

The background of the image is a dense, textured pattern of numerous rolls of paper. Each roll is tightly wound, creating a complex, swirling pattern of light beige and off-white tones. The rolls are oriented in various directions, creating a sense of depth and movement. The lighting is even, highlighting the fibrous texture of the paper.

אופנה
מהירע

חברת תוצרים

לפניכם. חוברת המאגדת בתוכה מספר יוזמות והצעות לפעולה במערכת החינוך הפורמלית והבלתי פורמלית, בנושא תעשיית האופנה והשפעותיה הסביבתיות והחברתיות. חוברת זו נכתבה במסגרת קורס "אופנה מהירע", שנערך ברמת הנדיב בחודשים יולי-נובמבר 2022, ונטלו בו חלק 16 אנשי חינוך וסביבה מאזור חיפה והצפון.

רקע על תעשיית האופנה

תעשיית האופנה היא אחת המזהמות הגדולות בעולם, ובנוסף להשפעותיה הסביבתיות השליליות הרבות, היא גם תעשייה שמקדשת אי צדק סביבתי וחברתי, ניצול עובדים ותרבות צריכה ושפע בלתי אפשריות. בשנות ה-70 נולד דגם הייצור של אופנה מהירה על ידי חברת זארה והשתלט על השוק. כך, אופנת המונים המיוצרת על ידי תאגידי ענק, באופן זהה, מוסדר וגלובלי (בדומה למזון מהיר), בה הרווח נשען על קיצוץ מרבי בעלויות הייצור, המבוסס לרוב על פגיעה בסביבה ובזכויות עובדים, הפך לדגם הנפוץ ביותר. אנו, כצרכנים, התרגלנו לצרוך אופנה מהירה, להחליף טרנדים מדי עונה ולהתייחס לבגדים שלנו כאל חד פעמיים!¹ לאחר סיום השימוש בהם, הבגדים שלנו משונעים לאפריקה להטמנה או לשריפה, דוגמא מובהקת להתנהלות ה-NIMBY (Not In My Back Yard) של העולם המערבי.

1. מיטל פלג מזרחי, אתר מקור ראשון, 16/1/22:

<https://www.makorrishon.co.il/opinion/447009>

כמה נתונים לא מוכרים על תעשיית האופנה:

יותר ממחצית הבגדים שלנו עשויים מפוליאסטר - סוג של פלסטיק שהוא תוצר לוואי של נפט; החומר המשמש לייצורם, שווה ערך לכ-3 טריליון בקבוקי פלסטיק בשנה.

לייצור חולצה אחת מכותנה נדרשים כ-2,600 ליטר מים; גידולי כותנה דורשים יותר חומרי הדברה מכל גידול אחר בעולם. <<

כל פריט לבוש שיש לנו נלבש בממוצע 10 פעמים; רק אחוז קטן מהבגדים שלא בשימוש ניתן למחזר, ורק בתנאי שהם עשויים מבדים טבעיים.

שינוע מזהם - מהשדה למפעלים ומשם לחנויות; שימוש בהובלה אווירית בהזמנות אונליין; כמויות פלסטיק עצומות המשמשות לאריזה.

בתהליך צביעת בגד משתמשים בממוצע ב-3 ק"ג כימיקלים, שמוזרמים לנחלים וליים ואחראים לכ-20% מזיהום המים העולמי. <<

טביעת הרגל הפחמנית של כל חולצה שווה ערך בממוצע ל-4 ק"ג של גדי חממה! <<

מדי שנה נזרקים בעולם כ-20 מיליון טון פריטי אופנה - הרוב מועבר לאפריקה, חלק מוטמן באדמה - לא מתכלה ומזהם אותה, והשאר נשרף. <<

תהליך המחזור של בגדים צורך אנרגיה רבה שכמעט משתווה לצריכת האנרגיה לייצור בגד חדש.

כעת, משבר האקלים מחייב אותנו לערוך שינויים בהתנהגות שלנו ובאורחות החיים להן הורגלנו בעשרות השנים האחרונות. השימוש בפלסטיק חד פעמי, צריכת בשר ומזון מעובד, שימוש ברכבים מזהמים, וגם תעשיית האופנה - כל אלו הן דוגמאות להיבטים שבהם האדם הפרטי יכול ונדרש לעשות שינוי.

הייחודיות של תעשיית האופנה היא בקשר הישיר של הנושא לבני נוער. בשונה מהיבטים אחרים שהוזכרו - שנמצאים לרוב בתחום אחריות ההורים - הרי שבגדים ואופנה תמיד עניינו גם בני נוער, המחפשים תמיד אחר הטרנד הנוכחי והבא. מכאן שההזדמנות לדבר על משבר האקלים ועל הצורך בשינוי התנהגות - יכולה לעבור דרך הסיפור של תעשיית האופנה.

חברי הקורס וצוות הכותבים של חוברת זו:

חגית גפן, יעל ברק־גטניו, מראם יונס, ראניה עקל, רואן פלאות | הרשת

הירוקה

איריס ארבל, שי אגמון | איגוד ערים לאיכות הסביבה שרון־כרמל

ד"ר דן גוטליב | איגוד ערים לאיכות הסביבה מפרץ חיפה

דני פדידה | קק"ל, מרחב צפון

מירב אפרת | מורה ומעצבת

חגית שלו | עיריית כרמיאל

רחל בשארי | מועצה אזורית אלונה

שחף רטר | החברה להגנת הטבע

גמא שפר, שירה ליאון זכות | רמת הנדיב

העברת התכנים המקצועיים בקורס וליווי הצוותים נעשו בידי

אפרת יהל-פינגר מהרשת הירוקה.

מקווים ומקוות שתמצאו את החוברת מעניינת ומועילה, לטובת קידום עשייה חינוכית וסביבתית בנושא תעשיית האופנה ברחבי הארץ.

צוות הקורס



תוכן

08 הקמת חנויות יד שנייה לבגדים בבית הספר

14 מעורבות חברתית - יוזמות של תלמידי תיכון בתחום האופנה

22 הכשרה לצוותי חינוך - השתלמויות מורים

30 שבוע "מהפכת האופנה בבית ספר - כי אפשר גם אחרת"

42 הכשרה למדריכים בחינוך הבלתי פורמלי



קיימות זה השחור החדש

הקמת חנויות יד שנייה לבגדים בבית הספר

רציונל

בני הנוער הם צרכנים כבדים של תעשיית האופנה בכלל והמהירה בפרט. חנות יד שנייה במוסדות החינוך הינה מסגרת המאפשרת התנסות בתרבות צריכה אחרת, מקיימת יותר, בשילוב יזמות כלכלית ובכלל. תהליך של הקמת חנות יד שנייה במוסדות החינוך חושף את התלמידים, את צוות ביה"ס ואת הקהילה לנושאי צריכה, בדגש צריכת אופנה, ורותם לאקטיביזם סביבתי וחברתי.

מטרות

מיזמי חנויות יד שנייה במוסדות חינוך בארץ הם עדיין נדירים יחסית ומציבים אתגרים לא מעטים בתהליך ההקמה והתפעול. מדריך זה, שהוא ראשוני מסוגו, נועד לעודד ולסייע לצוות ביה"ס ולתלמידים בתהליך הקמת מיזם יד שנייה בבית ספרם ותפעולו השוטף.

קהל היעד

מנהיגות ירוקה; מועצות תלמידים; מורה מלווה למועצת תלמידים / מנהיגות ירוקה; מעורבות חברתית; מנהיגות הורים

**חברי הצוות:
ד"ר דורית באום
ד"ר דן גוטליב
איריס ארבל**

סקירת שוק

מבדיקה שערכנו עולה כי בארץ קיים מספר חנויות קטן יחסית של יד שנייה הפועלות בתוך בתי ספר. בחרנו להציג השוואה בין שתיים מהחנויות הללו:

שם בי"ס	צליל, חדרה	אלוני יצחק, מ.א. מנשה
מיקום החנות	בתוך בי"ס, סמוך לשער	בשטח הפנימיה, צמוד למכבסה
מי עומד מאחורי היוזמה	המורה למדעים + מנהיגות ירוקה	תלמידים, רתמו את ההנהלה
קהל יעד	תלמידים, צוות ביה"ס, קהילה	בעיקר תלמידים
ניהול בפועל	המנהיגות הירוקה	התלמידים
תחזוקה שוטפת	סיוע של אב הבית	כמעט ואין תחזוקה שוטפת. הבנייה נעשתה באמצעות מוצרים שנאספו. בשוטף החנות סגורה ומוציאים ממנה סחורה בעיקר לאירועי שיא ולאירועי גיוס תקציב של התלמידים
תכולת החנות	בגדים, תלבושת בי"ס וחט"ב, משחקים, כלים, צעצועים, אקססוריז	בגדים
מאפייני תשלום / הכנסות	המחירים עד 5 ₪. ההכנסות נתרמות ליעד משתנה בהתאם לבחירת המנהיגות הירוקה	ההכנסות מיועדות לכיסוי הוצאות לפי בחירת התלמידים: מסיבת י"ב, ירידים וכיו"ב או תרומות
שיווק ומיתוג	תלמידי המנהיגות מעבירים הדרכה בנושא בכיתות, מדובר גם מול ההורים	החנות נקראת 'חמסה'

האם הקמת החנות מלווה בתהליך חינוכי	כן, תלמידי המנהיגות עוברים הכנה בנושא ומעבירים בכתות	כן. קורס אופנה ובמסגרתו פרק קיימות; שבוע סביבה; יריד קיימות; העברת מסרים שוטפת
חסמים		קושי בקבלת תשלום; החנות לא כ"כ נגישה לכלל התלמידים
טיפים	למקם את החנות ליד הכניסה לביה"ס	למקם את החנות במקום נגיש לכולם

ניתוח מחקרים בנושא רכישת בגדים יד שנייה מעלה מספר מסקנות מעניינות:

« כשמדובר על מותגים ובגדי מעצבים, הבדלי המחיר בין חדשים למשומשים עשויים להיות משמעותיים מספיק כדי לעורר מוטיבציה כלכלית

« הנאה מ'ציד אוצרות' משפיעה באופן משמעותי על צריכת בגדי יד שנייה (מוטיבציית פנאי)

« בגדים יד שנייה, במיוחד כאלה עם ערכים תרבותיים או היסטוריים גבוהים, כמו וינטג', יכולים לאפשר לצרכנים צעירים להפגין ייחודיות וסגנון אישי

« חשוב לשים דגש על בילוי והנאה בחוויית הקנייה

« חוויית קניות יד שנייה מוקדמת ומוצלחת (בחו"ל למשל) יכולה להגביר משמעותית רכישת בגדים יד שנייה

« שיווק ומיתוג היתרונות הסביבתיים שבצריכת בגדים יד שנייה. גם צרכן עם מודעות סביבתית כללית גבוהה, עשוי שלא להבין עד תום את הבעיות הסביבתיות הספציפיות, הנגרמות מייצור בגדים ומפסולת טקסטיל

תכנית עבודה להקמת חנות יד שנייה

אנו מציעים מודל לתכנית עבודה בבית הספר, שבסיומו תוקם חנות יד שנייה.

« להתחיל תהליך חינוכי עם הנהגת התלמידים / מועצה / הנהגה ירוקה - התהליך החינוכי יכלול רקע על המשבר הסביבתי, תרבות הצריכה, תעשיית האופנה; וכן ביקור בחנות יד שנייה בבית ספר אחר.

« ניתן לערוך התנסות מקדימה עם מסיבת החלפות, יריד יד שנייה וכיו"ב.

