







Priročnik za globalno učenje



SI DELČEK ISTEGA SVETA.

-  LAHKO POMAGAŠ OTROKU VARNO ODRASTI.
-  LAHKO PREPREČIŠ PODNEBNO KATASTROFO.
-  LAHKO SPREMENIŠ POGLED NA SVET.
-  LAHKO PREKINEŠ ZAČARANI KROG IZKORIŠČANJA.
-  LAHKO ZBRIŠEŠ MEJE MED DRŽAVAMI.
-  LAHKO UTRJUJEŠ MOSTOVE MED GENERACIJAMI.

Vsebina:

Predzgodba <i>Tudi ti si delček istega sveta</i>	3
O priročniku	4
Globalno učenje	6
Bombaž	9
Metodologija	20
Delavnice in razne druge aktivnosti	24
Namesto zaključka	37
Kako je vse skupaj povezano?	38
Viri	39

Naslov:

Priročnik za globalno učenje

Tudi ti lahko spremeniš pogled na svet

Avtor:

Rene Suša

Lektoriranje:

Mirjana Želježič

Uredništvo publikacije:

SLOGA - Platforma nevladnih razvojnih organizacij za razvojno sodelovanje in humanitarno pomoč, v sodelovanju s Slogino delovno skupino za globalno učenje

Produkcija:

IMAGO, oblikovanje Malvina Aurelia Lubec

Tisk:

MEDIUM d.o.o., Žirovnica

Naklada:

600 izvodov

Izdajatelj:

SLOGA - Platforma NVO za razvojno sodelovanje in humanitarno pomoč

Povšetova 37, 1000 Ljubljana, Slovenija

Telefon: +386 1 542 14 42

Faks: +386 1 542 14 24

Elektronska pošta: info@sloga-platform.org

Spletni strani: <http://www.TUDITI.si>

<http://www.sloga-platform.org>

ISBN 978-961-92335-1-1

Ljubljana, oktober 2008





PREDZGODBA

Tudi ti si delček istega sveta

Skupina slovenskih razvojnih nevladnih organizacij, združenih v platformo SLOGA, je obdobje predsedovanja Slovenije Evropski uniji obeležila s pripravo projekta 'Tudi ti si delček istega sveta.' Namen projekta je spodbuditi večje zanimanje za vključevanje tematik, ki se nanašajo na največje skupne izzive človeštva (kot so npr. odprava lakote in revščine, boj proti diskriminaciji, nepismenost, širjenje nalezljivih bolezni, migracije, varstvo okolja), v formalne in neformalne oblike izobraževanja.

S projektom želimo predvsem razširiti zavedanje o 'globalni solidarnosti', ki nas, kadar gre za izzive, ki zadevajo vse nas, zavezuje k angažiranemu skupnemu delovanju. V ta namen si prizadevamo za krepitev sodelovanja med posamezniki, civilno-družbenimi in vladnimi institucijami, pri čemer igra bistveno vlogo izobraževanje. Smo mnenja, da Slovenija nujno potrebuje nacionalno strategijo o globalnem učenju, ki bo omenjene tematike ustrezno umestila v sistem formalnega izobraževanja, saj je to eden najboljših načinov, kako doseči čim večje število ljudi, zlasti mladih.

Ker se zavedamo, da je v slovenskem jeziku na voljo le skromen izbor literature o globalnem učenju, smo se odločili, da pripravimo priročnik, ki je sedaj pred vami. V njem predstavljamo koncept globalnega učenja – njegov namen in vsebino, metodologijo ter nekaj praktičnih primerov, kako k tovrstnemu učenju pristopiti skozi aktivnosti in interaktivne delavnice. Te so zastavljene tako, da med udeleženci spodbujajo aktivno angažiranje, ne zgolj pasivno sprejemanje informacij.

Upamo, da nam bo s priročnikom uspelo približati idejo globalnega učenja čim širšemu krogu ljudi, ter da vam bodo predstavljeni metodologija in vzorčni primeri koristili pri vašem delu. Upamo tudi, da vas bo ta izkušnja spodbudila k razmišljanju o novih pristopih – tako vsebinskih kot metodoloških – k izobraževanju in učenju.



O PRIROČNIKU



ZAKAJ TA PRIROČNIK?

Vznemirljivi dogodki v zadnjih nekaj desetletjih vse bolj razblinjajo mit o prihodu obdobja sožitja, blaginje in miru, h kateremu naj bi človeštvo kot celota stremelo. Zgodovinske izkušnje so pustile le malo sledi v našem načinu razmišljanja in delovanja, saj je globalizacijskim procesom navkljub svet danes razdeljen bolj kot kdajkoli. Politične in ekonomske integracije, ki so postale trend, vodijo k vse večji regionalizaciji, hkrati pa pod krinko združevanja poglobljajo prepad med 'nami' in 'njimi'. Govorice o koncu zgodovine in propadu velikih ideologij se širijo z namenom utrjevanja intelektualne otopelosti, ki je edini porok vzdrževanja stabilnosti globalnega politično-ekonomskega sistema. Ta sistem iz dneva v dan pretresajo vse hujše krize, za njihovo razrešitev pa morda nihče več ne pozna odgovora. Človeštvo je bržkone edina živa vrsta na tem planetu, ki je sposobna popolnega samouničenja.

Kažipoti na cesti, po kateri korakamo, nas opozarjajo, da se hitro bližamo točki, s katere povratek ne bo več mogoč. Neusmiljena bitka za omejeno količino razpoložljivih naravnih virov se iz dneva v dan zaostrojuje. Naftni šoki in z njimi povezani konflikti so, čeprav aktualni, skoraj že del preteklosti. Pričenja se vojna za hrano in predvsem vojna za vodo. Okoljsko opustošenje planeta, ki smo si ga privoščili, sili milijarde ljudi po vsem svetu v obup in boj za preživetje. Svet pretresajo etnični konflikti, ki pod krinko verskih dogem in raznih nacionalizmov počasi preraščajo v spopad na globalni ravni. Problemov, ki pestijo človeštvo, s puškami in ograjami ne moremo rešiti. Izzivi so celoviti in zadevajo prav vsakega izmed nas, zato so potrebne tudi celovite rešitve in pripravljenost na sodelovanje. Kot je rekel eden največjih umov dvajsetega stoletja, katerega genialnost smo zlorabili v najbolj strahovite namene, Albert Einstein: "Problema ne more rešiti enaka miselnost, kot ga je ustvarila."

KAKŠNO MISELNOST TOREJ POTREBUJEMO IN KAKO JO RAZVITI?

Neštetokrat slišani moto: "Razmišljaj globalno – deluj lokalno!" zahteva od nas ponovni, temeljitejši premislek. Kaj pravzaprav pomeni 'razmišljati globalno'? Razmišljati globalno pomeni spoznavati in razumeti kompleksnost odnosov globalne soodvisnosti, predvsem pa razvijati budnost, ki nam omogoča, da delovanje teh procesov razberemo tudi v tako vsakdanjih opravilih, kot je jutranje umivanje zob pred ogledalom. Prav nobeno izmed dejanj, ki jih storimo, ni brez vpliva. Tok dogodkov, ki jih sprožamo tudi z najbolj trivialnimi malenkostmi, je praktično neustavljiv. Prav ta izjemna moč, ki jo imamo, a se je praviloma niti ne zavedamo, zahteva od nas visoko stopnjo odgovornosti – če se želimo izogniti nezaželenim posledicam.

KOMU JE PRIROČNIK NAMENJEN?

Priročnik je namenjen vsem, ki jih zanimajo drugačni pristopi k izobraževanju in učenju. Čeprav smo pri njegovih pripravi imeli v mislih predvsem učiteljice in učitelje, upamo, da je napisan na način, ki je dostopen in zanimiv tudi širšemu krogu posameznikov – drugim šolnikom, zaposlenim v nevladnem sektorju, izobraževalnih inštitutih in nenazadnje seveda tudi učencem, dijakom in študentom. V priročniku je koncept globalnega učenja predstavljen na primeru bombaža in z bombažem povezane tekstilne industrije, vendar njegove uporabnosti in kakovosti ni moč ovrednotiti zgolj s kvaliteto podanih dejstev, temveč predvsem z metodološkim pristopom, ki ga priročnik zagovarja in na praktičnem primeru tudi predstavi. Ogromne količine enciklopedičnega znanja so namreč tako v šoli kot tudi izven nje prosto dostopne vsem znanja željnim. Izziv, ki je pred nami, leži v tem, da vso razpoložljivo znanje povežemo v koherentno celoto, iz katere je razvidna vpletenost prav vsakega izmed nas v dogajanja po vsem svetu. Pri tem se moramo zavedati, da so vsi viri, iz katerih črpamo informacije, nujno vsaj do določene mere pristranski in parcialni. Prav zato je pomembno, da gre pridobivanje novega znanja v korak s sposobnostjo razvijanja kritičnega mišljenja in reflektiranja lastnih izhodiščnih stališč. Kot vsako drugo besedilo je tudi to, ki je pred vami, izrazito ideološko. Vsak učbenik in priročnik ima namreč za nalogo uporabnike naučiti razmišljati in delovati na povsem določen način. Tudi naš namen je takšen, zato želimo, da si potem, ko boste prebrali ta priročnik in morda kakšen pristop iz njega uporabili tudi v praksi, vzamete dovolj časa za razmislek o tem, kaj iz pričujočega besedila je moč spodbijati. Skratka, vabimo vas k polemiki s priročnikom.

Še napotek pred pričetkom branja: V priročniku ne boste našli rešitev za soočanje z globalnimi izzivi, kakor tudi ne odgovorov na številna vprašanja, ki jih slednji porajajo. Rešitve in odgovori naj izvirajo iz delavnic in aktivnosti, iz vašega lastnega dela in razmišljanja. V priročniku ne govorimo o tem, kako odpraviti lakoto in revščino, kako zaščititi okolje in kako se soočiti z družbeno-kulturno drugačnostjo in enako(pravno)stjo. Čeprav bomo govorili o primeru bombaža in tekstilne industrije, vam ne bomo razkrili, kakšna je povezava med vašo najljubšo majico in izginjanjem Aralskega jezera. Ničesar ne boste izvedeli o tem, kako odpraviti otroško delo na bombažnih poljih ali kako preprečiti brutalno izkoriščanje delavk in delavcev v t.i. švicfabrikah. Nasprotno, s tem priročnikom vas želimo povabiti, da sami – bodisi v skupinskih delavnicah, bodisi individualno – stopite na vznemirljivo pot raziskovanja in ukrepanja. Boste poskusili?



TUDI TI LAHKO POMAGAŠ OTROKU VARNO ODRASTI.



Šoloobvezni otroci na polju bombaža, vir: EJF

GLOBALNO UČENJE

KAJ JE GLOBALNO UČENJE?

Sam izraz globalno učenje oz. globalno izobraževanje je razmeroma nov. V Maastrichtski deklaraciji o globalnem izobraževanju (COE 2002: 2), ki jo je pripravil Vseevropski kongres o globalnem izobraževanju, je slednje opredeljeno kot krovni pojem, ki zajema naslednja področja: razvojno izobraževanje, izobraževanje o človekovih pravicah, izobraževanje o trajnostnem razvoju, izobraževanje za mir in preprečevanje konfliktov, ter medkulturno izobraževanje. Kongres je leta 2002 organiziral Center Sever – Jug Sveta Evrope, katerega članica je tudi Slovenija. V Maastrichtsko deklaracijo (ibid.) so avtorji zapisali:

"Globalno izobraževanje je izobraževanje, ki ljudem odpre oči in um za dojetje stvarnosti tega sveta in jih spodbuja za delovanje, ki vodi k svetu večje pravičnosti, enakosti in človekovih pravic za vse."

Globalno izobraževanje se razume kot izobraževanje, ki obsega razvojno izobraževanje, izobraževanje o človekovih pravicah, trajnosti, miru in preprečevanju spopadov ter izobraževanje o različnih kulturah, vse to pa so globalne razsežnosti izobraževanja o državljanstvu."

Izraz globalno učenje je tesno povezan s pojmom t.i. razvojnega izobraževanja oziroma izobraževanja za razvoj (development education). Mnenja o tem, ali sta ta pojma pravzaprav sinonima ali gre za dva različna koncepta, so deljena. CONCORD* je v okviru DE Foruma** leta 2004 predstavil svojo opredelitev razvojnega izobraževanja:

"Izobraževanje za razvoj je aktivni učni proces, zasnovan na vrednotah, kot so solidarnost, enakost, vključevanje in sodelovanje. Je proces, ki ljudem omogoča, da od osnovnega zavedanja o mednarodnih razvojnih prioritetah in trajnostnem človekovem razvoju preko razumevanja vzrokov in posledic globalnih problemov preidejo do lastne vključenosti in utemeljenega delovanja."

Izobraževanje za razvoj spodbuja popolno udeležbo vseh ljudi pri odpravljanju svetovne revščine in se bori proti izključevanju posameznikov in skupin. Na različne načine skuša vplivati na bolj pravične in trajnostne ekonomske, socialne, okoljske in na človekovih pravicah temelječe državne in mednarodne politike."

Kot lahko vidimo, se definiciji v marsičem prekrivata, slednja daje morda nekaj več poudarka razvojnim prioritetam, vendar izkušnje zadnjih let kažejo, da se pojem razvojnega izobraževanja počasi opušča, saj so razvojne politike pogosto predmet nesoglasij, sam izraz 'razvoj' pa ima – zlasti v državah s kolonialno zgodovino – pogosto negativen prizvok.

* CONCORD je skupno ime za Platformo evropskih razvojnih nevladnih organizacij (<http://www.concordeurope.org>).

** DE Forum oz. Development Education Forum je ime ene od treh stalnih delovnih skupin CONCORDA.

SVOJO OPREDELITEV IZOBRAŽEVANJA ZA RAZVOJ JE LETA 2008 PREDSTAVILA TUDI DELOVNA SKUPINA SLOGE*:

"Izobraževanje za razvoj razumemo kot koncept ali način podajanja zelo raznovrstnih razvojnih tematik in kot dolgoročen proces ozaveščanja posameznikov o razlikah med t. i. »razvitim« in »nerazvitim« svetom. Koncept opozarja na globalne teme, ki so pomembne za vse, a se jih pogosto premalo zavedamo (npr. revščina, ekološki problemi, človekove pravice), hkrati pa ljudi, ki živijo v t. i. nerazvitih delih sveta oz. v državah v razvoju ne želi videti kot žrtve, ki potrebujejo našo pomoč, ampak jih obravnava kot enakopravne partnerje, ki imajo svoje vire in intelektualni potencial.

Cilj izobraževanja za razvoj je ozaveščena, kritična in aktivna civilna družba, ki poskuša delovati v smeri pozitivnih sprememb, tako lokalno kot globalno, poleg tega pa predstavlja tudi možnosti in načine, na katere se človek lahko aktivira.

Razvoj programov izobraževanja za razvoj lahko dosežemo s smiselnim povezovanjem z organizacijami, ki v svojih izobraževalnih programih poudarjajo pomen razvojnega sodelovanja in osveščajo o razvojnih vprašanjih (v izobraževalnih institucijah, na javnih dogodkih in prireditvah, v medijih itd). To pomeni večje zanimanje za prostovoljno delo, hkrati pa izboljšanje kvalitete programov razvojnega sodelovanja in izobraževanja za razvoj:

- *z bolj sistematičnim podajanjem razvojnih vsebin, povezanih s prostovoljskim projektom v državah v razvoju, na pripravljajalnih seminarjih za prostovoljce;*
- *z vključevanjem prostovoljcev in razvijanjem programov izobraževanja (v pošiljajoči oz. kakšni drugi organizaciji) za razvoj po vrnitvi s prostovoljnega dela;*
- *s podporo organizaciji pri organizaciji in izvedbi lastnih pobud akcij osveščanja o razvojnih vprašanjih, podajanju izkušenj ter drugim vrstam vključevanja v aktivnosti, povezanimi z razvojnimi tematikami."*

Čeprav je še zmeraj kar nekaj razlik v terminologiji, ki jo uporabljajo posamezne države in organizacije, se besedno zvezo 'izobraževanje za razvoj' vse bolj dosledno opušta v prid 'globalnemu učenju'. Raba izraza 'razvoj' počasi izginja, ne zgolj zaradi že omenjenih težav s kolonialno zgodovino in začrtano unilinearnostjo družbenega in ekonomskega razvoja (vse družbe naj bi sledile industrijski in postindustrijski družbenoekonomski paradigmi zahodnih držav), temveč tudi zato, ker je na neki način izključujoč in implicira prioriteto ekonomskih razvojnih tematik. Koncept globalnega učenja naj bi to usmeritev v marsičem presegal. Tudi sam pojem 'izobraževanje' se počasi umika, saj se globalno učenje dojema kot vseživljenjski proces, ki ni vezan zgolj na oblike formalno-institucionalnega izobraževanja, čeprav je seveda šolskemu sistemu namenjen poseben poudarek.

V domala vseh evropskih državah, kjer se je pojavilo zanimanje za globalno učenje, razvoj slednjega ne poteka zgolj v okviru uradnih sistemov izobraževanja. Prav nasprotno, razna civilno-družbena gibanja ter nevladne organizacije so med prvimi opozarjale, da je za doseganje bolj uravnoteženega, strpnega in vzdržnega bivanja na tem planetu, potrebno o globalnih izzivih najprej seznaniti čim večje število ljudi. Aktivistične kampanje so se izkazale za preveč nepovezane in partikularne, saj pogosto izpostavljajo le tiste izmed izzivov in problemov, ki so trenutno aktualni. Kampanje praviloma ne ponujajo niti celovitih informacij, kaj šele celostnih pristopov k rešitvam.

Razumljivo je namreč, da se večina teh gibanj in organizacij ukvarja predvsem s svojim specializiranim področjem delovanja, kar pogosto otežuje razvoj celostnih pristopov. Uspešnost in prodornost posameznih kampanj ter njihova medijska pokritost narekujejo določene 'modne smernice' med globalnimi izzivi. Včasih je popularna revščina, kdaj drugič pravice žensk, nekaj let vse skrbi ozonska luknja, nato primat prevzamejo toplogredni plini. Trenutni hit so klimatske spremembe in medkulturni dialog.

Gotovo je res, da določena časovna obdobja zaznamujejo povsem specifični izzivi, kot so: dolžniška kriza, HIV/AIDS, ozonska luknja itd. Razumljivo je tudi, da se v spopadanje z njimi pogosto vloži več truda in energije, kot v druge, ki se trenutno zdijo manj nujni. Vendar nas to ne sme odvrniti od tega, da poskušamo razvijati celostni model učenja, razmišljanja in delovanja, ki dolgoročno vodi k odpravljanju vzrokov za nevzdržno stanje, s katerim se trenutno soočamo. Namesto, da poskušamo le blažiti simptome, se moramo lotiti iskanja vzrokov za nastanek bolezni. Spoznanje o tem vodi v razvijanje koncepta globalnega učenja. Znanje in zavedanje o globalni prepletenosti ter lastni vključenosti vanjo sta temelj, na katerem lahko pričnemo graditi novo globalno družbo; takšno, ki se bo sposobna soočiti z dejstvi, pred katerimi si sicer tako vztrajno zatiskamo oči.

