei i certyfikatów Sprawiedliwego Handlu. Serdecznie zapraszamy do naszej szkoły (nazwa szkoły) w dn. by móc porozmawiać o wspólnych pomysłach na działanie.

Prosimy o potwierdzenie przybycia do dn. (tu data)

Z poważaniem,

Uczniowie klasy ze szkoły

➤ Więcej pomysłów działań na stronie:
www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/propozycje-dzialan-na-tydzien-edukacji-globalnej

PRZEPISY NA POTRAWY Z PRODUKTAMI SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

HUMMUS

Hummus – to pochodząca z Libanu potrawa popularna w kuchni arabskiej, znana również w kuchniach kaukaskich. Występuje w wielu wariantach. Jednym z nich jest zimna przekąska spożywana z chlebem pita. Zasadniczymi składnikami są zawsze ciecierzycy, ugotowana i utarta, zmiażdżony czosnek, tahini (pasta sezamowa), oliwa i sok z cytryny, przyprawy, niekiedy pietruszka oraz kmin rzymski, dokładnie razem wymieszane. Podstawowym składnikiem, który sprawi, że hummus będzie idealnie gładki i kremowy jest tahina. Można ją kupić w wielu sklepach z produktami kuchni arabskiej, sklepach ze zdrową żywnością i w internecie. Ten właśnie składnik oraz niektóre przyprawy można znaleźć wśród produktów Sprawiedliwego Handlu.

Składniki:

- 1 szklanka ciecioriki
- 3/4 szklanki (około 200 ml) tahiny
- 1/2 szklanka zimnej przegotowanej wody
- 1/4 szklanki oliwy
- 2-3 ząbki czosnku
- sok z 1/2 cytryny
- sól

Przyprawy dodatkowe:

- oliwa z oliwek
- oliwki
- zathar
- papryka czerwona słodka
- papryka chilli
- czosnek niedźwiedzi
- suszona pietruszka
- orzeszki piniowe
- bazyli
- kumin (kmin rzymski)
- chrzan

Ciecierzycę namocz w wodzie przez noc (około 10 h). Następnego dnia wypłucz ciecierzycę zimną wodą i ugotuj na miękko. Ciecierzycy powinna gotować się przez około 40-60 minut. Kiedy ciecierzycy jest idealnie ugotowana, pojedyncze ziarno z łatwością rozpada się w palcach. Można również użyć już ugotowanej ciecierzycy z puszki, powszechnie dostępnej w sklepach spożywczych. Wystarczy odsączyć ziarno z zalewy.

Cieciorkę odsącz, wypłucz w zimnej wodzie i przesyp do blendera kielichowego lub użyj zwykłego blendera.

Dodaj tahinę, czosnek i sok z cytryny.

Zacznij blendować (około 2 minuty).

Dodaj wodę.

Całość miksuj około 3-4 minuty.

Na koniec dodaj oliwę.

Dopraw solą do smaku.

Przełóż hummus do miski.

Polej oliwą z oliwek i posyp wybraną przyprawą.

Przepis pochodzi ze strony wegannerd.blogspot.com, informacje o hummusie: pl.wikipedia.org/wiki/Hummus

CIASTEczKO Z CHILI I CZEKOŁADĄ W SOSIE CZOSNKOWYM

Czekolada została sprowadzona do Europy przez Hiszpanów w 1519 roku. Jej podstawowy surowiec pochodzi z drzewa kakaowca (łac. *Theobroma*). Theobroma znaczy „pożywienie bogów”. Pomimo upływu setek lat, smak czekolady wciąż zachwyca i inspiruje. Najbardziej niesamowity w tym deserze jest moment rozcięcia go na pół, kiedy z wnętrza wypływa ciepła czekolada. Ten ciekawy egzotyczny przepis może przerażać połączeniem z pozoru niepasujących do siebie składników (czekolada, czosnek, cytrusy, chili), ale warto spróbować!

Składniki:

- 175 g czekolady deserowej
- 175 g masła
- 4 żółtka
- 75 g cukru pudru
- 75 g mąki
- 1 pomarańcza
- 1 grejpfrut
- 1 posiekane chili

Sos:

- 8 żółtek
- 75 g cukru pudru
- 300 ml śmietany 18%
- 300 ml śmietany 30%
- 1 główka czosnku pokrojonego w płátky

Masło i czekoladę umieszczamy w kąpeli wodnej i rozpuszczamy, mieszając do uzyskania jednolitej konsystencji. Studzimy do temperatury pokojowej. Z żółtek i cukru ucieramy kogel-mogel i dodajemy do niego masło czekoladowe. Bazę ciastka doprawiamy chili. Przesiewamy mąkę i łączymy z powstałym kremem. Małe foremki do pieczenia nacieramy masłem i wlewamy do środka masę. Pieczemy 8-9 minut w temperaturze 190°C.