« איתור חלל מתאים בביה"ס ומיפוי צרכים

« גיוס תקציב / משאבים בהתאם לצורך (ריהוט, ציוד משלים)

« בניית מערך הקמה ותפעול: גיוס כ"א לבנייה הראשונית (אב בית, הורים, מורים, תכנית מעורבות אישית, תנועת נוער, התלמידים עצמם) ולתפעול השוטף (התלמידים, ההנהגות, מתנדבים מהקהילה) »
« בניית קונספט לפעילות שוטפת ובת קיימא של החנות (התנדבותי ו/או כלכלי) »
« מיתוג ושיווק »
« ליווי המהלך בהטמעת הנושא בתכנית הלימודים של כלל בית הספר »

שותפים פוטנציאליים

הנהגת הורים בית ספרית, תנועות נוער, מרכז קהילתי, יחידה סביבתית ברשות המקומית, תכנית מעורבות חברתית

תקציב

התקציב הנדרש מאד משתנה ובמקרים שחקרנו כמעט שלא נדרש תקציב כלל. לבניית החנות ועיצובה מומלץ להשתמש בחומרים בשימוש חוזר (מדפים, ריהוט, סלסלות, וילונות וכיו"ב), מה שישרת אף הוא את האג'נדה של צמצום צריכה ושימוש במשאבים קיימים.
את ההקמה עצמה מומלץ לעשות בסיוע משאבים מקומיים כמו: אב בית, הורים, קהילה, מורים ותלמידים.
ניתן לגייס תקציב להקמת חנות יד שנייה באמצעות קולות קוראים לחינוך סביבתי של המשרד להגנת הסביבה, קרן של"י ואחרים.

להרחבה - מצגת מסכמת - מדריך להקמת חנות יד שנייה במוסדות החינוך

מקורות מידע בנושא חנויות בגדים יד שנייה

Baker, J.B., 2011. *An investigation of the motivations for second-hand clothing donation and purchase*. The University of North Carolina at Greensboro.

Borusiak, B., Szymkowiak, A., Lopez-Lluch, D.B., Sanchez-Bravo, P., 2021. *The role of environmental concern in explaining attitude towards second-hand shopping*. *Entrepreneurial Bus. Econ. Rev.* 9 (2), 71–83.

Deaton, A., Muellbauer, J. (Eds.), 1980. *Economics and Consumer Behavior*. Cambridge University Press.

Gregson, N., Crewe, L., 2003. *Second-hand cultures*. Berg Publishers, Berlin. Guiot, D., Roux, D., 2010. *A second-hand shoppers' motivation scale: Antecedents, consequences, and implications for retailers*. *J. Retail.* 86 (4), 355–371

Hur, E. and Cassidy, T. (2019), "Perceptions and attitudes towards sustainable fashion design: challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion", *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, Vol. 12 No. 2, pp. 208-217.

Liang, J., Xu, Y., 2018. *Second-hand clothing consumption: A generational cohort analysis of the Chinese market*. *Int. J. Consumer Stud.* 42 (1), 120–130.

Wang, B., Fu, Y., & Li, Y. (2022). *Young consumers' motivations and barriers to the purchase of second-hand clothes: An empirical study of China*. *Waste Management*, 143, 157-167.



#WHO_MADE_MY_CLOTHES?

מעורבות חברתית – יוזמות של תלמידי תיכון בתחום האופנה

רציונל

להטמעת תפיסות סביבתיות בקרב בני הנוער יש את היכולת לשנות את המציאות בעולם בשנים הקרובות.

תוכנית התפתחות אישית ומעורבות חברתית של משרד החינוך מיועדת לתלמידי כיתות י'–י"ב, ומהווה תנאי לקבלת תעודת בגרות. היא מעודדת עשייה חברתית למען הסביבה, וזאת באמצעות למידה עיונית, התנסות מעשית ורפלקציה. התוכנית מבוססת על גישה פדגוגית של למידה מתוך שירות (service learning), ומקדמת למידה משמעותית בדגש על שירות משמעותי בקהילה, ועל התנסות המעודדת יזמות חברתית. מטרת התוכנית עולות בקנה אחד עם מטרת החינוך הסביבתי:

« טיפוח עצמאות, רגישות חברתית, אכפתיות ואחריות.

« יצירת מוטיבציה למעורבות חברתית, וכן לצמיחה אישית בהקשר של עשייה חברתית.

« סיוע בבניית הזהות החברתית והתרבותית, וכן ביצירת המחויבות לקהילה, לחברה ולמדינה.

הנוער של היום (דור ה-Z) נולד לתוך עולם של אופנה מהירה ושל תרבות צריכה כפי שהיא היום. רבים מהם לא מודעים למחיר האמיתי של תעשיית האופנה ולא מכירים תרבות צריכה שונה. שעות התוכנית למעורבות חברתית מאפשרות לנוער לגלות עולמות חדשים של עניין ושל עשייה, לצאת מהשגרה שבה הם חיים ופועלים בדרך כלל. זו הזדמנות לחשוף אותם לנושא ההשפעות של תעשיית האופנה ושל תרבות הצריכה על הסביבה ולעודד אותם להציע פתרונות משלהם לנושא. גם תלמידים שלא לומדים אופנה בבית הספר, אך

חברי הצוות:
חגית שלו
שי אגמון
ראניה עקל
חגית גפן

אוהבים את התחום, יכולים להביא לידי ביטוי את היכולות שלהם בנושא מנקודת מבט חדשה - מודעת. מדובר במשאב זמן משמעותי שבו יכולה להתבצע עשייה משמעותית.

מטרות

חשיפת בני הנוער למחיר הסביבתי של תעשיית האופנה, ולחוסר הצדק החברתי שכרוך בה. בני הנוער יפתחו רעיונות משלהם לפעילויות שונות העוסקות במחדוש, עיצוב, מחזור, צמצום צריכה והעלאת התודעה של מגוון הבעיות בתעשיית האופנה. בני הנוער יהפכו לשגרירים בנושא, תוך עידוד יצירת יוזמות עם תהודה בקהילה.

קהל יעד

« תלמידים במסגרת המעורבות החברתית, תלמידי י"ב
« תנועות נוער
« נוער בסיכון

סקירה

תוכנית התפתחות אישית ומעורבות חברתית של משרד החינוך מאפשרת לבני הנוער פעילות של 150-180 שעות במהלך 3 שנים במגוון מוסדות ציבוריים (על פי 60 שעות בכיתה י', 60 שעות בכיתה י"א ו-30-60 שעות בכיתה י"ב).

ברחבי הארץ פרוסה רשת רחבה של ארגונים ועמותות המקבלים תרומת בגדים לצדקה, חלקם ארגונים עצמאים וחלקם רשותיים. חלק מהארגונים מחזיקים חנות יד שנייה. מדי יום נתרמים לארגונים אלה אלפי פריטים של בגדי יד שנייה ובגדים חדשים, הרבה מעבר ליכולת שלהם למכור בחנויות ולחלק לנזקקים. בנוסף לארגונים, פועלות כיום בישראל עשרות חנויות יד שנייה בעלות מאפיינים שונים, חלקן פרטיות וחלקן רשתיות.

כיום כבר קיימת מעורבות חברתית של תלמידים בחלק מן הארגונים, רובה עוסקת במיון פריטים. פעולה חשובה, אך ללא הקשר מודע לנושא של השפעות עולם האופנה על הסביבה והקשר לשינוי האקלים.

שלבי הפרויקט

להלן מתווה לייזום פרויקט שנתי בהיקף 60 שעות במסגרת המעורבות החברתית:

3 שעות	1	הקניית ידע באמצעות סרטונים, הרצאת תוכן של מומחה בתחום
2 שעות	2	סיעור מוחות משותף לחשיבה על פרויקטים. יש לשים לב שהפרויקט לא יעודד צריכה אלא יעביר מסר של צריכה אחראית. יש לתכנן פרויקט שהינו בר ביצוע במסגרת השעות של שנת מעורבות אחת. גם אם יבחרו להמשיך פרויקט קיים בשנה שלאחר מכן.
12 שעות	3	תכנון הפרויקט: למידה - סקר שוק, האם המוצר/השירות קיים? מי קהל היעד? איפה אפשר להציג את המוצר/שירות, האם המוצר/שירות ניתן בחינם? כמה לגבות עבורו? מה הם האמצעים הדרושים לקיום הפרויקט. משאבים פיזיים ומשאבי ידע, כוח אדם, שעות עבודה. תוכן - גורמים שיש לקחת בחשבון: « תפקוד - המוצר תוכנן ונבנה כדי להשיג מטרה העונה על צורך אנושי. « איכות - המוצר חייב לעמוד באמות מידה (סטנדרטים) מסוימות. « בטיחות בעת השימוש. « ארגונומיה - ממשק נוח, יעיל ולא מזיק למשתמש. « אסתטיות - מבוססת על בחירת חומרים, תהליכים, ייצור, צבע וצורה. « היבטים סביבתיים - השפעות של השימוש במוצר ואורך חיי המוצר. « היבטים כלכליים - עלות המוצר וכדאיות הקנייה. תכנון לוח זמנים לביצוע כתיבת תכנית עסקית לפרויקט
10 שעות	4	הקמת הפרויקט
3 שעות	5	הפצה במדיה, הצגת תוצרים. פרסום הפרויקט על מנת להגיע לקהלים רלוונטיים.
30 שעות	6	הפעלה וביצוע שוטף של המיזם

אמצעים נדרשים

מרכז ומוביל לקבוצה - עדיפות לאדם מטעם הארגון שבו פועלים בני הנוער אשר יש ברשותו את הידע והניסיון המתאימים ללווי פרויקט. לדוגמא: מורה בבית הספר / רכז בתנועת נוער / מדריך בפנימייה.

יצירת מאגר ידע איכותי המבוסס על סרטונים ותיאום מכגש עם מרצה בעל יכולת וידע לדבר על הנושא עם בני נוער. הנחת המוצא למאגר הידע, היא שבני הנוער לא מעוניינים בלמידה פרונטלית כמו בבית הספר, אלא בלמידה חווייתית.

מרחב עבודה מתאים לביצוע הפרויקט בארגון שבו פועלים בני הנוער.

שותפים

« חנויות יד שנייה באזור, מתנ"סים, ויצ"ו, רשות מקומית.
« לאתר בכל מקום גופי תמיכה כלכליים (המזהם משלם = תעשיות שיכולות לשלם).

« לאחר הקמת הפרויקט – ניתן לפנות לחנויות יד שנייה באזור, חנויות אופנה ולהציע מוצרים (לקוחות מוסדיים).

רעיונות ליוזמות

« איסוף ומיון בגדים לפי קטגוריות (שימוש חוזר, מיחדוש, פירוק לחומרי גלם)
« תפירה: דגלונים במקום בלונים, תפירת בובות, ומוצרים לפי בחירת הקבוצה.
« הכנת סרטונים לטיקטוק

« חבירה לפעילות הרשות – ימי שיא שונים, פסטיבלים.
« הכשרה לדיוק ארון בגדים – למכור רעיון ושירות (שירות סידור ארונות, בדיקת מלתחה למה צריך ומה פחות), סטיילינג אישי.

תקציב

ככלל, אנחנו מעודדים יוזמות שעושות שימוש במשאבים הקיימים ללא עלות נוספת מלבד הרצאת אורח. עבור הרצאה ניתן לבקש תקציב מן הרשות ואף לשלב מספר קהלים או מספר מקורות תקציב על מנת שההרצאה תגיע לכמות גדולה יותר של אנשים. גם שעות הליווי של מרכז הקבוצה עשויות לעלות כסף, לכן כדאי למצוא מרכז שהוא מתנדב בארגון. אם בכל זאת יש פרויקטים אשר דורשים תקציב חיצוני, יש לעודד את בני הנוער המשתתפים למצוא ספונסר מתוך הקהילה, מפעל או עסק שיש לו עניין לקדם את הפרויקט. ניתן גם לפנות לרשות ולבדוק האם ניתן לקבל תקציב.

