

ODRŽIVI RAZVOJ U ŠKOLI I ZAJEDNICI



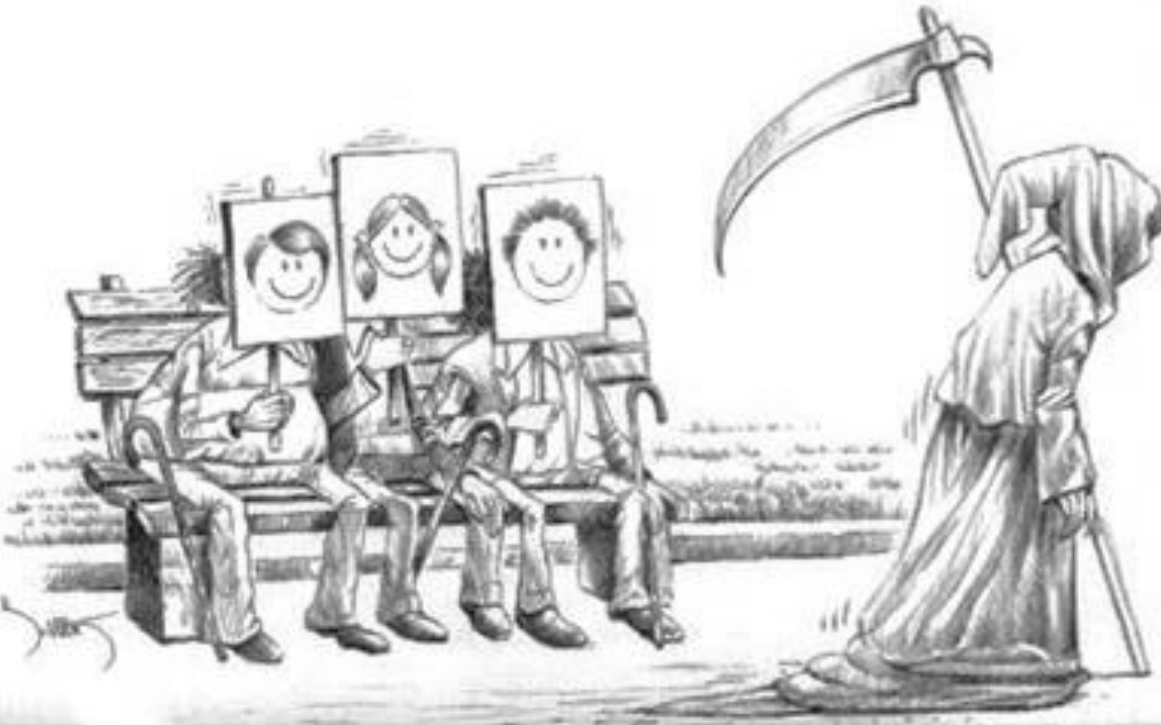
VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge



Švicarsko - hrvatski
program suradnje

Program sufinancira Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske.

Stajališta izražena u ovoj prezentaciji isključiva su odgovornost Udruge Zelena Istra
i ne odražavaju nužno stajalište Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.

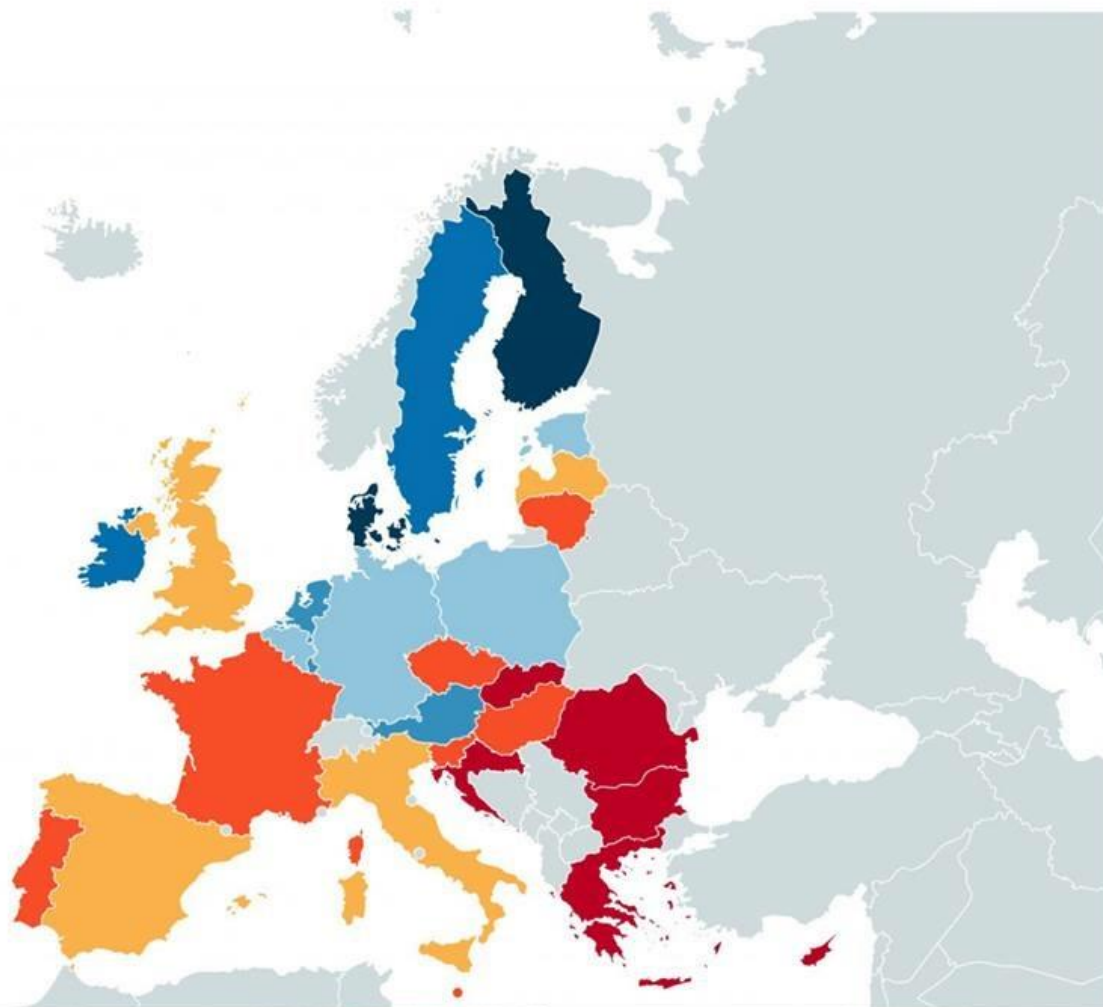
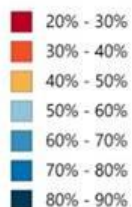


/// KOJI JE NAJVAŽNIJI RESURS? ///



How much people trust each other in EU countries

Generally speaking, most people in your country can be trusted (% of "Agree" answers)
- Eurobarometer 471 - April 2018



SOCIJALNI OTISAK



/// GDJE SE JOŠ KRIJE ODRŽIVI RAZVOJ? ///

HUMAN DEVELOPMENT INDEX

///

INDEKS LJUDSKOG RAZVOJA

- ➔ zdravlje
- ➔ obrazovanost
- ➔ ekonomski standard (GNI)



