

# על אופנה, סביבה וקיימות

## מערך פרונטלי

היכרות עם תרבות צריכת הטקסטיל, התנהגויות צרכניות וההשלכות של אלו על עתידנו האישי והקולקטיבי; יצירת מוטיבציה לפעול בנושא.

דרך מבט בוחן על תרבות הצריכה שלנו כחברה, התלמידים יבינו שלכל מוצר יש מחיר שהוא גדול הרבה יותר מהמחיר הכלכלי.

אופנה מהירה; מותגים; פרסומות ושיווק; אופנה בת קיימא; מחזור ומחדוש.

השפעת האדם על הסביבה; השפעת השימוש בחומרים על הפרט; החברה והסביבה; תועלת ומחיר סביבתי של ניצול חומרים; השפעות של שימושים באנרגיה.

מקור, מחשב, רשת אינטרנט; ע"פ צורך: לוח וטושים מחיקים; מצגת המלווה את ההרצאה לשימוש המורה.

### חלק א (45 דקות)

פתיחה - שאלון קהוט (שקף 2) – 10 דקות.

שאלת מחשבה ודיון: צרכנות בגדים (שקפים 3-4) – 5 דקות.

חידון זיהוי תמונות (שקפים 5-21) – 7 דקות.

פרסומות ושיווק – צפייה בפרסומת ודיון על השפעת השיווק והפרסומות עלינו כצרכנים (שקף 22) – 7 דקות.

אופנה ואופנה מהירה (שקפים 23-25) – 7 דקות.

מטרת  
השיעור



רציונל



מושגים  
מרכזיים



ממשק  
לתוכנית  
הלימודים



עזרי  
הדרכה  
וציוד



מהלך  
השיעור



סרטון – המחיר הסביבתי של אופנה מהירה, סיכום  
שיעור (שקף 26-27) – 9 דקות.

חלק ב (45 דקות)

פתיחה - חזרה על המחיר הסביבתי (שקף 29),  
דוגמאות וסרטונים על המחיר הסביבתי (שקפים 30-  
35) – 5 דקות.

למה אנחנו קונים כל כך הרבה? (שקף 36) – 5 דקות.

מה אנחנו יכולים לעשות? אופנה בת קיימא  
ופתרונות אפשריים (שקפים 37-45) – 5 דקות  
פעילות בקבוצות – מתודת ג'יקסו (שקף 46-48) –  
25 דקות.

סיכום השיעור (שקף 49) – 5 דקות.

# מערך שיעור:

## סקירת השיעור - למורה

רגש

השיעור חושף את התלמידים לכך שמלבד מחיר כלכלי, לצרכנות האופנה מחיר סביבתי וחברתי כבד. התלמידים יבינו כי להחלטות צרכניות אישיות שלהם יש השפעה משמעותית על הסביבה והחברה.

ידע

בשיעור זה נתמקד בצרכנות הטקסטיל. נעסוק בהשפעות של פרסום ושיווק עלינו כצרכנים וכיצד ניתן לצמצם את ההשפעות הללו. נחשוף את התלמידים למחיר הסביבתי והחברתי של אופנה מהירה. נלמד כיצד ניתן להשפיע ולייצר שינוי בדרך בה אנו צורכים וננסה למצוא רעיונות לפרויקטים אפשריים על מנת לקדם את השינוי בכיוון הנכון.

## חלק א - 45 דקות

שקופית  
2

### פתיחה:

בשיעורים הקודמים דיברנו על טביעת רגל אקולוגית ועל ההשפעה של הבחירות שלנו בחיים (מה לקנות, איך לנסוע, מה לאכול, איפה לגור) על כמות משאבי הטבע שאנו צורכים, וכיצד אפשר, כיחידים וכקבוצה, לשנות את המסלול הזה. לסיכום שוחחנו על מה היינו מוכנים לוותר בחיינו כדי לשמור על העולם שלנו, שמשאביו הולכים ונגמרים.

נתחיל משאלון [קהוט](#)

### הערה למורה:

- במידה והלינק לשאלון לא עובד, ניתן למצוא את השאלות יחד עם התשובות [בנספח 1](#) ולייצר שאלון באתר של קאהוט.