Sos: z żółtek i cukru ucieramy kogel-mogel. W garnku gotujemy śmietanę i czosnek. Umieszczamy kogel-mogel w kąpeli wodnej i dodajemy powolutku mieszaną śmietanę (wyławiamy z niej płátky czosnku). Mieszymy energicznie, by jaja się nie ścięły. Gdy sos zgęstnieje, jest gotowy. Wystarczy położyć nim talerz, ułożyć na środku ciasteczko oraz ozdobić całość cząstkami pomarańczy i grejpfruta.

Przepis Josepha Seeletso z publikacji stowarzyszenia eFTe „Cook book”

BROWNIE

„Wybierając produkty Fair Trade wspieramy drobnych producentów w krajach globalnego Południa. Wybieramy lepsze warunki pracy i bardziej zrównoważone rolnictwo. Często tak mała decyzja jaką jest wybór czekolady może mieć globalny wymiar. To dla tego wybieram ten czysty, sprawiedliwy smak... gdy piekę moje Brownie.” (Ewa Karólewsk)

Składniki:

- 3 tabliczki gorzkiej czekolady
- 1 i pół kostki masła
- 150 g mąki (ok. 1 szklanki)
- ok. 2 i pół szklanki brązowego cukru
- 9 jajek
- opcjonalnie: dodatki do brownie – bakalie, suszone owoce...

Kształt brownie zależy od nas. W środku znaleźć mogą się różnej maści dodatki – od siekanych orzechów po suszone owoce. Ograniczeniem jest tylko nasza wyobraźnia. Czekoladę należy rozdrobnić. Najlepiej jeszcze zapakowaną uderzyć kilkakrotnie o blat (ew. możemy ją drobno posiekać). Przygotowujemy kąpiel wodną: miskę z pokruszoną czekoladą i masłem ustawiamy nad garnkiem z gotującą się wodą. Miksturę mieszamy do uzyskania jednolitej konsystencji. Pamiętajmy, by nie przegrzać czekolady, bo może się nieprzyjemnie zbrylić. Po połączeniu ściągamy z kąpeli. Mieszymy aż do uzyskania gładkiej masy. Po oddzieleniu białek od żółtek ubijamy pianę ze szczyptą soli i robimy kogel-mogel, do którego powoli dodajemy przesianą mąkę. Kolejnym krokiem jest połączenie ostygniętej czekolady z żółtkami i delikatne wkręcenie partiami piany, by ciasteczko nabrało lekko puchatej konsystencji. Przed wylaniem masy na formę należy posmarować ją masłem i oprószyć tartą bułką lub cukrem. Pieczenie trwa 15-20 minut w temperaturze 180 stopni.

Przepis Ewy Karólewskiej pochodzi z publikacji stowarzyszenia eFTe „Cook book”

MASŁO BANANOWE

Składniki:

- 1,5 kg bananów
- 3/4 kubka brązowego cukru, w tym 2 łyżki bardzo ciemnego
- sok z 2 limonek
- 1 łyżeczka cynamonu
- 1/2 łyżeczki kardamonu
- szczyptunia (dosłownie końcówka noża) chili w proszku
- szczypta imbiru
- szczypta soli

Banany obierz i obetnij końcówki. Pokrój na małe kawałki. W garnku wymieszaj pokrojone banany z cukrem, sokiem z limonki i przyprawami. Gotuj wszystko na małym ogniu. Często mieszaj, aż banany się rozpadną, składniki połączą się i powstanie gęsty mus. Można pomóc sobie blenderem i zmiksować składniki. Niech masa bulgota na małym ogniu od 20 do 30 minut. Często mieszaj drewnianą łyżką. Masło powinno być naprawdę gęste. Przełóż masło do 3/4 wysokości słoiczka. Sprawdź, czy nie ma bąbelków powietrza, a potem dobrze zakręć. Pasteryzuj 10 minut.

Przepis pochodzi z bloga wegannerd.blogspot.com, wegannerd.blogspot.com/2012/08/maso-bananowe.html

