

**REKLAMA I ZAKUPY****MATERIAŁY**

Kartki z napisami - wg wzoru, jak niżej.

OPIS ZADANIA

Prowadzący zapisuje na dużych kartkach dwa przeciwstawne twierdzenia i umieszcza je na dwóch przeciwległych krańcach pomieszczenia.

Reklama na mnie nie działa	Reklama ma wpływ na moje zakupy
---------------------------------------	--

Prowadzący prosi uczestników spotkania o zajęcie miejsca przy tych kartkach, na których napisana jest opinia bliższa ich poglądom. Utworzone w ten sposób grupy dyskusyjne przygotowują argumenty przemawiające za wybraną przez nie opinią.

Następnie prowadzący zachęca do konfrontacji racji i argumentów. Prowadzący ułatwia uczestnikom wymianę poglądów. Na zakończenie prosi osoby, które zmieniły zdanie, o zmianę miejsca. Ogłasza wynik debaty.

KONTYNUACJE

Z życia kury: zrób prezentację przedstawiającą, czym różni się hodowla kur w zależności od typu hodowli, na podstawie oznaczeń z opakowań (od 0 do 3). Zestaw tę relację z sielankowymi obrazkami, informacjami i hasłami reklamowymi z opakowań na jajka.

AKTYWIZACJE

- Opracuj pomysł happeningu wykształcającego krytyczny stosunek do reklamy u konsumentów. Zaprojektuj krótkie ulotki. Happening przeprowadź w jednym ze sklepów, supermarketów swojego miasta.
- Zaprojektuj scenariusz zajęć dla dzieci przedszkolnych, dotyczący zwiększenia dystansu do reklamy.

HIERARCHIE KRYTERIÓW DOKONYWANIA ZAKUPÓW, CZYLI CZYM KIERUJEMY SIĘ ROBIĄC ZAKUPY?

MATERIAŁY

Komplet dużych kartek. Komplety, dla wszystkich uczestników, małych karteczek z zapisanymi zdaniem – kryteriami, które bierzemy pod uwagę, kupując artykuły spożywcze - wg wzoru.

OPIS ZADANIA

I. Etap indywidualny

Prowadzący prosi uczestników o indywidualną pracę. Rozdaje uczestnikom komplety małych karteczek. Zadaniem uczestników jest:

- wybranie tylko tych kryteriów, którymi uczestnik faktycznie kieruje się podczas kupowania artykułów spożywczych,
- uporządkowanie karteczek w taki sposób, by utworzyły one romb (strukturę diamentu - jak na schemacie poniżej instrukcji).
- Następnie uczestnicy prezentują swoje własne rankingi kryteriów dokonywania zakupu artykułów spożywczych, starając się uzasadnić kolejność tych kryteriów w proponowanym przez siebie schemacie.

II. Etap dyskusji

W II etapie ćwiczenia prowadzący inicjuje dyskusję na temat zaprezentowanych rankingów diamentowych. Następnie dzieli uczestników na kilkusobowe grupy i prosi, aby grupy wybrały kryteria najbardziej korzystne dla zrównoważonego rozwoju.

Lista kryteriów, którymi kierujemy się przy kupowaniu artykułów spożywczych:

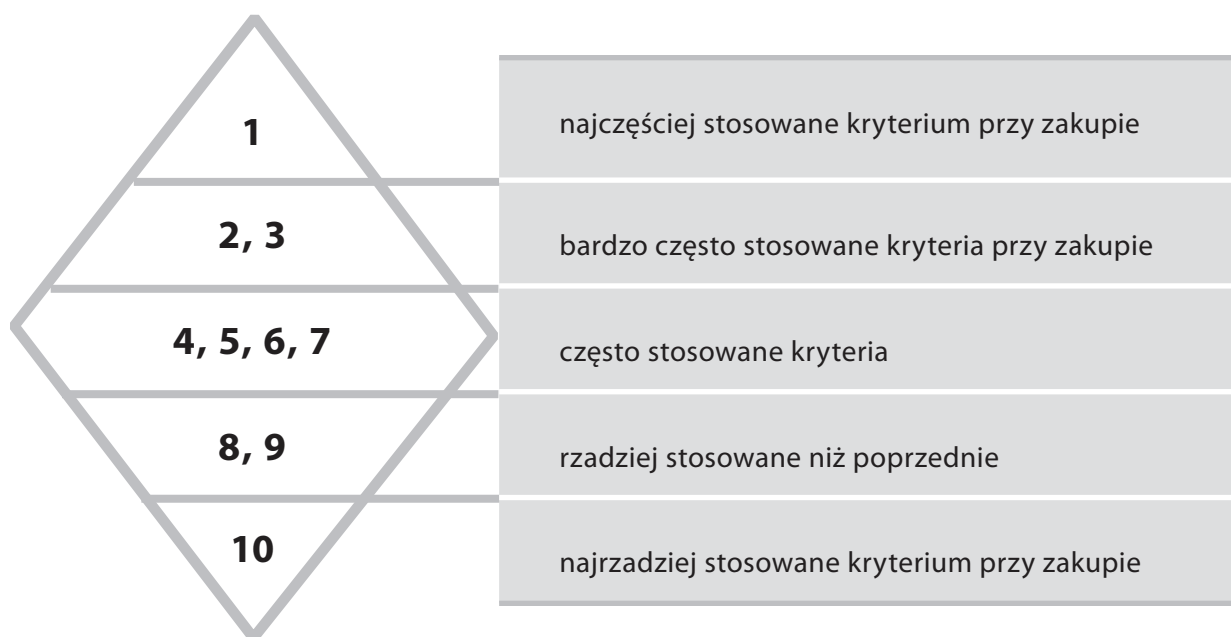
Kupując produkty spożywcze biorę pod uwagę:

przestrzeganie zasad poszanowania środowiska w procesie produkcji (certyfikat ekologiczny)	produkowanie żywności metodami ekologicznymi (certyfikat ekologiczny)
przestrzeganie przez producenta zasad uczciwej reklamy	przyzwyczajenie do kupowania tego produktu ze względu na sprawdzoną wysoką jakość
promocję produktu	czy jest on mi rzeczywiście potrzebny
reklamowanie produktu	to, czy kupują go moi znajomi
długi termin przydatności do spożycia	opakowanie mniej uciążliwe dla środowiska
skąd pochodzi produkt	czy składniki produktu są bezpieczne dla zdrowia



estetyczne, atrakcyjne opakowanie	niską cenę, by zaoszczędzić pieniądze
czy to co kupuję jest modne	jego wartość odżywczą
wysoką cenę, by mieć gwarancję, że produkt jest dobry	czy bezpośredni wytwórcy otrzymują godziwą zapłatę – czy towar posiada znak fair trade
jego smak	krótki termin ważności
...	...

Przykładowy schemat rankingu diamentowego



KONTYNUACJE

Zrób rozeznanie w najbliższym supermarkecie, skąd pochodzą sprzedawane tam warzywa i owoce. Zaznacz na mapie, jaką drogę musiały przejechać, by dotrzeć do polskiego sklepu. Oblicz przybliżoną ilość kilometrów każdego produktu. Przedstaw wyniki swoich dociekań w formie prezentacji.

JA I OGRANICZANIE ILOŚCI ODPADÓW PODCZAS ROBIENIA ZAKUPÓW*

MATERIAŁY

Tabela dla każdej grupy, wg wzoru.

OPIS ZADANIA

1. Prowadzący dzieli uczestników na małe grupy i prosi o uzgodnienie w grupach:
 - Co można zrobić, żeby zapobiec powstawaniu odpadów?
 - Jakie zachowania podczas robienia zakupów wpływają na ograniczenie ilości wytwarzanych przez konsumenta odpadów?
2. Po uzgodnieniu, uczestnicy wpisują propozycje do tabeli, w kolumnie pierwszej.