**גוף השיעור:**

**נשאל- כמה פרטי ביגוד שאין לכם שימוש בהם יש לכם בארון?**

תאפשרו לכמה שיותר תלמידים לענות, חלק יגידו שרוב הארון לא בשימוש אבל יהיו גם כאלה שיגידו שיש פריטים בודדים שהם לא לובשים.

לצורך ההמחשה נציף ונדבר על:

**כמות של חולצות (בלבד) שיש:**

כמה חולצות בית ספר אני לובש

כמה חולצות בית ספר אני לא לובש

כמה חולצות "חגיגיות" אני לובש

כמה חולצות "חגיגיות" אני לא לובש.

את אותו הדבר ניתן לעשות עם מכנסיים, מעילים וכו'.

מחקרים מראים שאנחנו לובשים 20% מהבגדים שלנו, 80% מהזמן.

שקופית

4

אתם זוכרים שהכל מגיע מהטבע? ושכחלק מתהליך ייצור הבגדים אנחנו בעצם מעבדים את החומר הטבעי (למשל, מכותנה לבנה מכינים טישרט כחולה), ויש תהליכים של שינוע, ייצור, שיווק, מכירה ובסופו של דבר 80% מהבגדים למעשה לא נלבשים וכנראה נזרקים. תחשבו כמה משאבי טבע הושקעו בהם!

**הערה למורה: חשוב שנגיע למחיר הסביבתי ולא למחיר הכלכלי.**

**חידון זיהוי תמונות**

שקופית

5-20

בכל שקף תופיע תמונה: סמילים של חברות ידועות, תמונות של אנשים ידועים, פרחים וסמלים ידועים. נציג כל שקופית ונשאל את הכיתה מה הם רואים בתמונה? חשוב לא לתת הוראות מפורשות יותר מכך כדי להשאיר זאת לעיבוד הפעילות.

ברגע שהתלמידים עונים נכונה על השאלה, ממשיכים לתמונה הבאה.

בתום הפעילות נציג את התשובות ונשאל- אילו תמונות היה קל לזהות? אילו תמונות הם לא הכירו בכלל? למה הם לא הכירו אותן? נשאל מה משותף לתמונות שהם הכירו?

שקופית

21

**הערה למורה: למעשה, התמונות שהתלמידים זיהו בקלות הן תמונות של מותגים ושל סמילים שהם (ואנחנו) חשופים אליהם ביומיום דרך שלטי חוצות, פרסומות ועוד.**

בואו נדבר על פרסומות, שיווק וההשפעה שיש להם על האופן שבו אנחנו צורכים בגדים.

נצפה בסרטון פרסומת של [קאסטר](#)

נקרין את הפרסומת לתלמידים, ובסופה נשאל בהלצה האם כשנלבש את הבגדים האלו נדע כולנו לרקוד ריקודי שורות כמו בארצות הברית?

לאחר מכן נשאל מה לדעתכם המסר בפרסומת? (למה הם רוקדים? למה יש בן אדם מבוגר בפרסומת? נפנה את תשומת ליבם למבצע שמציינים בסוף).

מי מיוצגים בפרסומת הזאת? האם המשתתפים בפרסומת הם ייצוג של האוכלוסייה בגילאים האלו? האם כולם נראים ומתלבשים ככה? האם לדעתם המודל למראה שמוצג בפרסומת מעודד שונות במראה? אילו תחושות זה מעביר בכם? מה התחושה הרגשית שמועברת בפרסומת לגביי הבגדים שמנסים למכור לנו?

הפרסומות, ושיווק בכלל, עובדים על הרגש שלנו. לכן הם משתמשים בדוגמנים ובאנשים מפורסמים שחלקנו אולי רוצים להידמות להם, אולי להיות "מגניבים" כמוהם, חלקנו רוצים לדעת לרקוד כמו בפרסומת וכן הלאה. ברגע שאנחנו מעורבים רגשית אז אנחנו נקנה מהסיבות הלא נכונות (כי "בא לנו" ולא כי יש צורך אמיתי בבגד מסוים), ובסופו של דבר גם לא נלבש את מה שקנינו. המסרים הללו סמויים ברובם, ואם אנחנו לא מודעים לצורות שיווק אלו אז גם לא נשים אליהם לב. מעכשיו אתם יכולים להפנות את תשומת לבכם לכל מיני מסרים שיש בפרסומות ולהמנע מרכישות מיותרות.