DODATKOWE INFORMACJE O SPRAWIEDLIWYM HANDLU

PUBLIKACJE

- Poptawski B., Szeniawska K., Gorzka czekolada, Polska Akcja Humanitarna, Warszawa 2013, www.pah.org.pl/nasze-dzialania/12/4418/gorzka_czekolada_nowa_publicacja_pah
- Hutchens, Anna (2009): Changing big business. The globalisation of the fair trade movement. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Jaffee, Daniel (2007): Brewing justice. Fair trade coffee, sustainability, and survival. Berkeley: University of California Press.
- Linton, April (©2012): Fair trade from the ground up. New markets for social justice. Seattle: University of Washington Press.
- Litvinoff, Miles; Madeley, John (2007): 50 reasons to buy fair trade. London, Ann Arbor, MI: Pluto.
- Lyon, Sarah (2011): Coffee and community. Maya farmers and fair-trade markets. Boulder, Colo.: University Press of Colorado.
- Nicholls, Alex; Opal, Charlotte (2005): Fair trade. Market-driven ethical consumption. London, Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Raynolds, Laura T.; Murray, Douglas L.; Wilkinson, John (2007): Fair trade. The challenges of transforming globalization. London, New York, NY: Routledge.
- Ruben, Ruerd (2009): The impact of fair trade. Wageningen, The Netherlands: Wageningen Academic Publishers.
- Sylla, Ndongo (2014): Fair Trade Scandal. Marketing Poverty to Benefit the Rich: Ohio University Press.
- Wright, Simon; McCrea, Diane (2007): The handbook of organic and fair trade food marketing. Oxford, Ames, Iowa: Blackwell Pub.
- www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/europejscy-konsumenci-chca-sprawiedliwego-handlu,86079.html
- *Produkty Sprawiedliwego Handlu w sklepikach szkolnych – jak je promować?*, Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”, Kraków 2014, www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/pobierz/materialy-do-druku
- *Sprawiedliwy Handel – mini-przewodnik dla uczestników kampanii promocyjnych*, spolecznosci.fairtrade.org.pl/pobierz/materialy-do-druku
- *Fair Trade czyli Sprawiedliwy Handel – przewodnik*, spolecznosci.fairtrade.org.pl/pobierz/materialy-do-druku
- *Zrównoważony rozwój, Sprawiedliwy Handel – przewodnik dla nauczycieli*, spolecznosci.fairtrade.org.pl/pobierz/materialy-do-druku/
- *Sprawiedliwy Handel i etyczna konsumpcja. Co to jest, jak o tym rozmawiać i uczyć. Przybornik edukacyjny. Sprawiedliwy Handel i etyczna konsumpcja w europejskim systemie edukacji. Praktyczny poradnik dla nauczycieli, edukatorów, liderów organizacji pozarządowych i aktywistów*, www.sprawiedliwyhandel.pl/web/quest/sprawiedliwy-handel-i-konsumpcja-etyczna-2

- *Jak zostać szkołą przyjazną Fair Trade?*, fairtrade.org.pl/materialy/publ_14_broszura_szkolaftp.pdf
- *Jak propagować sprawiedliwy handel. Podręcznik dla aktywistów*, fairtrade.org.pl/materialy/propagowanie-fairtrade.pdf.
- *Jak rozmawiać z młodzieżą o Sprawiedliwym Handlu i zmianach klimatycznych*, www.pah.org.pl/m/1275/Jak_rozmawiac_z_mlodziem_7-12-2010.pdf

MULTIMEDIA:

- Gra www.vartotojai.lt/en/fairtrade_game
- Krótkie filmiki edukacyjne www.vartotojai.lt/index.php?id=9322
- *Sprawiedliwi, aktywni, świadomi – budowa podstaw dla kampanii „Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” w Polsce*: www.spolecznosci.fairtrade.org.pl/projekt-sas-materialy-do-pobrania

SERWISY MIĘDZYNARODOWE I KRAJOWE:

- Międzynarodowy serwis Fair Trade Towns — www.fairtradetowns.org
- Wielka Brytania — www.fairtrade.org.uk
- Irlandia — www.fairtrade.ie
- Belgia (Flandria) — www.fairtradegemeenten.be
- Belgia (Walonia i Bruksela) — www.cdce.be
- Włochy — www.cittaequosolidali.it
- Szwecja — www.fairtradecity.se
- Australia — www.fairtrade.com.au
- Norwegia — www.fairtrade.no
- Kanada — www.fairtrade.ca
- Austria — www.fairtrade.at
- Hiszpania — www.ciudadjusta.org
- Finlandia — www.reilukaupunki.fi
- Holandia — www.fairtradegemeenten.nl
- Niemcy — www.fairtrade-towns.de
- Francja — www.territoires-ce.fr
- Nowa Zelandia — www.fairtrade.org.nz
- Luksemburg — www.fairtrade.lu
- Czechy — www.fairtrade-cesko.cz
- Polska — miasta.fairtrade.org.pl, szkoly.fairtrade.org.pl