Zachowania, które wpływają na ograniczanie ilości wytwarzanych odpadów podczas robienia zakupów	Ocena zachowania, ze względu na korzyści dla środowiska płynące z wprowadzenia go w życie. Ocena w skali od 1 do 5	Ocena zachowania, ze względu na trudność wprowadzenia go przez Ciebie w życie. Ocena w skali od 1 do 5
np.: sprawdzenie, czy przedmiot jest trwały		
np.: upewnienie się, czy jego opakowanie może być powtórnie wykorzystane		

3. Prowadzący prosi, by uczestnicy indywidualnie ocenili, w skali od 1 do 5, korzyści dla środowiska płynące z zastosowania tego zachowania. Uczestnicy wpisują oceny w drugiej kolumnie tabeli.
4. Następnie prowadzący prosi, by uczestnicy indywidualnie ocenili, w skali od 1 do 5, stopień trudności wprowadzenia tych zachowań w swoje życie. Uczestnicy wpisują oceny w trzeciej kolumnie tabeli.
5. Prowadzący prosi uczestników o zapisanie na tablicy zachowań, które zostały wysoko ocenione jako korzystne dla środowiska, ale które są trudne do wprowadzenia w życie. Pyta o przyczyny tych trudności. Zachęca do zastanowienia się, w jaki sposób przyczyny pokonać.

AKTYWIZACJE

Zorganizuj konkurs w szkole na najbardziej „odjazdową” własnoręcznie wykonaną: wyszywaną, dzierganą, tkaną, malowaną torbę wielokrotnego użytku.

* W ćwiczeniu zastosowano tzn. metodę porządkowania propagowaną w programie „Ekologic!” Fundacji „The Keep Sweden Tidy”.



OGRANICZENIE ODPADÓW PODCZAS ZAKUPÓW – ALGORYTM OPAKOWAŃ

MATERIAŁY

Kartoniki z nazwami produktów w różnych rodzajach opakowań. Karta pomocnicza **Algorytm opakowań** w formacie A3.

OPIS ZADANIA

Każdy z uczestników losuje jeden kartonik z obrazkiem produktu. Ustala, w jakich opakowaniach sprzedawany jest ten produkt w sklepach. Nazwy tych opakowań zapisuje na kartce.

Wszyscy uczestnicy, korzystając z algorytmu opakowań, testują – odpowiadając na pytania algorytmu - wszystkie typy opakowań, w których sprzedawany jest wylosowany przez nich produkt.

Na zakończenie prowadzący inicjuje dyskusję na temat porównywania opakowań i stosowania kryteriów wyłaniania opakowań najmniej uciążliwych dla środowiska.

KONTYNUACJE

Utwórz obraz z owoców, ziół i traw - darów natury, inspirując się obrazem Arcimboldo. Analogicznie stwórz portret człowieka XXI wieku - konsumenta jednorazowych dóbr, korzystając z wybranych przez siebie materiałów (opakowania, produkty spożywcze, reklamy itp.). Nazwij swoje obrazy.

AKTYWIZACJE

- Zorganizuj, w porozumieniu ze stowarzyszeniem Nowa Idea, w swojej miejscowości, mieście, wsi Kampanię „Przyjazny sklep”. Zapewnimy nieodpłatnie szkolenie.
- W porozumieniu z zarządcą wybranego sklepu zorganizujcie, najpierw dla pracowników tego sklepu, później dla jego klientów kurs wybierania opakowań najmniej uciążliwych dla środowiska, korzystając oczywiście z algorytmu opakowań.

ETYKIETY

MATERIAŁY

Różne etykiety zebrane przez uczestników.

OPIS ZADANIA

Zaproponuj uczestnikom dokładne przyjrzenie się zebranych etykietom.

- Jakie są stałe elementy etykiet?
- Czego możemy się z nich dowiedzieć o produkcie?

Zbierz informacje i przedstaw je w czytelny sposób.

Jakich informacji będą szukały na etykietach następujące osoby:

- osoba na diecie,
- osoba, która ma cukrzycę,
- osoba z podwyższonym cholesterolem,
- mama z dzieckiem?

KONTYNUACJE

Znajdź etykiety zafałszowujące informacje poprzez reklamę, ilustrację niezgodną z zawartością, wprowadzające w błąd, nie podające pełnej informacji o produkcie lub podające zbyt mało informacji. Bądź krytyczny. Przygotuj prezentację z zebranych materiałów.

**HIPERMARKET – TARG – LOKALNY SKLEP****MATERIAŁY**

Tabela wg wzoru.

OPIS ZADANIA

Poproś uczniów o uzupełnienie poniższej tabeli.