Human Development Report 2006
Human Development Indicators
Country Fact Sheets

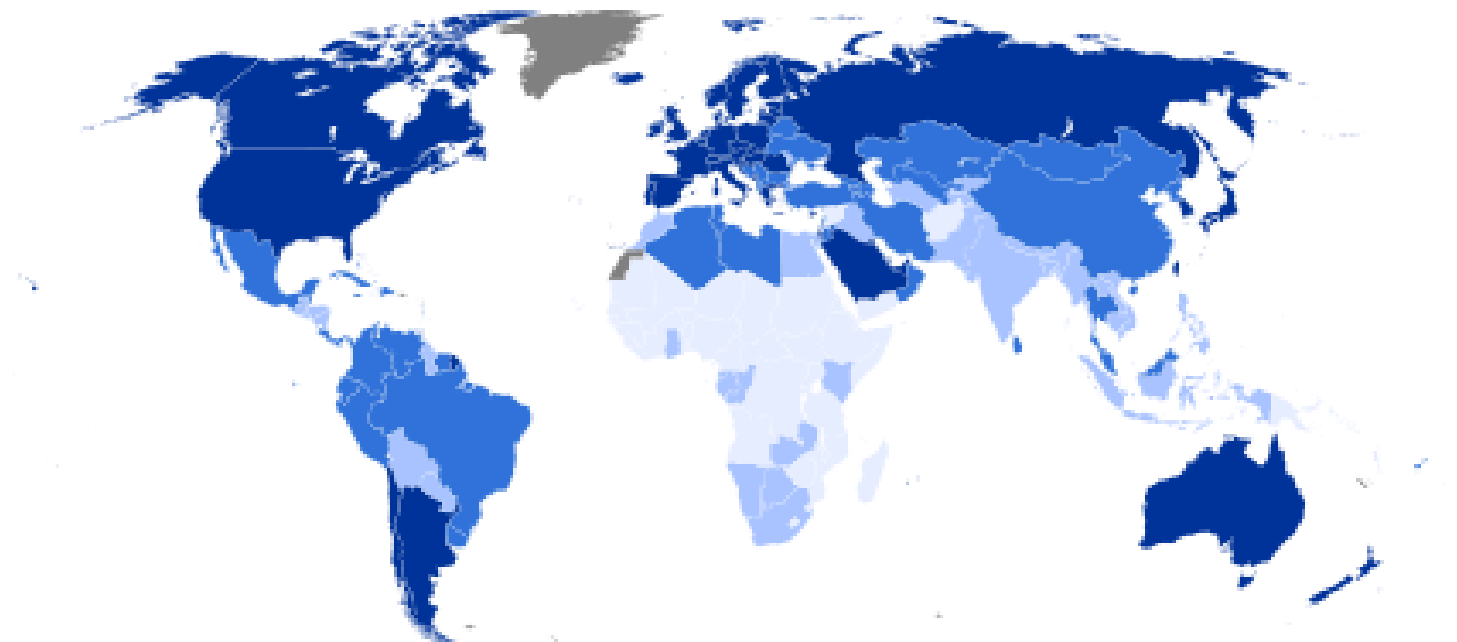


Human Development
Report **2007/2008**

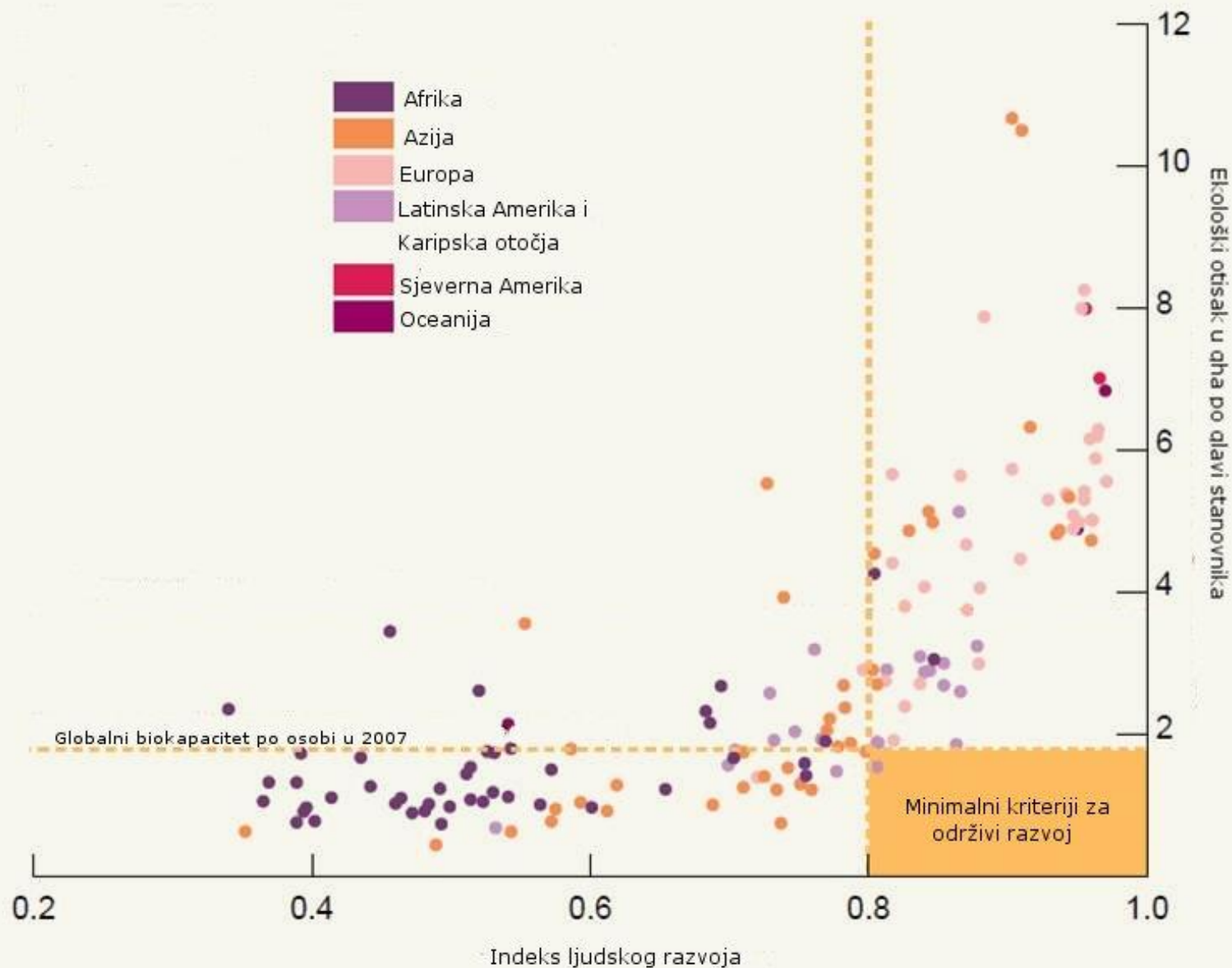
Fighting climate change:
Human solidarity in a divided world



UN
DP



/// JE LI MOGUĆ LAGANI OTISAK ZA KVALITETAN ŽIVOT? ///



/// KAKO TOČNO MJERITI RAZVOJ? ///

* IHDI - Inequality-Adjusted HDI

➤ indeks HDI “modificiran nejednakošću” koji sve kategorije HDI-ja, pa samim tim i ukupni indeks modificira/balansira u odnosu na stupanj nejednakosti u društvu, to jest računa poziciju prosječne osobe u odnosu na ukupni indeks.