שקופית  
23-24  
נשאל:

מה זה אופנה עבורכם? נרשום את התשובות על הלוח ולאחר מכן נקריא את ההגדרה שבשקף הבא. אופנה - הוא מושג המבטא תכתיב חברתי ותקופתי לפריטים הנחשבים "נכונים", "ראויים" ו"יפים" ביותר בתחומים שונים, כגון ביגוד, ריהוט, מזון, אומנות.

למורה: להרחבה ניתן לקרוא את הכתבה הבאה - <https://magazine.isees.org.il/?p=16616>

שקופית  
25

עד כה דיברנו על מותגים, פרסומות ושיווק ועכשיו נעבור לדבר על ההשפעות שיש לאופנה מהירה על הסביבה.

רובנו רוכשים בגדים שמיוצרים בשיטה שנקראת אופנה מהירה. מה זה בכלל אומר?

למורה: ראה הרחבה על מחזור החומרים בתעשיית הטקסטיל:

במדינת ישראל 2020 ישנם:

- בין 300,000 ל- 500,000 טון פסולת טקסטיל בשנה- אשר מהווה בין 5-10% מזרמי האשפה.
- הטקסטיל אחראי לכ- 10% מפליטות CO2 והתחממות כדה"א.

- אין מערכת מחזור טקסטיל מעגלית בישראל.
- עלות ההטמנה בלבד עבור מדינת ישראל מגיעה לכ-150 מיליון ש"ח בשנה.
- 60% מטקסטיל עשוי מפלסטיק, תעשיית הטקסטיל היא המזהם השני בגודלו בעולם אחרי נפט.
- לא קיים מאגד מידע ישראלי בתחום או נתונים מעודכנים, ולא קיימת קטגוריה מסוג זה במשרד להגנת הסביבה.

(לפרטים נוספים: מלל מפורט בעברית על [Re-fresh.global](https://re-fresh.global) רויטל וויקה ועל המיזם **Re-Born Textile**: העתיד של הטקסטיל מעוצב מפסולת

אופנה מהירה - הכוונה היא לאופנת המונים המיוצרת באופן זהה ומוסדר, כמו המבורגרים ברשתות מזון מהיר. בגדים המיוצרים כך הם הומוגניים, זולים ונסחרים באופן גלובלי. המהירות מתייחסת הן לקצב הגעת פרטי האופנה מהמסלול לצרכן והן לשימוש קצר המועד ע"י הצרכנים.

שקופיות  
26-27

#### סיכום שיעור:

נצפה בסרטון "גלגול של בגד" של מיטל פלג מזרחי.

נבקש מהמשתתפים בזמן הצפייה לעשות רשימה של כל המחירים הסביבתיים שאנחנו משלמים בעקבות הבחירה שלנו באופנה מהירה:

- כותנה – גידול בזבזני במים.
- שימוש בצבעים רעילים לצביעת הבגדים.
- פגיעה במקורות מים.
- אובדן של 20% פחת בשלב הגזירה.
- הטמנה של בגדים באדמה הפוגעת במי התהום, תופסת שטח וגורמת לזיהום אוויר.
- שינוע של בגדים מהמזרח לנקודות שונות בעולם – פליטה של גזי חממה.

לאחר הצפייה נאסוף את התשובות, נסיף תשובות נוספות במידה וחסר ונסכם: האם ידעתם שזה המחיר שאנחנו משלמים על כך שאנחנו יכולים לקנות בגדים זולים ולהחליף אותם בתדירות כל כך גבוהה? מה דעתכם? אילו תחושות המידע הזה מעורר בכם?

הערה למורה: כיוון שהסרטון קצת ארוך ניתן להגיד לתלמידים בתחילתו שנעצור מדי פעם כדי לכתוב על הלוח את המחירים הסביבתיים, ולעצור אחרי כל מקטע שמדברים על מחיר מסוים, ככה הם נשארים בקשב לאורך הסרט.