מקורות מידע

תוכנית התפתחות אישית ומעורבות חברתית. פורטל תלמידים, משרד החינוך

דוגמאות לסרטונים בנושא השפעת האופנה על הסביבה:

פשע אופנה: הבגדים הזולים מציפים את העולם, וזה מסוכן
איך הבגדים המשומשים שלנו הופכים להרי זבל באפריקה?
אופנה מזהמת: תג המחיר של עולם האופנה
True Blues - Textiles Water Pollution Problem
The life cycle of a t-shirt - Angel Chang
ולוג פספוסי קניות

סרטונים בנושא כלכלה מעגלית:

Circular Economy: definition & examples | Sustainability Environment

חשיבה מחדש - כלכלה מעגלית

מיט אפ #1 כלכלה מעגלית למתחילים עם יאיר אנגל - חלק א' | ההרצאה

רשימת חנויות יד שנייה בכל הארץ - מיכוש

מפת חנויות יד שנייה "מתלבשות על נובמבר"

נספח: מדריך לבניית תכנית עסקית

המבנה הקלאסי של התוכנית העסקית כולל בין היתר:

נספח "סיכום מנהלים" - נספח המסכם למעשה את התכנית העסקית ומטרותיה ואף על פי שהוא המסמך הפותח את התוכנית הוא נכתב אחרון. חשוב שהוא יהיה תמציתי, קצר וקולע ויכלול את כל סיכומי הדברים העיקריים המופיעים בתכנית. ברוב המקרים, מומלץ שמסמך סיכום המנהלים יתפרס על פני עמוד A4 אחד. את הנקודות החשובות בתקציר מומלץ לסמן בבולד ובכך למקד את עיניו של הקורא למילים ולנקודות אותן הדגשתם

חזון ותיאור החברה/בית העסק - מסמך הכולל בתוכו פרטים טכניים אודות בית העסק, לרבות, שנת הקמה, שם העסק, זהות בעלי ומייסדי העסק, זהות השותפים במידה ויש, כתובת העסק, נכסים בבעלות העסק וכדומה. כמו כן, במסמך זה חשוב לתאר את חזון העסק במספר משפטים קצרים ובמילים פשוטות ואף לכלול את יעדי העסק לשנים הקרובות.

מוצרי/שירותי העסק - מסמך המפרט ומתאר את כל המוצרים/שירותים המוצעים ומשווקים על ידי בית העסק. מסמך זה מהווה למעשה את ליבת התכנית במידה ואתם מעוניינים לפרוץ לשוק, להגדיל את המכירות או לגייס משקיעים ולכן חשוב להגדיר מהו הערך המוסף של המוצרים/שירותים, מהן התועלות הצרכניות המוענקות לצרכני המוצר/שירות, מהן התכונות הייחודיות המאפיינות את המוצר/שירות. אם המוצרים/שירותים הינם בעלי סימן רשום - חשוב לציין זאת.

ניתוח השוק וסביבת התחרות - מסמך המפרט את תנאי השוק וסביבת התחרות בו. מסמך זה מבוסס על מחקרי שוק שונים והוא כולל בתוכו התייחסות נקודתית לנושאים כגון: גודל השוק, היקף התחרות בו, נתח השוק של בית העסק וכדומה.

קהלי יעד - מסמך זה נועד להגדיר ולסווג את קהלי המטרה הרלוונטיים לבית העסק והוא כולל בתוכו בניית מודלים שונים של קהלי היעד הרלוונטיים לצד גיבוש תובנות צרכניות המבוססות על מחקרי שוק אותם מומלץ לקיים לפני כתיבת תוכנית עסקית.

שיווק ומכירות - מסמך המפרט את דרכי הפעולה השיווקית לצרכי מכירת המוצרים/שירותים הנכללים בסל המוצרים/שירותים של בית העסק. מסמך זה חייב לכלול בתוכו נתונים עדכניים אודות היקף המכירות (אם מדובר בעסקים קיימים) ו/או צפי מכירות ויעדי מכירה (אם מדובר

בעסקים חדשים). כמו כן, דרכי הפעולה המופיעים במסמך זה עתידים לשמש אתכם לבניית תוכנית שיווק רב שנתית ולכן הוא חייב לכלול בתוכו את התקציב הנדרש לצרכי שיווק, פרסום ומיתוג בהתאם לעלויות השונות אותן חשוב לבדוק ולברר לפני עריכת המסמך.

מקורות מימון - מסמך המפרט את כלל מקורות המימון וההלוואות העומדות לחובת בית העסק. במקרים בהם מדובר בהקמת עסק חדש חשוב לציין את סכומי ההשקעה הנדרשים ואת מקורות המימון לצרכי גיוס הכסף. כמו כן, חשוב שמסמך זה יכלול בתוכו פירוט מורחב ככל הניתן אודות אופן השימוש בכספי העסק, צפי רווחים במהלך השנים הקרובות וכדומה. לצורך כתיבת סעיף זה בתכנית אנו ממליצים לכם להיוועץ עם יועץ עסקי.

הסעיפים המופיעים לעיל מהווים למעשה את המבנה הקלאסי לכתיבת תכנית עסקית. ניתן להוסיף מסמכים נוספים העוסקים בפירוט רב יותר בנושאים כלכליים-פיננסיים במידה והיא מיועדת לצרכי גיוס השקעות ומקורות מימון ומסמכים נוספים העוסקים בפירוט מורחב יותר בהיבט השיווקי, וכשמדובר בתוכנית המיועדת לצרכי פיתוח עסקי והתוויית דרכי פעולה שיווקית.

תוכנית עסקית שיווקית - התכנית העסקית השיווקית מהווה נספח לתכנית העסקית בהתאם למבנה הקלאסי עליו הרחבנו בסעיף הקודם. התכנית השיווקית נועדה לפרט את מכלול הפעולות השיווקיות הנדרשות ליישום בבית העסק על מנת לעמוד ביעדי המכירות תקופתיים אותם חשוב להגדיר ולתחם מראש במסגרת הכנתה. בתכנית השיווקית חשוב לכלול נתונים אודות חוזקות/חולשות/דרכי הפצה ותמחור של כל המוצרים/שירותים המשווקים על ידי בית העסק ולהגדיר את סוג המוצרים/שירותים ואופן שיווקם בהתאם לתנאי השוק, קהלי היעד וסביבת התחרות עימה מתמודד בית העסק.

תוכנית שיווקית חייבת לכלול בתוכה גאנט (לוח זמנים) המיועד להגדרת מטרות ויעדים לאורך השנה וזאת בהתבסס על צפי מכירות ותכנון הפעולות השיווקיות לאורך השנה. יצירת הגאנט מאפשרת תכנון תקציב שנתי למטרות פרסום, שיווק ויח"צ שבאמצעותו ניתן לחלק את "עוגת התקציב" לאורך ימות השנה בצורה מושכלת ונכונה.

תוכנית עסקית כלכלית-פיננסית - התוכנית העסקית פיננסית נועדה בעיקר לצרכי גיוס משקיעים ומקורות מימון בנקאיים וחוץ בנקאיים והיא מהווה נספח לתוכנית העסקית בהתאם למבנה הקלאסי המוצג לפניכם. מטרתה של התוכנית העסקית הינה הוכחת רווחיות של בית העסק ולכן היא חייבת לכלול בתוכה נתונים כלכליים שונים המעידים על מצבו הפיננסי של בית העסק מיום הקמתו ועד יום הכנתה (במידה ומדובר בעסקים קיימים). אם מדובר בעסקים ומיזמים שלצורך הקמתם נדרשים הלוואה או גיוס הון ממקורות מימון שונים, התוכנית העסקית כלכלית-פיננסית חייבת לכלול בתוכה נתונים כלכליים אודות השוק בו היא עתידה לפעול ונתונים שונים אודות עלויות ההקמה והתפעול ואודות ההכנסות הצפויות.



הכשרה לצוותי חינוך השתלמויות מורים

רציונל

השתלמויות מורים הן ערוץ הפעולה המקובל והמרכזי, דרכו ניתן להטמיע רעיונות, מושגים וכלים שונים במערכת החינוך, הן בקרב התלמידים כקהל יעד עקיף והן בקרב המורים עצמם. אמנם, קיימות הכשרות חיצוניות למורים, חלקן מוכרות לגמול וחלקן לא, אולם אלו פונות בעיקר לקהל המשוכנע מראש, ומתבססות לרוב על ידע מוקדם ועל הנכונות של המורה לשלם מכיסו עבור הכשרתו. מאחר שתעשיית האופנה, לדעתנו, היא נושא "רוחב", אשר מצד אחד נוגע לכלל אנשי חינוך מעצם היותם אנשים וצרכנים, ומצד שני עדיין לא נמצא במודעות של רובם, אנו מוצאים לנכון לפעול דרך הערוץ המרכזי של השתלמויות המורים. לצד פיתוח ההשתלמות נוכל להציע חיבור ליוזמות אחרות של הקורס, הרלוונטיות להטמעה בבית הספר, כגון פתיחת חנות יד שנייה או קיום שבוע אופנה בבית הספר.

מטרות היוזמה

חשיפה של אנשי חינוך לנושא תעשיית האופנה והשפעותיה הסביבתיות והחברתיות הכשרת אנשי חינוך לשילוב נושא תעשיית האופנה בשיעורים בבית הספר

קהל היעד

מורים מתחומי דעת שונים בחינוך העל-יסודי (בעדיפות) או בחינוך היסודי בכיתות הגבוהות.

חברי הצוות:
דני פדידה
גמא שפר
מראם יונס
שחף רטר

סקירת שוק

בארץ מתקיימות מדי שנה אלפי השתלמויות והכשרות ל-200,000 אנשי חינוך, במגוון רחב של תחומים ומודלים. ההשתלמויות הנפוצות ביותר במערכת החינוך מוכרות לגמול ופועלות בהיקפים של 30 או 60 שעות. לעיתים ניתן לשלב בהשתלמות אחת של 30 שעות 2 מודולות קצרות יותר בתחומי עניין קרובים. את ההשתלמויות במערכת החינוך ניתן לחלק לשלוש:

« **השתלמויות מוסדיות** - השתלמויות המאורגנות ע"י בית הספר ומיועדות למורים המלמדים בו בלבד. בחירת הנושא נעשית ע"י צוות הנהלת בית הספר, בתיאום עם הפיקוח. כל מורה מחויב להשתתף בהשתלמות מוסדית אחת בשנה בהיקף 30 שעות.

« **השתלמויות בתחומי דעת** - השתלמויות המאורגנות ע"י צוותי ההדרכה לכל תחום דעת, בהתאם לצרכים שהמדריכות מזהות מהשטח ולנושאים שהמטה דורש את קידום. כל מורה מחויב לעבור השתלמות מקצוע אחת בשנה בהיקף 30 שעות.

« **השתלמויות פתוחות** - השתלמויות הפתוחות לכלל אנשי החינוך, לרוב מאורגנות ומתוקצבות דרך אחד ממרכזי הפסג"ה ומופצות לכלל המורים באזור.

המשרד להגנת הסביבה ומשרד החינוך הכריזו בשנת תשפ"ג על נושא החינוך האקלימי כנושא חובה במערכת החינוך. במסגרת זו מוצעות לצוותי החינוך השתלמויות בנושא משבר האקלים במבט רב תחומי ובהתאמה לגילאי הלומדים. זו עשויה להיות הזדמנות להרחבת העיסוק בנושא של תעשיית האופנה תחת הקשר זה.

סקירה שערכנו בקרב אנשי חינוך העוסקים בתעשיית האופנה בעבודתם החינוכית, העלתה שלא ידוע כיום על השתלמויות שעוסקות באופן רחב ומקיף בתעשיית האופנה והשפעותיה הסביבתיות והחברתיות.

סילבוס מוצע להשתלמות

לאור תובנות אלו, ועל מנת לשמור על ישימות של שילוב נושא תעשיית האופנה בהכשרות המורים, בחרנו להציע מודולה להשתלמות של 15 שעות. להערכתנו זוהי מסגרת זמן אופטימלית לעיסוק בנושא זה, ואין צורך בהכשרה בהיקף של השתלמות מלאה בת 30 שעות, לפחות לא בשלב זה. כמו כן, מסגרת זמן זו תאפשר למזמין ההשתלמות (בית ספר / רשות מקומית / תחום דעת) לשלב את המודולה הנ"ל עם מודולה נוספת בת 15 שעות ולאפשר הכשרה בשני נושאים מקבילים או עם חפיפה מסוימת. בנוסף, את ההשתלמות ניתן להעביר כסדרת מפגשים מקוונת (סינכרונית) או במפגשי פנים אל פנים, למעט מפגש הסיום.