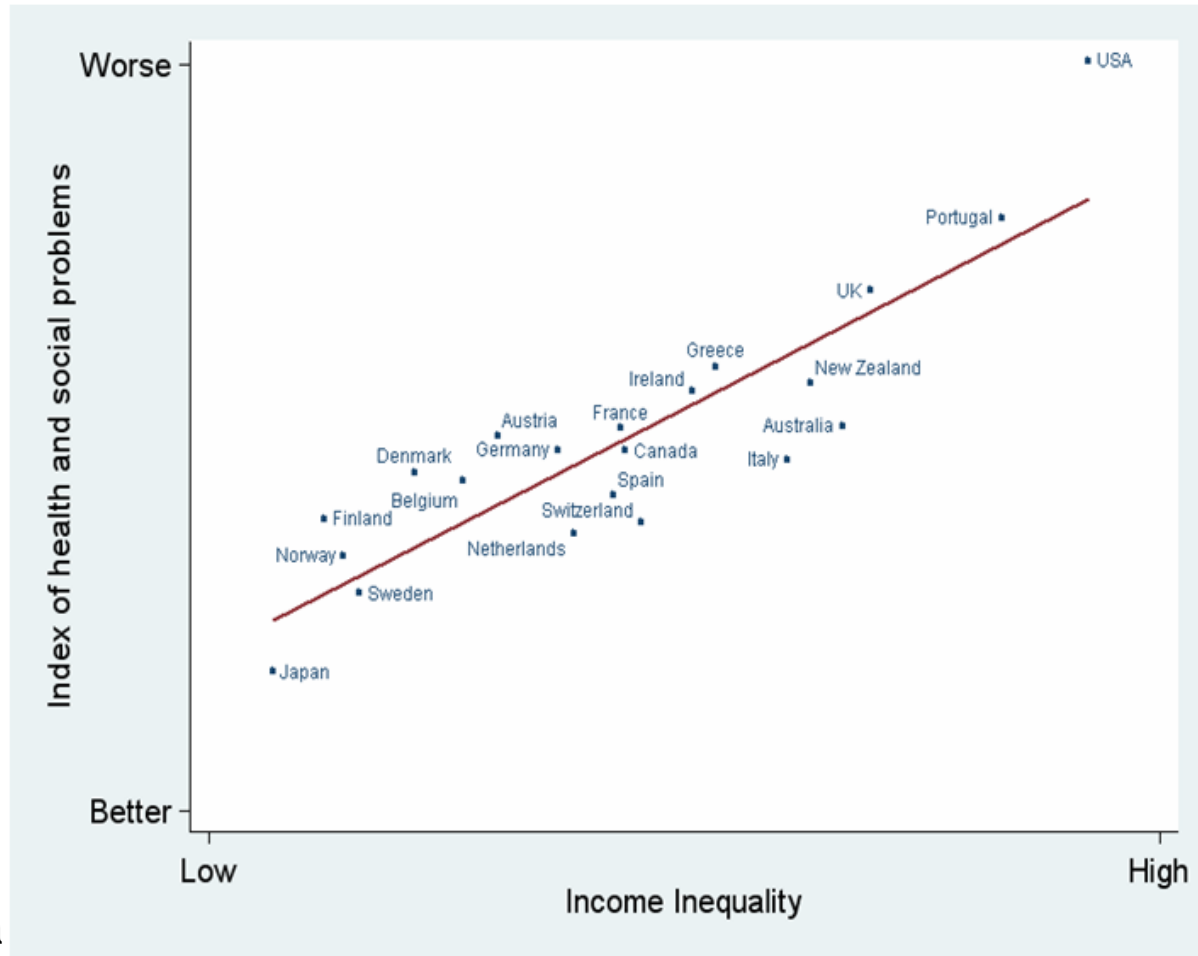


- na globalnoj je razini HDI od 1990. godine porastao za 18%.
- balansiran količinom ili stopom nejednakosti opao bi za 22%, s prosječnih 0.62 u 2010. godini na 0.49.

/// JE LI TO DOVOLJNO ZA ODRŽIVI RAZVOJ? ///

✱ Indeks zdravlja i socijalnog stanja uključuje

- razina povjerenja
- mentalna oboljenja
(uključujući ovisnost o alkoholu i drogama)
- životna dob i smrtnost dojenčadi
- pretilost
- obrazovna postignuća djece
- razina trudnoće tinejđerki
- ubojstva
- stopa populacije u zatvorima
- mobilnost u društvu



/// OPIS MEĐUPREDMETNE TEME ODRŽIVI RAZVOJ ///

* Podržava razvoj temeljnih vještina kao što su:

PRAKTIČNOST

PODUZETNOST

INOVATIVNOST

KRITIČKO
MIŠLJENJE

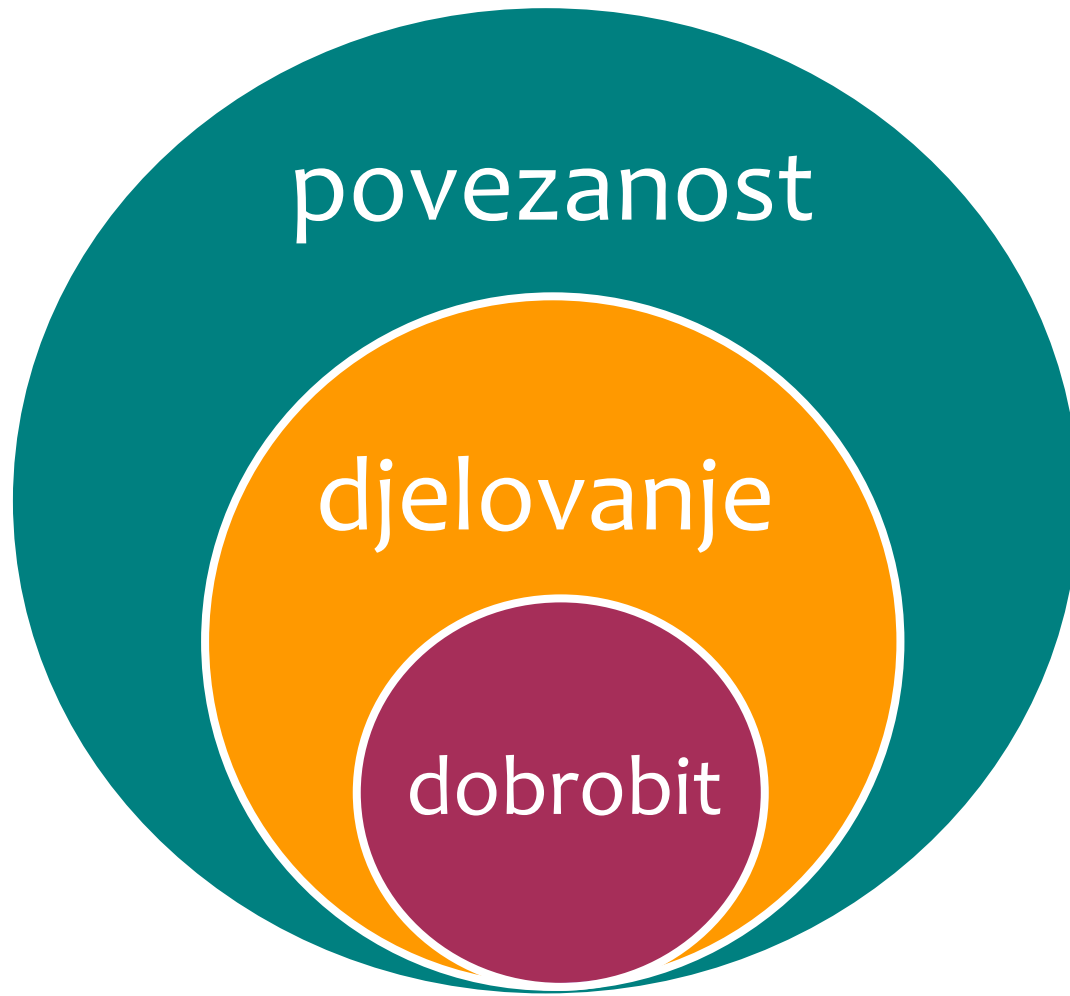
SPOSOBNOST
PRILAGODBE
PROMJENAMA

SPOSOBNOST
RJEŠAVANJA
PROBLEMA



/// DOMENE MPT ODRŽIVI RAZVOJ ///

- * Domene su oblikovane na takvoj razini općenitosti i širine koja omogućuje obuhvaćanje temeljnih područja međupredmetne teme Održivi razvoj. Tri domene ***Povezanost, Djelovanje i Dobrobit*** djeluju kao integralna cjelina.



/// DOMENE MPT ODRŽIVI RAZVOJ ///

POVEZANOST obuhvaća temeljna načela održivosti i međuovisnosti u ekosustavima.

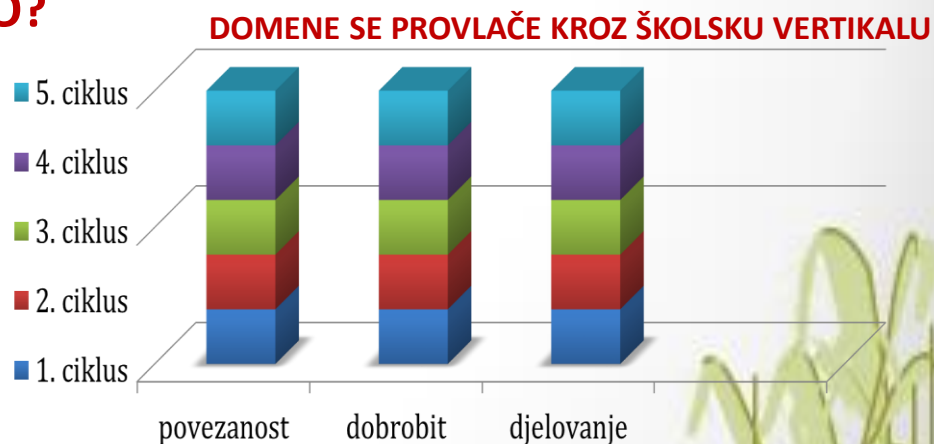
DJELOVANJE obuhvaća potrebu aktivnog širenja i primjene prikladnih znanja i vještina za održivo življenje.

DOBROBIT obuhvaća prava i odgovornosti u ostvarivanju željenog cilja: dobiti za sve ljude, okoliš i buduće generacije.

➤ **Povezanost** odgovara na pitanje **ŠTO?**

➤ **Djelovanje** na pitanje **KAKO?**

➤ **Dobrobit** na pitanje **ZAŠTO?**





Education
Scotland
Foghlam Alba



LEARNING FOR
SUSTAINABILITY

Schools Global Footprint

school data

my data

These readings are for data you've collected at school.

Ecological Footprint
(gha/pupil/year) ?

Greenhouse Gases
(kgCO₂e/pupil/year) ?



water

0.00

0.00

help-sheet



food

0.00

0.00

help-sheet



waste

0.00

0.00

help-sheet



energy

0.00

0.00

help-sheet



transport

0.00

0.00

help-sheet



buildings

0.00

0.00

help-sheet

Hi, drazen simlesa.

If this is not your data then please [log out](#) and try logging in again.

MINISTRY OF EDUCATION
TE TĀHUHU O TE MĀTAURANGA



The New Zealand
Curriculum Online

Home

Resources and inspiration

The NZC future focus principle contains the following themes and

Inspiration

Sustainability

Enterprise

Globalisation

Citizenship

Print results

Export text

Get spreadsheet

Get PDF

ODGOJNO-OBRAZOVNI CILJEVI UČENJA I POUČAVANJA



- ➔ Poticanje razmišljanja orijentiranog k budućnosti i razvijanje osobne odgovornosti prema budućim generacijama



MPT ODRŽIVI RAZVOJ (OR), DOMENA DJELOVANJE, I. CIKLUS, 2. OČEKIVANJE

- NACIONALN

06.

20

21

UČENIK:

MOJA LOKALNA ZAJEDNICA

Svako veće ili manje mjesto u našoj državi ima svoju lokalnu samoupravu. Demokratskim postupkom na čelo grada biramo gradonačelnika, a u manjemu mjestu, općini, biramo načelnika. Njih biramo glasovanjem za mandat koji traje četiri godine. Osim gradonačelnika i načelnika, u svojim lokalnim zajednicama imamo i gradska ili općinska vijeća. To su glavna tijela koja donose važne dokumente u mjestu u kojem živiš. Uz ta glavna tijela djeluju i mjesni odbori - oblik neposrednog sudjelovanja građana u odlučivanju o pitanjima od njihova interesa. Svi oni djeluju u djelokrugu vlade, odnosno u vladinom sektoru. Osim vladinoga sektora postoji i nevladin sektor koji čine razne udruge koje štite ljudska prava, zalažu se za kvalitetniji život građana, pomažu siromašnima i izbjeglicama, spašavaju životinje, pridonose zaštiti okoliša... Nevladinom sektoru, osim udruga, pripadaju i ostale neprofitne organizacije. One su oblik izravnoga sudjelovanja građana u donošenju nekih odluka u mjestu u kojem živiš. Primjerice, u tvojoj lokalnoj zajednici nema dječjeg igrališta. Tada stanovnici te lokalne zajednice, uz pomoć mjesnog odbora, mogu predložiti lokalnoj samoupravi (gradonačelniku) uređenje dječjeg igrališta.

Na grafičkom prikazu možeš vidjeti kako izgleda vladin i nevladin sektor u lokalnoj zajednici.

pojmovnik

Lokalna samouprava
—
Gradska/općinsko vijeće
—
Vladin i nevladin sektor
—
Mjesni odbor
—
Udruge

aktivnosti

M U dogovoru s učiteljem posjeti jednu udrugu u svome mjestu i saznaj čime se bavi. Informiraj se provode li udruga neki projekt, a svoja saznanja zabilježi.