**פתיחה:**

חזרה על המחיר הסביבתי שאנו משלמים- בסוף השיעור הקודם התחלנו להבין שהמחיר שאנחנו משלמים על הבגדים שלנו לא מסתכם במחיר הכלכלי, כיוון שיש גם מחיר סביבתי מאוד גבוה. בעקבות תרבות הצריכה והרצון להשתייך ולהתלבש לפי צו האופנה, אנחנו מחליפים את הבגדים בתדירות מאוד גבוהה וככה אנחנו למעשה משמרים את המצב.

**גוף השיעור:**

מה האמת מאחורי תעשיית האופנה המהירה?

בסרטון "גלגול של בגד" של מיטל פלג מזרחי היא דיברה על זיהום מים-מקורות המים המתוקים בעולם נעלמים ומתרוקנים מסיבות שונות כגון: גידול באוכלוסייה, ההתחממות הגלובלית, בצורת, ניצול יתר של מאגרים קיימים ועוד. בשקף הזה ישנה דוגמא לזיהום שכזה, כאשר חלק מתהליך שטיפת הבגדים נעשה במאגרי מים מתוקים. חשוב לזכור כי במדינות רבות יש מים, אך המים האלה אינם זמינים ומותאמים לשתייה!

נקודה למחשבה: תהליך הייצור של חולצת טי-שירט אחת כולל "בפנים" מגוון של פעולות כגון: גידול הכותנה, דישון האדמה וריסוס הדברה וחרקים, צביעת הבדים. שלב הצביעה לרוב דורש כ- 3000 כימיקלים שונים! לחומרים אלו השפעה על בריאות האדם והסביבה.

מי מועסק בתעשיית הטקסטיל?

חשוב לדעת כי תעשיית האופנה מעסיקה כיום כ-25 מיליון בני אדם בייצור, ותורמת רבות להתפתחות הכלכלית של מדינות אלה. עם זאת, כח העבודה במפעלים במדינות כמו הודו, סין, בנגלדש, פרו ועוד הוא ברובו נשים צעירות, שעובדות 12-18 שעות ביום תמורת שכר זעום, בלחץ של זמן, לעיתים ללא תנאי עבודה בסיסיים וזכויות סוציאליות. נשים אלו חשופות למפגעים סביבתיים ולחומרים מסוכנים שבהם משתמשים בתהליך הייצור. הלחץ הגבוה והאופי החד-גוני של העבודה מעלים את הסיכוי לפציעות. פציעה או היריון משמשים עילה לפיטורים מידיים ללא פיצויים.

נצפה [בסרטון](#) עדכני משנת 2023 על הניסיון של רשת שיין לטייח את תנאי העבודה והייצור במפעלים שלהם.

נשים צעירות הן לא היחידות שמועסקות במפעלים הללו. כ-160 מיליון ילדים מועסקים במפעלי טקסטיל בכל רחבי העולם! קחו לדוגמא את טורקיה, אחת המדינות המובילות בעולם בייצור

---

לתעשיית הטקסטיל, אחרי סין, בנגלדש וקמבודיה. במפעלים אלו מועסקים פליטים סורים בני 12 בסך הכל.

למה לדעתכם הם עובדים שם (הנשים והילדים)? למה הם מסכימים לזה?

להרחבה:

1. [ילדים או עבדים? פליטים סורים בני 12 במפעלי טקסטיל בטורקיה](#)

2. [Child Labour in the Fashion Industry: Is It Still a Thing?](#)

---

שקופית 34 אסונות במפעלים הצפופים הללו גובים קורבנות של מאות בני אדם, המפורסם שבהם הוא "אסון ראנה פלאזה" בבנגלדש (2013) שגבה את חייהם של 1,129 בני אדם. האסון העלה על סדר היום את תנאי העבודה הקשים והמסוכנים בתעשיית האופנה במזרח אסיה. השינוי המרכזי שהתרחש בעקבות התמוטטות הרנה פלאזה היה בתחום הבטיחות במבנים אך המשכורות נמצאות בירידה בעוד הדרישה לספק את העבודה מהר רק הולכת וגוברת. המסקנה היא שיש עדיין דרך ארוכה לעשות והרבה ליקויים שיש עוד לתקן.