מפגש	נושא לימוד	היקף	סוג מפגש
1	פתיחה והיכרות עם נושא שינויי / משבר האקלים דרך תעשיית האופנה	3 שעות	הרצאה וסדנה פנים אל פנים / מקוון
2	משבר האקלים ואנחנו - כיצד מתקשרות תפיסות ואורחות חיינו (תרבות הצריכה) למשבר האקלים וכיצד מלמדים ועוסקים במשבר האקלים ואופנה במערכת החינוך?	3 שעות	הרצאה וסדנה פנים אל פנים/מקוון
3	סיור בקניון ובחנות יד שנייה עם אג'נדה סביבתית- חברתית או חנות יד שנייה בבית ספר	4 שעות	סיור פנים אל פנים
4	מטלת ביצוע - סיכום ורפלקציה לסיור ולתהליך חשיבה על יוזמות יישומיות בבית הספר בנושא תעשיית האופנה	2 שעות	א-סינכרוני
5	עבודה בקבוצות ולמידת עמיתים - בניית תכנית אופרטיבית ליישום פרויקט בבית הספר, הכוללת תכנית לימודים מלווה. סיכום ההשתלמות	3 שעות	סדנה פנים אל פנים / מקוון

שותפים פוטנציאליים

את השותפים הפוטנציאליים יש לחלק לשני ערוצי פעולה שונים:

א. השתלמות מוסדית עצמאית - הכוונה להשתלמות מוסדית שאינה דרך התכנית המשולבת. במקרה זה יש ראשית לפנות למרצים העוסקים בנושא תעשיית האופנה, לצורך העברת ההשתלמות בתשלום ישיר או באמצעות שעות מרצה (למרצים הרשומים בטלדור). רשימה מרצים כזו נמצאת בנספח של מסמך זה. בנוסף, יש לתאם את קיום ההשתלמות עם מרכז הפסג"ה, אליו בית הספר משתייך.

ב. השתלמות פתוחה - השתלמות המאורגנת (ומתקצבת) ע"י גורם אחר, שאינו בית ספר, כגון: רשות מקומית, איגוד ערים, ארגונים סביבתיים ועוד, ופתוחה למורים ממגוון בתי ספר, תחומי דעת או גילאים. במקרה זה יש ראשית לפנות למרצים העוסקים בנושא תעשיית האופנה, לצורך העברת ההשתלמות בתשלום ישיר או באמצעות שעות מרצה (למרצים הרשומים בטלדור). בנוסף, יש לתאם את קיום ההשתלמות עם מרכז הפסג"ה הסמוך לאזור בו ההשתלמות תתקיים.

תקציב

לרוב הכשרות מורים מבוססות על תקציבים קיימים של מערכת החינוך, בין אם מדובר בהשתלמות מורים מוסדית או בהשתלמות פתוחה שהפסג"ה בוחרת להשקיע בה את שעות המרצה הנדרשות. אם לא ניתן להשיג שעות מרצה לטובת הכשרת המורים בנושא תעשיית האופנה, יש לקחת בחשבון שעלות הרצאה בודדת תעלה בין 1,000 ל-2,000 ש"ח (תלוי מיקום ומשך).

מקורות מידע

מיטל פלג מזרחי, גלובס, 25/4/21: <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001368696>

מיטל פלג מזרחי, אתר מקור ראשון, 16/1/22: <https://www.makorrishon.co.il/opinion/447009>

רשימת חנויות יד שנייה בפריסה ארצית

מקורות נוספים ניתן למצוא בביבליוגרפיה בסיום החוברת.

נספח 1

רשימת מרצים בנושא תעשיית האופנה:

050-679-2612	מיטל פלג־מזרחי
054-596-9007	אפרת יהל־פינגר
052-545-8919	רויטל נדיב
054-308-3731	ויקה קנר
055-667-7401	מיכל לוי־ארבל

נספח 2

מטלת סיכום להשתלמות:

ראשית, נזכיר כי מדובר במודולה של 15 שעות בלבד ועל כן היקף המטלה מצומצם יחסית

דרישות וחובות של הקורס:

« נוכחות פעילה ב-80% מהמכגשים לכחות

« חובת הגשת מטלת הגשה בקורס עם ציון

מטלת הגשה בקורס:

« שער: עמוד השער כולל את הפרטים הבאים: נושא העבודה, שם ההשתלמות,

שם המרצה, שם מגיש/ת העבודה, מספר ת.ז. ותאריך הגשה

« תוכן עניינים

« גוף העבודה - מורכב מ-3 חלקים:

« סיכום ורפלקציה של הסיור בקניון (המטלה הא-סינכרונית במפגש 4)

« הצגת תכנון לפרויקט יישומי בבית הספר (כחלק ממפגש 5)

« רפלקציה אישית: תארו את התרומה של ההשתלמות לעבודתכם

בשטח, מה אתם לוקחים עמכם להמשך העבודה בבית הספר

מומלץ לכתוב בנימה אישית

« ביבליוגרפיה: ככל שנעשה שימוש, יש להוסיף רשימה ביבליוגרפית, הכתובה

על פי הכללים המקובלים בהתבסס על ה-APA. ככל שנעשה שימוש באתרים

או חומרים מקוונים, יש להוסיף לרשימה קישורים למקורות אלו

נספח 3 – דף לסיכום ורפלקציה לסיור בקניון / חנות יד שנייה

שם המורה: _____ ת.ז. _____

נא לתאר את המרחב בו נערך הסיור. מומלץ לציין מאפיינים ייחודיים של המרחב לדעתך:

נא לרשום 2-3 תובנות מרכזיות שלמדת במהלך הסיור:

נא לציין את התחושות והמחשבות שליוו אותך במהלך הסיור ובעקבותיו:

נא לרשום רעיון או מחשבה לפרויקט יישומי בבית הספר (את הרעיונות נפתח במפגש הבא):



הבגד הכי מקיים הוא הבגד שנבר יש לנו בארון

שבוע "מהפכת אופנה בבית ספר – כי אפשר גם אחרת"

רציונל:

הקונספט המסחרי של "שבוע מהפכת האופנה" מתקיים במרבית המדינות המתקדמות בעולם, זוכה לפרסום רב במדיה הדיגיטלית ובעיתונות, ויכול להוות מנוף להטמעת רעיונות, מושגים וכלים שונים במערכת החינוך, הן בקרב התלמידים כקהל יעד ישיר והן בקרב המורים עצמם. היות שתעשיית האופנה נוגעת לכולנו, כאנשי חינוך וכצרכנים פוטנציאליים, מצאנו לנכון לפעול ליצירת "שבוע אופנה" אלטרנטיבי חינוכי. פיתוח תכנית הלימודים בנושא זה יכולה להציע חיבור ליוזמות אחרות של הקורס, הרלוונטיות להטמעה בבית הספר, כגון השתלמות לצוותי ההוראה (**קישור לפרק הכשרות מורים**), מדריך לפתיחת חנות יד שנייה בבית הספר (**קישור**), או יוזמות לשעות המעורבות החברתית בתיכון (**קישור**).

השם שבחרנו ליוזמה שלנו אינו מקרי. "מהפכת אופנה" הינו ארגון עולמי שהוקם בתגובה לאסון שהתרחש במפעל האופנה המהירה "ראנה פלאזה" בבנגלדש באפריל 2013, בו נהרגו בעקבות קריסת המפעל כ- 1,100 מעובדיו ואלפים נפצעו. למרות שהתגלו סדקים במפעל והעובדים ביקשו לעזוב אותו, מעבידיהם אילצו אותם לחזור לעבודה, כדי שלא לפגוע בשרשרת האספקה של תעשיית האופנה המהירה. הארגון העלה למודעות את סכנות התעשייה המהירה ומקיים לזכרם מדי שנה בחודש אפריל קמפיינים הכוללים דרישה

**חברי הצוות:
רחל בשארי
רוהאן פלאות
יעל ברקי
אפרת מירב**

לשקיפות בעולם תעשיית האופנה, כדי שאנחנו הצרכנים נדע מהו המחיר האמיתי של הבגדים שאנחנו צורכים, כמו גם מיזמים המלמדים ש"אפשר גם אחרת".

חשוב לציין כי יוזמה זו, "שבוע מהפכת האופנה בבית ספר - כי אפשר גם אחרת", הינה כמעט ראשונית בתחומה, ומהווה שלד ותשתית שכל מוסד חינוכי יכול להישען עליו ולבנות את התכנית שהינה אותנטית ורלוונטית לו.

מטרות:

« התלמידים וצוותי החינוך בבית הספר ייחשפו לנושא תעשיית האופנה והשפעותיה הסביבתיות והחברתיות.

« התלמידים יכירו את הנושא דרך תחומי דעת שונים, אשר מורים מלמדים בבית הספר וההקשרים הרחבים שלהם למכלול היבטים של תעשיית האופנה ברמות הפיזיות, המסחריות, המדעיות, הרוחניות, ההיסטוריות ועוד.

« ההורים יכירו את הנושא על מורכבותו ויהיו שותפים בהטמעת המודעות לבעייתיות של האופנה המהירה, מתוך שאיפה לבצע שינויים בכלכלה הביתית, שתצמצם רכישות אופנה מהירות ותכיר חלופות.

« היוזמה תשמש כמנוף להטמעת נושא הקיימות בבית הספר.

קהל היעד

« מורים מתחומי דעת שונים בחינוך העל-יסודי (בעדיפות)

« תלמידי חטיבת ביניים וחיטיבה עליונה

« הורים

« שותפי דרך (פירוט בהמשך)

מודל להפעלת שבוע מהפכת האופנה:

שבוע מהפכת האופנה מורכב ממספר גורמים, אשר החיבור שלהם יחד לשבוע מרוכז אחד, יכול לייצר אימפקט משמעותי בבית הספר ובקהילה.

א. הכשרה בת 9 שעות לצוותי החינוך וההוראה כחודש לפני הפעלת התכנית וזאת במגמה שצוותים אלו יעבירו בעצמם לתלמידים. את השיעורים עם רלוונטיות לתחומי הדעת אותם הם מלמדים בשוטף ברלוונטיות לשבוע מהפכת האופנה (כגון, במתמטיקה, ספרות מדעים וכו').

ב. אירוע פתיחה לתלמידים והצוותים כיום שיא - (2 שעות) בבית הספר ביום א'.

ג. שילוב נושא האופנה בתחומי הדעת הנלמדים בכיתות על ידי מורי המקצוע (ימים ב' - ד'), וכן סיור בחנות במרכז מסחרי, ובו חנויות אופנה מהירות, לצד חנויות יד שנייה, כמו "דנדשה" (להלן: **רשימת חנויות יד שנייה**).

ד. אירוע מסכם - פתוח גם להורים והקהילה ביום ה' אחר הצהריים או ביום שישי (בבתי ספר הפתוחים ביום זה).

בנוסף, שבוע מהפכת האופנה שיתקיים בבית הספר אמור להוות מנוף להטמעת נושא "שינויי האקלים" בתחומים נוספים לאורך השנה, כמו גם כחלק מהתהליכים הפדגוגיים שיהפכו לחלק מההווי בבית הספר.