KAKO SE GA LOTITI?

Vprašanje, kako pristopiti k dejanskemu izvajanju globalnega učenja (zlasti v šolah), je gotovo eno najtežjih, s katerimi se delavke in delavci na tem področju soočamo. V primerjavi s klasičnimi načini podajanja znanja v obliki ex cathedra predavanj je namreč mnogo bolj zahtevno, tako za tiste, ki učenje izvajajo, kot za tiste, katerim je namenjeno. Sam koncept globalnega učenja je namreč utemeljen na izraziti interdisciplinarnosti ter interaktivnosti. Odnos poučevalec – učeči oz. učitelj – učenec je povsem spremenjen. Poučevalec namreč ne nastopa več v vlogi absolutne avtoritete. V njegovo znanje se dvomi, njegove trditve se nenehno postavljajo pod vprašaj. Njegova vloga se iz posredovalca znanja preusmeri bolj v vlogo organizatorja učenja in moderatorja debate vseh sodelujočih.

To seveda ne pomeni, da se zmanjša pomen vrednosti njegovega strokovnega znanja. Prav nasprotno, od poučevalca zahteva neprekinjeno nadgrajevanje lastnega znanja, in to ne zgolj s področja njegove poklicne specializacije, temveč tudi iz drugih, bolj ali manj sorodnih področij. Ker je razumljivo, da je izpopolnjevanje v tem smislu neskončen in izjemno kompleksen proces, je za poučevalca tovrsten pristop mnogo zahtevnejši. Pri organiziranju in samem poteku učenja mu je lahko pogosto v nemajhno pomoč znanje drugih udeležencev – učečih.

Da bi udeležencem omogočili produktivno sodelovanje v učni skupini, je potrebno ob razvijanju koncepta globalnega učenja razvijati tudi nekatere z njim povezane sposobnosti udeležencev učnega procesa. Med njimi izstopajo: razvijanje kritičnega mišljenja in sposobnost argumentiranja, razvoj družbenih veščin, ki omogočajo delo v skupni, ter samostojno preverjanje informacij in razumevanje pomena pluralnosti virov. Kot nemara ključno lastnost lahko izpostavimo še razvijanje empatičnih sposobnosti, ki nam omogočajo uživanje v položaj drugega in vpogled, ki presega naše osebne miselne okvire. Te lastnosti so ključne za kakršnokoli poglobljeno razumevanje, zlasti pa za motivirano delovanje. Približno polovico prostora v tem priročniku smo namenili predstavitvi vzorčnih primerov interaktivnega skupinskega učenja, ki poudarjajo razvijanje novih sposobnosti opazovanja in reflektiranja povsem vsakdanjih stvari, ter preseganje opazovanja globalnih povezav zgolj iz lastnega zornega kota.

TEORIJA IN PRAKSA

Izkušnje drugih držav kažejo na dva možna pristopa k izvajanju globalnega učenja v sistemu formalnega izobraževanja: Lahko se odločimo za razvijanje modela, v katerem je globalnemu učenju namenjen poseben časovni okvir - ali znotraj posameznih predmetov ali kot samostojni predmet (podobno kot 'državljska vzgoja' ali 'etika in družba'). Druga možnost pa je, da celotnemu vzgojno-izobraževalnemu sistemu dodamo neke vrste 'globalno dimenzijo' oz. globalni pogled. Ker smo v Sloveniji v tem oziru še povsem na začetku, je odločitev danes še povsem odprta. Mnogo zahtevnejši in hkrati tudi mnogo učinkovitejši je po našem mišljenju seveda drugi pristop. Naš pomislek glede prvega pristopa se navezuje na njegovo učinkovitost: Kaj lahko doseže uvajanje posebnega predmeta ali določenega števila ur znotraj izbranih predmetov, če se ta vsebina ne povezuje s sicer pridobljenim znanjem? Nepovezanost učnih načrtov med posameznimi predmeti je pereč problem sam po sebi in gotovo ni smotno še dodajati k vsesplošni zmedi.

Ker se zavedamo realnih omejitev, s katerimi se soočamo pri delovanju znotraj zastavljenih učnih načrtov, smo v priročniku poskušali predstaviti metode, ki jih je mogoče uporabiti tako pri samem pouku pri določenih predmetih (geografija, zgodovina, državljanska vzgoja, filozofija, tuji jeziki) kot tudi pri aktivnostih izven učnega načrta – v okviru izvajanja obveznih izbirnih vsebin ali ob drugih posebnih priložnostih.

Predstavljene delavnice in aktivnosti so seveda uporabne tudi izven šolskega konteksta. Vse morda niso primerne za vse starostne skupine, vendar jih je večino mogoče brez večjih težav vključiti tudi v izobraževanje odraslih.

ČESA V TEM PRIROČNIKU NI:

Ena od ključnih pomanjkljivosti tega priročnika je v tem, da se zgolj površinsko dotakne problematike osebnega oz. osebnostnega razvoja. Le malo besed smo namenili vprašanju etike in posameznikovega pogleda na svet. Razumevanje globalne soodvisnosti in lastne vloge v njej namreč ne vodi nujno tudi v aktivno in odgovorno delovanje. Prepreke na tej poti so lahko povsem psihološke narave, lahko so posledica družbenega pritiska in vpliva družbenega okolja ali kateregakoli izmed številnih drugih dejavnikov. Ta priročnik je le prvi korak. Ponuja metodologijo učenja, ki je vezana na celostno razumevanje posameznih izzivov in predstavlja nekaj zanimivih dejstev z izbranega primera. Upamo, da smo z njim spodbudili zanimanje za dogajanja na globalni ravni, ki jih skupaj oblikujemo, in upamo, da je to besedilo skromen uvod v povsem novo obdobje izobraževanja in učenja.



BOMBAŽ

KDO JE NAPRAVIL VIDKU SRAJČICO?

V vsem dobro znani pravljici Frana Levstika se Vidku, najmlajšemu izmed sedmih otrok revne vdove, nekega poletnega dne strga edina srajčica, ki jo je imel. Prijaznim živalim, ki ga vidijo, kako gol hodi po svetu, se Videk zasmili in vsaka od njih mu na svoj način želi pomagati. Ovčka mu da nekaj svoje volne, trnov grm mu volno izmiče (prečeše), pajek stke blago, rak ga razreže in ptička ga sešije. Ko dobi Videk svojo čudovito novo srajčico, jo ves vesel odnese pokazati svojim bratom, sestram in mami. Čeprav je povest o Vidku le lepa pravljica, pa se v njej – kakor se za dobre pravljice tudi spodobi – skriva marsikatero zrno resnice. Zgodba o Vidku in njegovi srajčici je v svojem jedru namreč zgodba prav vsakega izmed nas: Čeprav nihče med nami praviloma ne hodi gol, saj imamo oblek pogosto še preveč, so v zgodbo vsakega kosa naših oblačil vtkane niti usode nešteti ljudi z vsega sveta.

Vidkova srajčica je narejena iz volne, večina naših oblačil pa iz bombaža. Toda bombaž ne raste na naših tleh. Preden se puhasta kepica vate spremeni v majico ali par kavbojk – vsakdanjo uniformo mladih -, mora prepotovati ves svet, in se na tej poti srečati z mnogimi pari rok. Prav zato smo za vzorčni primer prikaza globalne soodvisnosti izbrali bombaž. V obliki oblačil in drugih izdelkov je prisoten tako rekoč povsod, o njegovem izvoru in delu številnih rok, ki so se ga dotaknile, pa praviloma ne razmišljamo skoraj nikoli. Tekstilni izdelki iz bombaža so del našega vsakdana, tako kot kruh, voda ali elektrika, zato jih dojemamo kot nekaj povsem samoumevnega in nevrednega naše pozornosti. A kot bomo videli, temu še zdaleč ne bi smelo biti tako. Zgodba o bombažu je zgodba o življenju ljudi iz kulturno zelo pestrih okolij, zgodba o trdem delu na poljih in v tovarnah, zgodba o velikih strojih in opustošenih pokrajinah, o grozečih spopadih za vodo in bojnih strupih, o vsiljivih marketinških kampanjah in izkoriščanih delavcih, a tudi zgodba o nas, nevednih in nezainteresiranih potrošnikih. Začnimo na začetku.

BOMBAŽ - INFORMACIJE IZ OZADJA

IZVOR IN ZGODOVINA

Bombaž sodi med najstarejše kulturne rastline. V Aziji in Srednji Ameriki so ga gojili že pred več kot 5000 leti (Ikisan 2008), nekateri raziskovalci pa menijo, da so našli sledi, ki dokazujejo, da so bombaž na ozemlju današnjega Sudana gojili že pred 12.000 leti. Čeprav v naravi divji bombaž zraste v do deset metrov visoko drevo (je sorodnik baobaba), se za pridelavo uporabljajo manjši, meter ali dva visoki grmički, ki jih je potrebno vzgojiti vsako leto znova. Najstarejše kose tkanine, izdelane iz bombaža, so našli na bregovih reke Ind. Arheologi domnevajo, da se je njegova uporaba od tam razširila do Mezopotamije. V času osvajanj Aleksandra Velikega (4. st. pr.n.š.) se je že pričela razvijati tudi trgovina z bombažnimi tkaninami, ki je segala vse do Rima. Mednarodna trgovina z bombažem pa se je zares razcvetela šele po odkritju morske poti v Indijo (Cotton Counts n.d.).

LADJE IN ČOLNIČKI

Večina trgovine z bombažem in tekstilnimi izdelki je bila sprva v rokah portugalskih pomorščakov in je potekala po morju. Za dragocene dobrine pa so se kmalu pričele zanimati tudi druge države, zlasti Francija in Anglija in podoba trgovine se je kmalu povsem spremenila. Temu ni botrovalo le tekmovanje evropskih držav za nove kolonije in surovine, temveč predvsem tehnološke iznajdbe, ki so omogočile drastično povečanje proizvodnje tekstila. Leta 1733 je John Kay iznašel t.i. plavajoči čolniček, ki je v povezavi z drugimi izboljšavami vodil do nastanka industrijskih predilnic bombaža. Veliki, na pol avtomatizirani kolovrati in statve, so povzročili ogorčenje med delavci v tekstilni industriji, zlasti v Angliji. Več jeznih delavcev je vdrlo v nekaj tovarn in pričelo razbijati stroje, saj so bila ogrožena njihova delovna mesta. Nove iznajdbe so namreč zmanjšale potrebo po razpoložljivi delovni sili, hkrati pa so močno povečale sam obseg proizvodnje, kar je pomenilo, da je cena predivu in tekstilu kmalu strmo padla.

Nove tovarne so zahtevale vedno več surovin (bombaža) in tiste evropske države, ki jim je z industrijsko proizvodnjo uspelo doseči kakovost izdelkov, primerljivo z izdelki indijskih rokodelcev, so prenehale s trgovino. Le Anglija je preko East Indian Company še trgovala z Indijo. Vendar angleške ladje v svojih skladiščih niso več prevažale tekstila in oblačil, temveč le še surov bombaž. Indija, Kitajska ter ameriške kolonije so bile pomemben vir bombaža. V 18. stoletju je bombaž prevzel primat med tkaninami v Evropi in na tem mestu izpodrinil volno in lan. Do konca 19. stoletja so večino bombaža v Evropo že uvozili iz Amerike, kjer je bil cenejši, saj so ga pogosto pridelovali sužnji. Na višku proizvodnje je v Združenih državah na poljih bombaža v nemogočih razmerah delalo 1,8 milijona sužnjev (West n.d.).

Indija se je spremenila v največji trg za britanske tekstilne izdelke. Posledice za domače proizvajalce so bile usodne in ni presenetljivo, da je Mahatma Gandhi za simbol indijskega boja za politično in ekonomsko neodvisnost izbral prav kolovrat.

A suženjstvo in družbeno ter ekonomsko opustošenje posameznih držav še zdaleč niso le stvari preteklosti. Vsi ti problemi so še kako prisotni tudi danes, le da se dogajajo v delih sveta, ki so od nas bolj ali manj oddaljeni. Zgodba o trgovini z bombažem v novem tisočletju se bere kot kriminalka, s tisoči vpletenih igralcev in z mrežo spletk in povezav, ki prepletajo ves svet. Od napetega romana jo ločuje le to, da ni izmišljena in da se dogaja prav tukaj, pred našimi očmi, zaprtimi z vrati garderobne omare.

KRALJ BOMBAŽ

"Kaj bi se zgodilo, če tri leta nihče ne bi dobavljal bombaža? Anglija bi se zrušila v prepad in s seboj potegnila ves civiliziran svet. Ne, z bombažem si ne drznete bojevati! Ni sile na Zemlji, ki bi si mu drznila napovedati vojno. Bombaž je Kralj!"

James Henry Hammond, 1858

Čeprav je ta izjava senatorja Južne Karoline stara že 150 let (West n.d.), v veliki meri drži še danes. Do pričetka široke proizvodnje sintetičnih vlaken v 70-ih letih prejšnjega stoletja je bil bombaž nesporen kralj med vlakni. Danes se sicer najpogosteje uporabljajo sintetična vlakna (več kot 50 %), vendar je bombaž še zmeraj izjemno pomembna surovina, saj ima kar 40 % tržni delež, kar je daleč več kot vsi drugi viri naravnih vlaken skupaj. Ob tem pa je potrebno poudariti zlasti raznovrstnost njegove uporabe: ob besedi 'bombaž' najprej pomislimo na majice, srajce, hlače in druga oblačila. Nato se spomnimo, da bombaž najdemo še v nepregledni množici drugih izdelkov, kot so ušesne paličice, gaze, povoji, prevleke, ipd. Kaj pa denar, embalaža, vetrobranska stekla, fotografski filmi, laki, zobna krema in električni aparati? Le malokdo ve, da vsi ti izdelki in še številni drugi vsebujejo bodisi bombaževa vlakna, bodisi druge sestavine, ki jih najdemo v kratkih semenskih vlaknih, recimo viskozo (UNCTAD n.d.).

GOJENJE BOMBAŽA

1 MONOKULTURE

Polja z monokulturami so veliki nasadi, kjer gojijo samo eno vrsto rastlin. Za preprečevanje razmnoževanja škodljivcev se uporabljajo pesticidi, saj le-ti predstavljajo veliko nevarnost za pridelek. Ker lastniki polj pogosto sadijo hibridne vrste (ki dajejo večji pridelek, a potrebujejo tudi precej več vode), se danes porabi tudi do 29.000 litrov vode za en sam kilogram surovega bombaža.

2 CVET

Bombaž cveti z lepimi, velikimi cvetovi, ki med zorenjem spreminjajo barvo. Najprej so beli, potem pa postanejo rdeči ali rumeni. Podobni so cvetovom hibiskusa.

3 LETALA IN ŠKROPILNICE

Tam, kjer bombaž raste na velikih nasadih, ga škropijo z letali. Veliko strupov se znajde v vodi in jo onesnaži. Kjer so polja manjša ali pa si ne morejo privoščiti škropljenja z letali, škropijo z ročnimi škropilnicami. Ker delavci nimajo ustrezne zaščite, jih večina kmalu zboli za boleznimi dihal. Njihova povprečna življenjska doba je 35 let.

4 GRM IN POPEK

Bombaž se razvija v cvetnem popku. Ko se popek razpre in posuši, je rastlina zrela za obiranje.

5 DELO NA POLJIH

V preteklosti so bombaž ročno obirali sužnji iz Afrike. Tudi danes mnogo ljudi dela v suženjskih razmerah. Med njimi so tudi otroci, ki morajo ponekod dnevno nabrati tudi do 40 kg bombaža.

6 STROJI ZA OBIRANJE

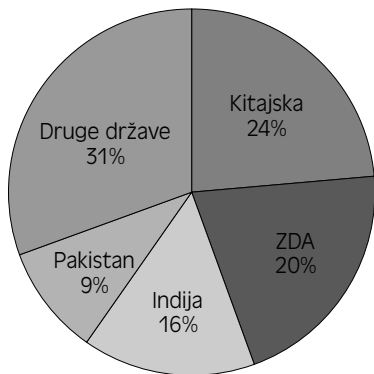
V državah, kot so ZDA, bombaž obirajo s stroji, ki so podobni kombajnom. Listje in veje gredo v stroj skupaj z bombažem; da jih lažje ločijo, uporabljajo posebne kemikalije.

7 ODSTRANJEVANJE SEMEN

Preden bombaž pošljejo v predilnico, je potrebno iz njega odstraniti semena. Bombaž nato stisnejo in pripravijo za prevoz in skladiščenje.

8 BOMBAŽNA NITKA

Bombaž najprej pobelijo, očistijo in prečešejo. Po beljenju dodajo še druge kemikalije, s katerimi ga obarvajo. Vsi ti kemični dodatki so izjemno strupeni in ogrožajo zdravje delavcev.



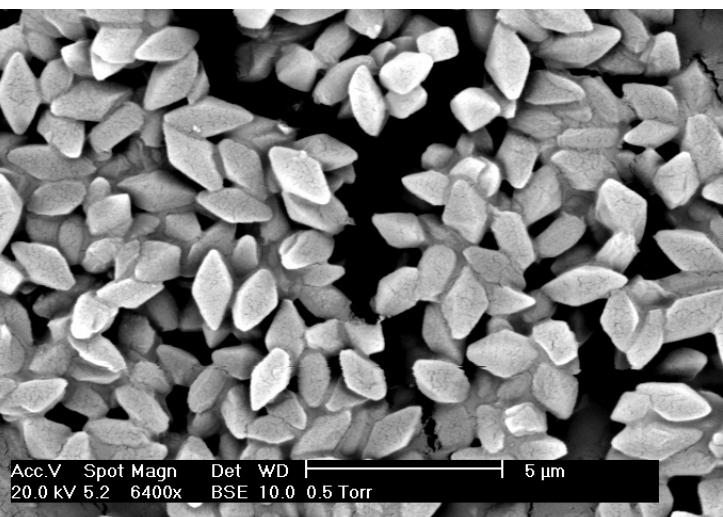
Bombaž – tržni deleži, vir: PBS 2007



Stroj za obiranje bombaža, vir: USDA



Letalo za škropljenje polj, vir: USDA



Bacillus thuringiensis, Jim Buckman, vir: USDA, UNCTAD

Čeprav bombaž gojijo v približno stotih državah, imajo štiri največje proizvajalke (Kitajska, ZDA, Indija in Pakistan) približno 2/3 tržni delež.

Način proizvodnje se od države do države zelo razlikuje. V Združenih državah, ki so tudi največje izvoznice bombaža, ga gojijo na velikih monokulturnih poljih, kjer bombaž sadijo in obirajo z ogromnimi stroji, polja pa škropijo z letali.

Tak način proizvodnje je podprt z izjemno visokimi državnimi subvencijami, ki proizvajalcem iz ZDA omogočajo, da svoj bombaž na svetovnem trgu prodajajo po ceni, ki je daleč pod ceno proizvodnih stroškov. Vrednost vladnih subvencij je v letu 2005 znašala 3,3 mlrd \$ (PBS 2007) in je znatno prispevala k znižanju cen bombaža na svetovnem trgu (Oxfam America 2007: 2).