• U dogovoru s učiteljem posjeti lokalnu samoupravu u mjestu u kojem živiš. Nakon posjeta opiši kako djeluje tvoja lokalna samouprava.

zapamtil

! Svatko od nas treba biti odgovoran i aktivno sudjelovati u radu svoje zajednice kako bi osigurali kvalitetniji i bolji život.

KLJUČNI SADI obvezni - Zašt crtanje i umje



ŠKOLE KAO PROSTORI DIZAJNIRANJA ODRŽIVOG RAZVOJA



ŠKOLE KAO PROSTORI DIZAJNIRANJA ODRŽIVOG RAZVOJA



24.

KAKO PUTUJE VIJEST

Masovni nam mediji svakodnevno nude veliki broj vijesti i informacija. To mogu biti vijesti o društvenim i političkim doga-

pojmovnik

aktivnosti

Kako procijeniti vrijednost objavljenih vijesti?

• Donesite si važne novinarstva trikrat u istoj vijesti

54

55



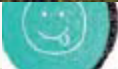
Cristiano Ronaldo ✓

@Cristiano

The Amazon Rainforest produces more than 20% of the world's oxygen and its been burning for the past 3 weeks. It's our responsibility to help to save our planet. #prayforamazonia



Ključni sadržaji: **obve**
energije i podneblje, iz



PROVJERI DATUM OBJAVE

Ako je nešto nedavno objavljeno, ne znači da je nova vijest.

JE LI TO ZAFKANCIA?

Ako je previše neobično i čudno, možda je šala. Istražite stranicu i autora da bi bio siguran.

PROVJERI AUTORA

Na brzinu provjeri autora! Može li mu se vjerovati i je li to stvarna osoba?

PITAJ STRUČNJ

Pitaj stručnjake i istraživače i informacije na fe stranicama.

ŠARENI SVIJET REKLAMA

Svatko od nas neko vrijeme u danu provede gledajući televiziju, pregledavajući sadržaje na internetu, slušajući radio ili čitajući časopise. Sigurno si primijetio da uvijek nađemo na reklame. Dok gledamo omiljeni film, barem nekoliko puta ćemo odslušati i odgledati neke reklame. Razne reklame (u Hrvatskoj i drugdje u svijetu) možemo naći i dok šetamo ulicom: osvrni se oko sebe i vidjet ćeš plakate ili reklame na prijevoznim sredstvima (tramvajima, autobusima, automobilima...), autobusnim, željezničkim ili tramvajskim postajama, u zračnim lukama i na drugim mjestima na kojima postaju uočljive većem broju ljudi. Zašto je to tako?

Reklama služi za informiranje kupaca o proizvodima ili uslugama. Onaj tko reklamira, želi potaknuti veću prodaju nekog proizvoda i više zaraditi. Reklame osmišljavaju profesionalci čiji je zadatak predstaviti određeni proizvod ili uslugu trudeći se da nas navedu na kupnju.

pojmovnik

Reklama - prodaja
- zarada
- Reklamne poruke



aktivnosti

Pritom nas žele uvjeriti da ćemo kupnjom toga proizvoda biti sretniji, ljepši, uspješniji, popularniji - da ćemo biti upravo onakvi kakvi želimo biti. Uvjeravaju nas i da je upravo njihov proizvod bolji od svih drugih sličnih proizvoda.

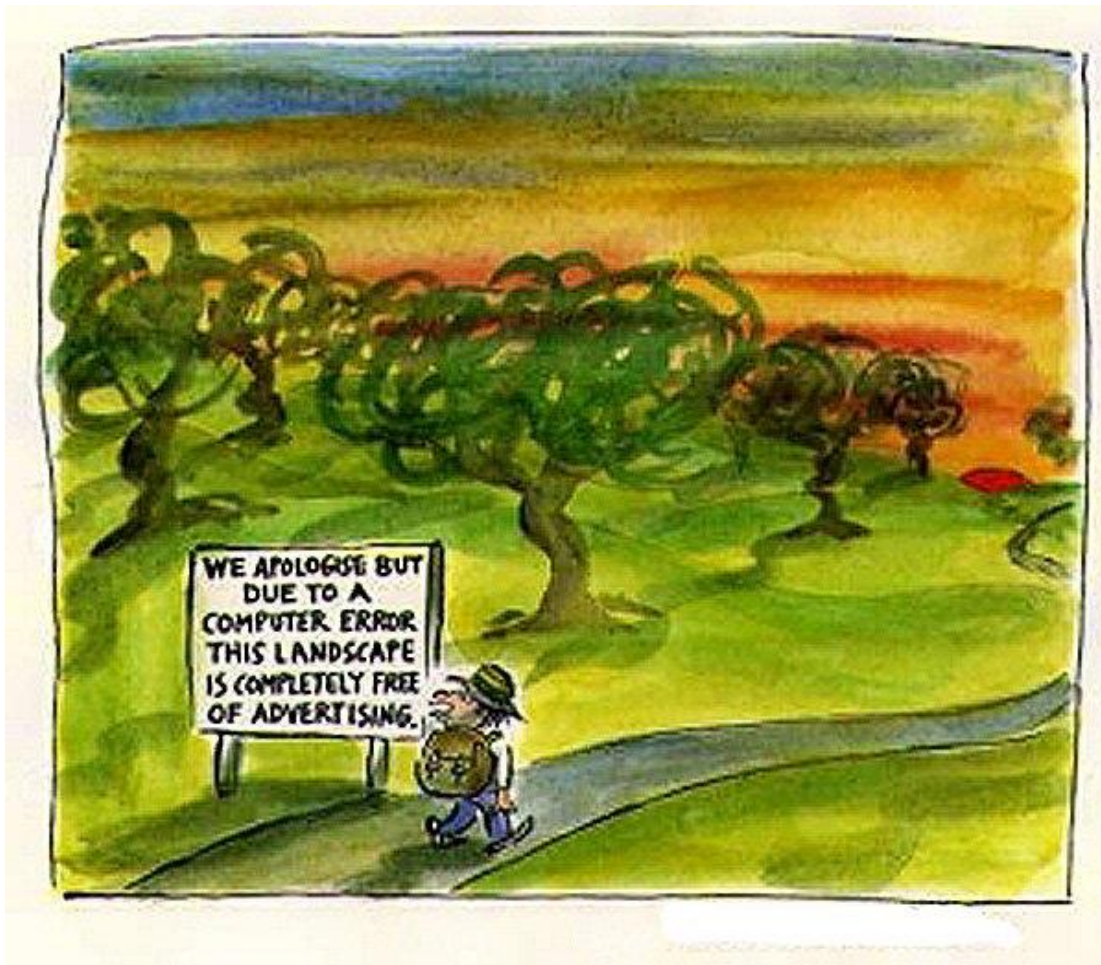
Osim proizvoda, reklamiraju se i različite ustanove, organizacije, udruge, političke stranke... Reklamnu ćemo prepoznati po tome što nas poziva da kupimo neki proizvod, da se priključimo nekoj organizaciji, prihvatimo određenu uslugu ili podržimo nečije zalaganje za nešto.

Važno je pažljivo saslušati informacije koje se prenose putem reklame. O tim informacijama dobro je kritički promisliti: jesu li nam važne ili nevažne, jesu li istinite, slažemo li se s njima, želimo li kupiti, prihvatiti ili podržati to što se njima nudi.