להרחבה:

[עשור לאסון הגדול ביותר בתעשיית האופנה והטקסטיל – רנה פלאזה](#)

---

שקופית 35 נשאל את הכיתה: לאן מגיעים בסוף כל הבגדים?

כפי שראיתם בסרטון של מיטל פלג מזרחי, בעולם המודרני הפסולת שלנו לא נשארת אצלנו, אלא עוברת למקום אחר. גם אם מסרנו את הבגד, תרמנו או העברנו אותו למישהו אחר שילבש אותו בסוף הוא כבר לא יהיה ראוי לבישה ויהפוך לפסולת שרובה מוטמנת. מיליוני טונות של בגדים משומשים, נעליים ואביזרים מועברים מארגוני צדקה מהמערב לאפריקה (קניה לבדה מייבאת כ- 100,000 טונות בשנה). לפי נתוני הארגון ההומניטרי הבריטי Oxfam ב-30 שנה האחרונות כ- 70% מהבגדים שנותרים במערב מגיעים בסופו של דבר לאפריקה.

ומה קורה עם הבגדים שאנחנו תורמים למדינות חלשות? רובם מוטמנים באדמה כי גם להם אין צורך בכל כך הרבה בגדים. לדוגמא, למדינת צ'ילה מגיע רק חלק קטן מאוד מהטקסטיל ומהווה כ- 59 אלף טון של בגדים מדי שנה – כמות בגדים ששווה במשקלה לכ-150 אלף פסנתרים גדולים.

---

שקופית 36 נשאל את הכיתה: למה לדעתכם אנחנו קונים כל כך הרבה?

(נמתין לתשובות התלמידים ורק אז נחשוף את התשובות שבמצגת).

- התרבות אליה נולדנו

- הפרסומות

- הלחץ החברתי להתחדש

- העלות הנמוכה

---

עודף הצריכה אינה אשמתנו או אשמתכם. זוהי התרבות שלנו, אלה הם הפרסומות וההשפעות של האפליקציות השונות, הרשתות החברתיות והמידע שמאגרי החיפוש השונים אוספים עלינו, בנוסף לעלות הנמוכה של האופנה המהירה והלחץ החברתי להתחדש, בכל התחומים ולא רק באופנה כמובן. למדנו היום כי השלב שלנו בשרשרת הצריכה הוא חלק מאוד קצר במחזור חיי המוצר וחיי החומר. היום נתנו דוגמא לגביי טקסטיל אבל אותו תהליך קורה עם מוצרים רבים נוספים כמו ריהוט לבית, טלפונים סלולריים ומכוניות. חשוב לקחת בחשבון את הנעשה "מאחורי הקלעים" של המוצרים עליהם דיברנו היום ולשקול טוב האם באמת יש לנו צורך לקנות את המוצר או לא.

האם הייתם רוצים לעשות שינוי? האם יש לכם את האפשרות להשפיע על המצב?

מה אנחנו יכולים לעשות?

שקופיות  
37-38

לעבור לאופנה בת קיימא. למה הכוונה? כמו שיש אופנה מהירה יש גם אופנה איטית, יותר אתית, הנשענת על קודים מוסריים- יותר מודעת, אופנה מעגלית.

למורה: להרחבה ניתן לקרוא:

1. [איך קונים אופנה בת קיימא?](#)

2. [הפורום לאופנה בת קיימא](#)

שקופית 39 אז מה עושים?

לפני שקונים בגד חדש שואלים: מי עשה את הבגד שלי וממה הוא עשוי?

ברגע שנבין היכן הפריט מיוצר אז נקבל גם אינפורמציה לגבי השינוע ותנאי העסקה של העובדים. רוב הפריטים באופנה מהירה מיוצרים ברשתות גדולות ולא כולן פועלות בשקיפות לגבי תנאי ההעסקה, לכן נרצה לבדוק את זה. ברגע שמדובר בייצור מקומי ועצמאי אז כבר חסכנו את השינוע (פליטת גזי חממה) והתחשבנו בעובדים, וכמובן אנחנו מכניסים כסף לכלכלה המקומית.

ממה הפריט עשוי? האם הוא איכותי ויחזיק מעמד יותר זמן?