V ZDA in na Kitajskem pridelajo tudi največ gensko spremenjenega bombaža. T.i. **bt bombaž**, ki vsebuje gene bakterije bacillus thuringiensis so leta 2007 gojili na 13,4 milijona hektarjev površine, kar je 43% vseh polj, namenjenih pridelavi bombaža.

Gojenje gensko spremenjenih rastlin je v državah Evropske Unije precej manj razširjeno kot drugod po svetu, saj velik del javnosti nasprotuje uporabi gensko spremenjenih organizmov (GSO). A čeprav gensko spremenjen bombaž ne raste na poljih znotraj EU, ga vsako leto uvozimo ogromne količine iz drugih držav.

Gensko spremenjene rastline sprožajo veliko pomislekov o varnosti njihove uporabe in debata, ki se razvija med zagovorniki in nasprotniki njihove uporabe, je še zelo vroča.

Razen okoljskih se porajajo tudi ekonomski pomisleki. Študija, ki so jo izvedli Falck – Zapeda et al. (v Nelson 2001: 48 – 58) je pokazala, da je uporaba gensko spremenjenega bombaža v letu 1997 prispevala k globalnemu dobičku v vrednosti 190 milijonov dolarjev. Čeprav lahko na prvi pogled to novico pozdravimo kot izjemno pozitivno, podrobnejša analiza podatkov pokaže bolj zaskrbljujočo sliko: Od 190 milijonov dolarjev je namreč kar 85 milijonov pripadlo podjetjema Monsanto in Delta & Pine Land, ki imata patentno zaščito za proizvodnjo semen bt bombaža, 80 milijonov \$ pa so zaslužili ameriški pridelovalci bombaža. Potrošniki v ZDA so zaradi nižjih cen bombaža na svetovnem trgu pridobili 14 milijonov dolarjev, potrošniki v drugih državah pa 23 milijonov. A vsaka medalja ima dve plati.

Proizvajalci izven ZDA so zaradi nižjih cen bombaža izgubili 12 milijonov dolarjev. Če povzamemo: največji delež dobička (44%) pripada podjetjem, ki tržijo gensko spremenjeni bombaž, proizvajalcem bombaža v ZDA, ki letno prejmejo več kot 3 milijarde dolarjev subvencij, pripade 42% delež, medtem ko so drugi proizvajalci, ki si dragih semen ne morejo privoščiti, saj za proizvodnjo praviloma ne prejema državnih podpore, ob dobršen del svojega zasluga. Površina polj, zasajenih z gensko spremenjenim bombažem, se je od leta 1997 do leta 2006 povečala z 1,4 milijona hektarjev na 13,4 milijona hektarjev – skoraj desetkrat (GMO Compass 2008).



vir: Altemeier & Hornung, 100 % Cotton

Zagovorniki glavni argument za proizvodnjo bt bombaža najdejo predvsem v zmanjšani uporabi pesticidov, ki jih tak bombaž potrebuje. Rastlina namreč sama izloča potrebni insekticid, ki uničuje nekatere izmed škodljivcev, ki jo napadajo. Za škropljenje polj bombaža se namreč uporabi kar četrtina vseh pesticidov, čeprav polja pokrivajo le nekaj več kot 2 % vse obdelovalne površine (Myers 2000).



Altemeier & Hornung, vir: USDA

Povečana uporaba pesticidov pa ne vodi nujno k boljšemu pridelku. Praviloma je celo obratno. 'Zlati dobi' prvih letin sledi opustošenje, ko se škodljivci prilagodijo strupom ali pa se pojavijo novi.

V Sudanu so stroški uporabe pesticidov v obdobju 1945 – 1985 narasli za dvestokrat, hektarski donos pa se je povečal za 4 % (Haffmans 2002: 178). Račun se nikakor ne izide. Po podatkih WTO (ibid.) se vsako leto med 500.000 in 2.000.000 ljudi zastrupi s pesticidi, 40.000 pa jih umre.

Četrtnina vseh zastrupitev je povezanih z bombažem. Pesticidi, ki se uporabljajo za škropljenje bombažnih polj so v nekaterih indijskih zveznih državah, t.i. bombažnem pasu, eno od najpogostejših sredstev samomora med proizvajalci. Ker so stroški kemikalij izjemno visoki (lahko znašajo tudi več kot polovico vrednosti pridelka), je večina proizvajalcev globoko zadolženih. Ko ne vidijo več izhoda iz situacije, posežejo po strupu, s katerim sicer škropijo polja. V prvi polovici leta 2006 je bilo smrtnih primerov več kot 600 (Gentleman 2006).

Ko se je pojavil gensko spremenjeni bombaž, ki naj ga ne bi bilo potrebno škropiti, je bilo zanimanje zanj veliko, zlasti v državah, kjer je bombaž pomembna izvozna surovina in kjer so stroški zaščite pred škodljivci visoki. A prvotnemu valu navdušenja je kmalu sledila streznitev, ko se je pokazalo, da bt toksin ni učinkovit proti vsem vrstam škodljivcev, ki se od države do države med seboj razlikujejo.

Pojavile pa so se še dodatne težave, saj bt bombaž potrebuje mnogo več vode za uspešno rast. Na območjih, kjer ni bilo mogoče organizirati uspešnega umetnega namakanja, je bil pridelek zelo skromen ali pa je izostal v celoti (Sadeque 2008). Veliko težav s proizvodnjo bt bombaža so imeli v indijski zvezni državi Andra Pradesh, kjer je prišlo celo do požigov Monsantoovih testnih polj s strani razočaranih proizvajalcev (Davis Stone 2002).

Dolgotrajne posledice zastrupljanja zemlje s pesticidi in uporaba neustreznih namakalnih tehnik so najbolj očitne v Uzbekistanu. Do razpada Sovjetske zveze je ta država imela vlogo proizvajalke bombaža za celotno zvezo. Razpad Sovjetske zveze je državo pahnil v globoko ekonomsko krizo, ljudi pa v diktatorske roke Islama Karimova.

Zaradi naraščajočih cen goriv in mehanizacije se kar 90% bombaža v Uzbekistanu pobira ročno. V sovjetskih časih je bil ta delež približno 50%. Karimova vlada je problem rastočih stroškov rešila tako, da je na polja poslala otroke. Šole se vsako leto zapro za tri mesece in otroci so poslani na prisilno delo na poljih bombaža. Če se upirajo, jim učitelji grozijo s tepežem in slabimi ocenami. UNICEF ocenjuje, da je leta 2000 več kot 22% otrok, starih med 5 in 14 let delalo na poljih (EJF 2005: 19).

Nekateri od njih si morajo plačati kosilo, ki ga pojedjo med delom. Velikost obroka je odvisna od tega, koliko bombaža poberejo. Čeprav so otroci za svoje delo plačani, to plačilo pogosto ne pokrije niti stroškov prevoza, hrane in prenočišča (EJF 2005: 19 – 22). Zaradi izkoriščanja na poljih pa ne trpijo zgolj otroci, temveč tudi narava.



Aralsko jezero, vir: NASA; julij – september 1989



Aralsko jezero, vir: NASA; avgust 2003

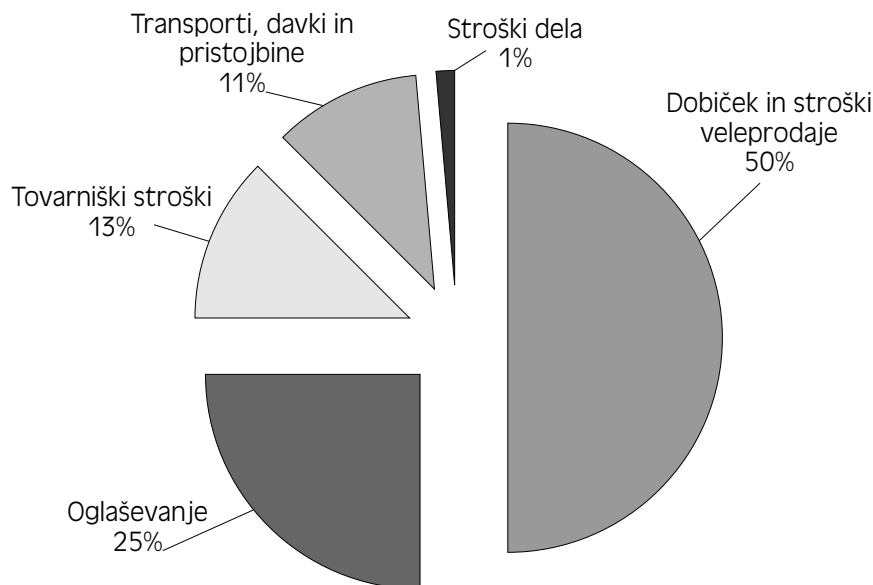
Aralsko morje, nekoč četrti največji rezervoar pitne vode na planetu, je praktično izginilo. Danes ima le še 15 % svoje nekdanje prostornine in je razdeljeno na tri dele. Zaradi visoke salinitete, ki je dvakrat večja kot v oceanih, je jezero mrtvo. Veliko vrst, ki so bile endemične za to področje, je izumrlo, še več je ogroženih. Nekoč ogromna vodotoka Amu Darya in Sir Darya, katerih skupni pretok je bil večji od Nilovega, sta sedaj tako izsušena, da pogosto ne pritečeta do jezera (EJF 2005: 25). Okoli jezera se širi 400.000 km² velika cona ekološkega opustošenja.

Zaradi neustreznega namakanja je preveč soli tudi v zemlji. Kar dve tretjini namakane zemlje v Uzbekistanu ogroža vedno višja slanost. V sosednjem Turkmenistanu je ogrožene 96,9% namakane zemlje (EJF 2005: 27). Celotna osrednja Azija se spreminja dobesedno v puščavo, strokovnjaki pa ocenjujejo, da 60% vode nikoli ne priteče do polj zaradi neučinkovitega sistema (EJF 2005: 25).

Študija, ki jo je izvedel NATO Science Program, je pokazala, da DNK Karakalpakov, ljudstva, ki že tisočletja živi na obalah Aralskega jezera, mutira triinpolkrat hitreje, kot je običajno. Zaradi peščenih viharjev, ki s seboj nosijo sol in pesticide, zaradi onesnaženih vode, zemlje in hrane imajo najvišjo stopnjo rakastih obolenj na svetu. Polovica ljudi umre zaradi bolezni dihal. Kar 16 % vseh parov je neplodnih. In vsak dvajseti otrok se rodi z eno od prirojenih anomalij (EJF 2005: 31).

TEKSTILNA INDUSTRIJA

O razmerah, ki vladajo v globalni tekstilni industriji, je na voljo ogromno razpoložljivih virov. Večina prispevkov se ukvarja z raziskovanjem življenja delavk in delavcev v t.i. 'izvoznih conah' po vsem svetu. Izvozne cone so posebna območja, kjer so za vzpostavitev proizvodnje namenjene posebne investicijske spodbude v obliki raznih davčnih olajšav, izgradnje infrastrukture in drugih ugodnosti. Izdelki, ki se proizvajajo v izvoznih conah, so praktično v celoti namenjeni kupcem v drugih državah. Večina izvoznih con se nahaja v jugovzhodni Aziji (v Indoneziji, na Kitajskem, Filipinih, Bangladešu...), nekaj jih je tudi v centralni Ameriki (Mehika, Gvatemala). Uvodoma pogledimo, kako je sestavljena cena povprečne majice, ki je proizvedena v bangladeški izvozni tovarni:



Razrez cene povprečne majice iz Bangladeša, vir: CCC Germany 2008: 13

Proizvodnja velikih blagovnih znamk, tako športnih, kot modnih, pogosto temelji na izkoriščanju delavk in delavcev v izvoznih conah. Zaradi nizkih transportnih stroškov, ki jih omogoča ladijski promet, je namreč relativno poceni pošiljati ogromne količine materiala med posameznimi državami, in iskati najcenejšega ponudnika in največji možni dobiček. Delovni pogoji v tekstilnih tovarnah so lahko grozljivi, in čeprav predstavljajo stroški dela le neznamenit odstotek v končni ceni izdelka, znamke s svojimi podizvajalci barantajo za vsak cent. Cena izdelka, potem ko zapusti tovarno, lahko naraste tudi do 10-krat. K temu prispevajo stroški oglaševanja, razni davki in pristojbine ter predvsem več 100 odstotne marže prodajalcev (CCC Germany 2008: 14).

Velika transnacionalna podjetja izkoriščajo svojo kupno moč, kadar zahtevajo hitrejšo izdelavo in cenejše izdelke. Cene ženskih oblačil so v zadnjih desetih letih padle za tretjino, čeprav so v večini držav stroški proizvodnje narasli, predvsem zaradi višjih cen energentov. AMS – Associate Marketing Services kupuje izdelke za osem evropskih veleprodajnih verig v vrednosti več kot 50 milijard € (CCC Germany 2008: 16)! Za primerjavo: BDP Republike Slovenije je leta 2007 znašal 34 milijard € (SURs 2008).

Spreminjajo se tudi dobavni roki. Oblačilne sezone so se v preteklosti zamenjale dvakrat na leto (pomlad/poletje, jesen/zima). Danes pa nekatere blagovne znamke svoje kolekcije zamenjajo tudi 12-krat letno. Špansko podjetje Groupo Inditex (pri nas boljše poznano kot ZARA), ki trži izdelke v 4-5 tedenskih proizvodnih ciklih, ima za dejansko proizvodnjo dodeljenih le deset dni. Krajši roki s seboj prinesejo nujne nadure, ki pa so slabo plačane ali sploh neplačane. Za ilustracijo naj služi izjava nekdanjega lastnika ene od tajskih tovarn oblačil (ibid.):

"Svoje delavke sem vsak teden pošiljal v bolnico – trpele so zaradi izčrpanosti, padale so v nezavest, imele so psihične težave... Ko hodim naokoli, srečujem svoje nekdanje zaposlene, a si jih ne drznem vprašati, kako se počutijo."

Suženjska delovna razmerja niso značilna le za države, ki jih pestijo ekonomske težave. Leta 1995 so v kalifornijskem mestu El Monte našli 72 tajskih šivilj, ki so bile privezane za svoje delovno mesto. Nekatere so bile tam že sedem let. Majhna delavnica je izdelovala obleke za konfekcijske gigante Target, Sears in Nordstrom (Klein 2005: 300).

Posebno poglavje izredno nizkih cen odpirajo verige diskontnih trgovin, ki jih poznamo tudi v Sloveniji. Skupine Aldi (veriga Hofer), Schwarz (Lidl) in Tengelmann* (Kik) so po raziskavah nemških strokovnjakov med vodilnimi na tržišču nizkocenovnih ponudnikov tekstilnih izdelkov. Podjetja širijo svoj vpliv zlasti v novih članicah EU, tudi v Sloveniji. Nekatera med njimi (Lidl) so za odpiranje novih trgovin prejela celo pomoč Mednarodne finančne korporacije (IFC), ki je del skupine Svetovne banke. Uradno je namen IFC podpiranje trajnostne gospodarske rasti s financiranjem investicij v zasebnem sektorju ekonomsko manj razvitih držav. Veriga Lidl je za odpiranje svojih poslovalnic v novih članicah EU prejela več milijonov evrov podpore, čeprav študije kažejo na to, da odpiranje novih trgovskih centrov vodi v zapiranje lokalnih trgovin in ne prispeva k trajnostni ekonomski rasti (CCC Germany 2008: 21). Zaradi onemogočanja sindikalnega delovanja in izkoriščanja zaposlenih je bilo podjetje deležno več javnih protestov v Nemčiji in drugih evropskih državah.

Veriga Kik je najhitreje rastoče tekstilno podjetje v Evropi. V izjavi za medije se je podjetje pohvalilo, da vsak dan odprejo novo trgovino. Med letoma 2000 in 2005 se je število njihovih prodajalnih potrojilo in se približuje številki 3000 (ibid.). V Sloveniji podjetje po informacijah zaposlenih izplačuje bruto mesečne plače, ki so nižje od zakonsko določenega minimuma (MOM Forum 2008). S težavami se ne soočajo torej le zaposleni v tekstilni industriji, temveč tudi prodajalke in prodajalci v trgovinah. Podjetja namreč v svoji želji po doseganju čim nižjih cen in čim večjega tržnega deleža posegajo po skrajnih varčevalnih ukrepih, med katere sodi tudi kršitev delavskih pravic.

Študija primera dobaviteljev nemške verige Hofer (skupina Aldi), ki jo je opravil inštitut Suedwind (2007), razkriva srehljive podatke. V svojo raziskavo so zajeli pet tovarn iz kitajske province Jiangsu, ki so leta 2005 dobavljale blagovnim znamkam Aldi, Betty Barclay, Esprit, Full mark in Nautica, in objavili naslednje podatke: Delovni dan traja 11 ur, število prostih dni v mesecu se giblje med 2 in 4. Plače včasih ne dosegajo niti 50% minimalne plače na Kitajskem, delovni pogoji ne ustrezajo zdravstvenim in varnostnim standardom, sindikalno delovanje je onemogočeno. Nekatero tovarno celo zahtevajo, da delavke in delavci prvi mesec delajo zastonj, s čimer dokažejo svojo zvestobo podjetju. Druge od delavcev pričakujejo plačilo varščine, ki jo podjetje zadrži v primeru odpovedi. Ker je med zaposlenimi največ migrantov iz drugih provinc, zvečine spijo v tovarniških internatih. Za vstop in izstop je zvečer določena policijska ura, ki je ne smejo prekoračiti. Tovarne svojim delavcem omejujejo gibanje iz več razlogov: Lastniki se bojijo vzpostavljanja stika z zaposlenimi iz drugih tovarn, pobegov in nezaželenih nosečnosti. Tovrstne omejitve niso zgolj v nasprotju z zakonodajo, temveč veljajo za temeljno kršitev človekovih pravic (Südwind 2007: 34 – 47).

Med ugotovitvami Südwindove študije najdemo tudi podatek, da morajo zaposleni, če želijo zapustiti podjetje, dobiti posebno dovoljenje vodstva. Tovarne zaposlujejo tudi mladoletnike, čeprav je to z zakonom prepovedano, vodstvo organizira celo posebne tečaje, na katerih zaposlene učijo, kako učinkovito lagati o svoji starosti v primeru obiska uradnikov. Običajne so tudi razne oblike diskriminacije žensk na delovnem mestu. Čeprav je v kitajski ustavi zapisano, da morajo vsi, ne glede na spol, prejeti enako plačilo za enako delo, je to načelo v praksi pogosto kršeno v raznih posrednih oblikah: Za najslabše plačana dela najemajo zgolj ženske, vodilna mesta pa lahko zasedajo le moški. Večina žensk tudi ne pozna svojih pravic v zvezi s porodniškim dopustom, zato marsikatera med njimi po porodu da odpoved (ibid.).

Razlogi za tako hude zlorabe niso v nizkih standardih, ki jih omogočajo mednarodne konvencije in kitajska zakonodaja. Mnogo večjo težo imajo previsoke zahteve naročnikov (blagovne znamke), ki na vse možne načine znižujejo cene izdelkom ter postavljajo vse krajše proizvodne roke, ki jih tovarne – razen s prisilnim in pogosto neplačanim nadurnim delom – ne morejo izpolniti.

