

Ekomisja

klasa 5—8



W TROSCIE
O LEPSZE
JUTRO

Banki Żywności



uczniowie i uczennice klas 5–8

Jak to?

Scenariusz lekcji powstał w odpowiedzi na potrzebę budowania relacji między uczniami pochodzenia polskiego i ukraińskiego oraz realizowania edukacji ekologicznej. Wykorzystano w nim model uczenia się przez doświadczenie, zwany też Cyklem Kolba.

Scenariusz został przetestowany, wnioski przedstawiono w rekomendacjach.

**Cel:**

- Zwiększenie świadomości dotyczącej ograniczonej zasobów naturalnych na Ziemi i konsekwencji ich braku.
- Zwiększenie wiedzy o prostych sposobach na niemarnowanie żywności i zasobów naturalnych, które uczniowie mogą stosować.
- Budowanie relacji między uczniami w klasie.

**Środki dydaktyczne:**

- praca z przedmiotami,
- karty pracy,
- praca z obrazami,
- prezentacja.

**Metody nauczania:**

- storytelling,
- dyskusja,
- miniwykład.

Scenariusz lekcji

Przed rozpoczęciem lekcji nauczycielka:

- Zapoznaje się ze scenariuszem i przebiegiem zajęć.
- Przygotowuje niezbędne przedmioty, które pozwolą opowiedzieć historię Agnieszki. Poniżej znajduje się opis tych przedmiotów.
- Drukuje i segreguje potrzebne materiały.
- Przygotowuje przestrzeń w klasie. Ustawia krzesła w kole lub stoły w podkowę tak, aby uczniowie widzieli siebie nawzajem.

Rozpoczęcie lekcji

Nauczycielka mówi: Zapraszam was do udziału w dwóch lekcjach, podczas których przyjrzymy się temu, jak ludzie wykorzystują zasoby naturalne Ziemi. Zaproponuję Wam ćwiczenia, a także odkrywanie pewnej historii i rozmowę o niej. Gotowi? To zaczynamy.

Część I

ĆWICZENIA WPROWADZAJĄCE (15 MINUT)

Celem ćwiczeń jest stworzenie przyjaznej atmosfery między uczniami oraz wprowadzenie ich w temat zajęć. (Autorki scenariusza rekomendują wybranie dwóch z poniższych ćwiczeń).

1. Imię + coś, co lubię jeść

Nauczycielka mówi: niech każde z was powie głośno swoje imię i doda do niego nazwę czegoś, co lubi jeść – to może być potrawa, owoc, warzywo.

Nauczycielka słucha odpowiedzi i w razie potrzeby zadaje dodatkowe pytania.

2. Cztery kąty

Nauczycielka w różnych miejscach sali rozkłada zdjęcia przedstawiające na przykład różne hobby lub wypisuje jego nazwy na kartce. Prosi uczniów, by każdy z nich stanął przy tym zdjęciu lub nazwie, która najbardziej mu się podoba, najbardziej przyciąga jego uwagę.





Prosi również, by uczniowie popatrzyli, kto wraz z nimi stanął przy tym zdjęciu lub nazwie. Następnie nauczycielka prosi, aby każdy uczeń stanął przy kolejnym zdjęciu lub nazwie, które mu się podoba. A także, by ponownie popatrzył, kto wraz z nim stanął przy tym zdjęciu lub nazwie. Później nauczycielka powtórza prośbę po raz trzeci.

Po zakończeniu ćwiczenia zbiera kartki i pyta, czy kolejne zdjęcia lub nazwy wybierali ci sami uczniowie. Jaki z tego wynika wniosek?

3. Język chiberisz

Nauczycielka mówi: podzielcie się na pary. Wasze zadanie polega na tym, byście porozmawiali ze sobą w wymyślonym języku – języku chiberisz. Używajcie słów, które sami wymyślicie. Pomagajcie sobie gestami. Żeby ułatwić wykonanie zadania, nauczycielka podaje temat rozmowy. Na przykład: jesteście przyjaciółmi, którzy dawno się nie widzieli. Chcecie sobie opowiedzieć, co się u was przez ten czas wydarzyło.

Po zakończeniu ćwiczenia nauczycielka pyta:

- Jak się czuliście podczas tej rozmowy?
- Co wam pomagało w porozumieniu się, a co utrudniało porozumienie?

Część II

ODKRYWANIE HISTORII AGNIESZKI (30 MINUT)

Nauczycielka proponuje uczniom poznanie pewnej historii – choć jest fikcyjna, mogłaby zdarzyć się naprawdę. Uczniowie wyjmują kolejno przedmioty z plecaka należącego do bohaterki tej historii – Agnieszki – i dzięki temu odtwarzają jej historię. Opowiadają, co dany przedmiot ich zdaniem mówi o Agnieszce.

Nauczycielka słucha, ewentualnie pyta, dlaczego uczniowie tak myślą. Pamięta przy tym, że celem ćwiczenia jest zrozumienie życia Agnieszki przede wszystkim na poziomie emocji, a nie bezbłędne odgadnięcie historii.

Historia (opis dla nauczycielki; uczniowie sami odtwarzają historię Agnieszki).