איך נדע שהבגד איכותי? נבדוק האם התפרים צפופים ועבים, נבדוק שלבגד יש מכפלת ולא רק תפר, שימו לב האם הבגד מתקמט בקלות כדי להימנע מהשתעבדות למגהץ, תסתכלו על התווית. תשקיעו מחשבה בבגדים שאתם קונים, בייחוד שבסופו של דבר אנחנו "נחרוש" על 20% מכל מה שקנינו.

חפשו אפשרויות אחרות. לא חייבים לקנות חדש אפשר לקנות יד2, יש גם מסיבות החלפת בגדים, אפשר לקחת או לתת למשפחה וחברים. כשכבר קונים חדש תשתדלו להימנע מחברות של אופנה מהירה ותעדיפו ייצור מקומי ועצמאי.

שקופיות  
40-41

רוצים לדעת עוד? צריכים רעיונות לחנויות יד2? מוזמנים לעקוב אחרי מיטל פלג מזרחי באינסטגרם, או אחרי קבוצת הפייסבוק '[מתלבשות](#)'.

שקופיות  
42-44

תהיו טובים לבגדים שלכם. כבסו לפי ההוראות, תתקנו כשאפשר, תשדרגו ותמחדשו. שמעתם על המושג מחדוש? למעשה אפשר לעשות שימוש מחדש בפריט קיים שאנחנו כבר לא רוצים ללבוש אותו כפי שהוא.

נציג סרטון שמדגים [שדרוג](#) וסרטון שמדגים [מחדוש](#): ניתן לעקוב אחרי sivan\_perezmalul באינסטגרם .

שקופית 45

ומה הדבר שהכי פשוט לעשות כדי לשמור על משאבי הטבע ולהגן על זכויות האנשים? לקנות פחות. אתם לא צריכים את הפריט? הציעו לכם את השני ב50% ואתם חושבים שזאת מציאה גדולה אבל בפועל כנראה לא תלבשו את הפריט הזה? אל תקנו! תזכרו, זה בידיים שלנו. ובמיוחד לכם, בני הנוער, יש את היכולת לעשות את השינוי הזה. עכשיו שאתם יותר מודעים למחירים ולהשפעות של הצריכה שלכם, תוכלו בצעד די פשוט לקנות פחות וכך לחסוך גם לסביבה וגם לכיס שלכם!!!

שקופיות  
46-48

### פעילות בקבוצות – מתודת ג'יקסו:

הערה למורה: חלק זה מכין את הכיתה לקראת שלב תכנון פרויקט בנושא אופנה בת קיימא. בסיום שיעור זה, הכיתה תבחר 3 פרויקטים. לצורך המשך תהליך תכנון הפרויקט והוצאתו לפועל, חשוב לקבוע עם הכיתה מפגשים נוספים לעבודה בקבוצות. ניתן להיעזר בכרטיסיית תכנון פרויקט שבנספח 2.

אם כך, הבנו את ההשפעות הסביבתיות, חברתיות של תרבות הצריכה ותעשיית האופנה, הבנו גם שלכל אחד מאיתנו יש השפעה בבחירות היום-יומיות שלו. בואו נחשוב מה נוכל לעשות בקבוצה? ככיתה? רעיונות?

נכתוב את כל ההצעות של התלמידים על הלוח, נסביר כי לא את כל הרעיונות נוכל לבצע במסגרת התוכנית. מטרתנו לבחור מספר רעיונות שיהפכו לפרויקט בר ביצוע.

רעיונות לפרויקטים (למורה):

- שוק יד שנייה/קח תן בבית הספר או בשכונה.
- תצוגת אופנה של בגדים שעברו שדרוג או מיחדוש.
- תחרות עיצוב בר קיימא – שימוש חוזר בביגוד והנעלה.
- עיצוב וייצור וילונות מבדים שאין בהם שימוש.
- פורים סביבתי – מחסן תחפושות יד2 בבית הספר.
- ארון שיתופי לחלוצות בית ספר יד2.
- בניית קמפיין הסברה והדרכה בנושא אופנה בת קיימא.