Odprtje globalnega trga s tekstilom je tudi eden poglavitnih razlogov za propad tekstilne industrije v ekonomsko razvitejših državah, tudi v Sloveniji. A težave, s katerimi se soočajo naša podjetja in zaposleni v njih, so neločljivo povezane z zlorabami, ki se dogajajo v številnih drugih državah po svetu, zlasti v Aziji, Afriki in Latinski Ameriki. Vsi smo vpleteni v to zgodbo, njene niti prepredajo ves planet. Zgolj delne rešitve, ki zajemajo le posamezne države ali posamezna podjetja, ne vodijo v dolgoročni razvoj globalne skupnosti.

Dumpinško nizke cene, izkoriščanje zaposlenih v trgovskih verigah, in nekonkurenčnost naših tekstilnih podjetij so predvsem plod nečloveških delovnih razmer v tekstilnih tovarnah po svetu, zlasti v jugovzhodni Aziji. Z izbirami in delovanjem v našem vsakdanu smo soodgovorni za nastalo situacijo. Imamo pravico zatiskati si oči. Jo bomo izkoristili?

* V skupino Tengelmann sodi tudi OBI - veriga trgovin z gradbenim materialom.

V SLOVENIJI

Pred osamosvojitvijo leta 1990 je bilo pri nas v tekstilni industriji zaposlenih 74.845 ljudi. Po letu 1991 so mnoge tovarne končale v stečaju in število zaposlenih se je drastično zmanjšalo. V manj kot petnajstih letih, do leta 2004, je ta številka padla na 21.535 (Vodopivec 2007: 22). Značilnost naše tekstilne industrije je bila visoka delovna intenzivnost in tehnološka zastarelost. Tovarne so tehnološki zaostanek pogosto reševale z zaposlovanjem dodatne delovne sile. V obdobju med letoma 1991 in 2004 pa je več kot 50.000 delavk in delavcev izgubilo službo, se prekvalificiralo ali šlo v pokoj.

Drugod po Evropi in v ZDA se je propadanje tekstilne industrije pričelo že v sedemdesetih in osemdesetih, ko se je industrija preusmerila v intenzivno trženje blagovnih znamk in zaposlovanje cenejše delovne sile drugje po svetu. V novejšem času so tudi nekatera naša podjetja privzela ta pristop. Primer sta Elkroj in Mura, oblačila teh znamk šivajo v Bolgariji in Romuniji (Vodopivec 2007: 44).

V socialističnem sistemu je bila polna zaposlenost eden izmed temeljnih političnih ciljev, podjetja pa so bila v družbeni lasti, zato se je njihovo gospodarsko neučinkovitost pogosto reševalo na političnem nivoju. Le redko katera tovarna je šla v stečaj. Z razpadom skupne države, izgubo jugoslovanskega trga in privzemom kapitalističnega ekonomskega modela se je marsikatero podjetje znašlo v težavah. Najhujši udarec je utrpela prav tekstilna industrija. Veliko tovarn se je zaprlo, peščici se je uspelo preoblikovati in preživeti.

Spremenil se je tudi odnos do zaposlenih (Vodopivec 2007: 44): ***"Zdaj so nastopili standardi evropskega delavca, zato drugačni odnosi, manj svobode, pa tudi vodstvu, tovarni si pomemben, dokler si zdrav. Ti, ki grede na bolniško, imajo kakšne probleme, takrat si pa takoj bolj postranski. Dokler si zdrav, je super, ko pa nisi več zdrav, si pa po eni strani za odpis, nisi več tako potreben."***

Današnje tovarne delavkam in delavcem ne nudijo več visoke stopnje socialne varnosti. Nekoč je zaposlitev prinašala temeljno varnost, in zaposleni so včasih bili deležni različnih ugodnosti (letovanja, božičnice in podobno); danes je poslovno okolje podjetij povsem spremenjeno. Že v osemdesetih so mediji našo tekstilno industrijo označevali kot "limono, ki jo ves čas stiskamo" (Vodopivec 2007: 36). Ne glede na lastniško strukturo (državno ali zasebno), morajo slovenska tekstilna podjetja danes tekmovali na globalnem trgu, kjer je dobičkonosnost ključno merilo uspeha in edini porok preživetja.

Konkurenca iz držav s poceni delovno silo ter nizkimi delovnimi in okoljskimi standardi je neusmiljena – in njene neusmiljene posledice za delavce pri nas povzema tudi izjava nekdanjega direktorja tekstilne tovarne Induplati: ***"Danes je popolnoma drugače, danes direktor reče nosečnici, naj gre, naj delavke grede, delavke pa nimajo nič, niti denarja za tožbe. /.../ Včasih se to niti pod razno ni moglo zgoditi in se nikoli ni. Bila so sodišča združenega dela v Ljubljani, zastoj so imeli delavci advokata."*** (Vodopivec 2007: 135)

Vpetost v globalne ekonomske tokove grozi z znižanjem standardov tudi pri nas, zato nikakor ne gre podcenjevati pomembnosti gibanj, ki se borijo za pravičnejše delovne pogoje in bolj uravnoteženo mednarodno menjavo. Čeprav je diskurz o globalizaciji zlahka moč izrabiti kot orodje za prikaz nemoči posameznika, obstaja tudi druga stran te plošče: moč potrošnikov je sicer razpršena, a je tako rekoč neizmerna.

Dokler kot posamezniki in uporabniki izdelkov tekstilne industrije pristajamo na to, da so oblačila, ki jih nosimo vsak dan, proizvedena na način, ki izničuje človekovo dostojanstvo, spodkopavamo tla pod nogami tudi delavkam in delavcem v slovenskih podjetjih.

Usmerjena 'odprtost' globalnih trgov namreč postavlja zaposlene v 'švicfabrikah' izvoznih con ob bok zaposlenim v naših tovarnah. Ime igre je: Kdo bo cenejši? Dokler je za nas kot potrošnike cena najpomembnejši dejavnik izbire, dajemo svoj tihi pristanek uničevanju slovenske tekstilne industrije. Če želijo biti podjetja cenovno konkurenčna, imajo le dve izbiri: ali znižajo stroške, kar je moč predvsem na račun zaposlenih, ali pa proizvodnjo preselijo nekam, kjer so okoljski standardi nižji, delovni pogoji in oprema slabši, zaposleni pa pravno manj zaščiteni.

Le redko pomislimo na to, da učinek civilno družbenih pobud, kot so na primer pravična trgovina (Fair trade) ali Kampanja za čista oblačila (CCC – Clean Clothes Campaign), ni usmerjen zgolj v izboljšanje razmer zaposlenih v državah nekje daleč stran. Prav nasprotno, veriga je le tako močna, kot je močan njen najšibkejši člen. S tem, ko se izboljšajo razmere najbolj depriviligiranim proizvajalcem, se dviguje tudi minimalni standard, s katerim morajo tekmovali zaposleni v slovenskih podjetjih.

Kakšne razmere trenutno vladajo pri nas, ponazarja slikovita izjava ene od delavk: ***"Če bi moji otroci hoteli v tekstilno industrijo, bi jih nagnala pobirat smeti."*** (Vodopivec 2007: 147).

ALTERNATIVE

Pomembnost vzpostavitve alternativnih modelov je torej nujna. Eden takšnih pristopov je že omenjena 'pravična trgovina'.

Pravična trgovina je alternativni sistem trgovanja, ki skuša počlovečiti trgovinski proces oziroma skrajšati verigo od proizvajalca do potrošnika. Z izločitvijo številnih posrednikov se proizvajalcem omogoči neposreden dostop do tržišča, boljše plačilo, enakovrednejši položaj v trgovinski verigi, transparentnost in demokratičnost, potrošnikom pa je omogočeno spoznavanje kulture, identitete in življenjskih pogojev proizvajalcev (Bowen 2002: 24).

Da izdelki prejmejo certifikat pravične trgovine, morajo slediti naslednjim socialnim in okoljskim kriterijem (Adrianni in Becchetti 2004: 5):

- zagotavljanje pravičnih plač v lokalnem kontekstu,
- ponujanje možnosti za napredovanje zaposlenim,
- zagotavljanje enakih zaposlitvenih možnosti za vse ljudi, posebej za najbolj prikrajšane,
- uporaba okolju prijaznih praks,
- javna odgovornost,
- oblikovanje dolgoročnih trgovskih partnerstev,
- zagotavljanje zdravih in varnih delovnih pogojev v lokalnem kontekstu,
- nudenje finančne in tehnične pomoči proizvajalcem.

Načela pravične trgovine (IFAT 2006) vključujejo: ustvarjanje priložnosti za ekonomsko prikrajšane proizvajalce, transparentnost in odgovornost v poslovanju, krepitev zmožnosti, pravično ceno ter zagotavljanje varnih in zdravih delovnih pogojev z uporabo okoljsko odgovornih postopkov proizvodnje.

Na pravično trgovino se neločljivo navezuje koncept etičnega potrošništva. Etično potrošništvo se iz usmerjenosti v proizvod razvija v bolj splošno skrb za celotni proizvodni proces, ki mora biti trajosten in še posebej izpostavlja človeški oz. socialni element (Nicholls 2002: 9).

V same proizvodne prakse v tekstilni industriji, zlasti v proizvodnji bombaža, je nujno vključiti načela trajnostnega razvoja, ki ga je Svetovna komisija za okolje in razvoj že leta 1987 (WCED 1987: 43) opredelila kot:

"... zadovoljevanje potreb sedanjih generacij, ne da bi ogrozili možnosti prihodnjih rodov, da zadovoljijo svoje potrebe. Razvoj vključuje progresivno transformacijo gospodarstva in družbe. Razvojni poti, ki je trajnostna v fizičnem smislu, bi lahko v teoriji sledili tudi v rigidnem družbenem in političnem okolju. Vendar pa se fizične trajnosti ne more zagotoviti, razen če razvojne politike upoštevajo pomisleke, kot so spremembe v dostopu do virov in v distribuciji stroškov in koristi. Celo ozek pojem fizične trajnosti namiguje na skrb za družbeno pravičnost med generacijami."

Ekonomski razvoj, družbena pravičnost, medgeneracijska solidarnost in varstvo okolja torej niso izključujoči, temveč dopolnjujoči se pojmi. Kako jih med seboj uravnotežiti in uskladiti pa je eden največjih izzivov, s katerimi se soočamo.

KAJ SEDAJ?

Če smo svojo nalogo opravili vsaj deloma uspešno, potem bralci pričujočega besedila veste, da so s proizvodnjo bombaža in tekstilno industrijo po vsem svetu povezane tako grozne stvari, kot so uničevanje okolja, otroško suženjstvo, zlorabljanje delavk in samomori. Poznamo tudi zdravilo za nastalo situacijo: Okolju prijazna trajnostna proizvodnja in pravična trgovina kot sistem mednarodne menjave, ki skrbi za pravičnejšo razdelitev dobička med vse sodelujoče. – To je zgodba, ki jo predstavljamo.

Priročnik je nastal na podlagi izkušenj ljudi, ki so svoje delo posvetili zagovarjanju spoštovanja človekovih pravic in svoboščin, varovanju okolja ter prizadevanju za pravičnejšo razporeditev dobrin na našem planetu. Vendar se ne želimo ustaviti tukaj, kjer smo z zgodbo končali. Naš glavni namen ni vzbuditi zanimanje za nakup izdelkov, ki imajo certifikat pravične trgovine ali ekološke proizvodnje, kajti nakupovanje, ki je postalo temeljni gradnik potrošniške družbe in katalizator formiranja družbenih identitet, je zgolj najpreprostejši in najdostopnejši način udejstvovanja.

Nakup ustrezno certificiranih izdelkov ali na primer doniranje manjših zneskov za podporo humanitarnim in drugim organizacijam od nas dejansko zahtevata najmanj. Ne zahtevata poglobljenega in kritičnega razmisleka, temveč le izbiro med že ponujenimi možnostmi; kot da bi se odločali med majico bele ali črne barve – pač izberemo tisto, ki nam bolj ustreza. Ne širita bistveno našega polja delovanja in razumevanja ter nam za razmeroma ugodno plačilo ponujata pozitivno samopodobo ter občutek, da smo naredili nekaj dobrega. Toda v čem se izraža to 'dobro', ki naj bi predstavljalo presežek našega siceršnjega delovanja?

Kupovanje izdelkov pravične trgovine v resnici nima nič skupnega z dobrotelostjo. Gre zgolj za bolj uravnoteženo menjavo blagovnih dobrin in denarja, ki obema stranema v menjavi prinese določene koristi. V svojem bistvu ni pravična trgovina nič drugega kot poizkus čim bolj poštenega in neposrednega trgovanja. Nakup zavojčka kave iz pravične trgovine je toliko 'dobrodelen' kot nakup solate pri branjevki na tržnici. A pri nakupu solate praviloma ne razmišljamo o tem, da smo naredili nekaj posebnega. Tudi pravična trgovina ni v tem smislu nič posebnega. Če menjalnih odnosov v mednarodnem trgovinskem sistemu ne bi tako močno obremenjevale izjemno velike razlike v razmerjih moči med posameznimi akterji, se koncept pravične trgovine kot alternative najverjetneje sploh ne bi razvil. Načela, po katerih deluje pravična trgovina, bi v bistvu morala biti nekaj povsem samoumevnega, tako kot je samoumeven nakup solate. Žal pa je danes delovanje globalnih trgov izjemno izkrivljeno. Izdelke se pogosto prodaja celo pod ceno proizvodnih stroškov, takšno prodajo pa se razume kot 'normalno prakso'.

Vzemimo nekoliko pod drobnogled še finančno podpiranje človekoljubnih, okoljskih in drugih družbeno angažiranih organizacij. Čeprav so številne med njimi vredne zaupanja in svoje delo opravljajo predano in uspešno, je vendar potrebno opozoriti vsaj na dvoje: Prvič, pri nekaterih organizacijah, zlasti mednarodnih, je domala nemogoče ugotoviti, za kakšen namen so bila porabljena donirana sredstva, saj je njihova organizacijska struktura tako kompleksna, da je sledljivost posameznim transakcijam onemogočena. Drugič, podporniki* tovrstnih organizacij le redko zahtevamo in prejmemo povratne informacije o uspešnosti in kakovosti izvajanih programov in projektov. – Na ta način odločitev in odgovornost za soočanje z globalnimi izzivi iz svojih preložimo v roke nekoga drugega.

Ne želimo sporočati, da je podpiranje socialno angažiranih organizacij nekaj slabega ali neprimerne. Gotovo je vzpodbudno vsakršno udejstvovanje, a resnična srž globalnega učenja je v spremembi iz pasivnega sprejemanja v aktivno in informirano delovanje! Kar si zares želimo, je spodbuditi radovednost in zanimanje za obravnavano tematiko in sorodne vsebine. Želimo, da so vam predstavljene informacije v pomoč pri izvajanju delavnic, ki naj spodbujajo udeležence k razmisleku o lastni vlogi v tej neskončno prepleteni globalni mreži izmenjav, vplivov, odločitev in dejanj. Tako vas, organizatorje učenja, kot udeležence vaših delavnic in drugih aktivnosti, vabimo k odkrivanju novih znanj in spoznavanju vaših in naših, lastnih in skupnih moči, k ustvarjanju novih možnosti odločanja in delovanja, ne zgolj k izbiri znotraj obstoječe ponudbe.



METODOLOGIJA



KRITIČNO RAZMIŠLJANJE Z VZPOSTAVLJANJEM DIALOGA IN RAZISKOVANJEM – OPDR

KAJ JE ODPRTI PROSTOR ZA DIALOG IN RAZISKOVANJE?

Odpri prostor za dialog in raziskovanje (OPDR) je metodologija za predstavitev globalnih problemov in perspektiv v izobraževalnih kontekstih, kot so izobraževanje učiteljev, izobraževanje odraslih, visokošolsko ter srednješolsko izobraževanje.

Metodologijo OPDR razvija skupina izobraževalcev in raziskovalcev v osmih državah. Vodilni partner v tem projektu je Center za študije socialne in globalne pravice na Univerzi v Nottinghamu.

KAJ SO PRIČAKOVANI UČNI REZULTATI TE METODE?

Osrednji cilj metodologije je razvoj sposobnosti kritičnega reflektivnega branja in samostojnega razmišljanja – veščine, ki učencem koristijo pri vseh šolskih predmetih in tudi izven šole. Ta metodologija podpira izvedbo nacionalnih učnih načrtov in študijskih programov, saj se navezuje na izvedbo različnih predmetov na vseh stopnjah izobraževanja (državljska vzgoja, geografija, zgodovina, filozofija, sociologija, antropologija, ekonomija, pravo, politologija in drugi), hkrati pa spodbuja razvoj miselnih veščin, funkcionalne pismenosti, sposobnosti argumentiranja in javnega nastopanja.

ZAKAJ JE SPOSOBNOST KRITIČNEGA REFLEKSIVNEGA BRANJA IN SAMOSTOJNEGA RAZMIŠLJANJA POMEMBNA?

Če želimo v globalni, raznoliki in neenaki družbi živeti čim bolje, moramo razviti veščine, ki nam omogočajo uspešno se soočiti s spremembami, kompleksnostjo in negotovostjo v različnih kontekstih.

Sposobnost kritičnega reflektivnega branja nam pomaga analizirati odnose med jezikom, močjo, družbenimi praksami, identitetami in neenakostmi. Omogoča nam, da si zamišljamo 'drugačnost' in 'drugega', da se etično soočimo z drugačnostjo in da razumemo potencialne posledice svojih misli in dejanj. Vodi nas v bolj odgovorne prakse/ravnanja.

Neodvisno razmišljanje je podlaga, iz katere vzniknejo inovacije in spremembe. Je nujno varovalo pred fundamentalizmi, dogmatizmom in celo pritiski vrstnikov/okolja, saj daje večjo avtonomijo pri pisanju lastnih identitet, kultur in zgodovin. Dviguje samozavest in krepi samospoštovanje.

Kombinacija kritičnega reflektivnega branja in neodvisnega razmišljanja razvija v človeku sposobnost prepoznavanja in analiziranja lastnih kontekstov, ter vodi k boljši obveščenosti in sprejemanju bolj odgovornih odločitev.

KAJ LAHKO METODOLOGIJA PONUDI UČENCEM IN DRUGIM UDELEŽENCEM DELAVNIC?

Podatki, ki so bili zbrani do sedaj, kažejo, da OPDR pomaga udeležencem:

- doživeti občutek soustvarjanja pri učnem procesu in užitek v učenju se naučiti ceniti in
- spoštovati drug drugega – tako v drugačnostih kot v podobnostih
- aktivno sodelovati v svojem intelektualnem razvoju
- razviti samonadzor
- razumeti in soočiti se s kompleksnimi izzivi svoje starosti (pritisk vrstnikov in nadlegovanje)
- izboljšati svoje komunikacijske sposobnosti (predvsem večino poslušanja)
- izboljšati odnose v razredu
- uporabljati in razviti različne stile učenja

KAKO SE RAZLIKUJE OD DRUGIH PRISTOPOV K POUČEVANJU O GLOBALNIH TEMAH?