Agnieszka z Polski, Dalaja z Indii i Muna z Jemenu mają po 14 lat. Poznały się rok temu na międzynarodowym obozie dla dziewcząt we Włoszech. Bardzo się polubiły i od tego czasu regularnie korespondują ze sobą za pośrednictwem komunikatora TALKin. Muna w ostatnim czasie doświadcza u siebie w kraju braku podstawowych produktów spożywczych: mąki, chleba, ryżu. Wszystko jest drogie, jej rodzina nie może sobie codziennie pozwolić nawet na jeden pełnowartościowy posiłek. Muna i tak nie jest w najgorszej sytuacji. Jej znajomi często nie jedzą nic przez jeden albo dwa dni w tygodniu. Sytuacja w jej kraju spowodowana jest brakiem dostaw zboża z Indii (wprowadzono tam zakaz eksportu zboża z powodu suszy), a także wstrzymaniem dostaw z Ukrainy i Rosji z powodu wojny.

Sytuacja Dalai również jest niezwykle trudna, czterdziestostopniowe upały wyniszczają jej kraj i jego mieszkańców. W niektórych regionach Indii brakuje wody. Do domu rodziców Dalai wprowadzili się jej kuzyni ze stanu Maharasztra, gdzie wodę zaczęto reglamentować.

Agnieszkę poruszyła sytuacja Dalai i Muni. Zdaje sobie sprawę, że powodem ich kłopotów są między innymi zmiany klimatyczne... Zaczyna dowiadywać się na ten temat coraz więcej. Jest ciekawa, czy problemy, których doświadczają mieszkańcy Jemenu i Indii, dotkną również mieszkańców Polski. Prognozy nie są optymistyczne... Już teraz w niektórych miastach w Polsce zaczyna brakować wody.

Agnieszka od kilku miesięcy nagrywa filmiki na YouTube'a. Zdawała w nich relację ze swoich podróży, opowiadała o kosmetykach i książkach. Teraz postanowiła, że zmieni tematykę i zacznie nagrywać filmiki o zmianie klimatu, globalnym ociepleniu, suszy. Przedstawi też sytuację swoich koleżanek w Jemenie i Indiach. Również w szkole zaczęła mówić na lekcjach geografii i biologii o sytuacji Muni i Dalai. Ma w planach przeprowadzenie w swojej szkole kampanii informacyjnej na temat zmian klimatu, suszy, niemarnowania żywności.





Przedmioty, które wprowadzają do historii

PRZEDMIOT	OPIS
Wydrukowana rozmowa koleżanek z TALKin	Kartka luźno rzucona w plecaku Agnieszki. Zawiera opis rozmowy między dziewczynkami. Agnieszka wydrukowała ją, aby pokazać kolegom i koleżankom, co się dzieje na świecie. <i>Załącznik nr 1.</i>
Notatnik Agnieszki	Zwykły zeszyt z notatkami głównej bohaterki Notatka 1 Pomysły na filmy: - Grudzień – haul zakupowy; Pomysły na prezenty dla twojej rodziny. - Styczeń – vlog z moich urodzin; vlog z wycieczki do Krakowa. - Luty – gdzie smacznie i tanio zjeść w Warszawie? - Maj / Czerwiec – susza w Indiach, co musimy wiedzieć; jak zatrzymać zmiany klimatyczne; solidarni z Jemenem; susza w Polsce: czy jest się czego obawiać (może ciocia mogłaby wystąpić i opowiedzieć o tym problemie. Muszę do niej zadzwonić!). Notatka 2 Super będzie dzisiaj porozmawiać z Muną i Dajalą. Cieszę się, że choć poznałyśmy się na wyjeździe erasmusowym i mieszkamy tak daleko od siebie, znajomość trwa 😊 Nauczycielka może napisać to samodzielnie, może też wydrukować <i>załącznik nr 2.</i>

PRZEDMIOT	OPIS
Praca domowa	Wydrukowane artykuły o przyczynach sytuacji w Indiach i Jemenie z dopiskiem: „Muszę opowiedzieć o tym na geografii!”. <i>Załącznik nr 3.</i>
Plakaty	Plakat nr 1: ZATRZYMAJMY RAZEM ZMIANY KLIMATYCZNE! Plakat nr 2: NIE SMAKUJE CI KANAPKA? Nie wyrzucaj jej. Może za parę lat będziesz tęsknić za smakiem chleba... Nauczycielka przygotowuje plakat lub drukuje <i>załącznik nr 4.</i>
Pendrive	Na pendrivie jest film Agnieszki o suszy w Polsce, który nagrała razem z ciocią. (Jest to film autorstwa Kasi Gandor: „Susza, kranówka i betonoza, czyli wszystko o wodzie w Polsce” https://youtu.be/idOcJ48KfqA). Z uczniem najlepiej obejrzeć około pięciu pierwszych minut filmu. Po skończonej lekcji warto zachęcić uczniów do obejrzenia dalszej części filmu w domu.
Bidon z wodą	Bidon napełniany wodą, by ograniczyć używanie plastikowych butelek.
Plecak Agnieszki	Plecak, do którego zostaną włożone wszystkie przedmioty wymienione w tekście. Ważne, aby był on atrakcyjny i potencjalnie mógł należeć do osoby w wieku Agnieszki.