- Odaberi nekoliko reklama na koje učestalo nailaziš. Svaku od njih prouči vodeći se sljedećim uputama:
1. Opisi svojim riječima sadržaj reklame (što se reklamira, tko reklamira i govori o proizvodu, što govori, kako se ponaša i sl.).
 2. Kako se osjeća onaj tko u reklamni upotrebljava proizvod koji se preporučuje?
 3. Koja je poruka reklame?
 4. Želiš li kupiti i upotrebljavati proizvod koji se reklamira i zašto?
 5. Misliš li da je proizvod koji se reklamira doista bolji od sličnih proizvoda?
 6. Je li ti taj proizvod doista potreban? Ako jest, opiši zašto ga želiš imati ili kupiti.

/// KOLIKO KOŠTA ZELENO? ///

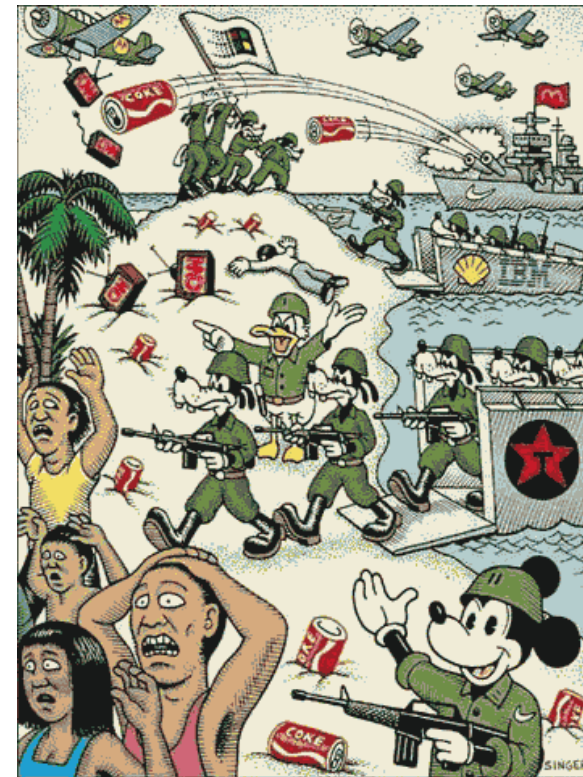
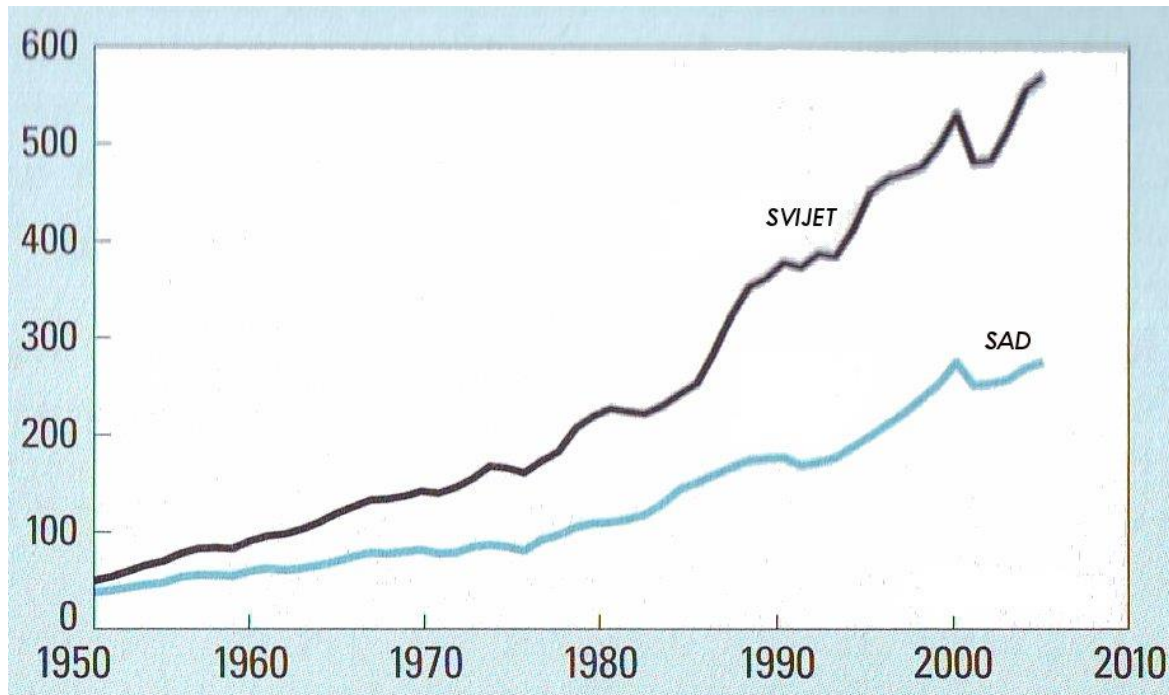
- * globalne korporacije više potroše na reklamiranje svojih ekoloških akcija i djelovanje, nego što u njih same ulože



/// STVARANJE POTROŠAČKOG IDENTITETA ///

* svako dijete u SAD-u vidi prosječno 30000 reklama godišnje

ULAGANJA U REKLAME



Channel One Network²
 We have the
UNDIVIDED ATTENTION
 of millions of teenagers
 for 12 minutes a day.
 [THAT MIGHT BE A WORLD RECORD]

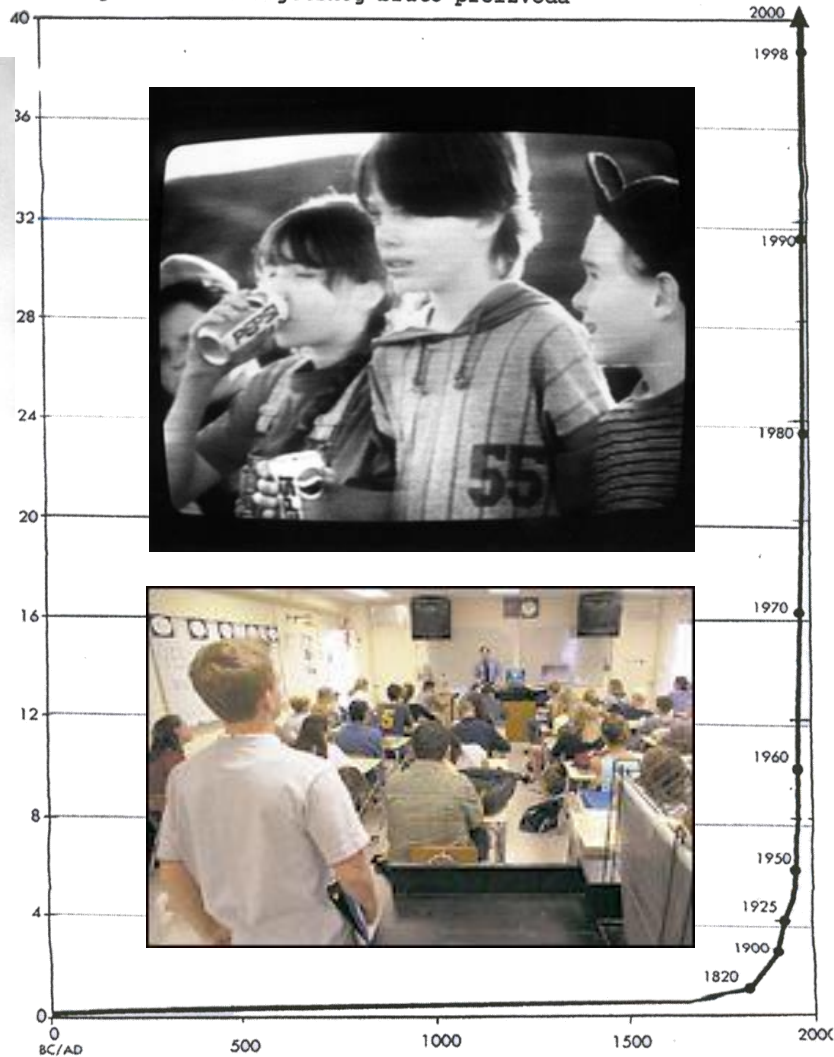
L research
 Today's teens are more affluent, more discriminating, and more likely to be trend setters than ever before.