בשלב הבא נעשה שימוש במתודת ג'יקסו – תהליך מובנה שבאמצעותו נחבר בין קבוצות למידה המתמחות בנושאים שונים, לפי חלוקה מראש.

ג'יקסו (Jigsaw) היא מתודה מסייעת ללמידה שיתופית. היא מציעה תהליך מובנה שבאמצעותו ניתן לחבר בין קבוצות למידה המתמחות בנושאים שונים, לפי חלוקה מראש. כל קבוצת ג'יקסו מייצגת היבט אחד כאשר בשלב השני היא מאפשרת ראייה הוליסטית ומתכללת של הנושא בו עסקנו. באמצעות המתודה תלמידים ותלמידות עשויים לפתח אחריות כלפי התכנים שהם "מדברים" אותם, יפתחו יכולת הסברה ושכנוע וילמדו להקשיב זה לזה. במתודה זו, כמו בפאזל, כל חלק (כל תלמיד ותלמידה) הוא חיוני להבנה מלאה של הנושא. כיוון שהמטרה שהכיתה תרגיש מחוברת לתכנים – זוהי מתודה מתאימה מאוד לפעילות זו.

נחלק את התלמידים לשש קבוצות (במחשבה שהם יעלו לפחות 5-6 רעיונות לפרויקטים אפשריים) שוות במספרן עד כמה שניתן. כיוון שבהמשך תתבצע חלוקה נוספת לקבוצות, כדאי לחלק את התלמידים מראש באופן הבא:

#### שוק יד/קח תן -

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

#### תצוגת אופנה של בגדים שעברו שדרוג או מחדוש –

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

#### תחרות עיצוב בר קיימא -

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

#### עיצוב וייצור וילונות מבדים שאין בהם שימוש

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

#### פורים סביבתי (מחסן תחפושות יד2 בבית הספר) –

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

#### ארון שיתופי לחולצות בית ספר יד2 -

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

ניתן למנות את מספרי 1 בכל קבוצה – לראשי קבוצות – אך חשוב להבהיר שכל הקבוצה צריכה להיות מעורבת כיוון שכל אחד ואחת בקבוצה – יהיו השגרירים של הכלל בסבב הבא.

- מתחילים בחלוקה לקבוצות לפי הכללים (לפי הצבעים) לדיון שיאריך בחמש דקות. כל קבוצה תשב בנפרד ותדון ברעיון שהיא בחרה.

לדוגמא:

- שוק יד2/קח תן. למה הכוונה בשוק יד2/קח תן? מה ניתן להביא לשוק יד2/קח תן? למה שוק יד2/קח תן נחשב לסביבתי יותר? האם אתם מכירים חנויות כאלה באזור שלכם? מהם הקשיים המרכזיים ליישם את הרעיון הזה?

- בתום חמש הדקות – תיפגש הכיתה במליאה ותחולק לקבוצות חדשות – הפעם: מספרי 1, מספרי 2 וכן הלאה. כך יוצא למעשה שבכל קבוצה יש נציגים מכל הקבוצות. כעת על כל חבר וחברה מהקבוצה החדשה, לשכנע את הקבוצה – שהרעיון שלהם ראוי להיות אחד משלושת הרעיונות הנבחרים. כלומר, ברמה המתודית, לאחר שהקבוצות בסבב הראשון חקרו לעומק כל רעיון, הקבוצות בסבב השני מורכבות מ"מומחים" של ששת הרעיונות, שיסבירו וישכנעו את שאר חברי הקבוצה מדוע כדאי לבחור ברעיון שלהם כאחד מהשלושה. כעבור חמש דקות של שכנועים, תערך הצבעה בכל קבוצה ויבחרו שלושה רעיונות.

- הכיתה תחזור למליאה וכל קבוצה תציג את תוצאות ההצבעה שלה.