Część III

PRACA NAD TEMATAMI Z HISTORII AGNIESZKI (35 MINUT)

Nauczycielka pyta:

Jak podsumowalibyście historię, którą poznaliście za pomocą przedmiotów z plecaka? Czego się dowiedzieliście?

Bohaterki historii

Po obejrzeniu wszystkich przedmiotów nauczycielka wypisuje z uczniami na tablicy lub kartce papieru imiona bohaterek tej historii oraz kraje, z których pochodzą. Do każdego imienia może dopisać główny problem bohaterki noszącej to imię.

Myśli, emocje, potrzeby

Kolejna część lekcji może się odbywać jako praca w trzech grupach lub indywidualnie. Decyzję podejmuje nauczycielka, uwzględniając poziom integracji klasy i chęć uczniów do pracy w grupie.

Podział na grupy

Nauczycielka daje każdemu uczniowi karteczkę z narysowanymi kłosami zboża lub bochenkiem chleba albo karteczkę bez rysunku (*załącznik nr 6*). Uczniowie dzielą się na grupy zgodnie z tym, jaką karteczkę dostali.

Wypisywanie myśli, emocji i potrzeb postaci

Uczniowie mający karteczki bez rysunku zajmą się analizą myśli, emocji i potrzeb Muni, mający karteczki z rysunkiem kłosów zboża – myślami, emocjami i potrzebami Dalai, a mający karteczki z rysunkiem bochenka chleba – myślami, emocjami i potrzebami Agnieszki. Karty do wpisania myśli, emocji i potrzeb to *załącznik nr 5*.

Każda grupa dostaje kartę pracy lub arkusz papieru do narysowania bohaterek oraz wypisania jej myśli, emocji i potrzeb. Nauczycielka może pokazać uczniom

jako pomoc listę uczuć i emocji stworzoną przez Marshalla B. Rosenberga (*załącznik nr 7*). Nauczycielka czuwa nad pracą w grupach. Wspiera uczniów w analizowaniu i odgadywaniu myśli, emocji oraz potrzeb bohaterek, kontroluje czas. Na zakończenie prosi każdą grupę o przedstawienie rezultatów pracy.

Nauczycielka pyta uczniów:

- Jakie emocje i potrzeby towarzyszą bohaterkom? Dlaczego właśnie takie? W czym bohaterki są do siebie podobne, w czym różne?
- Która z postaci jest wam najbliższa? Dlaczego?
- Jak myślicie, czy w Polsce możemy się znaleźć w sytuacji, w której znaleźli się Dalaja i Muna? Dlaczego?

Część IV

WIEDZA DOTYCZĄCA SYTUACJI W JEMENIE (10 MINUT)

Nauczycielka wygłasza krótki wykład o sytuacji w Jemenie. Poniżej kilka ważnych informacji.

Jemen jest bezpośrednio zagrożony brakiem podstawowych artykułów żywnościowych. Według szacunków ONZ ponad 17,4 mln Jemeńczyków cierpi z powodu braku bezpieczeństwa żywnościowego, a dodatkowe 1,6 mln popadnie w „pilny poziom głodu” w najbliższych miesiącach z powodu ograniczenia eksportu zboża z Ukrainy. Bezpieczeństwo żywnościowe to ogół koniecznych do spełnienia warunków i działań, które muszą być podjęte podczas wszystkich etapów procesu produkcji żywności i obrotu handlowego żywnością, celem zapewnienia bezpieczeństwa życia i zdrowia konsumentów.

Jemen sprowadza ok. 1/3 zboża z Ukrainy i Rosji. Z powodu wysokich cen oraz blokady portów narodowe rezerwy zmniejszyły się na niespotykaną wcześniej skalę. Kryzys potęguje decyzja Indii o zakazie eksportu zboża.

Według danych OEC, w 2020 roku Jemen zaimportował pszenicę o wartości 674 mln USD, stając się tym samym 23. importerm pszenicy na świecie pod względem wolumenu. W analogicznym okresie pszenicę sprowadzano przede wszystkim z Rosji (174 mln USD) oraz Ukrainy (144 mln USD).





Zmiana decyzji w przypadku Indii umotywowana jest falą upałów, które zrewidowały szacunki dotyczące produkcji zboża. Ze względu na przedłużające się niekorzystne warunki atmosferyczne, zbiory będą mniejsze o co najmniej 5,7%.