Pri OPDR uvedemo skupek postopkov in osnovnih pravil ter tako ustvarimo 'varen prostor za dialog in raziskovanje', ki učencem omogoča razviti sposobnost kritičnega refleksivnega branja in neodvisnega razmišljanja. Naučijo se komunicirati na način, ki je drugačen od običajnega.

Ker učenci potrebujejo veščine soočanja s kompleksnostjo in nepredvidljivostjo globalnih izzivov, OPDR predlaga, naj bodo izpostavljeni različnim perspektivam in naj se spodbuja njihovo sposobnost kritičnega razmišljanja in interpretacije predpostavk in trditev (vključno z njihovimi lastnimi) ter sposobnost analiziranja posledic idej/izjav (od kod prihajajo te perspektive in kam vodijo). To je povezano z drugačnim načinom branja (besede in sveta), ki ga imenujemo kritično refleksivno branje.

Konceptualni okvir OPDR se opira na različne pristope s sorodnih področij (npr. reševanje konfliktov, zavedanje o medkulturnosti, izobraževanje, ki temelji na sodelovanju in kritičnem razmišljanju), ter iz posameznih disciplin, kot so kritična teorija, kulturne študije, filozofija, politika in sociologija.

KAJ JE VAREN PROSTOR ZA DIALOG IN RAZISKOVANJE?

To je prostor, kjer lahko udeleženci sproščeno izražajo svoje mnenje in vprašajo karkoli, ne da bi jih bilo sram ali bi se počutili neumne. Da ustvarimo tak prostor, predlagamo:

- razpravo in sprejetje osnovnih načel
- skupek postopkov za strukturiranje raziskave
- navodila za posrednike, kako v skupini ustvariti etične odnose in spodbuditi konstruktivne izmenjave.

KAJ SO NAČELA, KI JIH PREDLAGA OPDR?

Načela se nanašajo na idejo, da imamo različna prepričanja, da vsak posameznik pozna/obvlada različne stvari (na različne načine in v skladu s svojimi izkušnjami), da je vsako znanje pristransko in da moramo vse perspektive kritično premisliti. Ta načela ubesedimo glede na izobraževalni kontekst. Naslednja 'osnovna pravila' so primerna za srednješolsko izobraževanje oziroma izobraževanje odraslih/učiteljev.

SREDNJE ŠOLE:

- vzdušje naj bo prijetno
- nihče naj se ne počuti izključenega
- nihče naj ti ne zapoveduje, kako naj razmišljaš
- nihče – niti učitelj – nima vseh odgovorov
- vsak se naj v največji možni meri posveti trem bistvenim izzivom: ostati osredotočen, temeljito razmišljati in delati v skupini

IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH/UČITELJEV:

- Vsak posameznik prispeva v prostor znanje, ustvarjeno v lastnih kontekstih, ki je sprejeto kot veljavno in legitimno.

Na svet gledamo skozi očala kompleksne mreže raznolikih kontekstov. Na to, kar vidimo, vpliva več zunanjih dejavnikov (kulture, mediji, religije, izobraževanje, vzgoja), notranji dejavniki (osebnost, reakcije, konflikti) ter srečanja in odnosi. Slika, ki jo ta očala projicirajo, predstavlja naše znanje o nas samih in o svetu, ki ima ne glede na to, ali je blizu ali daleč temu, kar šteje za 'normalno', svojo zgodovino. Veljavnost tega znanja mora biti znotraj OPDR upoštevana.

- Vsako znanje je delno in nepopolno.

Ker so naša očala ustvarjena v specifičnih kontekstih, nam manjka znanje, ustvarjeno v drugih kontekstih. Da bomo videli/ali si zamišljali svet izven meja svojih očal, moramo prisluhniti drugim pogledom.

- V vsako znanje lahko podvomimo.

Kritični angažma v projektu se definira kot poskus razumeti, od kod različne perspektive prihajajo in kam vodijo (izvor in implikacije). Zato dvom ni poskus razbitja očal (razbitja ali razveljavljanja perspektiv), temveč vodi v izostritev in širjenje pogleda.

KAJ SO POSTOPKI ZA RAZISKOVANJE OPDR ?

Sledita primera za srednje šole in izobraževanje odraslih/učiteljev:

POSTOPKI ZA SREDNJE ŠOLE:

- ogled PERSPEKTIV: slika, film, risanka, pesem, zgodba
- risanje ali zapisovanje svojih PRVIH MISLI, medsebojna izmenjava le-teh
- tvorjenje VPRAŠANJ v parih
- GLASOVANJE o vprašanih
- RAZGOVOR o temi
- IZMENJAVA pridobljenega znanja

POSTOPKI ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH/UČITELJEV

- spoprijemanje z vzpodbudo (spodbujanje kognitivne disonance) & prevetritev pogledov – delo v parih
- poglobljen razmislek – kje najti več informacij
- reflektivna vprašanja – individualno (v skladu z lastno perspektivo)
- vprašanja v odprtem prostoru – v majhnih skupinah (osredotočanje na različne logike ter moč in posledice različnih perspektiv)
- odgovorne izbire – v majhnih skupinah (procesi sprejemanja odločitev glede na temo)
- vtisi (refleksija o učnem procesu in kvaliteti prostora)

NEKAJ NAVODIL ZA LAŽJE USTVARJANJE ODPRTEGA PROSTORA

Učinkovito posredovanje je eden največjih izzivov pri ustvarjanju 'varnega' prostora, saj morajo vodje aktivnosti (ki tukaj igrajo vlogo posrednikov) vzpostaviti drugačne odnose z udeleženci, oblikovati in spodbujati določene načine obnašanja in ustvariti etiko zaupanja, (relativne) enakosti, spoštovanja drugačnosti in 'kritičnega angažmaja'.

Učinkovitost in 'varnost' prostora sta odvisni od številnih dejavnikov. Da bi stopili v dialog, morajo biti udeleženci pripravljeni poslušati, se zavedati svoje pristranskosti in biti 'odprti' za drugačna mnenja (drugačni pogledi štejejo za enakovredne). Za kvalitetno raziskovanje je potrebno dvomiti v predpostavke (zlasti tiste globoko ukoreninjene, ki veljajo za »splošno znane«) in njihove posledice ter jih analizirati. Da bi ustvarili varnost, mora biti udeležencem omogočeno, da se ne strinjajo drug z drugim in z učiteljem/posrednikom, ne da bi bili ob tem (oziroma zato) utišani ali ponižani. Če želimo, da metodologija uspe, moramo ravnati v skladu z etiko, ki poudarja refleksijo in zavrača prepričanje, da je katerikoli mnenje univerzalno (t.j. da vsi razmišljajo ali bi morali razmišljati tako kot mi).

Posrednik je odgovoren za oblikovanje pravil obnašanja in vodenje udeležencev skozi vse faze. Med diskusijo mora igrati vlogo 'hudičevega odvetnika', raziskovati različne vidike in voditi skupino v stran od konsenza. Posredniki naj se izogibajo privilegiranju ali vsiljevanju svoje lastne perspektive (kar je lahko zelo težko – kot je razvidno iz zgoraj navedenega primera iz bombažne in tekstilne industrije). Zato je izjemno pomembno, da znajo posredniki med udeleženci razvijati sposobnosti 'kritičnega refleksivnega branja'.

V ČEM JE KRITIČNO REFLEKSIVNO BRANJE DRUGAČNO OD DRUGIH OBLIK BRANJA?

Kritično refleksivno branje temelji na ideji, da jezik ustvarja tako resničnost kakor tudi očala, skozi katera vidimo in poskušamo razumeti svet, zato spodbuja udeležence, naj preučijo ta očala (svoje domneve/prepričanja in njihov izvor) in njihove posledice. Tabela spodaj prikazuje razlike med tremi tipi branja – glede na vprašanja, ki se zastavljajo:

TRADICIONALNO BRANJE	KRITIČNO BRANJE	KRITIČNO REFLEKSIVNO BRANJE
<p>TIPI VPRAŠANJ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Katere teme naslavlja besedilo?• Ali besedilo predstavlja resnico?• Opisuje dejstvo ali mnenje?• Je pristransko ali nevtrarno?• Je dobro napisano/jasno?• Kdo je avtor in kakšen je njegov/njen nivo avtoritete/legitimnosti?• Kaj avtor pravi?	<p>TIPI VPRAŠANJ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kaj je kontekst?• Koga besedilo naslavlja?• Kakšne odzive in občutke vzbuja besedilo v bralcu?• Kakšna je avtorjeva pozicija (Njegova/njena politična usmerjenost)?• Kaj želi avtor povedati in kako poskuša bralca manipulirati?• Katere trditve niso utemeljene?• Zakaj je bilo besedilo napisano na takšen način?	<p>TIPI VPRAŠANJ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Na katerih domnevah/prepričanih slonijo trditve? Kako avtor/ica razume resničnost? Kaj odlikuje njegovo/njeno razumevanje?• Kdo v tem kontekstu določa, kaj je resnično, kaj lahko spoznamo, ali kaj mora biti narejeno? V imenu koga in za dobrobit koga? Na katere pomene te trditve namigujejo? Katere pomene te trditve prekrivajo?• Kaj ostaja v besedilu prikrito? O čem se v obravnavani temi ne sprašujemo?

TRADICIONALNO BRANJE	KRITIČNO BRANJE	KRITIČNO REFLEKSIVNO BRANJE
FOKUS: Vsebina, avtorstvo ter legitimost pripovedovalca in besedila.	FOKUS: Kontekst, nameni, stil komunikacije.	FOKUS: Predpostavke, produkcija znanja, moč, reprezentacija in implikacije.
CILJ: Razviti razumevanje vsebine in/ali določiti resničnostno vrednost besedila.	CILJ: Razviti kritično razmišljanje (sposobnost spoznati namene in razloge).	CILJ: Razviti sposobnost refleksije (sposobnost spoznati, kako so predpostavke konstruirane).
JEZIK: Je določen, prozoren in nam omogoča dostop do resničnosti.	JEZIK: Je določen in 'prevaja' resničnost.	JEZIK: Je ideološki in konstruira resničnost.
RESNIČNOST: Obstaja in je zlahka dostopna s čutnimi zaznavami in objektivnim mišljenjem.	RESNIČNOST: Obstaja in je dostopna, vendar je mnogokrat napačno predstavljena.	RESNIČNOST: Obstaja, a je nedosegljiva (v absolutnem smislu) – imamo le delne interpretacije, ki jih konstruira jezik.
ZNANJE: Univerzalno, kumulativno, linearno, prav vs. narobe, dejstvo vs. mnenje, nevtralnno vs. pristransko.	ZNANJE: Napačna vs. pravilna interpretacija resničnosti.	ZNANJE: Vedno pristransko, odvisno od konteksta, kompleksno in dinamično.

KAJ ŽELI OPDR NA DOLGI ROK DOSEČI?

Vizija prihodnosti OPDR temelji na konceptu planetarnega oz. globalnega državljanstva. Štir ključne dimenzije te vizije so:

- medsebojna odvisnost vseh živih bitij
- ideja participatorne demokracije
- etično soočanje z drugačnostjo
- uravnovešanje 'pravic in pravičnosti' s 'skrbjo in odgovornostjo'

KJE LAHKO NAJDEM PRIMERE MATERIALOV?

Dobro izhodišče je seznam virov na koncu priročnika.

KAKŠNA SO TVEGANJA PRI UPORABI TE METODOLOGIJE?

Ta metodologija je bila testirana v več izobraževalnih okoljih z zelo pozitivnimi izidi, vendar univerzalnih, standardnih 'izobraževalnih receptov', ki bi bili 100% učinkoviti v vsakem kontekstu, ni. Ustvarjanje prostora za razvoj kritičnega in neodvisnega mišljenja je že samo po sebi v določenih izobraževalnih kontekstih lahko tvegano. Zato morajo učitelji/posredniki natančno oceniti, ali je OPDR primeren in kakšna tveganja so lahko prisotna v njihovih specifičnih okoljih.

KAKO SE LAHKO VKLJUČIJO POSAMEZNI IZOBRAŽEVALCI?

Izobraževalci se lahko vključijo na več načinov. Lahko se udeležijo enega od izobraževalnih dogodkov na temo globalnega učenja (vsi ne temeljijo na OPDR metodologiji, vendar so vsaj nekateri od njenih vidikov praviloma vključeni), ali poskusijo s prosto dostopnimi viri na spletnih straneh ter v raznih publikacijah. Veliko virov je na voljo v angleškem jeziku, nekaj tudi v slovenščini. Lahko pa z lastnim raziskovalnim projektom raziščejo tiste učne rezultate te metodologije, ki se jim zdijo najbolj zanimivi.

KAKO SE LAHKO VKLJUČIJO ŠOLE?

Šole lahko stopijo v stik z organizacijami in posamezniki, ki se ukvarjajo z globalnim učenjem in organizirajo delavnice ali uvodne tečaje na teme: OPDR metodologija, kritično refleksivno branje, globalne teme in globalno državljanstvo.

Čeprav praviloma priporočamo uporabo metodologije OPDR, je razumljivo, da se pri izvajanju učenja najdemo tudi v situaciji, ko slednja ni najbolj učinkovita. Zlasti težko jo je izvajati v skupinah z mlajšimi otroki. V tem primeru se lahko zatečemo k bolj »klasičnim« metodam učenja. Razne delavnice in aktivnosti, ki so predstavljene v nadaljevanju, ne vsebujejo vedno metode OPDR, kadar pa jo, je to posebej označeno.

DELAVNICE

in razne druge aktivnosti

To poglavje je namenjeno predstavitvi konkretnih primerov izvajanja delavnic in drugih učnih postopkov s področja globalnega učenja. Uvodoma smo predstavili metodo OPDR, ki je namenjena predvsem refleksiji o pridobljenem znanju, delavnice, ki jih predstavljamo v nadaljevanju, pa so namenjene predvsem pridobivanju znanja in izpostavljanju določenih skritih vidikov iz našega vsakdana. Izkušnje kažejo, da je uspešna izvedba 'jedra delavnice' (predstavitev gradiva) mnogo manj pomembna kot kvalitetna razprava, ki temu jedru sledi.

Aktivnosti, ki so predstavljene v nadaljevanju, so sicer vezane izključno na bombažno tekstilno problematiko, vendar je mogoče njihovo strukturo pogosto uporabiti tudi za učenje kakšnih povsem drugih tematik.

POSEBNE DELAVNICE IZVEN STANDARDNEGA ŠOLSKEGA UČNEGA NAČRTA

IGRE ZA OGREVANJE IN IGRE Z IMENI*

UVOD V DAN (5 minut)

Vodja skupini predstavi vsebino in potek delavnic (kadar jih je več), tako da vsi udeleženci vedo, kaj lahko pričakujejo. K uspešnemu poteku delavnic veliko prispevajo t.i. ogrevalne igre, ki udeležence sprostito in približajo drug drugemu.

IGRA Z IMENI (10 minut)

Igra je še posebej koristna, kadar se udeleženci med sabo ne poznajo.

- Udeleženci stojijo v krogu, vsak gre okoli in pove svoje ime skupaj z besedo, ki je povezana z modnim svetom ali oblačili in se začne na enako črko kot njegovo/njeno ime (npr. "Ime mi je Majica Majda").
- Postopek obrnemo in igro lahko ponovimo. Tokrat se mora vsak udeleženec spomniti vseh imen ostalih udeležencev.

Kadar se udeleženci med seboj poznajo že od prej, ali kadar nas pestijo časovne omejitve, lahko izpustimo drugi krog igre. Igra asociacij udeležencem pomaga, da si lažje zapomnijo vsa ali vsaj večino imen, kar olajša komunikacijo med samim potekom delavnice. Zaželeno je tudi, da vodja delavnice sodeluje v igri, saj na ta način postane tako dejansko kot simbolično eden od enakovrednih udeležencev dogajanja. Vzpostavitev kvalitetnega osebnega stika nam je lahko v veliko pomoč tudi pri organiziranju in vodenju diskusij, zlasti kadar delavnice

MODNA SOLATA (10 minut)

To je zabavna ogrevalna igra, obenem pa vodji delavnice nudi priložnost, da od udeležencev izve, katera oblačila so zanje pomembna in kakšen je njihov odnos do mode.

- Vsi stojijo v tesnem krogu.
- Oseba, ki stoji v sredini, mora reči nekaj takšnega kot "vsi, ki so oblečeni v kavbojke" ali "vsak, ki ima na sebi trenirko", ali kaj drugega v povezavi z oblačili. V tistem trenutku mora vsak, ki ustreza opisu, zamenjati mesto z ostalimi 'kavbojkarji' ali 'trenirkarji', vključno z osebo v sredini.
- Kdor ne uspe dobiti mesta pravočasno, mora v sredino kroga in nadaljevati igro.

Igro zaključimo, kadar zmanjka različnih oblačil ali po lastnem občutku. Par minutk po koncu igre namenimo krajši diskusiji o tem, kakšna oblačila nosijo udeleženci, koliko so si med seboj podobna ali različna, katera oblačila prevladujejo....

* Prirejeno po RISC: Passion for Fashion

MODNA INDUSTRIJA* (2-3 šolske ure)

Vse udeležence razdelimo na tri manjše podskupine. Priporočljivo je, da delavnico vodita vsaj dve vodji, zlasti kadar gre za večje skupine.

KAJ POMENI MODA? (15 minut + 15 minut OPDR diskusija)

- Pisanje grafitov in diskusija, udeleženci ugotavljajo, kaj moda pomeni vsakemu od njih in kaj pomeni mladi m na splošno.
- Uporabimo list barvnega papirja velikosti A0 ali A1 (velik plakat) in zgoraj napišemo "Kaj nam pomeni moda?"
- Udeleženci vzamejo barvne flomastre za pisanje besed (grafitov), ki jih poljubno razporedijo po vsej površini lista. Napišejo naj tisto, česar se najprej spomnijo, ko pomislijo na modo. Gre za igro prostih asociacij.
- Teme, ki so se pojavile, vsebinsko razširimo in spodbudimo razpravo z nekaj preprostimi vprašanji, kot:
 - Kje kupujete oblačila?
 - Kako veste, da nekaj ni več 'modno'?
 - Kaj naredite z oblačilom, ko ga prenehate nositi?
 - Kako hitro se moda spreminja?
- Zelo priporočljivo je, da si vodja delavnic sproti beleži najzanimivejše odgovore, saj se lahko ob zaključku

ETIKETE NA OBLAČILIH (15 minut + 15 minut OPDR diskusija)

- Pri tej aktivnosti odkrivamo, kje je bila naša obleka izdelana. Na splošno se izkaže, da čeprav so številne 'blagovne znamke' velika evropska in ameriška transnacionalna podjetja, njihove izdelke izdelajo v povsem drugih državah, še posebej v vzhodni Aziji. Več informacij o tem je na voljo v predhodnem besedilu ter v seznamu priporočenih virov na koncu priročnika.
- Udeleženci v parih drug drugemu prebirajo etikete in ugotavljajo, kje je bil posamezen kos obleke izdelan. Potem pogledajo na zemljevid sveta in prilepijo pike na države, iz katerih prihajajo njihova oblačila.
- Nadaljujemo z zastavljanjem vprašanj:
 - Kje je izdelanih največ oblačil? (sklicuj se na zemljevid)
 - Kje se po vašem mnenju nahaja sedež podjetja?
 - Zakaj se po vašem mnenju njihova oblačila izdelujejo v državah, ki so bile omenjene?
 - Zakaj nekatera oblačila niso opremljena z etiketami?