## סיכום השיעור

נסכם את השיעור (שקופית 49):

בשיעור זה ראינו שלתרבות הצריכה המערבית, לשיווק ולפרסומות יש חלק גדול בצריכת היתר של אופנה והתפתחותה של אופנה מהירה. למדנו מהם המחירים הסביבתיים והחברתיים של אופנה מהירה. הבנו כי נוכל לצמצם את הנזקים שנגרמים עקב עודף ייצור, ע"י כך שקודם כל נקנה פחות. נשאל את עצמנו האם אני צריך את הפריט הזה או רוצה אותו? נבדוק ממה הפריט עשוי, היכן הוא מיוצר, נחפש אלטרנטיבות ונקנה יד2 או נחליף/נשאל בגדים. נחפש ביגוד איכותי שיישמר לאורך זמן וגם נשתדל להקפיד על שימוש נכון, נכבס לפי ההוראות, נתקן כשמתאפשר, נשדרג או נמחדש.

ברמה הכיתתית, העלנו רעיונות מדהימים לפרויקטים שנוכל ליצור יחד בנושא של אופנה בת קיימא. זכרו כי לכל אחד מאיתנו השפעה הן ברמה האישית והן במעגלי ההשפעה שלנו- בכיתה, בבית הספר, במשפחה ובקהילה.

נאפשר לתלמידים לשאול שאלות ולשתף תחושות לגבי הנושא.

## נספח 1

### שאלות לשאלון קהוט

במידה והלינק לא עובד, ניתן לייצור את השאלון מחדש בעזרת השאלות הללו (התשובה הנכונה מודגשת)

#### 1 - Quiz

כמה אנשים חיים היום בעולם

כ-10 מילארד אנשים

כ-8 מילארד אנשים

500 מיליון אנשים

כ-5 מילארד אנשים

#### 2 - Quiz

כמה פסולת מייצר אדם בישראל בממוצע ביום?

קילו ו-800 גרם

0.75 ק"ג

5 ק"ג ו-200 גרם

מעט מאוד. כ-150 גרם

#### 3 - Quiz

כמה מזון נזרק לפח בישראל בשנה?

פחות מטון

כ-7 טון

מעט מאוד. הרב נתרם לנזקקים

כ-2.5 טון

#### 4 - Quiz

מה עושים עם מרבית האשפה המיוצרת בישראל?

קוברים באדמה

זורקים לים

שמים בחירייה

שורפים

#### 5 - Quiz

כמה זוגות ג'ינסים מיוצרים בעולם כל שנה?

כ-10 מיליון מכנסי ג'ינס

כ-500,000 מכנסי ג'ינס

מילרדי מכנסי ג'ינס

כמיליון מכנסי ג'ינס

#### 6 - Quiz

ממה עשוי הבד פליז?

צמר

כותנה

פישתן

נפט

#### 7 - Quiz

מהי כמות הבגדים שנזרקים בישראל מידי שנה?

כטון (1000 ק"ג)

כ-10 טון  
כ-100,000 טון  
כ-400,000 טון

Quiz - 8

מהי התעשייה הנחשבת למזהם השני בגודלו בעולם?

תעשיית הטקסטיל (בגדים)  
תעשיית המזון מבעלי חיים  
תעשיית הבנייה  
חקלאות

נספח 2

כרטיסיית פרויקט - מנהיגות סביבתית

שם הפרויקט:

חברי הקבוצה:

| שם | טלפון | כתובת דוא"ל |
|----|-------|-------------|
|----|-------|-------------|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. הסבר קצר על הפרויקט:

---



---



---

2. מטרת הפרויקט:

---



---



---

3. יעדים:

- א. 

---
- ב. 

---
- ג. 

---
- ד. 

---
- ה. 

---
- ו. 

---

4. איסוף נתונים:

| שאלה | את מי שואלים? | תשובה |
|------|---------------|-------|
|      |               |       |
|      |               |       |
|      |               |       |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

5. בניית תכנית פעולה:

| הפעולה לביצוע | עד מתי | גורם מבצע | שותפים | משאבים דרושים |   |
|---------------|--------|-----------|--------|---------------|---|
|               |        |           |        |               | 1 |
|               |        |           |        |               | 2 |
|               |        |           |        |               | 3 |
|               |        |           |        |               | 4 |
|               |        |           |        |               | 5 |
|               |        |           |        |               | 6 |

|  |  |  |  |  |    |
|--|--|--|--|--|----|
|  |  |  |  |  |    |
|  |  |  |  |  | 7  |
|  |  |  |  |  | 8  |
|  |  |  |  |  | 9  |
|  |  |  |  |  | 10 |