Inspiracje do historii:

- Kryzys w Jemenie: brak dostaw zboża stanie się powodem głodu (obserwatorgospodarczy.pl) <https://obserwatorgospodarczy.pl/2022/05/17/jemency-cy-stoja-przed-perspektywa-glodu-na-niespotykana-wczesniej-skale-wystosowano-apel-do-onz/>
- Eksport cukru blokowany przez Indie. New Delhi chce zapobiec kryzysowi (obserwatorgospodarczy.pl) <https://obserwatorgospodarczy.pl/2022/05/25/indie-za-wszelka-cene-chca-uniknac-glodu-planowane-ograniczenia-dot-eksportu-cukru/>
- Indie wprowadziły zakaz eksportu pszenicy (AgroNews – Wiadomości rolnicze – Ceny rolne) <https://agronews.com.pl/artukul/indie-wprowadzily-zakaz-eksportu-pszenicy/>
- Susza w Indiach – rekordowe zapotrzebowanie na cysterny z wodą (Inżynieria.com) <https://inzynieria.com/wodkan/wiadomosci/56005,susza-w-indiach-rekordowe-zapotrzebowanie-na-cysterny-z-woda>
- Susza w Polsce. W części kranów w Polsce brakuje wody. Gminy wydają zakazy (Wiadomości Onet.pl) <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/susza-w-polsce-w-czesci-kranow-w-polsce-brakuje-wody-gminy-wydaja-zakazy/0ytsn2y>

Po zakończonym wykładzie nauczycielka pyta uczniów, czy wiedzą, jakich jeszcze surowców może zabraknąć na Ziemi.

Zastosowanie – co ja mogę zrobić?

Nauczycielka prosi uczniów, by w grupach, w których pracowali poprzednio, odpowiedzieli na pytanie: Co mogą zrobić osoby w Twoim wieku, co możesz zrobić Ty, aby zmniejszyć skalę marnowania zasobów na Ziemi? Uczniowie mają 6 minut na wymyślenie odpowiedzi i zapisanie ich na karteczce post-it.

Po wyznaczonym czasie chętni uczniowie czytają swoje odpowiedzi, a nauczycielka przykleja karteczki do flipchartu. Pyta, czy inne grupy miały podobne pomysły. Jeśli tak, przykleja karteczki z podobnymi pomysłami jedna obok drugiej.

Część V

PODZIĘKOWANIE I ZAKOŃCZENIE (10 MINUT)

Nauczycielka dziękuje uczniom za pracę i prosi, aby chętni powiedzieli, co zapamiętają z tych zajęć.

Rekomendacje

- Zadbaj, aby przedmioty należące do Agnieszki były realistyczne i atrakcyjne dla uczniów. Im bardziej zaciekawia się oni tą historią, tym silniej będą empatyzować z Agnieszką i zechcą poszukać rozwiązań na problemy przedstawione w ćwiczeniu.
- Uczniowie poznają historię Agnieszki dzięki należącym do niej przedmiotom. Daj uczniom czas na to, by poczuli się detektywami i wczuli się w historię Agnieszki, a tym samym zaciekawili się tematyką zajęć.
- Historia Agnieszki wiąże się z aktualną sytuacją społeczno-polityczną. Uczniowie mogą doświadczać różnych emocji oraz wyrażać różne zdania podczas pracy nad nią. Nauczycielka powinna zatem zadbać o czas i przestrzeń do rozmowy na ten temat.
- Scenariusz można zrealizować w czasie dwóch oddzielnych lekcji. Na pierwszej uczniowie odtworzą historię Agnieszki dzięki przedmiotom należącym do niej. Na drugiej lekcji będą pracować nad tematami związanymi z tą historią.





Przebieg lekcji

WPROWADZENIE (5 MINUT)

Cel: Zapoznanie uczniów i uczennic z tematem lekcji.

Nauczyciel rozpoczyna lekcję od krótkiej rozmowy z uczniami.

Zadaje pytania:

- Czy słyszeliście kiedyś o diecie planetarnej?
- Czy potraficie wymienić jakieś jej założenia?
- Czy wiecie po co mogła powstać?

Nauczyciel słucha odpowiedzi uczniów, weryfikuje ich wiedzę i ją uzupełnia.

Informacje dla nauczyciela:

Dieta planetarna to sposób żywienia zaproponowany przez naukowców z EAT Lancet Commission on Food, Planet, Health, który ma na celu poprawę stanu zdrowia populacji ludzi i ochronę środowiska poprzez m.in. zrównoważoną produkcję żywności. Komisja naukowa EAT-Lancet jest pierwszą z serii inicjatyw dotyczących żywienia prowadzonych przez renomowane naukowe pismo The Lancet w 2019 r.

Na czym polega dieta planetarna? Nasze wybory żywieniowe mogą uchronić naszą planetę przed niekorzystnymi zmianami! Jeśli zmienimy sposób, w jaki produkujemy, konsumujemy i transportujemy żywność oraz jednocześnie ograniczymy marnowanie – możemy przyczynić się do poprawy ogólnego stanu zdrowia populacji oraz wspomóc redukcję emisji gazów cieplarnianych i poprawić jakość środowiska naturalnego. Dieta planetarna nie będzie identyczna we wszystkich miejscach na świecie, powinna być elastyczna, ponieważ ludzie mają różne potrzeby i żyją w miejscach zróżnicowanych pod względem klimatycznym oraz kulturowym.

Scenariusz lekcji biologii
lub geografii dla klas 6-8

Dieta dla człowieka i całej planety



Cel ogólny:

Uczniowie zapoznają się z zasadami diety planetarnej.