INNE PRZYDATNE ADRESY

- www.fairtrade.org.pl/materialy.php
- www.fairtrade.org.pl/materialy-show-1.php
- www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/dla-nauczycieli
- www.ekonsument.pl/news-tags-sprawiedliwy_handel.php
- www.pah.org.pl/nasze-dzialania/53/wyszukiwarka_materialow
- www.efte.org.pl/biblioteka/publikacje
- www.teg.edu.pl
- www.globalnepoludnie.pl
- www.globalna.edu.pl
- www.vartotojai.lt/en/fairtrade_game
- www.mondo.org.ee
- www.fairtradovamesta.cz/english
- www.fairtradovamesta.cz/ft_skoly
- www.fairtrade-cesko.cz
- www.humanitas.si
- www.facebook.com/Fair-Trade-á-Íslandi
- fairtradeiceland.org
- befair.org
- www.fairtradeusa.org
- fairtradecampaigns.org
- www.fairtradetownsusa.org
- fairtradetowns.org
- schools.fairtrade.org.uk/resources
- schools.fairtrade.org.uk/sites/default/files/CS0493_F14_Schools_Guide_Secondary.pdf
- www.traidcraftschools.co.uk
- info.fairtrade.net/info-fairtrade-towns.0.html?&L=3

GDZIE MOŻNA KUPIĆ PRODUKTY SPRAWIEDLIWEGO HANDLU?

Linki do hurtowni i e-sklepów z produktami Sprawiedliwego Handlu można znaleźć na www.fairtrade.org.pl/linki.php. Warto ją skopiować i wręczyć zarówno dyrekcji jak i intendentowi oraz osobie odpowiedzialnej za zaopatrzenie sklepu szkolnego (agent). Listę miejsc stacjonarnych można znaleźć pod adresem ekonsument.pl/spacerownik. Listę marek odpowiedzialnych społecznie i ekologicznie można znaleźć tu: dobrezakupy.ekonsument.pl/.

Sprawiedliwy Handel w szkołach – jak go promować? Poradnik metodyczny

Kraków 2014

ISBN: 978-83-941118-1-6

Wydawca:

Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”

c/o Polska Zielona Sieć

ul. Sławkowska 12 oficyna II piętro, 31-014 Kraków

tel.: +48 603 363 721, fax: +48 12 431 28 08

e-mail: fairtrade@fairtrade.org.pl

www.fairtrade.org.pl

www.facebook.com/SprawiedliwyHandel

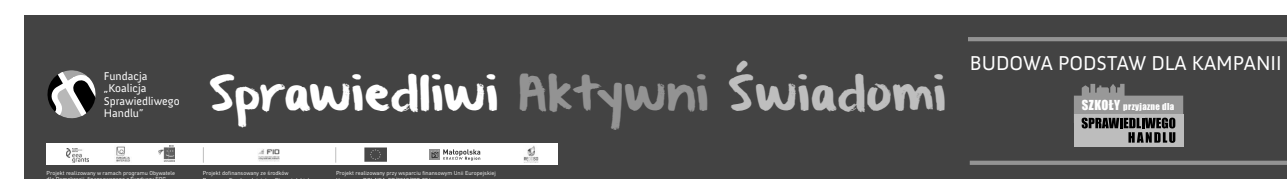
www.twitter.com/KoalicjaSH

lists.most.org.pl/cgi-bin/mailman/listinfo/lista_fairtrade

NIP: 6762469537

KRS: 0000473582

Regon: 122972740



Publikacja powstała w ramach projektu *Sprawiedliwi, aktywni, świadomi – budowa podstaw dla kampanii „Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” w Polsce* współfinansowanego z programu Obywatele dla Demokracji z Funduszy EOG w ramach projektu E2/1281, z Funduszu Inicjatyw Obywatelskich w ramach projektu 193_I/2014 oraz ze środków Województwa Małopolskiego otrzymanych z Unii Europejskiej w ramach projektu pod nazwą „Regiony na rzecz edukacji w zakresie zrównoważonego rozwoju i solidarności międzynarodowej” (REDDSO) na podstawie umowy nr IXA/651/EK/14.



we współpracy z Fair Trade a Island oraz następującymi organizacjami:



oraz ze szkołami, m.in.:

- Szkoła Podstawowa nr 7 w Głogowie
- Zespół Szkół Handlowych w Katowicach
- Zespół Szkół Ogólnokształcących nr 11 w Sosnowcu
- XIII LO w Krakowie
- Gimnazjum nr 6 w Jaworznie
- Gimnazjum nr 2 w Chojnowie
- Zespół Szkolno-Przedszkolny w Woli Radłowskiej
- Zespół Szkół nr 1 w Raciechowicach
- Gimnazjum z Oddziałami Integracyjnymi nr 75 w Krakowie
- Zespół Szkół Ogólnokształcących nr 18 w Krakowie

Publikacja bezpłatna – nie do sprzedaży!!!



Koalicja
Sprawiedliwego
Handlu