יחידה א'

הכשרת הצוות בהיקף 9 שעות - כחודש וחצי לפני האירוע

תועבר באמצעות מרצים חיצוניים

מפגש	נושא לימוד	היקף	סוג מפגש
1	פתיחה והיכרות עם נושא שינויי האקלים דרך תעשיית האופנה	2 שעות	הרצאה וסדנה פנים אל פנים / מקוון
2	משבר האקלים ואנחנו - מבוא קצר כיצד מתקשרות תפיסות ואורחות חיינו (תרבות הצריכה) למשבר האקלים, וכיצד מלמדים ועוסקים במשבר האקלים ואופנה במערכת החינוך?	2 שעות	הרצאה וסדנה פנים אל פנים / מקוון
3	בניית תכנית אופרטיבית ליישום המשלבת שיעורים להכרת נושא האופנה בתחומי הדעת השונים הנלמדים בבית הספר. חלוקה לצוותי עבודה: א. צוות מערכי שיעור: ייבחרו 3 תחומי דעת, המורים בתחומי הדעת שייבחרו יכינו מערכי שיעור לתלמידים. ב. צוות מורים להפקה: באחריותו הפקה, בנייה, הכנת תכנית וביצועה באירוע הפתיחה של שבוע מהפכת האופנה	4 שעות	
4	סיכום ההכשרה, משוב	1 שעות	סדנה פנים אל פנים / מקוון
	עבודה על תצוגת האופנה, שאלון קאהוט, הכנת מערכי שיעור, התקשרות עם חנויות לקבלת בגדים לתצוגה והכנת סיור התלמידים, גיוס מורים, הורים, תלמידי הנהגה ירוקה וכו'.	בהתאם לצורך	

במהלך החודש לפני "שבוע מהפכת האופנה"

ההכשרה הבית ספרית לצוות יכולה להתבצע בשני אופנים:

א. הכשרה מוסדית עצמאית - במסגרתה הנהלת בית הספר פונה למרצים העוסקים בנושא תעשיית האופנה, לצורך העברת ההכשרה.

ב. הכשרה פתוחה – הכשרה המאורגנת ע"י גורם אחר, שאינו בית ספר, כגון: רשות מקומית, איגוד ערים, ארגונים סביבתיים ועוד, ופתוחה למורים ממגוון בתי ספר, תחומי דעת או גילאים.

יחידה ב' תכנית הפעילות להפעלה בשבוע מהפכת האופנה				
סוג מפגש	היקף	נושא לימוד	מפגש	
	בהתאם לצורך	הכנת המתחם לאירוע פתיחה, סיום הכנת התערוכה ושיעורי למידה, איסוף בגדים מחנויות יד שנייה ושווקי קח-תן, מוסיקה	(רצוי בימים ד'-ו')	כשבוע לפני שבוע מהפכת כת האופנה
מפגש פיזי חשוב לשים לב האם המתחם בו יתקיים האירוע יכול להכיל את כלל התלמידים הרלוונטיים. במידה ולא - לבדוק אם האירוע יכול להתקיים בשתי פעילות	4-5 שעות	יום א' - אירוע פתיחה: תצוגת אופנה + חידון קאהוט	יום א'	שבוע מהפכת כת האופנה

<p>הנהלת בית הספר: סידור מערכת שעות שתתייחס לביצוע הפעילויות שצויינו לעיל ומתקיימות במקביל. הצוות: הרצאות וסדנאות "פנים אל פנים"</p>	<p>בהתאם לצורך על פני 3 ימים. שעות הוראה - 2 ש' בממוצע לכתה. סיור - 4 ש' לכתה</p>	<p>השכבות המשתתפות (פעילויות במקביל) צוותי החינוך וההוראה/במקביל: א. שיעורים בכיתה כחלק מתחום הדעת הנלמד ואשר הוכן ע"י צוות ההוראה. ב. סיור בחנויות אופנה מהירה וחנויות יד שנייה. תלמידים/במקביל: א. הכנת תצוגת אופנה ליום סיום שיתקיים ביום ה' אחה"צ בנוכחות הורים. ב. התלמידים יכינו שאלון משוב מקוון שיועבר לכלל התלמידים בסיום שבוע מהפכת האופ"נה. ג. הכנת קמפיין בית ספרי להעלאת המודעות שיכלול סלוגנים ושלטים שיפוזרו בתוך בית הספר, גרפיקה ופרסום במדיה הדיגיטלית: אינסטגרם, פייסבוק, קבוצות וואטסאפ בית ספריות ובקהילה. ד. הכנת פינות הפעלה מפוזרות בכל בית הספר</p>	<p>ימים ב' - ד'</p>	<p>שבוע מהפכת האופנה</p>
<p>סדנה פנים אל פנים / מקוון</p>	<p>2 ש'</p>	<p>סיכום שבוע מהפכת האופנה באמצעות תצוגת אופנה, תערוכה של חנויות יד שנייה ושוק קח תן, פינת תיקון בגדים, סדנא עם סטייליסטית העוסקת בשימוש חוזר, ועוד. שאלון משוב לתלמידים.ות. בניית צוותים להקמת חנות יד שנייה בבית הספר או לחילופין "ארון החלפות" או מבצע חולצה קבוע כולל מדי חוגים.</p>	<p>יום ה'</p>	

שותפים פוטנציאליים

את השותפים הפוטנציאליים יש לחלק לשני ערוצים.

א. פנים בית ספריים:

- « צוותי ההוראה
- « קבוצת תלמידים שהנושא מעניין אותם.
- « מיפוי הורים רלוונטיים (סטייליסטים, מעצבים, מעורבים בשוק האופנה או מתעניינים)

ב. חיצוניים:

- « חנויות יד שנייה
- « רשות מקומית
- « קהילה
- « משרד החינוך (תכנית גפ"ן)
- « המשרד להגנת הסביבה (סיוע תקציבי באמצעות "קולות קוראים")
- « ארגונים סביבתיים כמו הרשת הירוקה החברה להגנת הטבע, קק"ל

תקציב

התקציב הנדרש למימוש שתי היחידות:

א. ליחידה א' (השתלמות מורים) - תקציב להכשרות המורים מבוסס על תקציבים קיימים של מערכת החינוך, בין אם מדובר בהשתלמות מורים מוסדית (דרך גפ"ן) או במימון חיצוני (רשות, קולות קוראים וכד').
אם ההשתלמות אינה ממומנת, יש לקחת בחשבון שעלות הרצאה בודדת תעלה בין 1,000 ₪ ל-2,000 ש"ח (תלוי מיקום ומשך).

ב. ליחידה ב' (הפעילות ב"שבוע מהפכת האופנה") - לרוב תקציב לפעילויות בבית הספר מגיע מתשלומי הורים, רשות, אוטונומיה בית ספרית של המנהל, וכיום גם כשעות העשרה במסגרת הגפ"ן. אפשרות אחרת היא הגשה של

"קולות קוראים" במסגרת המשרד להגנת הסביבה, קק"ל וגופים וולונטריים ואחרים, שעניינם איכות הסביבה ופיתוח המודעות לאורח חיים מקיים ולנושא שינויי האקלים.

אנו מציעים למנף את היוזמה באמצעות מתנדבים מהקהילה, הורים, בעלי עניין ועוד.

הוצאות אפשריות במסגרת הפרויקט:

קמפיין בית ספרי - עלות גרפיקות ושלטים ברמה מקצועית כ-2,000 ש"ח או לבצע בעלות החומרים בלבד ע"י התלמידים.
ציוד - שטיח אדום, מעמדים לבגדים (לחילופין אפשר לנדב מהבתים, או לשכור), סה"כ כ-1,000 ₪.

הסעות לסיורים - לפי מספר האוטובוסים הנדרשים ומיקום הסיור

2 סטייליסטיות ומאפרות - אנשי מקצוע בעלות של כ-1500 ש"ח או הורים מתנדבים.

הגברה - סביר להניח שיש בבית הספר

בגדים לתצוגות בתחילת השבוע (מורים) בסיומו (תלמידים) - מאיסוף של תלמידי בית ספר ומורים, תרומה לאירוע מחנויות יד שנייה ושווקים של מבצעי "קח תן", אם קיימים באזור.

מקורות מידע וחומרי עזר לקריאה

מבצע חולצה בבית ספר בכפר סבא

שבוע אופנה בבית ספר בן גוריון מצגת מסכמת

נספח 1 – תצוגת אופנה וחידון קאהוט

« תצוגת אופנה בה מורים יהיו הדוגמנים. יות שידגמנו בגדי יד שנייה. »
« שאלון "קאהוט" לתלמידים על הנושא, יהווה שער ומבוא להכרת עולם האופנה על מחדליו כתעשייה מזהמת מס' 2 בעולם, על הניצול של העובדים בתעשייה, צריכה וצרכנות. »

הצוות יתחלק לתתי צוותים ותיבנה תכנית "ליום הפתיחה".

הצוותים:

א. צוות תוכן - יהיה אחראי על התוכן, חלוקת הזמנים באירוע, על קטעי הקריאה, ההסבר והקריינות. הצוות יחליט על מבנה תצוגת האופנה - בהתאם למספר המשתתפים.

ב. צוות גיוס - יגייס הורים מ"ועד הורים מרכזי" ו"הנהגה ירוקה" של בית הספר לסיוע בהפקה, יפנה לחנויות יד שנייה מהאזור לצורך השאלת בגדים לתצוגה. להלן קישור לרשימה: [רשימת חנויות יד שנייה](#)
הצוות גם יגייס מורים מבית הספר להשתתף בתצוגת האופנה, בכלל זה גם מהנהלת בית הספר.

ג. צוות בניית קאהוט – החידון יכלול שאלות מהחומר שהועבר בהשתלמות - ניתן לשלב סרטונים, תמונות ושאלות מילוליות.

ד. צוות תפאורה ומוסיקה: התייחסות למתחם אירוע חדר הלבשה עם מראות ובקבוקי שתייה אישיים, מלבישות ומאפרות

ציוד נדרש לתצוגה:

תפאורה: שטיח אדום, כסאות ישיבה מסביב לשטיח האדום
שלטים: להכנת סלוגנים כמו "את לא צריכה" ועוד... השלטים ישמשו כתפאורה וכן ניתן יהיה לשאת אותם במהלך האירוע. בסיום שבוע מהפכת האופנה ניתן יהיה לתלות אותם ברחבי בית הספר

הגברה ותאורה: של בית הספר
מוסיקה: דיג"י, מנחה

ציוד נדרש לחידון:

מקרן

מסך

ציוד וכח אדם נדרש לפינת תפירה ותיקון

2 מכונות תפירה, כ- 6 תופרות מתנדבות מהנוער או מההורים (בתורנות).

חוטים בצבעים שונים

אביזרים שונים: חרוזים, דבק, שאריות בדים, חגורות, קשתות, סיכות וגומיות
צבעוניות לשיער וכו' (הכל בשם הססגוניות האותנטית ורלוונטית לנוער ולקוחה
מעולמו)

נספח 2 – מערכי שיעור לדוגמא

קישורים למערכים מקוונים:

מערך שיעור - אפנה ומשבר האקלים / הרשת הירוקה ו"מתלבשות על נובמבר"

מערך שיעור במתמטיקה

הצעות לנושאים לפיתוח מערכי שיעור על ידי צוות ההוראה בתחומי דעת שונים:

מדעים

« יתרונות וחסרונות סיב סינטטי מול סיב טבעי. ייצור, אורך חיים, חוזק, מיחזור, ייצור פסולת, אנרגיה

« גידול כותנה, מה המשמעות? שטח, מים, עלויות...