Cele szczegółowe:

- Uczeń poznaje definicję diety planetarnej.
- Uczeń rozumie dlaczego dieta planetarna jest dobra dla człowieka i dla planety.
- Uczeń potrafi wymienić negatywne skutki obecnego modelu produkcji żywności.

Środki dydaktyczne:

- 5 tekstów do zadania 1 i 2,
- Karty pracy dla grup do zadania 2,
- Talerz diety planetarnej,
- 10 porad – Jak wprowadzić dietę planetarną.

Formy pracy:

- grupowa,
- indywidualna.

Metody pracy:

- dyskusja,
- analiza tekstu,
- praca z innymi źródłami wiedzy (IT).



Zadanie 1

POZNAJEMY DIETĘ DOBRĄ DLA PLANETY (10 MINUT)

Cel: Uczniowie zapoznają się z materiałami na temat diety planetarnej.

Nauczyciel dzieli uczniów na grupy. Uczniowie podczas pracy w grupach mogą korzystać z telefonów, jeśli jest to niezbędne.

Każda grupa dostaje do przeczytania i omówienia inny *tekst dotyczący diety planetarnej*. Uczniowie mają 5–10 minut na zapoznanie się z materiałami, mogą omówić w grupie swój tekst. Ważne jest, aby uczniowie jak najlepiej zrozumieli swój tekst, ponieważ w dalszej części lekcji będą musieli przekazać swoją wiedzę innym uczniom.

Fragmenty, które dostają uczniowie, dotyczą:

1. Główne zasady diety planetarnej.
2. Marnowanie żywności a środowisko.
3. Korzyści ze stosowania diety planetarnej dla zdrowia człowieka i dla środowiska.
4. Konsekwencje obecnego modelu produkcji żywności dla środowiska.
5. Produkty polecane w polskiej wersji diety planetarnej.

Zadanie 2

POZNAJEMY DIETĘ PLANETARNĄ CZ. II (20 MINUT)

Cel: Uczniowie wymieniają się wiedzą na temat diety planetarnej, uzupełniają nawzajem swoją wiedzę.

Nauczyciel ponownie dzieli uczniów na grupy. W każdej nowej grupie ma się znaleźć jeden przedstawiciel każdej z poprzednich grup. Dzięki temu powstaną grupy dysponujące informacjami z każdego opisanego obszaru.

Każdy uczeń w grupie dostaje *kartę pracy* lub zapisuje odpowiedzi w zeszytach. Teraz zadaniem uczniów jest wymiana informacji i wypełnienie kart pracy. Każdy z nich dzieli się wiedzą, którą zdobył czytając swój fragment tekstu w pierwszej części zadania.

Podsumowanie

(10 MINUT)

Nauczyciel podsumowuje z uczniami ich odpowiedzi i rozwiązania zadań. Weryfikuje odpowiedzi, uzupełnia ich wiedzę.

Nauczyciel rozdaje uczniom *talerze diety planetarnej* oraz *karty z 10 poradami jak wprowadzić dietę planetarną*.

Więcej na temat diety planetarnej można przeczytać w *ebooku* stworzonym przez Federację Polskich Banków Żywności lub na stronie EAT Lancet Commission on Food, Planet, Health.

Podstawa programowa

BIOLOGIA:

Cele kształcenia – wymagania ogólne

Ad 1. Znajomość różnorodności biologicznej oraz podstawowych zjawisk i procesów biologicznych. Uczeń:

Ad 3. przedstawia i wyjaśnia zależności między organizmem a środowiskiem;



Ad III. Posługiwanie się informacjami pochodzącymi z analizy materiałów źródłowych. Uczeń:

Ad 1. wykorzystuje różnorodne źródła i metody pozyskiwania informacji;

Ad 2. odczytuje, analizuje, interpretuje i przetwarza informacje tekstowe, graficzne i liczbowe;

Ad IV. Rozumowanie i zastosowanie nabytej wiedzy do rozwiązywania problemów biologicznych. Uczeń:

Ad 1. interpretuje informacje i wyjaśnia zależności przyczynowo-skutkowe między zjawiskami, formułuje wnioski;

Ad 2. przedstawia opinie i argumenty związane z omawianymi zagadnieniami biologicznymi.

Ad VI. Postawa wobec przyrody i środowiska. Uczeń:

Ad 3. opisuje i prezentuje postawę i zachowania człowieka odpowiedzialnie korzystającego z dóbr przyrody.

GEOGRAFIA:

Ad I. Wiedza geograficzna.

Ad 4. Poznanie zróżnicowanych form działalności człowieka w środowisku, ich uwarunkowań i konsekwencji oraz dostrzeganie potrzeby racjonalnego gospodarowania zasobami przyrody.

Ad II. Umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce.

Ad 4. Określanie związków i zależności między poszczególnymi elementami środowiska przyrodniczego, społeczno-gospodarczego i kulturowego, formułowanie twierdzenia o prawidłowościach, dokonywanie uogólnień.

Ad 5. Ocenianie zjawisk i procesów społeczno-kulturowych oraz gospodarczych zachodzących w Polsce i w różnych regionach świata.

Ad 9. Podejmowanie konstruktywnej współpracy i rozwijanie umiejętności komunikowania się z innymi.

Ad III. Kształtowanie postaw.