Teens: A \$63 Billion Market

- Teens spend almost \$3000 annually per capita.
- Nearly half of this is their family's money...teens today make brand decisions for purchases ranging from food to fashion, from clothing to computers and from ice-cream to shaving cream.
- And they spend it all over town - during the past 30 days...
 - 77% have been to a supermarket.
 - 23% have been to a mass merchandise discount store.
 - 70% have been to a convenience store, and over half have been to a drug store.

Bodlja konzumerizma

Bilijuni dolara svjetskog bruto proizvoda

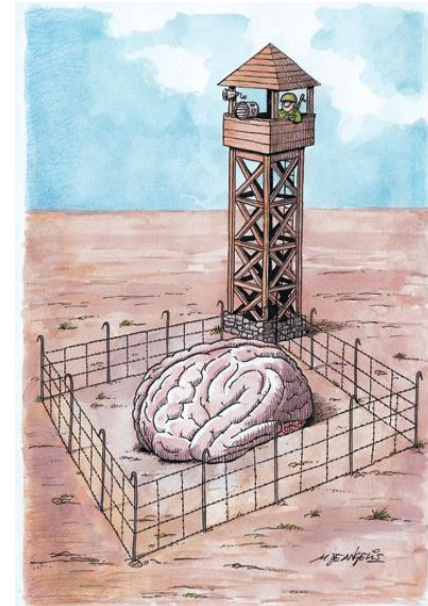


Izvor: Ed Ayres, God's Last Offer, 2000.



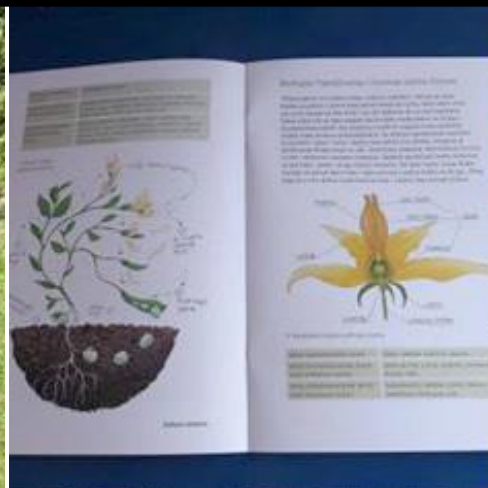
/// ZAŠTO JE TO BITNO? ///

* do šeste godine života upijamo kao spužva podražaje, ponašanja, stavove - uglavnom sve što je „normalno” iz okoline i to radimo na podsvjesnoj razini, bez kritičkog propitkivanja



	Aktivnosti mozga	Razina frekvencije	Stanje odraslih povezano s razinom frekvencije
do 2.god.	Delta	0.5-4 Hz	spavanje/nesvjesnost
do 6. god	Theta	4-8 Hz	maštanje/sanjarenje
do 12 god.	Alpha	8-12 Hz	blaga svjesnost
	Beta	12-35 Hz	fokusirana svjesnost
	Gamma	> 35 Hz	vrhunac prisutnosti

/// KNJIŽNICE SJEMENA ///



/// ENERGETSKE ZADRUGE – OŠ Ostrog ///



/// AKCIJA ZA OIE ///



/// ENERGIJA ///



MPT ODRŽIVI RAZVOJ (OR), DOMENA DOBROBIT, IV. CIKLUS, 4. OČEKIVANJE

PODUZETNIŠTVO ZA ZAJEDNICU

Učenik:

Kako riješiti probleme (socijalne, ekološke) koji danas preplavljuju naše lokalne zajednice i društvo? Dio odgovora na ovo pitanje leži u društvenom poduzetništvu. Društveno poduzetništvo pojam je koji je u Hrvatskoj još uvijek relativno nov, ali u svijetu postoji još od 18. stoljeća. Društveno poduzetništvo je poslovanje zasnovano na načelima društvene, ekološke i ekonomske održivosti radi rješavanja društvenih problema.

U sferi društvenoga poduzetništva djeluju društvena poduzeća. To su ona poduzeća koja su u vlasništvu svojih zaposlenika i/ili članova lokalne zajednice koji njima zajednički upravljaju na temelju demokratskih načela. Takva poduzeća pokrivaju vrlo različite djelatnosti: poljoprivredu, socijalnu skrb, ekologiju, trgovinu i niz drugih. Ona stvorenu dobit ulažu u dobrobit zajednice, npr. nove projekte i inicijative, zapošljavanje ranjivih skupina, povećanje dostupnosti svojih proizvoda ili usluga.

Društveni poduzetnici su osobe koje pronalaze inovativna rješenja za postojeće društvene probleme. Njih ne pokreće zarada. Često ih nazivamo i društvenim inovatorima jer nude nova rješenja, proizvode, usluge i pristupe za rješavanje problema s kojima se društvo suočava - npr. klimatske promjene, siromaštvo, nejednakost i starenje stanovništva.

Društveni poduzetnici i društvena poduzeća svojim djelovanjem teže stvaranju društvenoga utjecaja koji nadilazi novčanu dobit i stvara ravnopravno i održivo društvo.

pojmovnik

društveno (socijalno) poduzetništvo

— društveno poduzeće

— društveni poduzetnik

— društvena inovacija

— društveni utjecaj

aktivnosti

Istražite

- Florence Nightingale i Maria Montessori društvene su poduzetnice svojega vremena. Istražite tko su one bile i što su bili njihovi društveno poduzetnički potihvati.

M **Usporedite društveno poduzeće i ono klasično, usmjereno na dobit.**

M **Upoznajte primjere društvenih poduzeća u Hrvatskoj i svijetu.**

M **Osmislite svoje društveno poduzeće.**

Podijelite se u timove od 4 do 6 članova i pokrenite svoje društveno poduzeće:

- Opišite svoje društveno poduzeće.
- Definirajte kojim ćete se problemom baviti.
- Koji ćete proizvod ili uslugu ponuditi za rješavanje konkretnoga problema?
- **U čemu** ćete proizvod ili uslugu ponuditi?
- Koliko će proizvod ili usluga koštati?
- Kako ćete proizvod ili uslugu oglašavati?
- Gdje ćete proizvod ili uslugu prodavati?
- U što planirate uložiti ostvarenu dobit?