« זיהום נהרות ומקורות מים - איך נראים הנזקים של תעשיית הבגדים

ספרות

« סיפורה של חולצה: תהליך הייצור מחומר הגלם עד המוצר הסופי, אורך חיים וכו' »
« סיפורם של העובדים או מי משלם על החולצה שלי »

מתמטיקה

« גרפים של מודלים עסקיים, תחשיבי נתונים של עסק רגיל מול עסק מקיים. לפי הפרמטרים הרצויים »
« מודל ניצול נפח - התייחסות לכלכלה מעגלית מול כלכלה קונבנציונלית. »

היסטוריה

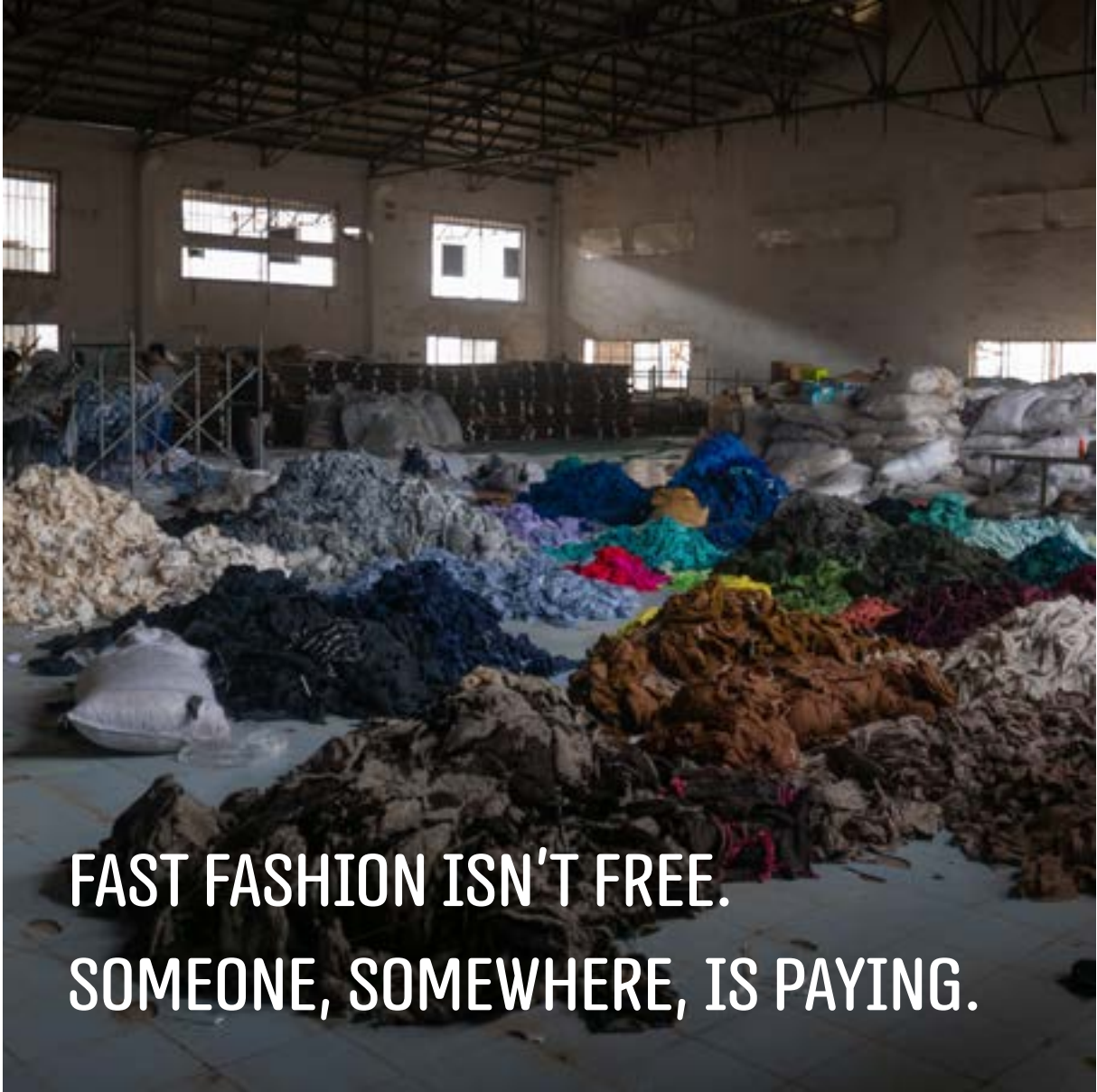
« היסטוריה בראי האופנה, מה הבגדים שלנו מספרים עלינו, היסטוריה של תלבושות. »

תקשורת

« פרסום שיווק, המסרים של תעשיית האופנה, אופנה ככלי לחינוך. »

מחשבים

« עיצוב תוכנה לבדיקת מידת קיימות הבגד לפי הפרמטרים הרצויים. »



**FAST FASHION ISN'T FREE.
SOMEONE, SOMEWHERE, IS PAYING.**

הכשרות למדריכים בחינוך הבלתי פורמלי

רציונל

בנות ובני הנוער בארץ ובעולם הם המנהיגים ומקבלי ההחלטות של המחר. לכן חשובה העלאת המודעות בנושא והנעתם לאקטיביזם. השתלמויות מדריכים בתנועות וארגוני הנוער הן ערוץ הפעולה המרכזי, דרכו ניתן להטמיע רעיונות, מושגים וכלים שונים במערכת החינוך הבלתי פורמלי, הן בקרב החניכים כקהל יעד עקיף והן בקרב המדריכים, הרכזים, הש"ש עצמם. מאחר שתעשיית האופנה, לדעתנו, היא נושא "רוחב", אשר מצד אחד נוגע לכלל אנשי החינוך הבלתי פורמלי מעצם היותם אנשים וצרכנים, ומצד שני עדיין לא נמצא במודעות של רובם, אנו מוצאים לנכון לפעול דרך הערוץ המרכזי של השתלמויות והכשרות למדריכים. לצד פיתוח ההשתלמות נוכל להציע חיבור ליוזמות אחרות של הקורס, הרלוונטיות להטמעה בסניף/קן, כגון **פתיחת חנות יד שנייה או קיום שבוע אופנה בסניף/קן או ביישוב.**

מטרות היוזמה

« חשיפה של אנשי תנועות וארגוני הנוער לנושא תעשיית האופנה והשפעותיה הסביבתיות והחברתיות
« הכשרת אנשי תנועות וארגוני הנוער לשלב את נושא תעשיית האופנה בפעולות ופעילויות בתנועה/ארגון.

חברי הצוות:
דני פדידה
גמא שפר
מראם יונס
שחף רטר

קהל היעד

מדריכים, רכזים, ש"ש בתנועות וארגוני הנוער

סקירת שוק

בארץ פועלת 13 תנועות נוער ארציות ומאות מסגרות שונות להתנדבות נוער במסגרת שירות לאומי, שנת שירות ומעורבות חברתית. עשרות אלפי מדריכים צעירים מדריכים במסגרות הבלתי פורמליות ופוגשים מאות אלפי בני נוער צעירים למפגשי חינוך ארוכי טווח או קצרי טווח.

בעידוד משרדי החינוך והגנת הסביבה, החלו כבר לפני מספר שנים להטמיע, במסגרת הפעילויות בסניפים ובשטח, את נושאי הקיימות ולאחרונה את נושא שינויי האקלים.

למרבית תנועות וארגוני הנוער הגדולים יש רכז/ת קיימות. מברור עם רכזים/ת/אלו הם טענו כי בתנועות הנוער כותבים מערכים פנימיים, נעזרים ומועשרים בגופים הירוקים, אנשי מקצוע ובחומרים שלהם, למשל הדס בן צבי, רכזת הקיימות בנוער העובד והלומד: "אני כבר מקיימת מערכי הדרכה וירידי יד שנייה בקהילה".

תובנה נוספת שעלתה מרכזי הקיימות היא השימוש במסרים פשוטים וויזואליים. הדס כרם, רכזת הקיימות בתנועת בני המושבים טוענת כי "מהעבודה שלי ביחס לכל תחום האקלים אני מזהה שההנגשה היא הצינור המרכזי החיובי - מסרים פשוטים, לא להסתבך עם המון מלל, אלא דפי מידע ממוקדים ובעיקר ויזואליים שנותנים את המענה ומגרים ללמידה להמשך"

מבדיקה שנערכה בקרב תנועות הנוער בחברה הערבית העוסקות בנושא קיימות וסביבה באופן כללי, אין התייחסות ספציפית לתעשיית האופנה והשפעותיה הסביבתיות והחברתיות. כן מצאנו התעניינות בקרב בני הנוער

בנושא תעשיית האופנה והשלכותיה, כי העיסוק בדימוי הגוף ובנראות החיצונית מאוד חזק בקרב בני ובנות נוער.

בהתאם לסקירת השוק ולאופי הפעילות בחינוך הבלתי פורמלי, החלטנו להציע מערך פעילות בסיסי בנושא תעשיית האופנה שאורכו כשעתיים, וניתן להעבירו במסגרת פעילות ערב חד פעמית לצוות המד"צים / שכב"ג / חבריא ב'. המערך מתורגם גם לערבית (נספח 1).

מערך פעילות מוצע

קהל יעד:

מדריכים בתנועות נוער בגילאי י'-יב', בשנת שירות ובשירות לאומי

מטרה:

הענקת מידע וכלים למדריכים לבצע הדרכות בנושא הנזקים החברתיים והסביבתיים של אופנה מהירה עם החניכים.

משך פעילות:

1. פתיחה (15 דק'): מבקשים מהמשתתפים לעמוד, במרכז הכיתה, עליהם להסתדר בשורה בסדר עולה לפי הגדרה שמגדיר המנחה (יש להקפיד על מסגרת הזמנים, לא חייבים לבצע את כל הנקודות):

« מי שלובש הכי פחות פרטי לבוש עד מי שלובש הכי הרבה
« מי שיש לו הכי הרבה פרטי לבוש בארון (הערכה - מכנסיים, חולצות,
סוודרים, מעילים, נעליים) עד למי שיש לו הכי פחות
« לפי מתי קניתם את פריט הלבוש האחרון שלכם
« מי שהכי אוהב קניית בגדים עד מי שהכי פחות אוהב
« הסיכוי שאקנה בגדים בחנות יד שנייה

מתיישבים במעגל ופותרים דיון בעזרת השאלות הבאות:
« כמה מתוך כל פרטי הלבוש שיש לכם בארון לבשתם בתקופה האחרונה? וכמה מהם לא לבשתם כבר הזמן זמן? למה?
« האם אתם מרוצים מהארון שלכם? מה הייתם משנים?
« היכן אתם קונים בגדים? האם אתם מרוצים מכך?
« שואלים - מה אתם יודעים לגבי ההשלכות של תעשיית האופנה והקניות שלנו על החברה והסביבה?

2. היכרות בקבוצות עם נזקי תעשיית האופנה:

מתחלקים לקבוצות, כל קבוצה מקבלת טקסט + סרטון שעוסק בזווית אחת של הכגיעה/נזקים מתעשיית האופנה. עליהם ללמוד את הנושא ולהציג את עיקרי הנושא שלמדתם במליאה לכל הקבוצה.
15 דק' לעבודה הקבוצתית
20 דק' להצגה במליאה והתייחסות הקבוצות (4-3 דקות לכל קבוצה)

קבוצה א: שימוש במשאבי טבע

חשבתם פעם ממה עשויים הבגדים שלנו? איזה מרכיבים דרושים להכנתם? כותנה היא חומר גלם נפוץ מאוד לייצור בדים לאורך ההיסטוריה ועד היום. ממצאים ארכיאולוגיים מעידים על שימוש בבדי כותנה במצרים במאה ה-12 לפנה"ס. למרות מגעה הנעים לעור, כותנה צורכת הרבה מאוד מים בתהליך הגידול שלה. לצורך הכנת חולצה קצרה (טי-שירט) נוצלו 2,500 ליטר מים - כמות שאדם שותה בשנתיים וחצי. לצורך הכנת מכנס ג'ינס, נוצלו 7,500 ליטר מים - כמות שאדם שותה בשבע וחצי שנים.

שימוש במים הוא לא הבעיה היחידה בגידול הכותנה. כדי להגן על צמח הכותנה ממזיקים יש להשתמש בקוטלי חרקים. בייצור כל חולצה פוזרו 150 גרם של קוטלי חרקים, שגורמים לפגיעה משמעותית במגוון הביולוגי. צבעה הטבעי של כותנה הוא גוון בין אפור לצבע בז'. הסתכלו בחדר - כמה צבעים שונים של ביגוד עשוי כותנה אתם רואים? תהליכי הצביעה של הכותנה מחייבת שימוש בכימיקלים רעילים. בכל בגד כותנה נעשה שימוש של 3,500-8,000 כימיקלים שונים לצביעה. הכימיקלים האלה נשטפים למקורות מים

במדינות בהן מייצרים בגדים ומזהמות את מקור המים. חפשו את הפתקית על הבגדים שאתם לובשים כרגע. באיזו מדינה הם יוצרו? רוב הבגדים מיוצרים במדינות עולם שלישי. במדינות אלו אותם מקורות מים משמשים למי שתייה של תושבי המדינה.