Ad 3. Przyjmowanie postawy szacunku do środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz rozumienie potrzeby racjonalnego w nim gospodarowania.





Przebieg lekcji

WPROWADZENIE (5 MINUT)

Nauczyciel rozpoczyna zajęcia od przypomnienia środków perswazji, omawianych na lekcjach o reklamie (dyskusja). Zapisuje wymienione metody perswazji na tablicy.

Zadanie 1

(20 MINUT)

Nauczyciel pyta uczniów, czy zauważyli w mediach (telewizja, internet, radio) lub w przestrzeni publicznej reklamy odnoszące się do ekologii, na przykład reklamujące produkt jako przyjazny środowisku, naturalny.

Pyta uczniów, jakie ich zdaniem środki perswazyjne są w nich stosowane (dyskusja), oznaczaj te już wypisane lub dopisuje nowe.

Nauczyciel podsumowuje dyskusję, podkreśla istnienie środka perswazji, jakim jest odwołanie się do korzyści ekologicznych – celem tego środka jest przekonanie konsumenta, że kupienie produktu lub korzystanie z niego jest dobre dla środowiska, choć to nie zawsze prawda.

Zadanie 2

(15 MINUT)

Nauczyciel pokazuje uczniom *przykłady reklam nawiązujących do ekologii* (np. wyciętych z gazet, wydrukowanych z internetu; mogą to być również spoty reklamowe) lub przedstawia zaproponowane w załączeniu *przykłady sloganów reklamowych*.

Pyta, czy któreś z nich wydają się uczniom niezgodne z prawdą, i dlaczego (dyskusja). Nauczyciel przedstawia także pozytywne przykłady ekologicznych kampanii i sloganów reklamowych.

Scenariusz dla klas 7–8

Czy można wierzyć ekoreklamie?

Uwagi: Lekcję należy przeprowadzić po lekcji o reklamie i języku perswazji.



Cel ogólny:

Uczeń zapoznaje się z pojęciem greenwashingu i przykładami jego stosowania.



Cele szczegółowe:

- Uczeń bada język reklamy i nowoczesnych środków perswazji stosowanych w przekazie medialnym.
- Uczeń rozwija świadomość konsumencką i krytyczne myślenie.
- Uczeń rozwija kompetencje ekologiczne.



Formy pracy:

- zbiorowa,
- w grupach.



Metody nauczania:

- dyskusja,
- burza mózgów.



Materiały dydaktyczne:

- reklamy produktów z czasopism,
- jeśli jest możliwość – odtworzenie nagrania bloku reklamowego z telewizji lub internetu,
- powielony w kilku egzemplarzach lub wyświetlany załącznik z przykładami sloganów reklamowych, opcjonalnie: duże arkusze papieru, mazaki, papier do notatek.
- Wyświetlone na ekranie lub wydrukowane pozytywne przykłady proekologicznych kampanii reklamowych



Pozytywne przykłady:

- <https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/maspex-i-lidl-we-wspolnej-akcji-ratowania-krzywych-burakow,199767.html>
- <https://bankizywnosci.pl/samotny-banan-bankow-zywnosci-walczy-ze-zjawiskiem-marnowania-zywnosci/>
- Proekologiczne kampanie reklamowe:
<https://wlaczoszczedzanie.pl/ekolinki/ekokampanie/>

Alternatywa:

Nauczyciel dzieli uczniów na grupy i rozdaje im po kilka materiałów reklamowych lub przygotowanych sloganów. Prosi, by wybrali te, które ich zdaniem nie mówią prawdy, i by wyjaśnili, dlaczego tak uważają. Proponuje, by uczniowie poparli swoje wypowiedzi informacjami wyszukаныmi w internecie lub dostępną im wiedzą z innych zajęć.

Podsumowanie

(5 MINUT)

Nauczyciel wprowadza i wyjaśnia pojęcie greenwashingu. Tworzy razem z uczniami definicję greenwashingu i zapisuje ją na tablicy.

Wniosek końcowy: należy zawsze krytycznie spojrzeć na reklamę i zastanowić się, czy jej przekaz jest zgodny z prawdą. Aby to dostrzec, potrzebne są umiejętności krytycznego myślenia, wiedza z wielu dziedzin i umiejętność wyszukiwania informacji.

Praca domowa: poproś uczniów o znalezienie i przyniesienie wycinków lub zdjęć reklam nawiązujących do ekologii, zwłaszcza takich, które ich zdaniem mogą stanowić przykłady greenwashingu.





Scenariusz dla klas 7–8

Greenwashing, czyli ekościemia



Cel ogólny:

Uczeń nabędzie kompetencje krytycznej analizy komunikatów reklamowych.



Cele szczegółowe:

- Uczeń poznaje i bada język reklamy i nowoczesnych środków perswazji stosowanych w przekazie medialnym.
- Uczeń rozwija świadomość konsumencką i umiejętność krytycznego myślenia.
- Uczeń zwiększa kompetencje ekologiczne.



Formy pracy:

- zbiorowa,
- w grupach.



Metody nauczania:

- dyskusja,
- praca w grupach.