Czym przyciągają hipermarkety?	Czym przyciągają targi?	Czym przyciąga lokalny sklep?

Zastanówcie się, jakie potrzeby starają się zaspokoić galerie handlowe i hipermarkety?

Jakie inne instytucje i miejsca istniejące w przestrzeni społecznej chcą one zastąpić?

Poproś uczniów o zastanowienie się, czy lokalne sklepiki oraz targi mają szanse przetrwania, a jeżeli tak, to pod jakimi warunkami?

AKTYWIZACJE

- Zrób mapkę lub prezentację pokazującą „pułapki”, czyli zabiegi marketingowe, na jakie supermarkety chcą „złapać” klienta, przywiązać do siebie, zachęcić do nieplanowanych zakupów. Skorzystaj z poniższej tabelki.



reklamami w środkach masowego przekazu, billboardami, ulotkami i gazetkami pod drzwiami naszych mieszkań	miejscami zabaw dla dzieci	sposobami ułożenia produktów na półkach
drogowskazami na trasach wjazdowych do miast	rozwiązaniem problemu przemieszczania się małych dzieci po dużej powierzchni – pchane pojazdy dla dzieci	zmieniącymi się układami segmentów, „działów”
bezpłatnym dojazdem autobusem z centralnych punktów miasta	food courtami – „placami jedzenia” ze stołami i krzesłami, punktami gastronomicznymi	muzyką, zapachami, kolorami, podświetleniami
strukturą budynku i wrotami centrum handlowego, przekroczenie których sprawia, że czujemy się jak w świątyni	wielkimi wózkami nobilitującymi konsumenta i małymi wózekkami nobilitującymi dziecko jako konsumenta	degustacjami
rozrywkami dla całej rodziny	otwieranymi bramkami regulującymi ruch	promocjami
kartami lojalności (zbieranie punktów) - nagrodami		

- Na jakie zmysły działa supermarket? Przedstaw to sugestywnie w postaci filmiku lub prezentacji.
- Jak można ominąć pułapki na zakupach, by uniknąć kupowania niepotrzebnych produktów i przedmiotów? Zaproponuj prezentację pokazującą ciekawe rozwiązania.
- Porozmawiaj ze sprzedawcami na pobliskim targu o tym, jak im się pracuje? Jakie mają trudności? Jak wygląda konkurencja z marketami? Czy targowiska przetrwają? Stwórz prezentację.

**ŚWIĘTA W SUPERMARKETACH****MATERIAŁY**

Lista niedokończonych zdań wg wzoru.

OPIS ZADANIA

Prowadzący prosi uczestników o utworzenie kręgu z krzeseł i zajęcie miejsc.

Korzystając z listy niedokończonych zdań, prosi po kolei uczestników o wskazanie numeru jednego spośród nich. Czyta to zdanie, a osoba, która je wybrała stara się szybko je dokończyć. Następnie prowadzący zachęca do rozmowy na temat:

- Jakie zachowania w święta są kształtowane i narzucane przez reklamę i handel?

Lista niedokończonych zdań:

1. **Zasiadanie przy stole podczas świąt Bożego Narodzenia jest**
.....
2. **Tradycja to dla mnie.....**
.....
3. **Święta Bożego Narodzenia kojarzą mi się z.....**
.....
4. **Kolędowanie w supermarketach**
.....
5. **Święta Bożego Narodzenia w kampaniach reklamowych**
.....
6. **Zabieganie o klienta w okresie Świąt Bożego Narodzenia**
.....
7. **Święta Bożego Narodzenia sprowadzone do „szaleństwa zakupów”**
.....
8. **Imprezy świąteczne organizowane przez centra handlowe w celu ich „uświetnienia”**
.....
9. **Wczesne pojawianie się w sklepach bożonarodzeniowych dekoracji**
.....
10. **Sposób wykorzystywania tradycji Świąt Bożego Narodzenia przez supermarkety**
.....
11. **Boże Narodzenie w centrach handlowych**
.....