[India: How our clothes cause water pollution](#)

קבוצה ב: הטמנת פסולת אופנה

לאן לדעתכם הולכים כל הבגדים שלא נמכרו בחנויות? לאן הולכים הבגדים שהייתה תקלה בייצור שלהם? האם יש שאריות פסולת בתהליכי ייצור הבגדים? 20% מהבד המיוצר אובד בתהליכי גזירת הבד להכנת בגדים. בממוצע 80% מהזמן אנשים לובשים 20% מהארון. 21% מהבגדים בארון לא נלבש בכלל. 85% אחוז מהבגדים נזרקים תוך שנה מיום הקנייה. 52 קולקציות מוצגות בשנה בחנויות. 5000 פרטים חדשים עולים מידי יום לאתרי רכישה של בגדים - שיין ודומיהם. המשמעות היא שמיוצרים הרבה יותר בגדים ממה שאנשים באמת רוכשים וגם לובשים. מה עושים עם כל השאריות?

בדקו את תווית החולצה שלכם, מאילו חומרים היא עשויה? אם בגד מורכב מכמה חומרים שונים אז תהליך המיחזור מאוד יקר ולכן 99.99% מהבגדים למעשה לא עוברים מיחזור.

העברתם פעם בגדים לתרומות? ארגונים שמרכזים תרומות של בגדים מקבלים כמויות אדירות של בגדים, הם מוכרים כ-30% מהבגדים והיתר עובר לאפריקה ודרום אמריקה להטמנה או שריפה. לתהליכים האלה נזק סביבתי עצום שמתבטא בזיהום אוויר, זיהום קרקעות ובעיקר זיהום מקורות מים.

[איך הבגדים המשומשים שלנו הופכים להרי זבל באפריקה?](#)

קבוצה ג: ניצול עובדים

מאז שנות ה-80 עלה ייצור הבגדים בעולם בכ-400%. במקביל, הצטמצם משך הזמן לשימוש בבגד וכן ירדו עלויות ייצור ומכירת הבגדים. בדקו את תווית החולצה שלכם, באיזו מדינה היא יוצרה? מרבית הבגדים מיוצרים במדינות

עולם שלישי. 40 מיליון אנשים מועסקים בעבודות בוודאות, בפועל כנראה יותר. 80% מהם נשים, 20% ילדים וילדות מתחת לגיל 12. אלו עובדות 72-96 שעות בשבוע ותופרות 60-100 בגדים בשעה. העובדות מדווחות על עבודה תחת התעללות. כ-27 מיליון עובדים בשרשראות אספקת האופנה סובלים מבעיות רפואיות בגלל העבודה. תעשיית האופנה היא התעשייה עם הכי הרבה תאונות עבודה.

על הסרט "המחיר האמיתי" האומללות האנושית מאחורי תעשיית האופנה

קבוצה ד: שינוע בגדים

הבגדים בתעשיית האופנה מיוצרים במדינות עולם שלישי ומשם משונעות בספינות ענק לעולם המערבי, שהוא הנהנה העיקרי מבגדים חדשים. כמו בכל שינוע של מוצרים, גם לתהליך שינוע הבגדים יש השלכות סביבתיות דרמטיות: החל מפליטות הפחמן של הספינה השורפת פחם או דלק בדרכה ליעדה, ועד לכמות האריזות הלא-תיאמן של בגדים חדשים (לצורך ההדגמה, כל בגד חדש ארוז לרוב בנפרד בשקית ניילון, כל 10 בגדים מרוכזים יחד בתוך ארגז קרטון קטן; כל 20 קרטונים קטנים מרוכזים יחד בקרטון אחד גדול וכן הלאה...).

אבל פה הסיפור של שינוע הבגדים לא מסתיים. הבגדים שאנחנו זורקים למיחזור, יעשו לרוב את הדרך ההפוכה חזרה למדינות העולם השלישי! שם הם יטמנו באדמה או ישרפו. כך שבתעשיית האופנה, בשונה מתעשיות מזהמות אחרות, מתבצע שינוע כפול של הבגדים, מה שמוביל לעלויות סביבתיות גבוהות במיוחד.

איך הגיעו 100,000 טונות של בגדים חדשים ללב מדבר?

קבוצה ה: דימוי גוף

אחד הנושאים הלא מדוברים הנוגעים להשפעות של תעשיית האופנה היא דימוי הגוף "הנכון" שהתעשייה מקדמת. היום אנחנו כבר יודעים שכמעט כל התמונות של הדוגמנים והדוגמניות שאנו רואים בפרסומות או בחנויות האופנה, עוברות קודם שיפוץ דרך תוכנות שונות, שמצרות היקפים, מסירות כתמים או פצעונים, מעלימות קמטים ועוד. כל אלו הופכים את מה שאנחנו חווים כ"פה"

למשהו שפשוט אינו קיים במציאות. דימוי הגוף הוא אדח הנושאים שהכי מעסיקים בני נוער, בארץ ובעולם, והמרדף אחרי אידיאל יופי שאינו קיים גורם לקשיים נפשיים ופיזיים קשים. גם אלו חלק מהשפעות תעשיית האופנה.

Fashion Ideal Becoming Real | Adi Barkan | TEDxIDC

3. היכרות עם הכתונות

כל אחד מאיתנו יכול לעשות שינוי שייצמצם את ההשלכות הסביבתיות והחברתיות של תעשיית האופנה. אחרי סיום הצגת הבעיות שתעשיית האופנה גורמת בכיתה, יש לשאול את המשתתפים: איך בכל זאת ניתן לשנות? מה אפשר לעשות אחרת? את התשובות כדאי לרשום על לוח / דף. תשובות אפשריות:

ברמת הפרט:

- « פשוט לקנות פחות, ואם כבר קונים אז בחנויות יד שנייה
- « לקנות מקומי ולא מרשת אופנה מהירה
- « לעשות מסיבות החלפה עם חברים/חברות/משפחה
- « בגדים שנקרעו אפשר למחדש או לעשות מהם בגד אחר
- « לעשות "מלתחת קפסולה" - 30 פרטי לבוש שרק אותם לובשים במשך שנה

ברמת המדינה:

- « לקיים רגולציה על חברות האופנה המהירה כך שיעמדו בתו תקן סביבתי ושניתן יהיה למחזר כל בגד
- « לאסור יבוא בגדים שיוצרו בסדנאות יזע או על ידי עבדות של ילדים
- « לעודד מדיניות ציבורית חכמה בתחום האופנה והסביבה, כך שתיתן תמריץ ליצרנים לייצר אופנה בת-קיימא במקום לתמרץ את הצרכנים לרכוש אופנה מהירה

הפסקה 10-15 דקות

מה נעשה עם המידע? נפתח לדיון את השאלה (15 דק')

איך ניגש עם הנושא הזה לחניכים שלנו? נתייחס לרקע של החניכים שלנו

לנושאים האלה.

- נחזור לקבוצות העבודה הקודמות, מחלקים לכל קבוצה משימה ליישום הנושא במסגרת הפעילות הבלתי פורמלית (30 דק'):
- א. כתיבת מערך פעילות (לפי משך פעולה במסגרת ההדרכה שלהם). עליכם להגדיר מטרות לפעולה - עם איזה מידע תרצו שהחניכים יסיימו את הפעילות?
 - ב. הכנת סרטון
 - ג. מתכננים עיצוב לסניף/קן בנושא
 - ד. תכנון שוק קח תן
 - ה. ניתן להציע יוזמות נוספות
- נותנים זמן לכתיבת הפעילות ומשתפים במליאה.

סיכום (15 דק'): הצגת היוזמות ומעלים את השאלה - אילו אתגרים צפויים ביישום התכניות ומה דרוש לנו להצלחה? כיצד נתמודד איתם?

תקציב

ככלל, ניתן לבצע הכשרה בסיסית בנושא תעשיית האופנה בצורה עצמאית ובכוחות פנימיים, ללא מרצה חיצוני וללא עלות. להכשרה ברמה מקצועית גבוהה יותר או ארוכת טווח מומלץ לפנות לאחת המרצות העוסקות בתחום זה, כגון אפרת פינגר או מיטל פלג מזרחי.

המשרד להגנת הסביבה מקדם מזה כעשור תוכניות לקידום החינוך הסביבתי בתנועות הנוער. בשנתיים האחרונות בשיתוף עם משרד החינוך ומועצת תנועות הנוער, מתקיימת תוכנית לפיתוח מנהיגות אקלים בתנועות ובארגוני הנוער. מטרת התוכנית היא להעמיק את העיסוק בנושא קיימות ומשבר האקלים תוך חיבור לבסיס הערכי וכן ליישם אורח חיים מקיים בדפוסי הפעילות. במסגרת זו מונו רכזי אקלים וקיימות בכל התנועות שעוברים הכשרה בתחום ושותפים לפורום לומד, מתקיימות הכשרות לכלל הדרגים בתנועות, פעולות לצמצום

טביעת הרגל האקולוגית בתנועות, מתבצע קידום של יוזמות בשיתוף הקהילה להתמודדות עם משבר האקלים וכן קידום קבוצות מנהיגות אקלים בכל אחת מהתנועות.

אופנה איטית
היא לא טרנד
היא העתיד



נספח 1 - מערך הפעילות בערבית

مجموعة مقترحة من الأنشطة

الجمهور المستهدف: مدربون في حركات الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 10-12 سنة ، في سنة خدمة
الغرض: توفير المعلومات والأدوات للمدربين لإجراء تدريب حول الأضرار الاجتماعية والبيئية
للأزياء السريعة مع المتدربين.

مدة النشاط:

الافتتاح (15 دقيقة): يُطلب من المشاركين الوقوف في وسط الفصل ، ويجب أن يصطفوا
بترتيب تصاعدي وفقاً للتعريف الذي حدده المعلم (يجب الالتزام بالإطار الزمني ، وليس من
الضروري القيام بكل شيء النقاط):

من يلبس أقل تفاصيل الثياب لمن يرتديها أكثر
الشخص الذي لديه أكبر عدد من الملابس في الخزانة (العدة - السراويل ، القمصان ،
السترات ، المعاطف ، الأحذية) للشخص الذي لديه أقل كمية
عندما اشتريت آخر قطعة ملابس لك

من يحب شراء الملابس أكثر لمن يحب أقل
فرصة شراء ملابس من متجر لبيع الأشياء المستعملة
اجلس في دائرة وابدأ مناقشة بمساعدة الأسئلة التالية:
كم عدد الملابس التي ارتديتها مؤخراً في خزانتك؟ وكم منها لم ترتديه منذ وقت طويل؟
لماذا؟

هل أنت راضٍ عن خزانتك؟ ماذا تريد ان تغير؟

من أين تشتري الملابس؟ هل أنت راضٍ عن ذلك؟

يسألون - ماذا تعرف عن عواقب صناعة الأزياء والتسوق لدينا على المجتمع والبيئة؟

مقدمة في مجموعات لأضرار صناعة الأزياء: قسّم إلى مجموعات ، تتلقى كل مجموعة نصّاً
+ مقطع فيديو يتعامل مع زاوية واحدة للضرر الناجم عن أضرار الموضة. يجب عليهم دراسة
الموضوع وتقديم النقاط الرئيسية للموضوع الذي تعلموه في جلسة عامة للمجموعة بأكملها.

15 دقيقة للعمل الجماعي

20 دقيقة للعرض التقديمي الكامل وتعليقات المجموعات (4-3 دقائق لكل مجموعة)
و. استخدام الموارد الطبيعية

هل فكرت يوماً مما تصنع ملابسنا؟ ما هي المكونات اللازمة لصنعها؟
القطن مادة خام شائعة جداً لإنتاج الأقمشة عبر التاريخ وحتى يومنا هذا. تشير الاكتشافات الأثرية إلى استخدام الأقمشة القطنية في مصر في القرن الثاني عشر قبل الميلاد. وعلى الرغم من ملامستها اللطيفة للجلد ، إلا أن القطن يشرب الكثير من الماء أثناء عملية النمو. لصنع قميص قصير (تي شيرت) ، 2500 لتر من الماء تم استخدام الكمية التي يشربها الشخص في غضون عامين ونصف. صنع الجينز ، تم استخدام 7500 لتر من الماء ، الكمية التي يشربها الشخص في سبع سنوات ونصف.