Materiały dydaktyczne:

- reklamy produktów z czasopism,
- jeśli jest możliwość – nagranie bloku reklamowego z telewizji albo Internetu,
- powielony w kilku egzemplarzach lub wyświetlany załącznik z przykładami sloganów reklamowych, duże arkusze papieru, mazaki, papier do notatek.

Przebieg lekcji

WPROWADZENIE DO TEMATU LEKCJI (10 MINUT)

Nauczyciel rozpoczyna zajęcia od przypomnienia pojęcia i definicji greenwashingu. Prezentuje przykłady technik stosowanych w greenwashingu. Wypisuje je hasłowo na tablicy i krótko komentuje. Pyta uczniów, czy ich zdaniem znalezione przez nich przykłady pasują do którejś kategorii.

- **Używanie wieloznacznych określeń** – nadużywanie przedrostków i określeń kojarzących się z ekologią, ale bardzo wieloznacznych lub trudno zrozumiałych dla przeciętnego odbiorcy, na przykład „bio”, „eko”, „naturalny”, „organiczny”. Czasem przedrostek „eko” jest skrótem od słowa ekonomiczny, nie ekologiczny.
- **Przemilczenie** – mówienie o wybranym, „zielonym” aspekcie produktu, ale pomijanie szerszego kontekstu lub istotnych faktów (np. zanieczyszczenia środowiska, które jest skutkiem procesu produkcyjnego).
- **Wyolbrzymienie** – na przykład reklamowanie „szamponu z naturalnymi składnikami”, podczas gdy zawartość naturalnych składników jest znikoma, a ich naturalne pochodzenie nie oznacza, że produkt nie zanieczyszcza środowiska.
- **Posługiwanie się nieprawdziwymi certyfikatami** – na przykład wymyślone oznaczenia i znaki jakości, które sprawiają wrażenie poświadczenia ekologiczności produktu, podczas gdy tak naprawdę są tylko elementem graficznym na opakowaniu i nic nie oznaczają.
- **Czynienie zalety z oczywistości** – na przykład hasło „sok produkowany z naturalnych owoców” (nie istnieją nienaturalne owoce) lub informacja, że lodówka nie zawiera freonu (jego używanie jest od lat prawnie zakazane).

Zadanie 1

(15 MINUT)

Nauczyciel dzieli uczniów na trzy- lub czteroosobowe grupy. Prosi, by spośród znalezionych przez siebie przykładów wybrali jeden i by przygotowali jego krótkie omówienie. Czas pracy uczniów: 10 minut.



Pytania pomocnicze:

1. Dlaczego waszym zdaniem ta reklama stanowi przykład greenwashingu?
2. Jakie środki perswazji zostały w niej wykorzystane? Spróbujcie je nazwać lub omówić.
3. Skąd możemy się dowiedzieć, że ta reklama to przykład greenwashingu? Gdzie możemy znaleźć informacje potwierdzające lub zaprzeczające temu komunikatowi?

Po opracowaniu zadań grupy krótko prezentują efekty swojej pracy. Nauczyciel wywiesza wszystkie prezentacje w widocznym miejscu, na przykład na tablicy.

Zadanie 2

Nauczyciel omawia z uczniami, na co zwracać uwagę kupując produkty spożywcze, aby mieć pewność, że zostały one wyprodukowane w zrównoważony sposób.

- **Kraj pochodzenia** – w przypadku warzyw i owoców dobrze wybierać produkty, które zostały wyprodukowane lokalnie i sezonowo – czyli w okresie ich zbioru. Te produkty są krócej transportowane, nie wymagają konserwowania i magazynowania. Transport żywności na duże odległości oraz jej produkcja w sztucznie utrzymywanych warunkach wiąże się z dużym zużyciem energii i wody oraz ze zwiększoną produkcją odpadów. Warto szukać w pierwszej kolejności produktów pochodzących z Polski.
- **Opakowanie** – najlepiej kupować produkty „na wagę” lub w dużych opakowaniach zbiorczych (zamiast kilku małych paczek makaronu – jedno kilogramowe lub większe opakowanie). Kupując „na wagę” warto używać własnych wielorazowych opakowań na przykład woreczków, słoików.
- **Zawartość oleju palmowego** – Produkcja niecertyfikowanego oleju palmowego doprowadza do wylesień, a co za tym idzie do utraty lasów deszczowych, które są uznawane za najbogatsze pod względem różnorodności biologicznej na świecie. Co za tym idzie zagrożonych wyginięciem jest wiele gatunków roślin i zwierząt. Olej palmowy znajduje się głównie w słodkich ciastkach, margarynach, płatkach śniadaniowych, słodkim pieczywie (pieczywo tostowe, rogaliki, drożdżówki), czekoladowych i orzechowych kremach, kostkach rosołowych, błyskawicznych daniach w proszku. Dlatego powinniśmy

ograniczać ich spożycie i szukać produktów z olejem palmowym z certyfikowanych upraw – RSPO (Roundtable for Sustainable Palm Oil).