KONTYNUACJE

- Stwórz prezentację zestawiającą święta: w Twoim domu/ w domu spokojnej starości/ osoby samotnej/ w schronisku dla osób bezdomnych/ na dworcu/ w domu dziecka, z wizją świąt proponowaną przez reklamy i handel. Jaki obraz świąt wyłania się z tych dwóch światów?
- Przeprowadź wywiad z babcią, dziadkiem lub inną starszą osobą. Czym różnią się obecne święta od tych zapamiętanych z ich dzieciństwa?

AKTYWIZACJE

- Zaprojektuj lub przygotuj dla swojej rodziny prezenty, których nie da się kupić w sklepie.
- Zorganizuj happening świąteczny, zachęcający konsumentów do powstrzymania się przed nadmiernym kupowaniem w Święta.



DZIEŃ BEZ KUPOWANIA?*

MATERIAŁY

Kartki ze stwierdzeniami, jak niżej.

OPIS ZADANIA

Prowadzący zapisuje na dużych kartkach dwa przeciwstawne twierdzenia:

**Warto organizować
Dzień bez kupowania**

**Nie warto organizować
Dnia bez kupowania**

Umieszcza je na dwóch przeciwległych krańcach pomieszczenia.

Prosi uczestników spotkania o zajęcie miejsca przy tych kartkach, na których napisana jest opinia bliższa ich poglądom. Utworzone w ten sposób grupy dyskusyjne przygotowują argumenty przemawiające za wybraną przez nie opinią.

Następuje konfrontacja racji, argumentów. Prowadzący ułatwia uczestnikom wymianę poglądów. Na zakończenie prosi osoby, które zmieniły zdanie, o zmianę miejsca. Ogłasza wynik debaty.

KONTYNUACJE

Przygotuj reklamę „Dnia bez kupowania” dla konsumentów w Twoim mieście/ wsi/ miejscowości, wyjaśniającą w atrakcyjny sposób ideę tego święta.

AKTYWIZACJE

Na dzień Ziemi przygotujcie kilka konsumenckich happeningów. Jeden z nich może polegać na przykład na tym, że kilkanaście osób w różnym wieku spaceruje pchając wózki na zakupy. Wózki są różnej wielkości. Dzieci pchają małe wózekzki, dorośli duże wózki.

KULTURA KONSUMPCYJNA

OPIS ZADANIA

Poproś uczestników o podanie przykładów infantyilizacji, dziecinnienia ludzi dorosłych i młodzieży.

- W czym infantylni dorośli są podobni do dzieci?
- Jakie wartości, zachowania są najważniejsze dla tych ludzi?
- Jak świat w reklamie sprzyja takim zachowaniom?
- Czym jest syndrom Piotrusia Pana?
- Jak scharakteryzujesz zjawisko odwrotne do infantyilizacji dorosłych, czyli presję na dzieciach, by zachowywały się jak dorośli? Podaj przyczyny takiego zjawiska.

Następnie podziel uczestników na grupy i poproś o scharakteryzowanie wartości najważniejszych dla współczesnej kultury. Porównajcie wyniki i przedyskutujcie je wybierając wspólnie najbardziej trafny zestaw. Zakończ dyskusją, jaki jest związek infantyilizacji z konsumpcyjnym stylem życia, potrzebą kupowania wciąż nowszych modeli?