إن استخدام المياه ليس هو المشكلة الوحيدة في زراعة القطن ، فلكي تحتفظ بالقطن في المحاصيل عليك استخدام المبيدات الحشرية. تم رش 150 جراًاً من المبيدات الحشرية لكل قميص ، مما تسبب في أضرار جسيمة للتنوع البيولوجي.

اللون الطبيعي للقطن هو الظل بين الرمادي والبيج. انظر حول الغرفة - كم لوتاً مختلفاً من الملابس القطنية التي تراها؟ تتطلب عملية صباغة القطن استخدام مواد كيميائية سامة. يتم استخدام 8000-3500 مادة كيميائية مختلفة في كل ثوب قطني للصبغة. تغسل هذه المواد الكيميائية في مصادر المياه في البلدان التي تصنع فيها الملابس وتلوث مصدر المياه. ابحث عن الملاحظة على الملابس التي ترتديها حالياً. في أي بلد صنعوا؟ تصنع معظم الملابس في دول العالم الثالث. في هذه البلدان ، يتم استخدام نفس مصادر المياه لمياه الشرب من قبل سكان البلاد.

الهند: كيف تسبب ملابسنا تلوث المياه

ب. أزياء دفن النفايات

في رأيك ، أين تذهب كل الملابس التي لا تُباع في المتاجر؟ أين تذهب الملابس التي بها عيب في إنتاجها؟ هل توجد مخلفات في عمليات إنتاج الملابس؟
يُفقد 20٪ من القماش المنتج في عمليات قص القماش لصنع الملابس. في المتوسط 80٪ من الوقت يرتدي الناس 20٪ من خزانة ملابسهم. 21٪ من الملابس الموجودة في الخزانة لا يتم ارتداؤها على الإطلاق. يتم التخلص من 85٪ من الملابس في غضون عام من يوم الشراء. يتم تقديم 52 مجموعة سنوياً في المتاجر. يتم إضافة 5000 تفاصيل جديدة كل يوم إلى مواقع شراء الملابس - شي إن وما شابه ذلك. هذا يعني أنه يتم إنتاج ملابس أكثر بكثير مما يشتريها الناس أو يرتدونها. ماذا تفعل بكل بقايا الطعام؟

تحقق من المصنوع الخاص بقميصك ، ما هي المواد التي صنع منها؟ إذا كان الثوب مكونًا من عدة مواد مختلفة ، فإن عملية إعادة التدوير تكون باهظة الثمن وبالتالي لا يتم إعادة تدوير 99.99% من الملابس.

هل تبرعت بالملابس من قبل؟ المنظمات التي تجمع التبرعات بالملابس تتلقى كميات هائلة من الملابس ، وتبيع حوالي 30% من الملابس ومن هناك يذهب كل شيء إلى إفريقيا وأمريكا الجنوبية لطررها أو حرقها. تسبب هذه العمليات أضرارًا بيئية جسيمة تتجلى في تلوث الهواء وتلوث التربة وخاصة تلوث مصادر المياه.

كيف تصبح ملابسنا المستعملة جبال قمامة في أفريقيا؟

الثالث. استغلال العمال

منذ الثمانينيات ، زاد إنتاج الملابس بحوالي 400%. انخفض طول الفترة الزمنية لاستخدام الثوب ، وكذلك تكلفة إنتاجه وبيعه. تحقق من ملصق قميصك ، في أي دولة صنعت؟ تصنع معظم الملابس في دول العالم الثالث. 40 مليون شخص يعملون في العبودية بالتأكيد ، وربما أكثر في الممارسة العملية. 80% منهن نساء و 20% أطفال دون سن الثانية عشرة. يعملن 72-96 ساعة أسبوعيا ويخيطن 60-100 ملابس في الساعة. أبلغت النساء عن العمل تحت الإساءة. حوالي 27 مليون عامل في سلاسل توريد الأزياء يعانون من مشاكل طبية بسبب العمل. صناعة الأزياء هي الصناعة التي تشهد معظم حوادث العمل.

كارثة انهيار معمل الخياطة في بنجلاديش وصناعة النسيج

رابع. نقل الملابس

الملابس في صناعة الأزياء يتم إنتاجها في دول العالم الثالث ومن هناك يتم نقلها في سفن ضخمة إلى العالم الغربي ، وهو المستفيد الرئيسي من الملابس الجديدة. كما هو الحال مع أي نقل للمنتجات ، فإن عملية نقل الملابس لها أيضًا عواقب بيئية وخيمة: من الانبعاثات الكربونية للسفينة التي تحرق الفحم أو الوقود في طريقها إلى وجهتها ، إلى كمية لا تصدق من تغليف الملابس الجديدة (من أجل عرضًا توضيحيًا ، عادةً ما يتم تغليف كل ثوب جديد بشكل منفصل في كيس بلاستيكي ، كل 10 ملابس مركزة معًا في صندوق كرتون صغير ؛ جميع الكراتين العشريين الصغيرة مركزة معًا في كرتون واحد كبير وهكذا...).

لكن قصة نقل الملابس لا تنتهي هنا. الملابس التي نرميها لإعادة التدوير غالبًا ما تكون في الاتجاه المعاكس لبلدان العالم الثالث! هناك سيتم دفنهم في العمل أو حرقهم. لذلك في صناعة الأزياء ، على عكس الصناعات الملوثة الأخرى ، يتم نقل الملابس مرتين ، مما يؤدي إلى تكاليف بيئية عالية بشكل خاص.

كيف وصل 100 ألف طن من الملابس الجديدة إلى قلب الصحراء؟

ال. شكل الجسم

إحدى القضايا غير المعلنة فيما يتعلق بتأثيرات صناعة الأزياء هي صورة الجسم "الصحيحة" التي تروّج لها الصناعة. نحن نعلم اليوم بالفعل أن جميع صور العارضات تقريبًا التي نراها في الإعلانات أو في متاجر الأزياء يتم تجديدها أولاً من خلال البرامج المختلفة ، والتي م ، إزالة البقع أو البثور ، وإزالة التجاعيد وأكثر من ذلك. كل هذا يحول ما نختبره بأنه "جميل" إلى شيء بسيط غير موجود في الواقع. صورة الجسد هي واحدة من أكثر القضايا التي تشغل بال المراهقين ، في إسرائيل وحول العالم ، والسعي وراء نموذج الجمال غير الموجود يسبب صعوبات عقلية وجسدية شديدة. هذه أيضًا بعض تأثيرات صناعة الأزياء.

أزياء مثالية تصبح حقيقية | عدي بركان | TEDxIDC

الإلمام بالحلول

يمكن لكل واحد منا إجراء تغيير من شأنه أن يقلل من العواقب البيئية والاجتماعية لصناعة الأزياء. بعد الانتهاء من عرض المشاكل التي تسببها صناعة الأزياء في الفصل ، يجب أن يُسأل المشاركون: كيف يمكن تغييرها على أي حال؟ ما الذي يمكن عمله بشكل مختلف؟ يجب عليك كتابة الإجابات على لوحة / صفحة.

إجابات ممكنة:

على المستوى الفردي:

- ما عليك سوى شراء كمية أقل ، وإذا كنت تشتري بالفعل ، فعندئذٍ في المتاجر المستعملة

- اشترى محليا وليس من سلسلة أزياء سريعة

- قم بعمل أطراف مبادلة مع الأصدقاء / الصديقات / العائلة

- يمكن تجديد الملابس الممزقة أو تحويلها إلى ثوب آخر

- اصنع "خزانة ملابس" - 30 قطعة من الملابس يتم ارتداؤها فقط لمدة عام.

على مستوى الدولة:

لتنظيم شركات الأزياء السريعة بحيث تلبى المعايير البيئية ويمكن إعادة تدوير كل ملابس حظر استيراد الملابس المصنوعة في المصانع المستغلة للعمال أو استبعاد الأطفال تشجيع السياسة العامة الذكية في مجال الموضة والبيئة بحيث تعطي حافزاً للمصنعين لإنتاج أزياء مستدامة بدلاً من تحفيز المستهلكين على شراء الأزياء السريعة.

10-15 دقيقة استراحة

ماذا سنفعل بالمعلومات؟ سنفتح للمناقشة السؤال (15 دقيقة) - كيف نتعامل مع هذا الموضوع مع المعسكر لدينا؟ سوف نشير إلى خلفية المتدربين لدينا لهذه الموضوعات.

سنعود إلى مجموعات العمل السابقة ، مع تخصيص مهمة لكل مجموعة لتنفيذ الموضوع كجزء من النشاط غير الرسمي (30 دقيقة):

و. كتابة جدول النشاط (حسب مدة النشاط ضمن تدريبهم). يجب أن تحدد أهدافًا للعمل

- ما هي المعلومات التي ترغب في أن ينهيها المعسكرون النشاط؟

ب. لقد صنعت مقطع فيديو

الثالث. تخطيط تصميم لفرع / عش حول الموضوع

رابع. خذ واعط تخطيط السوق

ال. يمكن اقتراح مبادرات إضافية

امنح الوقت لكتابة النشاط والمشاركة في الجلسة العامة.

ملخص (15 دقيقة): عرض للمبادرات وطرح السؤال - ما هي التحديات المتوقعة في تنفيذ الخطط وماذا نحتاج للنجاح؟ كيف سنتعامل معهم؟

רשימה ביבליוגרפית בנושא תעשיית האופנה

מאמרים אקדמיים:

ליזין א. 2019. המחיר האמיתי של חולצה – השפעות סביבתיות וחברתיות של תעשיית האופנה. אקולוגיה וסביבה 10(2): 14–19. [קישור](#)

פלג מזרחי מ. 2021. הטוב, הרע והבר-קיימא: כיצד הטכנולוגיה שינתה וממשיכה לשנות את פני תעשיית האופנה. אקולוגיה וסביבה 12(2). [קישור](#)

Cataldi, C. Dickson, M & Grover, G. (2010). [Slow Fashion: Tailoring a Strategic Approach towards Sustainability](#). School of Engineering Blekinge Institute of Technology Karlskrona, Sweden

Forsman, L. & Madsen, D. (2017). [Consumers' attitudes towards sustainability and sustainable labels in the fashion industry – a qualitative study](#). The Swedish school of textiles

Radner Linden, A. (2016). An Analysis of the Fast Fashion Industry. Bard Undergraduate Senior Projects. Retrieved may, 05, 2020 https://digitalcommons.bard.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=senproj_f2016

יוזמות ורעיונות:

<https://youtu.be/buWRaffBdNM>

<https://www.capsullette.com/post/getting-started-capsule-wardrobe> מלתחת קפסולה

כתבות וסרטונים:

<https://www.prtfl.co.il/archives/170011?fbclid=IwAR3zyZnd8az5Kbnll>

Z7UcWbUTA1wSr-bAascV96weBNymkzf1VTxZbvGgfY

https://www.ynet.co.il/laisha/article/ryythinjj?utm_source=ynet.app.android&utm_medium=social&utm_campaign=whatsapp&utm_term=ryythinjj&utm_content=Header

פרסומת של Dove על השפעת עולם הפרסום על תפיסת העולם ודימוי הגוף של ילדות: [קישור](#)

מחזור החיים של חולצת T: [קישור](#)

הסרט "The true cost", על המחיר האמיתי של תעשיית האופנה: [קישור](#)

"ולוג פספוסי קניות" (קולע ומשעשע, לבני נוער ולכולם): [קישור](#)

כתבה על SHEIN במקור ראשון [קישור](#)

כתבה על תרומות בגדים [קישור](#)

אתרים ודפי פייסבוק:

דף הפייסבוק של מיטל פלג מזרחי

[/https://www.fashionrevolution.org](https://www.fashionrevolution.org)

דף הפייסבוק של מתלבשות



BUY LESS.
CHOOSE WELL.
MAKE IT LAST.