Za izvedbo te delavnice potrebujemo velik zemljevid sveta.

ZMAGOVALEC DOBI VSE (30 minut + OPDR diskusija)

- Skozi to igro vlog se seznanimo z zgodbo kmeta Amadouja Keite, ki v Maliju prideluje bombaž.
- Udeleženci razmišljajo o tem, kako trgovina vpliva na različne ljudi znotraj prodajne verige, od tistega, ki izdelava blago, pa vse do osebe, ki izdelek kupi v Sloveniji. Razen tega spoznamo, kako se naša življenja povezujejo z ostalimi ljudmi po svetu.
- Na začetku vodja delavnice prebere zgodbo o Amadouju Keiti in pojasni, da gre za zgodbo, v kateri so imena izmišljena, vendar temelji na resničnih dogodkih:
- Amadou Keita je kmet iz Malija, ki prideluje bombaž. Leta 2001 se je Import - Export d.o.o., podjetje, ki trguje z bombažem, odločilo, da bo kupovalo bombaž od kmetov iz njegove okolice in ga prodajalo podjetjem, kot sta G&N in ZORO. Prvič po skoraj dveh letih je imel gospod Keita zajamčen dohodek in si je lahko privoščil nakup nekaterih stvari, kot so obleka, kuhinjska posoda in gnojilo za rastline. Import - Export je celo financiral popravilo cest. Toda danes ni noben posel zajamčen. Leta 2008 je Amadou Keita za svoj bombaž prejel polovico manj kot prej. Cena bombaža na svetovnem trgu je bila leta 2008 zelo nizka, in Import - Export se je odločil, da ne bo več kupoval bombaža v Amadoujevi vasi, ker ga drugje lahko dobi po nižji ceni. Sedaj je Amadou Keita ostal brez vsakega vira dohodkov, saj nima nikomur prodati svojega bombaža.
- Razdelimo skupino na tri dele (največ trije na eno vlogo). Ostali udeleženci nastopajo kot publika v oddaji.
- Vsaka skupina dobi kartico z opisom vloge (kmetje pridelovalci bombaža, Import - Export d.o.o. in kupci v Sloveniji) in 10 minut za razmislek o njej, vodja pa medtem razmisli o vprašanih, ki so napisane na karticah.
- Skupina se nato spet združi in nastopi v pogovorni televizijski oddaji. Vodja delavnice igra vlogo televizijskega voditelja in zastavlja pomembna vprašanja, s katerimi udeležencem pomaga pripovedovati njihovo zgodbo, ter ustvarja povezave med različnimi vlogami. V tej delavnici je izjemno pomembna zlasti predpriprava vodje, saj njegova vloga povezovalca posameznih akterjev temelji na dobrem poznavanju problematike.

Po odigranem scenariju je čas za diskusijo. Glej postopke za raziskovanje OPDR.

Import Export d.o.o. veliko podjetje, ki trguje z bombažem

- Predstavljate vodstvo podjetja Import - Export d.o.o.
- Sedem let ste bombaž kupovali od kmetov iz Malija in ga prodajali naprej podjetjem kot sta G&N in ZORO.
- Bombaž morate dobiti po kar se da nizki ceni, da lahko ustvarite čim večji dobiček.
- Ko se je svetovna cena bombaža znižala, ste se odločili, da prenehate kupovati bombaž v Maliju – drugje ste ga dobili po nižji ceni.
- V svojem poslu morate sprejemati težke odločitve – odgovornost, ki jo imate do svojih delničarjev, vam narekuje, da povečate dobičke.

- Kaj čutite ob odločitvi, da se boste umaknili iz Malija?
- Kaj to pomeni za Import - Export? Mislite, da je vaša odgovornost nadaljevati trgovanje s tamkajšnjimi kmeti?

Kmetje pridelovalci bombaža

- Predstavljate kmete – pridelovalce bombaža iz Malija.
- Sedem let ste svoj bombaž prodajali velikemu britanskemu podjetju Import - Export d.o.o..
- Import - Export d.o.o. je nato vaš bombaž preprodajal modnim podjetjem, kot sta G&N in ZORO.
- S prodajo bombaža si zagotavljate nakup hrane, oblačil in vsega ostalega, kar potrebujete za življenje.
- Letos so cene bombaža padle, zato sedaj zaslužite le še polovico tistega, kar ste zaslužili prej.
- Stvari so se še poslabšale, saj se je Import - Export odločil, da ne bo več kupoval bombaža pri vas, ker lahko drugje dobi cenejšega.
- Sedaj nimate komu prodati svojega bombaža.

- Kako se počutite?
- Kakšne posledice bo imela ta odločitev za vas in vašo družino? Mislite, da je pošteno?

Slovenski kupci

- Redno nakupujete v G&N in ZORO trgovinah, saj so vam njihova oblačila všeč.
- Nikoli niste veliko razmišljali o bombažu, iz katerega so narejena vaša oblačila, ali kdo ga izdeluje... dokler niste slišali za novico, da se Import - Export umika iz Malija in kmete, ki pridelujejo bombaž, pušča brez dela in denarja.

- Kaj mislite o odločitvi podjetja Import - Export?
- Je pravično, da kmetje nenadoma nimajo dohodkov, ker ne morejo prodati svojega bombaža?
- Naj podjetji G&N in ZORO zahtevata, da se s kmeti ravna pravično? Lahko sami kaj naredite, da bi bilo drugače?

DELAVNICE - PRIMERI IZ ŠOLSKE PRAKSE

Nekateri mislijo, da teme, ki jih zajema globalno učenje, ni moč uvesti v večino šolskih predmetov, saj so preveč oddaljene od sprejetih učnih načrtov. Gotovo je marsikateremu učitelju težko posvetiti celo učno uro obravnavanju izbrane problematike, a pogosto lahko kaj postorimo tudi znotraj obstoječih programskih zahtev. V nadaljevanju predstavljamo štiri primere za povsem različne predmete: matematiko, domač/tuji jezik, geografijo in športno vzgojo.

Mala vaja iz matematike: **resnična cena športnih copatov za 75 €.**

tovarna 12 % plače 0,4 % materiali 8 % drugo 1,6 % dobiček 2 %	transport in davki 5 %	obutveno podjetje (blagovna znamka) 33 % raziskave 11 % oglaševanje 8,5 % dobiček 13,5 %	prodajalna 50 %
--	----------------------------------	--	---------------------------

vir podatkov: Clean Clothes Campaign

Ko se v šoli učenci spoznavaajo z računanjem deležev in odstotkov, lahko kot vajo uporabijo podatke, ki prikazujejo dejansko delitev zaslužka pri proizvodnji para superg. Naloga ne bi smela biti prezahtevna za ustrezno starostno stopnjo. Glede na podatke, ki so na voljo, lahko oblikujemo več vprašanj, na primer:

- Kolikšen je dobiček blagovne znamke, ki proda 1.000.000 parov športnih copat?
- Kolikšna je vrednost materiala v enem paru športnih copat?
- Koliko zaslužijo delavke od enega para športnih copat, ki stanejo 75 €?
- Kolikokrat več sredstev se porabi za oglaševanje, kot za plačilo delavk?
- Bi stal par copat več ali manj, če bi stroške oglaševanja razpolovili, plače delavk pa povečali za desetkrat?

Odgovori:

- 10.125.000 €. To je približno toliko, kot vsako sezono prejme Roger Federer od svojega sponzorja – blagovne znamke Nike.
- Vrednost materiala v povprečnih vrhunskih športnih copatih je 6 €.
- Delavke od para copat zaslužijo 30 centov. Teh 30 centov se lahko razdeli tudi med več kot 10 delavk – odvisno od posamezne tovarne.
- 21,25 krat. Blagovne znamke za oglaševanje porabijo več kot 20 krat toliko denarja, kot ga porabijo za plače.
- 74,8 €. Cena se praktično ne bi spremenila, copati bi bili celo za malenkost cenejši.

Odvisno od razpoložljivega časa lahko zastavimo še nekaj dodatnih matematičnih vprašanj ali pa namenimo nekaj minut za pogovor o dobljenih rezultatih. Kadar imamo na voljo dovolj časa, lahko na podlagi danih podatkov razvijemo kvalitetno OPDR diskusijo o vprašanjih, ki se dotikajo delitve dobička, stroškov in namenov trženja, moči potrošnikov ipd.

ŠPORTNA VZGOJA: HITRE SUPERGE*

Gre za zabavno in aktivno dejavnost za vso skupino, pri kateri udeleženci razmišljajo o različnih vprašanjih, ki se tičejo športne industrije, in odkrivajo odgovore nanje. Igra je zanimiva tudi zato, ker daje priložnost za dober rezultat tudi tistim posameznikom, ki se kot športniki posebej ne odlikujejo. Pomembneje je poznati pravilen odgovor, kot pravočasno priteči do cilja. Kdor prvi priteče do cilja in ne odgovori pravilno, namreč ne dobi nobene točke.

- Na hodniku ali zunaj označi točke A, B in C. Razdaljo prilagodimo glede na okoliščine, priporočljivo je tek izvajati zunaj (na dvorišču, v parku). Če je možno, 100-metrsko progo razdelimo na tretjine, lahko pa izberemo tudi krajše razdalje (npr. 60 metrov ali manj)
- Preberemo vprašanja skupaj s tremi možnimi odgovori, ki se nahajajo v kvizu "Hitre superge" na naslednji strani, udeleženci pa stečejo k črki, ki po njihovem označuje pravi odgovor. Kdor najhitreje priteče do pravilnega odgovora dobi dve točki, vsi ostali, ki so pravilno odgovorili, pa eno. Zmaga tisti, ki po osmih vprašanjih zbere največ točk.
- Igra se lahko izvaja kot tekma ali zgolj kot kviz, kadar ne moremo izvajati teka.
- Po končanem teku namenimo nekaj minut za sproščanje in pogovor o tem, kaj smo izvedeli. Ta aktivnost lahko služi tudi kot izvrstna uvodna aktivnost v nadaljnjih delavnicah ali kot pester premor v celodnevem programu.

* Prirejeno po RISC: Passion for Fashion

HITRE SUPERGE - VPRAŠANJA

S pomočjo te tekme boste naslednjič vedeli nekaj več o supergah, ki jih kupujete. Zakaj se torej ne bi udeležili teka na 800 m in ugotovili, kdo bo prvi pritekel čez ciljno črto z največ pravnimi odgovori?

100 m: Večina superg velikih znamk se izdelava v:

- a) ZDA,
- b) Veliki Britaniji,
- c) azijskih državah, kot so Kitajska, Indonezija in Vietnam.

200 m: Ali imajo podjetja, kot so Nike, Reebok in Adidas:

- a) svoje tovarne obutve,
- b) plačujejo drugim tovarnam za izdelavo svoje obutve,
- c) zaposlujejo izkušene izdelovalce obutve, ki vsak par posebej izdelajo doma.

300 m: Približno koliko od 65 €, kolikor povprečno odštejemo za superge, bodo prejeli delavci v azijski tovarni, ki so obutev sešili?

- a) 1,3 €
- b) 13 €
- c) 19 €

400 m: Koliko časa mora delati delavec v tovarni športne obutve, da zasluži za eno jajce?

- a) 14 minut
- b) 23 minut
- c) 35 minut

500 m: Koliko odstotkov superg se prodaja izključno za športno uporabo?

- a) 10 %
- b) 40 %
- c) 90 %

600 m: V koliko državah Reebok prodaja svojo obutev?

- a) 12
- b) 60
- c) 140

700 m: Koliko milijonov dolarjev je Andre Agassi vsako leto prejel od svojega sponzorja, podjetja Nike?

- a) 10 milijonov
- b) 5 milijonov
- c) 1 milijon

Cilj: Katero podjetje je 2007 v Evropi prodalo več športnih oblačil in obutve kot katerokoli drugo podjetje?

- a) Nike
- b) Adidas
- c) Reebok

HITRE SUPERGE - ODGOVORI

100 m:

- c) Kar 95% Adidasovih superg je izdelanih v jugovzhodni Aziji.

200 m:

- b) Nobena od velikih znamk nima svojih lastnih tovarn. Številne podpododbene tovarne hkrati izdelujejo obutev večjih znamk, kot so Nike, Adidas, Reebok, Puma, LA Gear.

300 m:

- a) Teh 1,3 € se bo razdelilo med 40 delavcev.

400 m:

- b) Če bi minimalni osebni dohodek, ki ga prejema delavec v Sloveniji bil enakovreden plači, ki jo prejema azijski delavec v tovarni športne obutve, bi bila cena za eno jajce pri nas 1,35 €!

500 m:

- a) Kljub temu, da v oglasih za superge ponavadi nastopajo športne zvezde, se za izključno športno uporabo domnevno prodaja le 10 % superg.

600 m:

- c) Pri športni opreми gre resnično za izdelke globalnih znamk.

700 m:

- a) Andre Agassi je podpisal 10-letno pogodbo s podjetjem Nike, ki je bila vredna kar 10 milijonov dolarjev letno. Denar je prejel ne glede na to, ali je udaril eno samo teniško žogico.

Cilj:

- b) Adidas je prehitel Nike v popularnosti svojih izdelkov v Evropi.

GEOGRAFIJA: SPOZNAVANJE RAZLIČNIH DELOV SVETA – POT MOJIH KAVBOJK*

Ta krajša aktivnost nam pomaga spoznati pot, ki jo prehodijo naša oblačila, preden dospejo v naše roke. Z njo nazorno pokažemo, kako je ves svet vpleten v proizvodnjo oblačil, ki jih nosimo vsak dan. Zlahka jo vključimo v predmet geografije, kot primer spoznavanja različnih delov sveta; primer je vezan na nekaj, kar uporabljamo vsak dan – kavbojke.

Igro lahko izvajamo na dva načina – odvisno od velikosti skupine.

1. način manjša skupina (do 10 udeležencev):

Za boljšo ponazoritev potrebujemo velik zemljevid sveta, nekaj bucik in sukanca oziroma tanjšo vrstico. Pričnemo v Uzbekistanu, kjer zapičimo prvo buciko in potem nadaljujemo pot po vseh drugih državah. Skupaj iščemo države na zemljevidu in sledimo poti bombaža. Ko pridemo do zadnje države, izmerimo dolžino vrvice med posameznimi točkami in izračunamo razdalje (glede na merilo zemljevida). Na tablo narišemo veliko razpredelnico, kamor beležimo rezultate.

2. način - večja skupina:

Udeležence razdelimo na manjše skupine (največ 6 v vsaki). Vsaka skupina dobi en zemljevid, ravnilo in delovne liste. Vodja delavnice pojasni namen delavnice in razloži potek dogajanja. Vsak član skupine naj prevzame eno od nalog (nekdo išče države, nekdo meri razdalje, nekdo preračunava, sešteva, beleži...). Pomembno je, da imajo vsi člani skupine svoje naloge in da med seboj sodelujejo.

Udeleženci poiščejo države iz razpredelnice, izmerijo razdaljo med njimi in izračunajo približno kilometrino. Vodja delavnice pomaga udeležencem najti ustrezne države in jih spodbuja k razmišljanju o različnih dejavnostih v posameznih državah. Zanimiva je tudi uporaba neme karte, kjer so vidni le obrisi posameznih držav, ne pa tudi njihova imena.

Države in stopnje proizvodnje: **razpredelnica**

Bombaž gojijo v Uzbekistanu	razdalja
Nit spredejo v Bangladešu km
Pobarvajo jo v severni Indiji km
Blago stkejo v južni Indiji km
Razrežejo ga v Indoneziji km
Posamezne kose sešijejo v Gvatemali km
Oznake prišijejo na Portugalskem km
Kavbojke pošljejo grosistu v Koper km
Prodajajo se v trgovini v Ljubljani km
Ti jih nosiš, kamorkoli greš km
V Gani se prodajo kot oblačila iz druge roke km
Skupaj kilometrov km

UČENJE JEZIKOV

Poglobljena analiza teksta je eden najboljši načinov uporabe metode OPDR in učenje jezikov predstavlja tisti del predmetnika, kjer je največ možnosti, da tovrstno kritično-refleksivno branje izvedemo. Kot podlaga nam lahko služi poljuben tekst z izbrano tematiko, morda celo kak odsek iz zgoraj predstavljenih informacij o pridelavi bombaža in tekstilni industriji. V primeru poučevanja tujega jezika, zlasti angleščine, nemščine in francoščine, pa je na spletu in tudi drugje na voljo veliko kvalitetnih tekstov**.

Pri branju po načelih metode OPDR ne krepimo zgolj znanja o jeziku, temveč razvijamo tudi sposobnosti kritičnega opredeljevanja do teksta. V tem pogledu torej bolje izkoristimo čas, ki ga imamo na voljo, saj učenci ne le bogatijo svoje znanje jezika, temveč krepijo tudi sposobnost argumentiranja in ustnega izražanja v tujem jeziku.

Pisanje poslovnih in drugih pisem prav tako sodi v učenje jezikov. Zakaj torej ne bi izkoristili priložnosti in spodbudili učence, da napišejo resnično pismo o obravnavani tematiki ter ga pošljejo odgovornim institucijam ali posameznikom? V njem lahko predstavijo svoje pomisleke, izrazijo neodobranje ter predlagajo morebitne rešitve. Na tak način lahko zgolj teoretično znanje pretvorimo v praktično delovanje.

DRAMSKA DELAVNICA*

Marsikatera šola ima svoj dramski krožek. Odrska uprizoritev je lahko odličen način, kako predstaviti zgodbe iz ozadja tekstilne industrije širši publiki, ne zgolj peščici udeležencev delavnice. Udeleženci delavnice s pomočjo igranja vlog spoznajo, kako je delati v tovarni oblačil. Delavnica razkriva težave, s katerimi se spopadajo delavke in delavci, razloži, da se jim dogajajo družbene krivice in jim predoči potrebo po spremembi.

Gradivo

Kot osnovo za posamezno vlogo lahko preučite zgodbe šivilj.

Metoda

- Ogrevalne dramske igre (po izbiri izvajalca delavnice) 5 - 10 minut.
- Preostanek časa je namenjen igranju skečev na osnovi preučenih zgodb šivilj iz Kitajske, Bangladeša in Slovenije. Aktivnost se lahko organizira na dva načina, odvisno od velikosti skupine:
- Razdeli skupino na tri dele, vsaka skupinica se osredotoči na svojo vlogo; celotna skupina se odloči, kako bo vse tri zgodbe povezala skupaj.
- Pomembno je, da udeležencem omogočite njihovo lastno kreativno interpretacijo zgodbe.
- Informacije morajo predelati in predstaviti na način, ki je razumljiv in zanimiv tako njim samim kot njihovim vrstnikom.
- Po odigranih scenarijih je čas za diskusijo. Glej postopke za raziskovanje OPDR.

DRAMSKA ZGODBA: Šamsun iz Bangladeša

"Ime mi je Šamsun in zaposlena sem v tovarni Arrow v Bangladešu.

Delam za šivalnim strojem 13 ur na dan, 7 dni na teden.

Vstanem ob petih in odidem na delo.

Zaslužim 38 € na mesec.