- **Certyfikaty** – istnieją różne certyfikaty przyznawane żywności, które świadczą o jej zrównoważonym pochodzeniu. Na przykład certyfikat MSC – <https://www.msc.org/pl/co-ty-mozesz-zrobic/poznaj-gatunki-ze-zrownowazonych-polowow> lub RSPO – <http://rspo.pl/>.

Podsumowanie

(5 MINUT)

Nauczyciel pyta o refleksje i wrażenia:

- czego uczniowie się dowiedzieli,
- co sprawiło im trudność,
- na co powinni zwracać uwagę podczas samodzielnych zakupów.

Greenwashing stanowi ważny przykład, jak reklama wykorzystuje niewiedzę lub dwuznaczne komunikaty, by wprowadzać w błąd konsumentów. Krytyczne myślenie i umiejętność uważnego odbioru komunikatów reklamowych pozwalają na bardziej świadome wybory konsumenckie.

Praca domowa dla chętnych: poproś o znalezienie przykładów oficjalnych certyfikatów Unii Europejskiej, potwierdzających ekologiczność produktów i o przygotowanie krótkiej prezentacji w formie graficznej.

Informacje dodatkowe dla nauczycieli

Określenie „greenwashing” (w Polsce znane też pod nazwą „ekościema”) oznacza nieetyczne praktyki reklamowe i marketingowe, które mają na celu przekonać nabywców, że dany produkt lub dana usługa są korzystne dla środowiska, mimo że wcale nie są (albo są w niewielkim stopniu). Autorem pojęcia „greenwashing” jest Jay Westerveld, amerykański dziennikarz. Powstało ono z połączenia słów whitewash (wybielać) i green (zielony – kolor kojarzący się z ekologią). Zjawisko ekościemy stało się zauważalne w krajach Zachodu mniej więcej





w latach 80. ubiegłego wieku, kiedy coraz więcej konsumentów zaczęło dokonywać wyborów, sugerując się wpływem tych wyborów na środowisko.

Według badań agencji SW Research ze stycznia 2021 roku 60 procent Polaków zetknęło się z reklamami, których motywem przewodnim są kwestie ekologiczne, zaś aż 74 procent z nich ocenia pozytywnie taki przekaz. To jeden z wielu sygnałów, że ekologiczny aspekt produktów staje się istotnym czynnikiem, jakim kierują się konsumenci podczas dokonywania wyboru towarów i usług. W obliczu bardzo silnie obecnej w mediach narracji związanej z katastrofą klimatyczną, a także w kontekście wielu działań na rzecz zapobiegania negatywnym skutkom zmian klimatu, coraz więcej firm stosuje w swoich strategiach reklamowych techniki podkreślające ekologiczne walory swoich produktów i usług. Nie zawsze są to jednak informacje uczciwe.

Rozpoznawanie zjawiska greenwashingu w działaniach marketingowych i reklamowych jest zatem obecnie niezwykle istotną kompetencją, która wymaga umiejętności krytycznego myślenia oraz wyszukiwania informacji. Taka kompetencja pozwala na dokonywanie świadomych wyborów konsumenckich, ale również na ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko – w wymiarze indywidualnym, w grupach i społecznościach (rodzina, klasa, szkoła, osiedle).

Podstawowe strategie komunikacyjne greenwashingu to między innymi:

- **Nadużywanie przedrostków i określeń kojarzących się z ekologią, ale bardzo wieloznacznych lub trudno zrozumiałych dla przeciętnego odbiorcy**, np. „bio”, „eko”, „naturalny”, „organiczny”.
- **Przemilczenie** – mówienie o wybranym, „zielonym” aspekcie produktu, ale pomijanie szerszego kontekstu lub istotnych faktów (np. zanieczyszczeń środowiska, które są skutkiem procesu produkcyjnego).
- **Wyolbrzymienie** – na przykład reklamowanie „szamponu z naturalnymi składnikami”, podczas gdy realna zawartość naturalnych składników jest znikoma, a ich naturalne pochodzenie nie oznacza, że produkt nie zanieczyszcza środowiska.
- **Posługiwanie się nieprawdziwymi certyfikatami** – na przykład wymyślnymi oznaczeniami i znakami jakości, które pozornie poświadczają ekologiczność produktu, podczas gdy tak naprawdę nic nie znaczą.
- **Czynienie zalety z oczywistości** – na przykład hasło „sok produkowany z naturalnych owoców” (nie istnieją nienaturalne owoce)

lub informacja, że lodówka nie zawiera freonu (którego używanie jest i tak od lat prawnie zakazane).

W polskim prawie nie ma na razie jasnych wytycznych zakazujących lub penalizujących stosowanie komunikatów greenwashingowych. Choć w skrajnych przypadkach takie praktyki mogą zostać uznane za naruszające prawa konsumentów, zazwyczaj odpowiedzialni za nie producenci nie ponoszą większych konsekwencji. Mimo to reklamy stosujące greenwashing można zaskarżyć do Rady Etyki Reklamy, która w stworzonym przez siebie Kodeksie Etyki Reklamy zawarła cały rozdział zatytułowany „Reklama zawierająca informacje ekologiczne”. Kodeks jest dostępny na stronie <https://radareklamy.pl/>.



WTROSCE
O LEPSZE
JUTRO

Banki Żywności