KONTYNUACJE

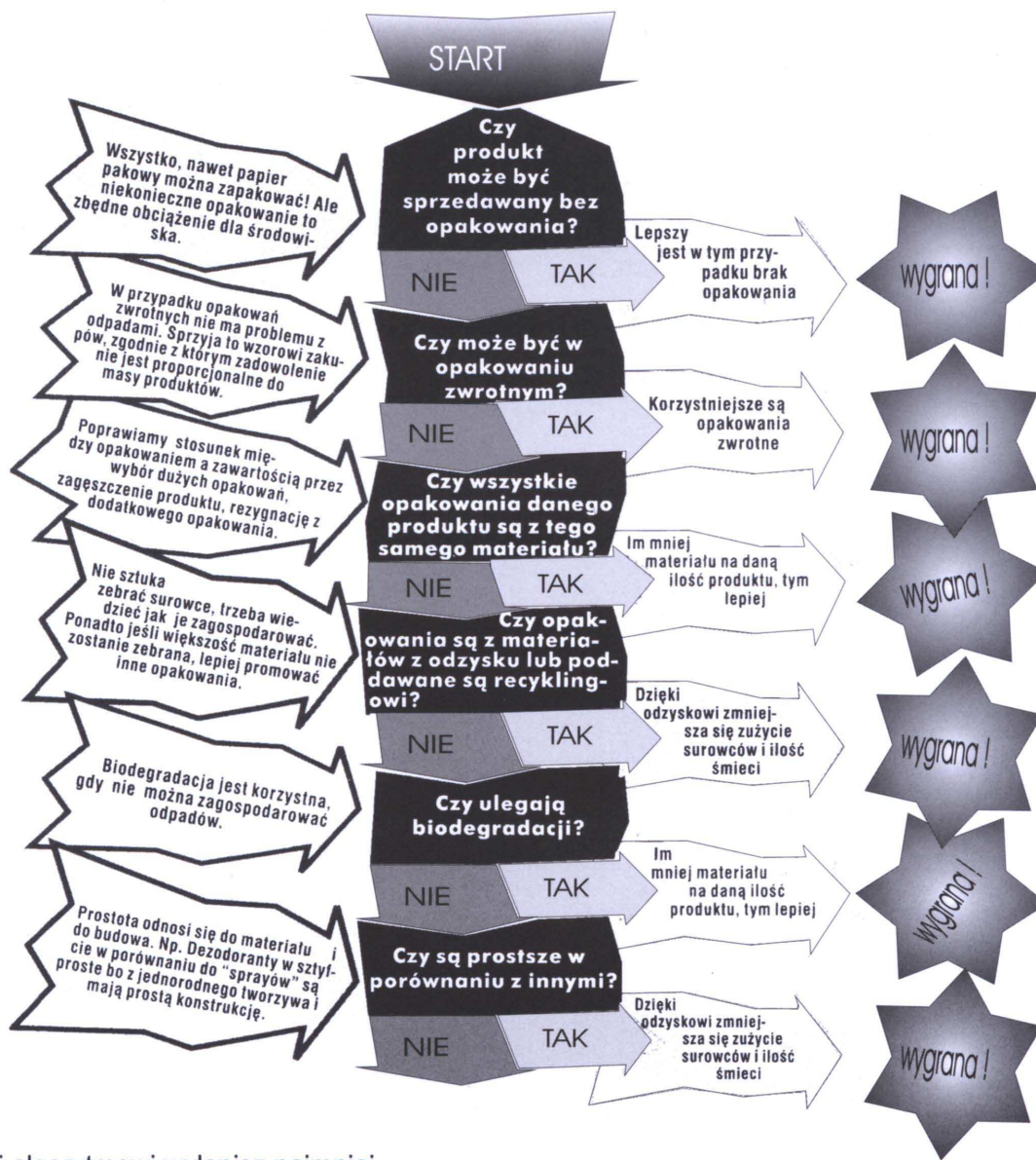
Przedstaw wizerunek człowieka współczesnego typu „play”. Porównaj z wizerunkiem człowieka z XIX wieku lub innej kultury (Afryka, Azja).

* W ćwiczeniu zastosowano tzn. metodę przeciwstawień propagowaną w programie „Ekologic!” Fundacji „The Keep Sweden Tidy”.

Kartoniki z produktami pakowanymi w różne rodzaje opakowań

 <p>mleko</p>	 <p>jogurt</p>	 <p>ser żółty</p>	 <p>masto</p>
 <p>herbata</p>	 <p>cukierki czekoladowe</p>	 <p>czekolada</p>	 <p>miód</p>
 <p>ołówek</p>	 <p>skarpetki</p>	 <p>rogal</p>	 <p>pasta do zębów</p>
 <p> płyn do mycia naczyń</p>	 <p>proszek do prania</p>	 <p>banany</p>	 <p>ogórki kiszone</p>

Algorytm opakowań



Dzięki algorytmowi wyłonisz najmniej uciążliwe dla środowiska opakowanie!

1. Wybierz produkt pakowany w różne opakowania.
2. Wskaż wszystkie opakowania, w jakie pakowany jest ten produkt.
3. Odpowiedz na kolejne pytania algorytmu.