V podaljšanem delovnem času sem plačana manj kot v rednem.

Mlajši delavci pomagajo dokončati oblačila, ki jih sešijem na šivalni stroj. Nekateri med njimi so mlajši od 13 let. Po zakonu se sme zaposliti otroke, ki so izpolnili 13 let. Zaslužijo le 9,50 € na mesec (0,03 € na uro).

V tovarni Arrow ni tako hudo kot v nekaterih drugih tovarnah. Plača se izplačuje redno in vsako leto si lahko privoščim 12 dni dopusta. Koliko dni dopusta pa imate v Sloveniji?

Delati vseh sedem dni v tednu je težko. Najtežje je delati v petek, ki naj bi bil pri muslimanih dela prost dan. Če sem en dan odsotna, izgubim dvodnevni zaslužek. To je protizakonito, a nekatere tukajšnje tovarne se požvižgajo na zakon.

Sem sem prišla s podeželja. Moja starša sta zelo revna in nimata lastne zemlje. Nekaj malega zaslužita s tem, da pomagata kmetom. Preselila sem se v Dako, da bi več zaslužila in tako domov pošiljala denar. A življenje v mestu me stane toliko, da komaj kaj pošljem svoji družini.

Pred desetimi leti sem delala v drugi tovarni. Združila sem se z nekaj drugimi delavci in poskušala ustanoviti sindikalno zvezo, vendar so me odkrili. Takrat so odpustili vse delavce. Kasneje je tovarna dobila veliko naročilo, zato so vse ponovno najeli. Po dobrem letu so tovarno zaprli – verjetno so jo nekje drugje odprli pod drugim imenom. Na tak način se tovarne znebijo sindikalnih zvez.

Živim v baraki s še dvema ženskama. Pazimo nase in skrbimo ena za drugo. Baraka je skromna, v njej je le nekaj oblačil, ki visijo na bambusovih palicah in nekaj stvari za kuhanje. V Dako je še na tisoče takšnih barak, ki jih ljudje zgradijo na črno. Sem se pride peš ob železniški progi. 120 ljudi si deli dve stranišči. Imamo en vodnjak, pred katerim morajo ženske v vrsti čakati na vodo. Včasih se vname prepir.

V sosednji delavnici dela 14 ljudi. Večinoma so to otroci, stari od 10 do 14 let. 12 ur na dan izdelujejo obročke za čevlje ob eni sami žarnici. Ko zmanjka elektrike, delajo ob svečah. Pri Arrowu je vseeno bolje."

DRAMSKA ZGODBA: Lujing s Kitajske

"Ime mi je Lujing in zaposlena sem v tovarni oblačil Hua Yong v mestu Dougguan, blizu Hong Konga.

Stara sem 18 let. S podeželja sem se preselila v mesto, da bi si poiskala delo. Da sem našla delo, sem morala plačati posebno takso, kar je na Kitajskem prepovedano.

Skupaj s 150 mladimi ženskami šivam oblačila, ki se prodajajo v Severni Ameriki in Evropi. Morda ste katera izmed njih kupili tudi sami.

Delam 7 dni na teden. Delam 60 ur na teden, poleg tega pa še 18 do 36 nadur.

Zaslužim 0,2 € na uro, kar znaša 15,6 € za 78-urno tedensko delo.

Vsak mesec imam dva prosta dneva.

Ne prejemam bolniškega nadomestila, regresa ali kakršnihkoli drugih dodatkov.

Če ne delam v podaljšanem delovnem času, moram plačati globo, kar je prav tako protizakonito. V tovarni sedaj delam že eno leto. V času praznika zmajev nisem šla na večerno delo, ker sem želela biti s svojimi prijatelji. Izgubila sem celodnevno plačilo.

Spalnico si delim še z osmimi mladimi ženskami. Če želim priti do nje, moram peš skozi tovarno. Obiski niso dovoljeni in zaskrbljujoče je, da nikjer ni nobenega požarnega izhoda. Vsak dan moram delati 6 ur, da lahko kupim dražjo, že pripravljeno hrano, saj v spalnicah ni možno kuhati.

V tovarni ni nobenih sindikatov in, kolikor mi je znano, podjetje nima Kodeksa obnašanja, ki bi zagotavljal pravično ravnanje z delavci. Nihče od nas nima sklenjene pogodbe, zato tudi nimamo legalnih pravic, kar pomeni, da vodstvo lahko z nami ravna, kakor se mu zahoče."

DRAMSKA ZGODBA: Anica iz Slovenije

"Zdravo, ime mi je Anica. Delam v tovarni, kjer šivam oblačila za eno od priznanih blagovnih znamk.

Takšnih nas je v Sloveniji še približno dvajset tisoč. Ko sem pričela delati, nas je bilo več kot sedemdeset tisoč, a veliko tovarn so zaprli in delavke odpustili.

Imam izkušnje s šivanjem na šivalni stroj, saj v tej tovarni delam že več kot petnajst let. V vsem tem času sem v službi manjkala le kadar sem šla na porodniško. Nikoli nisem šla na bolniško in nikoli zamudila na delo. Kljub temu me je strah za službo. Ko sem lani rodila hčerkico, so me skoraj odpustili. Zadnje čase se širijo govorice, da bodo spet odpuščali, ker je podjetje zelo zadolženo. Kljub temu, da že toliko časa delam v tovarni, sem med mlajšimi delavkami. Najstarejše je še bolj strah, saj si nihče ne želi izgubiti službe tik pred upokojitvijo.

Sem poročena in imam tri otroke. Težko mi je puščati otroke same, a ne morem si privoščiti, da ne bi hodila na delo ali da bi delala le polovico delovnega časa. Varuške so predrage, včasih mi pomaga mama. Vendar so trije otroci zanjo preveč naporni.

Delam približno 40 ur na teden, kadar so večja naročila tudi več.

Na uro zaslužim 2,85 €, kar je manj kot minimalna plača, a tudi če se pritožim, nič ne pomaga. Denarja ni. Včasih tudi po več mesecev ne dobimo plače. Med vikendom in v prostem času poskušam še kaj zaslužiti s tem, da popravljam in prirejam obleke, a potem mi ne ostane skoraj nič časa za družino.

Ko pridem domov, sem utrujena, a moram skuhati kosilo in pospraviti stanovanje. Mož podnevi spi, ker dela v nočni izmeni. Vidiva se le zvečer, preden odide na delo. Ko so otroci v postelji in mož odide na delo, še malo šivam, kolikor pač zmorem. Nikoli ne vem, koliko dela bom dobila na teden, zato tudi ne vem, koliko bom zaslužila.

Delo je samotno in dolgočasno. Nimam kvalitetnega družabnega življenja. Sicer poznam nekaj žensk v okolici, a nimam nikoli časa, da bi poklepetala z njimi. V tovarni se ne moremo skoraj nič pogovarjati, saj ni časa. Kadar govorimo med seboj, govorimo o delu. Velikokrat me boli hrbet zaradi predolgega sedenja v enakem položaju, a moram delati hitro, da delo dokončam v času, ki mi ga določi vodja izmene.

Svojega dela nimam rada, a potrebujemo denar. Zelo sem razburjena, ko vidim, po kakšnih cenah se prodajajo obleke, ki jih mi šivamo za drobiž. Ena obleka stane več, kot znaša moja mesečna plača."

MODNI TEST*

Modni test posnema številne podobne osebnostne teste, ki jih je moč najti v revijah za mlade in v nešteti trendovskih revijah. Čeprav ob koncu reševanja vsak udeleženec lahko ugotovi, kateremu osebnostnemu profilu naj bi pripadal/a, to nikakor ni končni namen testa. Ideja namreč ni v delitvi udeležencev na skupine modnih navdušencev in modnih skeptikov. Pridobljene rezultate je mogoče interpretirati na več različnih ravneh (odvisno od starostne skupine in predhodnega znanja) ter razviti kvalitetno OPDR diskusijo, vezano na koncept mode ter sledenja tržnim in drugim smernicam.

Modni test lahko uporabimo kot samostojno aktivnost, kadar imamo na voljo manj časa, ali v sklopu celodnevne dejavnosti na temo bombaža in tekstilne industrije. Lahko pa test objavimo v kateri od publikacij - šolskem glasilu, pri čemer je potrebno paziti, da ga postavimo v ustrezen kontekst. V nasprotnem primeru lahko namreč ostane brez kakšne posebne izobraževalne vrednosti.

1. Kako dolgo v povprečju nosiš neki kos oblačila?
 - a) Nekaj mesecev
 - b) Leto ali dve
 - c) Več kot dve leti
2. Kako se oblečeš, kadar greš ven (v kino, koncert, diskoteko)?
 - a) Oblečem se povsem primerno priložnosti (oblačila za ven, frizura, make-up)
 - b) Obleki posvečam nekaj pozornosti, vendar se ne potrudim preveč
 - c) Ne naredim nič posebnega
3. Kaj rečeš osebi, ki ti je zelo všeč, a nima niti najmanjšega občutka za modo?
 - a) Poveš ji, da ti ni všeč, kako je oblečen/a
 - b) Trudiš se to prezreti
 - c) Všeč ti je, da je neodvisna od modnih smernic
4. Za kaj bi najraje porabil/a svojo žepnino?
 - a) Hrano
 - b) Zabavo
 - c) Obleke
5. Kaj si misliš o ljudeh, ki vedno nosijo oblačila najbolj trendovskih blagovnih znamk?
 - a) Občudujem jih
 - b) To je v redu, ampak jaz temu ne morem slediti
 - c) Vseeno mi je za njih
6. Imaš 30 € in potrebuješ novo majico s kratkimi rokavi. Kaj storiš?
 - a) Kupiš majico priznane znamke
 - b) Kupiš 2 ali 3 modne in cenejše majice
 - c) Kupiš poceni majico in porabiš ostanek za kaj drugega
7. Kaj bi storil/a, če bi ti nekdo rekel, da je barva tvojega puloverja iz lanske sezone?
 - a) Nikoli več ga ne bi oblekel/a
 - b) Poiskal/a bi kak izgovor
 - c) Vseeno ti je
8. Kolikšen del svoje žepnine porabiš za oblačila?
 - a) Več kot polovico
 - b) Več kot četrtino in manj kot polovico
 - c) Manj kot četrtino
9. Kaj si misliš o naslednjih izjavah?
 - a) Da
 - b) Morda
 - c) Ne

Izgled oblačil je pomembnejši od njihove kvalitete.
Starši bi morali otrokom kupiti tista oblačila, ki si jih otroci želijo.
Tistim, ki se ne znajo oblačiti, bi morali prepovedati vstop v diskoteke.
Če bi se modno oblačil/a, bi me drugi bolje sprejeli.

Reševanje testa in ovrednotenje rezultatov

1. Odgovarjanje na vprašanja

Vprašanje 1 – 8: Obkroži ustrezno črko

Vprašanje 9: Naredi X, kjer ti ustreza

2. Vrednosti rezultatov

Vprašanje 1 – 8: a = 2 točki
 b = 1 točka
 c = 0 točk

Vprašanje 9: da = 2 točki
 morda = 1 točka
 ne = 0 točk

3. Tvoji rezultati: Kako pomembna je moda zate?

0 – 7 točk

Oblačila ti bodisi ne pomenijo ničesar, bodisi ti je vseeno, kaj drugi mislijo ali govorijo o tebi. Čeprav morda skrbiš za svoj izgled, se oblačiš po lastnem okusu in se ne pridružuješ vsem modnim muham. Na tiste, ki so vedno oblečeni po zadnji modi, včasih gledaš s prezirom.

8 – 15 točk

Vedno si del množice in ne izstopaš posebej. Pohvala te zelo razveseli, kakšne nezaželene komentarje pa lahko premlevaš še dolgo časa.

16 – 20 točk

Moda ti pomeni veliko. Raje se družiš z ljudmi, ki so videti zadovoljni, se ne pritožujejo, in ki ne prežvekujejo kar naprej svojih problemov in težav. Toda – ali ni v resnici malce stresno zmeraj izgledati dobro?

21 – 24 točk

Najpomembnejša stvar v tvojem življenju je moda. Nikoli ne stopiš iz hiše, ne da bi se prej pogledal/a v ogledalu. Bilo bi sramotno, če se tvoji čevlji ne bi ujemali s tvojimi hlačami. Vendar ti ni potrebno skrbeti: Večina ljudi je preveč zaposlenih s seboj, da bi to opazili.

NEKAJ PRIMEROV VPRAŠANJ ZA DISKUSIJO V SKUPINI

Osnovna raven (navadno branje):

1. Se lahko poistovetiš z rezultati testa?
2. Kaj si želiš izražati z načinom svojega oblačenja?
3. Kaj ti povedo oblačila drugih članov skupine?
4. Naštej nekaj priložnosti, ob katerih bi se drugače oblekel/a. Opiši svojo obleko...

Srednja raven (kritično branje):

1. Verjameš v verodostojnost tega in njemu podobnih testov?
2. Je mogoče ljudi po mišljenju razdeliti v kategorije?
3. Katere so tvoje najljubše blagovne znamke? Zakaj?
4. Katera oblačila so 'kul', katera so 'fensi'? Zakaj?

Višja raven (kritično refleksivno branje):

1. Veš kaj o ozadju modne industrije in največjih blagovnih znamkah?
 - a. Od kod prihajajo naše obleke? Od kod izvirajo največje znamke?
 - b. Kaj se dogaja s slovensko tekstilno industrijo? Zakaj?
 - c. Kakšen je vpliv nas potrošnikov?
2. Čemu služi moda? Zakaj se smernice tako hitro menjajo?
3. Zakaj se ljudje oblačimo po modi?
4. Zakaj so tovrstni testi tako popularni v revijah za mlade in v ženskih revijah?
5. Je nakup oblačil politično dejanje? Kaj sporoča?
6. Kakšna so razmerja pogajalske moči v verigi od proizvajalca do kupca? (V povezavi z drugimi delavnicami)

ŠIRŠI POGLED – DELAVNICE S POVEZANIH PODROČIJ

Pot bombaža povezuje - STEREOTIPI*

Kadar izvajamo delavnice globalnega učenja, moramo biti zmeraj pozorni na to, kakšno sliko sveta pomagamo ustvarjati. Razne delavnice o stereotipih se pogosto izvajajo pri učenju o človekovih pravicah ali medkulturnem dialogu in so eden najboljših pripomočkov, ki nudijo vpogled v razmišljanje o naših lastnih izhodiščih ter predstavah.

Naša oblačila nas povezujejo z ljudmi z vsega sveta. Vendar pogosto naredimo napako, da o njih razmišljamo v kontekstu dogodkov, ki se dogajajo nekje daleč, v neki povsem drugi državi, o kateri praviloma vemo le malo; in še to, kar vemo, je zgolj konstrukt, ustvarjen na podlagi medijsko prečiščenih informacij. Dejansko pa posledice globalnega povezovanja že po definiciji segajo preko meja posameznih držav, in tudi ljudje, ki so vpleteni v tekstilno proizvodno verigo, se selijo.

Iz leta v leto je več mednarodnih migrantov in vzrok migracij niso zgolj politični in vojaški konflikti. Vse več je ekoloških in ekonomskih migrantov. Države Evropske unije so med najbolj zaželjenimi končnimi destinacijami, med njimi je tudi Slovenija. Migranti, ki pridejo k nam iz povsem drugačnih družbenih in kulturnih okolij, se pogosto spopadajo z nemajhnimi težavami pri vključevanju v novo družbo. Razen z jezikovnimi preprekami se soočajo tudi s stereotipnimi konstrukti in nezaupanjem. Rasizmi, nacionalizmi, verski, spolni in drugi predsodki so še kako prisotni v naši družbi. Za poglobljeno razumevanje globalne tematike je nujno izpostavljanje in preseganje stereotipov, kar nikakor ni lahka naloga, saj se jih praviloma sploh ne zavedamo.

Predstavljeni scenarij delavnice ponuja zgolj eno od možnosti izvedbe, vsebino in vloge je moč poljubno prilagoditi dani situaciji:

V manjši slovenski kraj se je preselila družina iz Uzbekistana. Svojo domovino so zapustili zaradi represivnega političnega režima in težkega ekonomskega položaja. Pred leti so bili ribiči, a ker se je Aralsko jezero skrčilo – zaradi namakanja bombažnih polj –, so ostali brez dela. Njihova ribiška vasica je sedaj več kilometrov oddaljena od obale jezera, v katerem praktično ni več življenja. Nekaj časa so se poskušali preživljati z raznimi deli, dokler jih ni obup prisilil v beg. Ker so muslimani, so jih pripadniki tajne policije večkrat obtožili ovajanja in surovo pretepli. Režim Islama Karimova strogo preganja vse, ki so osumljeni islamskega fundamentalizma. Čeprav so v Sloveniji že več kot leto dni, še zmeraj niso dobili slovenskega državljanstva. Ker nimajo državljanstva, se ne morejo zaposliti, zato se preživljajo z občasnimi priložnostnimi deli in miloščino. Država jim je priskrbela začasno stanovanje na bivalnem podstrešju gasilskega doma.

Po enem mesecu župan skliče sestanek zaradi pritožb krajanov nad priseljeno družino. Na sestanku so prisotni naslednji posamezniki in mediji...

1. Župan, ki vodi sestanek in poskuša ugotoviti, kakšno je splošno razpoloženje krajanov. Bližajo se volitve in svojim volilcem se ne želi zameriti.
2. Zakrbljena sosedka, ki je opazila, da v njihovem stanovanju pogosto celo noč gori luč. Ne ve, da je sedaj mesec ramadan, ko muslimani lahko jedo in pijejo samo ponoči. Boji se, da načrtujejo kak teroristični napad.
3. Župnik, ki ga skrbi prihod muslimanske družine v krščansko okolje. Preko poznanstev je izvedel, da so bili v Uzbekistanu obtoženi islamskega fundamentalizma, o čemer je spregovoril v nedeljo v svoji cerkvi.
4. Šef gasilcev, ki mu ni všeč, da se je družina naselila v zgornjih prostorih gasilskega doma. Pravi, da jih njihova prisotnost moti pri opravljanju dela.
5. Ravnateljica šole, ki je opazila, da hčerka, ki hodi v tretji razred, ne zna slovensko. Skrbi jo, kako bo dokončala razred, saj ne more slediti pouku.
6. Poslovodkinja trgovine, pred katero ponavadi stoji mati z najmlajšo hčerko in prosi miloščine.
7. Predstavnica društva 'Sožitje', ki si prizadeva za spoštovanje človekovih pravic in spodbujanje strpnosti med pripadniki različnih skupin. Poudarja edinstveno priložnost, ki jo imajo krajan, da spoznajo ljudi iz drugačnega kulturnega okolja.

Mediji:

- a) 'Naš podjetnik' je regionalni poslovni mesečnik, ki poroča o zanimivostih iz poslovnega, obrtniškega in rokodelskega sveta.
- b) 'Gašperček', lokalni list, ki cilja predvsem na krščansko občinstvo in poudarja slovenski nacionalni interes.
- c) 'Radio 5', nacionalni radio, ki poskuša objektivno poročati o dogajanjih.
- d) 'D'best' revija za mlade, ki poroča predvsem o dogajanju na glasbeni in filmski sceni ter o tračih iz življenja znanih in manj znanih ljudi.

V diskusiji, ki sledi po izvedbi delavnice, poskušamo udeležence spodbuditi k debati o soočanju različnih pogledov, o medijski konstrukciji realnosti ter o pomembnosti manjkajočih pogledov – nobenega od članov priseljene družine ni na sestanku. Zanimiva je tudi diskusija o tem, kako tovrstni scenariji še poglobljajo stereotipno dožemanje različnih družbenih skupin. Za naprednejše skupine lahko poskusimo tudi z diskusijo o tem, kako so povezane naše življenjske navade z razlogi, zaradi katerih je družina morala zapustiti svojo domovino.



Igra 'En svet', vir: arhiv društva Humanitas

NAMESTO ZAKLJUČKA

Tudi če udeležence skozi predstavljene aktivnosti uspemo motivirati za aktivno delovanje (pridružijo se kakšni kampanji, spremenijo navade, življenjski slog, razmišljanje itd.), je to delovanje brez kritičnega razmisleka le uporabniku prijaznejši način pranja možganov, kakršnemu smo v poplavi informacij, kjer nešteti akterji bijejo bitko za našo pozornost, izpostavljeni iz dneva v dan. Bistveno je poudariti pomembnost avtonomnosti izbire, delovanja in razmišljanja, kajti le posamezniki, ki znajo ceniti to svobodo v svojem zasebnem življenju, jo bodo pripravljene priznati tudi drugim.

Udeležencem je torej potrebno ponuditi priložnost, da izrazijo svoje mišljenje in dožemanje delavnic ter predstavljene tematike na način, ki je postavljen v njihov osebni kontekst. Povsem legitimna in pravzaprav temeljna je pravica vsakega udeleženca do nestrinjanja, saj lahko prav nasprotujoči si pogledi omogočijo poglobljen uvid v tematiko in njeno osvetlitev iz več različnih zornih kotov. Učinkovitost metod, kot je OPDR, je v veliki meri odvisna od starosti in sposobnosti udeležencev, vendar jo je moč uporabiti kot način razvijanja sposobnosti udeležencev. Uporaba načel OPDR namreč spodbuja razvijanje kritičnega mišljenja, sposobnosti argumentiranja ter samozavesti in javnega nastopanja. S tem se sproži pozitivna povratna zanka, kar pomeni, da so udeleženci na vsako naslednjo delavnico že boljše pripravljene.

S tem ko spodbujamo kritični dialog in ponujamo oporne točke, na katerih se lahko razvija, dvigujemo kvaliteto učnega procesa in pomagamo ustvarjati konstruktivno vzdušje – kar se lahko obrestuje že pri naslednji učni uri. Novo znanje je zgolj ena od komponent učenja, mnogo pomembnejše je zavedanje o relativnosti tega znanja in njegovi kontekstualni umestitvi. Aktivnosti, ki smo jih predstavili, njihova struktura in vsebina, tvorijo zgolj to prvo, temeljno komponento. Cilj, h kateremu si prizadevamo, pa je kvalitetno in strokovno dovršeno vodenje delavnic, ki ustvarja ozračje plodnega razmišljanja.



TUDI TI

LAHKO UTRJUJEŠ MOSTOVE MED GENERACIJAMI.

KAKO JE VSE SKUPAJ POVEZANO?

Spodaj našteje teme so spletene iz različnih vsebin, ki smo jih naslavljali v projektu 'Tudi ti si delček istega sveta'. Povezane so s proizvodnjo bombaža in tekstilno industrijo. (Več informacij o posameznih sklopih je na voljo v Manifestu, ki je nastal v okviru tega projekta.)

1. Okolje

Bombažna polja prekrivajo le 2% vse obdelovalne površine, vendar se za škropljenje porabi kar četrtina vseh pesticidov. Zaradi neustreznih tehnik namakanja je Aralsko jezero, ki je bilo nekoč tretji največji rezervoar pitne vode na svetu, skoraj izginilo. V številnih državah gojijo gensko spremenjen bombaž, ki zahteva veliko vode in ima lahko nepredvidljive učinke na okolje.

2. Varno otroštvo

V nekaterih državah sveta bombaž obirajo otroci. Po ocenah UNICEF-a jih je samo v Uzbekistanu več kot 200.000. Zaposlujejo jih tudi v športni in tekstilni industriji, saj so njihovi majhni prstki zelo primerno orodje za nekatera najbolj zahtevna opravila. Delo, ki ga opravljajo v pogosto suženjskih pogojih, je v nasprotju s Konvencijo o otrokovih pravicah OZN.

3. Migracije

Letno migrira več kot 200 milijonov ljudi, med njimi je veliko ekonomskih in okoljskih migrantov. Nevzdržne življenjske razmere silijo proizvajalce bombaža in zaposlene v tekstilni industriji, da iščejo nove življenjske priložnosti tudi izven meja svoje države. Ženske so bolj izpostavljene pritiskom revščine kot moški in so zaradi številnih ekonomskih in političnih razlogov pogosteje prisiljene v migracije. Tudi migracije, ki jih povzročajo vojni konflikti zaradi omejenih vodnih virov, so lahko povezane s proizvodnjo bombaža.

4. Trgovina z ženskami in deklicami

Trgovina z ljudmi je tretji najdonosnejši kriminalni posel na svetu, takoj za trgovino z drogami in orožjem. Spodbujanje enakopravnosti med spoloma in zmanjševanje revščine sta dva od temeljnih mehanizmov za preprečevanje te prakse. Trgovina z ljudmi vključuje tudi moške, vendar je kar 80 % vseh žrtev žensk in deklic. (Podoben je tudi delež žensk med zaposlenimi v tekstilni industriji.)

5. Medkulturni dialog

Naša oblačila izdelujejo ljudje, ki živijo v povsem drugačnih kulturnih in družbenih okoljih. O teh ljudeh praviloma vemo le malo, čeprav smo življenjsko odvisni od njih. Preko blagovne menjave in osebnih poznanstev z njimi stopamo v stik, vendar ta stik pogosto označuje omalovaževanje in nespoštljivost. Raziskovanje globalnih povezav nas vodi v preseganje tega površinskega odnosa, bogati naše znanje ter nam pomaga razvijati strpnost do neznanega.

6. Medgeneracijski dialog

V programih za odpravljanje revščine so starejši pogosto postavljeni na stranski tir, čeprav so najrevnejši med revnimi. Tudi v Sloveniji in drugod po Evropi je med revnejšimi prebivalci največ starejših. Številni med njimi so nekoč delali v tekstilni industriji, in dobro poznajo razmere, ki v njej vladajo še danes. Združevanje pogledov in znanja različnih generacij lahko bolje pojasni dejavnike, ki so sooblikovali današnjo situacijo, zato je potrebno tudi starejše vključiti v razpravljanje o skupnih izzivih.

7. Učinkovitost razvojne pomoči

Slovenija in druge države članice EU močno zaostajajo v izpolnjevanju zadanih ciljev o kakovosti, obsegu in načinu izvajanja razvojne pomoči oziroma razvojnega sodelovanja. Čeprav so se države zavezale, da bodo do leta 2015 za uradno razvojno pomoč namenile 0.7% BDP, podatki kažejo, da večini od njih to ne bo uspelo. Slovenija trenutno namenja 0.12% BDP za razvojno pomoč, strokovnjaki pa ocenjujejo, da je od tega vsaj 10% t.i. napihnjene pomoči, saj je Slovenija v celotni znesek prištela tudi stroške, ki so nastali zaradi prihoda beguncev ter tujih študentov. Po standardih OECD te postavke niso del uradne razvojne pomoči.



Adriani, Fabrizio in Becchetti, Leonardo (2004) Fair trade: a »third generation« welfare mechanism to make globalisation sustainable. Centre for International Studies on Economic Growth. V: **CEIS Tor Vergata Research Paper Series**, 21/62, november 2004, Rim.

Dostopno na:

<ftp://www.ceistorvergata.it/repec/rpaper/No-62-Becchetti-Adriani.pdf>

Altemeier, Inge in Reinhard Hornung (n. d.) **100 Prozent Baumwolle: Made in India**. Altemier & Hornung Filmproduktion.

Bowen, Brid (2002) Let's go Fair! V: EFTA (2002) **Fair Trade Yearbook 2001**. European Fair Trade Association, str.21-41.

Dostopno na:

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2005/april/tradoc_122287.pdf

CCC Germany (2008) **Who pays for our clothing from Lidl and Kik**.

Dostopno na:

http://www.cleanclothes.org/ftp/LIDL_KIK_ENG.pdf

COE (2002) **European Strategy Framework For Improving and Increasing Global Education In Europe to the Year 2015 (The "Maastricht Global Education Declaration")**.

Dostopno na:

http://www.coe.int/t/e/north%2Dsouth_centre/programmes/3_global_education/b_Maastricht_Declaration/Maastricht_Declaration.pdf

Coton Counts (n.d.) **The story of Cotton**.

Dostopno na:

<http://www.cotton.org/pubs/cottoncounts/story/upload/The-Story-of-Cotton-73k-PDF.pdf>

Davis Stone, Glenn (2002) **Biotechnology and suicide in India**.

Dostopno na:

http://www.artsci.wustl.edu/~anthro/research/biotech_suicide.html

DEEEP/DE Forum (2004) **What is development education?**

Dostopno na:

<http://www.deeep.org/whatisde.html>

EJF (2005) **White Gold. The True Cost of Cotton Production**. Environmental Justice Foundation.

Dostopno na:

http://www.ejfoundation.org/pdf/white_gold_the_true_cost_of_cotton.pdf

Gentleman, Amelia (2006) Despair takes toll on Indian farmers. **International Herald Tribune**, 31. 05. 2006.

Dostopno na:

<http://www.iht.com/articles/2006/04/18/news/farmers.php>

GMO Compass (2008) **GMO Cultivation Area by Crop**.

Dostopno na:

http://www.gmo-compass.org/eng/agri_biotechnology/gmo_planting/144.gmo_cultivation_area_crop.html

IFAT (2006) **About Fair Trade. Key Principles of Fair Trade**. International Fair Trade Association.

Dostopno na:

<http://www.ifat.org/ftrinciples.shtml>

Ikisan (2008) **History of cotton**.

Dostopno na:

http://www.ikisan.com/links/ap_cottonhistopy.shtml

Klein, Naomi (2005) **No Logo**. Ljubljana: Maska.

MOM Forum (2008) **Iščete delo, delavca? KIK Textilien MB**.

Dostopno na:

<http://med.over.net/forum5/read.php?59,4934944>

Myers, Dorothy (2000) Cotton Tales. **New Internationalist 323**.

Dostopno na:

<http://www.newint.org/issue323/tales.htm>

Nelson, Gerald (ur. 2001) **Genetically Modified Organisms in Agriculture. Economics and Politics**. San Diego: Academic Press.

Nicholls, Alexander J. (2002) Strategic options in fair trade retailing. **International Journal of Retail & Distribution Management**. 30/1, str. 6-17.

OSDE (n.d.) **Methodology booklet**.

Dostopno na:

<http://www.osdemethodology.org.uk/keydocs/osdebooklet.pdf>

Oxfam America (2007) **Paying the price. How US Farm policies hurt West African cotton farmers and how subsidy reform could help**.

Dostopno na:

http://www.oxfamamerica.org/newsandpublications/publications/research_reports/paying-the-price/Paying_the_Price_Summary.pdf

PBS (2007) **Facts and figure: The Cotton Trade**.

Dostopno na:

<http://www.pbs.org/now/shows/310/cotton-trade.html>

RISC (2003) **Passion for Fashion**.

Dostopno na:

<http://www.risc.org.uk/education/Passion%20teachers.pdf>

Sadeque, Nadjma (2008) **BT cotton is »welcome« in Pakistan**.

Dostopno na:

<http://www.teeth.com.pk/blog/2008/05/28/bt-cotton-is-welcomed-in-pakistan>

Suedwind (2007) **Aldi's clothing bargains discount buys discounting standards**.

Dostopno na:

http://www.suedwind-institut.de/downloads/ALDI-publ_engl_2007-08.pdf

Suedwind Agentur (n.d.) **Cotton workshp**. English version.

Dostopno na:

društvu Humanitas.

SURS (2008) **Bruto domači proizvod, temeljni agregati nacionalnih računov in zaposlenost, Slovenija, 2000 - 2007**.

Dostopno na:

http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=1851

UNCTAD (n.d.) Cotton Chain.

Dostopno na:

<http://r0.unctad.org/infocomm/anglais/COTTON/chain.htm>

Vodopivec, Nina (2007) **Labirinti postsocializma, socialni spomin tekstilnih delavk in delavcev**. Ljubljana: ISH.

WCED (1987) **Our Common Future**. World Commission on Environment and Development. Oxford: Oxford University Press.

West, Jean (n.d.) **King Cotton: The Fiber of Slavery**.

Dostopno na:

http://www.slaveryinamerica.org/history/hs_es_cotton.htm

VIRI

GLOBALNO UČENJE

Development education ie

Informacije in materiali s področja izobraževanja za razvoj in izobraževanja o človekovih pravicah. Stran je bogato založena s slikovnimi materiali, risankami in animacijami.

Dostopno na:

<http://www.developmenteducation.ie/>

Global education

Avstralski spletni portal o globalnem učenju z izčrpnim seznamom dodatnih gradiv.

Dostopno na:

<http://www.globaleducation.edna.edu.au/globaled/browse>

Global exchange

Informacije in didaktični materiali s področij kot so: pravična trgovina, varstvo okolja, migracije in izobraževanje za preprečevanje konfliktov.

Dostopno na:

<http://www.globalexchange.org/>

Global dimension

Priročnik vodič po knjigah, filmih, posterjih in internetnih straneh, ki vsebujejo informacije o različnih tematikah s področja globalnega učenja.

Dostopno na:

<http://www.globaldimension.org.uk/>

OSDE Methodology

Vse o metodologiji Odprtih prostorov za raziskovanje in dialog.

Dostopno na:

<http://www.osdemethodology.org.uk>

Oxfam Cool planet for kids

Spletno središče za učence in učitelje britanske nevladne organizacije Oxfam.

Dostopno na:

<http://www.oxfam.org.uk/coolplanet/kidsweb/>

RISC educational resources

RISC Reading International Solidarity Center razvija zanimiva gradiva o pravični trgovini in mednarodni menjavi, medijski manipulaciji, migracijah in iskalcih azila ter človekovih pravicah.

Dostopno na:

http://www.risc.org.uk/education/teaching_resources.html

Spletna učilnica

Spletni portal društva Humanitas, kjer so učencem in učiteljem na voljo materiali v obliki kvizov, delavnic in scenarijev za igre vlog s področja medkulturne komunikacije in izobraževanja za razvoj. Stran je v slovenščini.

Dostopno na:

http://www.humanitas.si/spletna_ucilnica.php

Šole delujejo globalno

Stran mednarodnega projekta, katerega namen je približati vsebine odnosov med državami t.i. 'Severa' in 'Juga' osnovnim in srednjim šolam. Stran je v slovenščini in vsebuje tudi gradiva za pripravo delavnic.

Dostopno na:

<http://schools.welthaus.at/>

UNICEF education resources

Na voljo je veliko gradiva, namenjenega uvajanju širokega spektra globalnih tematik v pouk vseh starostnih skupin.

Dostopno na:

<http://www.unicef.org.uk/tz/resources/>

Dodatne informacije in materiali o bombažu in tekstilni industriji:

Aral, the dying sea

Informacije o izginjanju Aralskega jezera.

Dostopno na:

<http://unimaps.com/aral-sea/index.html>

CCC – Clean clothes campaign

Spletna stran 'Kampanje za čista oblačila', ki vsebuje veliko informacij o delovnih pogojih zaposlenih v tekstilni industriji, poslovnih praksah velikih blagovnih znamk ter boju proti izkoriščanju.

Dostopno na:

<http://www.cleanclothes.org/>

EJF – Environmental justice foundation

Informacije o razmerah v proizvodnji bombaža, otroškem delu in posledicah za okolje in ljudi. Stran vsebuje veliko podrobnih raziskav, filmov in fotografij o bombažu in drugih temah.

Dostopno na:

<http://www.ejfoundation.org/>

People and planet: Why redress fashion?

Britanska organizacija People and planet ponuja veliko informacij o delu v t.i. švicfabrikah, državnih subvencijah za proizvodnjo bombaža ter etičnem potrošništvu.

Dostopno na:

<http://peopleandplanet.org/redressfashion/briefing>

Umazano perilo

Spletna predstavitev diplomske naloge Roka Klemenčiča o izkoriščanju v globalni tekstilni industriji ter boju proti temu. Stran v slovenskem jeziku je namenjena predvsem najstnikom in mladostnikom, saj na interaktiven in vizualno privlačen razkriva zgodbe iz ozadja njihovih najljubših blagovnih znamk.

Dostopno na:

<http://www.dirty-clothes.org/>

UNICEF Uzbekistan

Uzbeška podružnica UNICEF-a, kjer je na voljo veliko informacij o kršitvah in spoštovanju pravic otrok v tej srednjeazijski državi.

Dostopno na:

<http://www.unicef.org/uzbekistan/index.html>

WWF Agriculture and environment: Cotton

Informacije o učinkih proizvodnje bombaža na okolje so na voljo tudi na spletni strani WWF - Svetovnega fonda za divjo naravo.

Dostopno na:

http://www.panda.org/about_wwf/what_we_do/policy/agriculture_environment/commodities/cotton/environmental_impacts/index.cfm

Lined writing area consisting of multiple horizontal lines for text entry.

Ta priročnik je namenjen vsem, ki jih zanimajo drugačni pristopi k izobraževanju in učenju. Čeprav smo pri njegovi pripravi imeli v mislih predvsem učiteljice in učitelje, upamo, da je napisan na način, ki je dostopen in zanimiv tudi širšemu krogu posameznikov, drugim šolnikom, zaposlenim v nevladnem sektorju, izobraževalnih inštitutih in nenazadnje seveda tudi učencem, dijakom in študentom. V priročniku je koncept globalnega učenja predstavljen na primeru bombaža in z bombažem povezane tekstilne industrije, vendar njegove uporabnosti in kakovosti ni moč ovrednotiti zgolj s kvaliteto podanih dejstev, temveč predvsem z metodološkim pristopom, ki ga priročnik zagovarja in na praktičnem primeru tudi predstavi.

Priročnik je nastal v okviru projekta 'Tudi ti si delček istega sveta', katerega namen je predvsem razširiti zavedanje o 'globalni solidarnosti', ki nas, kadar gre za izzive, ki zadevajo vse nas, zavezuje k angažiranemu skupnemu delovanju.



SI DELČEK ISTEGA SVETA.



SLOGA
SLOVENIAN GLOBAL ACTION



Voluntariat
SCI Slovenia



focus
društvo za sonaraven razvoj

Izvedbo projekta "Tudi ti si delček istega sveta" so omogočili Evropska komisija - DG Development, Ministrstvo za zunanje zadeve Republike Slovenije in zgoraj naštetne nevladne organizacije.

Mnenja, izražena v tej publikaciji, ne predstavljajo uradnega stališča Evropske komisije ali Ministrstva za zunanje zadeve Republike Slovenije.