M **Pozovite u goste društvenoga poduzetnika ili predstavnika društvenoga poduzeća.**

- Razgovarajte o njihovim iskustvima, izazovima s kojima se susreću te promjenama u zajednici koje ostvaruju.

M **Osmislite društvenu inovaciju.**

- Osmislite učionicu po mjeri svakoga učenika ili uvedite neku jutarnju aktivnost koja će vam postati navika i koja će pomoći da budete produktivniji.

IV.C.4. Opisuje utjecaj različitih ekonomskih modela na dobrobit.

Ključni sadržaji: **obvezni** - granica ograničenja prirodnih resursa, solidarnost, kvaliteta života, javne politike, indeksi društvenoga razvoja (ili pokazatelji društvenoga razvoja), globalne politike, resursi, ekološki otisak, **preporučeni** - napredni i novi ekonomski razvojni modeli, sigurnost, ne(zagađeni) okoliš



home



issues



classroom



support



About HEC



training



home · issues

Global Issues

In this section of the site, you can research and learn more about a number of important issues relating to international development and global justice. Each could be used in lessons as a source for an investigation.

Issues homepage

Quotes

+ Debt

+ Energy

+ Food

+ Health

+ Refugees

+ Trade

+ Transport

+ Waste

+ Water

+ Women's rights



Debt



Energy



Food



Health



Refugees



Trade



Transport



Waste



Water



Women

[Click here](#) for a downloadable Introduction to each issue

Go to **Classroom** for practical activities on issues

'A footprint means pressing down and global means world, so 'global footprint' means pressing down on the world and we don't want to press too hard' (child's definition of a Global

Food and energy

Do you know what's on your plate? Where the products on your plate have come from? What the cost to the environment is?

How much time do we dedicate to reading the label on our food products or researching the practices of businesses that we buy from regularly? In our changing environment, it's imperative that we all have a deeper understanding of how our choices impact the environment.

Source Local, Buy Local will help your pupils understand the importance of knowing where their food products come from and why they should as a consumers be supporting local, sustainable business. This film will help them understand what it means to be a sustainable business and the impact that a business can have on the environment. Through lines of inquiry, your pupil will be able to assess their own consumer behaviours and make more informed choices.

Climate Change Education

Climate Ready Classrooms

Low Carbon Skills

Fashion and textiles

Food and energy

E-learning resource

Scotland Lights up Malawi

Meet the team



Source Local, Buy Local

This film was made by S4-S6 pupils at Kemnay Academy. Working with Mackies of Scotland, they were keen to share with other young people what it means to be a sustainable business, the range of different sustainable business practices out there and highlight how important it is for people to source locally produced food to help towards a low carbon future. The film details Mackies journey to becoming a very green company and shows their innovation in taking forward new sustainable initiatives and commitment to looking after the environment that allows them to create their produce.

Download the [Source Local, Buy Local](#) resource to accompany this film.

UČENIK POTROŠAČ

Potrošač je osoba koja kupuje proizvode i usluge. Razmisli u kojim si sve slučajevima bio potrošač. Imaju li potrošači svoja prava i odgovornosti? Da bi ostvario svoja prava, trebaš biti upoznat s potrošačkim pravima i stjecati navike u skladu s pravima potrošača. Jedan od zakona u kojemu su napisana tvoja prava jest Zakon o zaštiti potrošača, a postoji i Udruga za zaštitu potrošača. Udruge nude korisne savjete pa im se možeš obratiti s pitanjima. Potrošač ima pravo i odgovornost pri odabiru proizvoda. Na svakom proizvodu mora se nalaziti deklaracija, odnosno podatci o proizvodu. Na deklaraciji ćeš naći podatke o nazivu proizvoda, datum proizvodnje i rok uporabe, naziv i sjedište proizvođača ili zemlju podrijetla te naziv i sjedište onoga tko je proizvod uvezao u našu zemlju. Za određene proizvode deklaracije sadrže i druge podatke propisane posebnim pravilnicima (npr. sastav proizvoda, sastav materijala i sl.). Prema Konvenciji o pravima djeteta, ti imaš pravo na sigurnu igru, a Zakon o zaštiti potrošača te štiti u odabiru kvalitetne i sigurne igračke. Neke su igračke, nažalost, vrlo nekvalitetne pa predstavljaju opasnost od ozljeda, trovanja, a kod male djece i od gušenja. Stoga pri kupnji obrati pozornost na deklaraciju.

važno:



pojmovnik

Potrošač
 – Deklaracija
 – Zakon o zaštiti potrošača
 – Udruga za zaštitu potrošača

zapamti!

! 15. ožujka obilježava se Dan potrošača.



aktivnosti

M Što misliš, zašto je za potrošače važno znati pročitati i razumjeti obavijest o proizvodu?

M Sakupi različite proizvode i usporedi njihove obavijesti (deklaracije). Podatke o proizvodima upiši u donju tablicu.

Proizvodi	Podatci o proizvodu

• S učiteljima provedi aktivnost *Igra uloga* – Kupnja dara za rođendan.

M Pogledaj TV-emisiju *Potrošački kod*. Obrati pozornost na obavijesti o proizvodima koji se povlače s tržišta. Zapiši ono što ti se činilo zanimljivim.

/// FAIR TRADE ///

* DIVINE - fair trade chocolate



- ▶ Kuapa Kokoo cooperative from Ghana has 44% share in company

- ▶ Kuapa Kokoo has 85000 members in 1257 villages



- ▶ ulažemo naš novac u financijske institucije koje ne špekuliraju na burzama i manipuliraju s vrijednošću novca.
- ▶ nema investiranja u projekte koje zagađuju okoliš, uništavaju ekosustave, povećavaju siromaštvo i nepravdu ili ugrožavaju ljudsko zdravlje
- ▶ mogućnost dobivanja povoljnijih kredita za projekte dobre ekonomije



JEDIMO ZDRAVO, ŽIVIMO ZDRAVO

Često smo putem različitih medija pozivani na kupnju raznih prehrambenih proizvoda. Mediji i oglašivači tako pokušavaju utjecati na naš odabir načina prehrane i namirnica. Reklame nas uvjeravaju da je neki proizvod ukusan: no je li taj proizvod dobar za naše zdravlje? Ima li dovoljno vitamina, minerala, bjelancevina? Ima li možda previše šećera, konzervansa, ugljikohidrata?

U školi i obitelji učimo da se treba zdravo hraniti, dovoljno odmarati, često boraviti na svježem zraku i kretati se. To su poruke koje nas potiču na usvajanje zdravih životnih navika. Ipak, katkad radije posegnemo za grickalicama umjesto za zdravom jabukom. Često radije sjednemo za računalo i igramo igrice, umjesto da odemo na svjež i zrak i igramo se s prijateljima. Pitamo li se pritom: zašto ne biramo zdrav način života? Želimo li da oni koje najviše volimo, obitelj i prijatelji, žive zdravo i budu zdravi? Ako to želimo, učinimo nešto za sebe i za njih. Preuzmimo odgovornost za svoje zdravlje!

pojmovnik

Zdrav stil života

Zdrav način prehrane

aktivnosti

- M** Osmisli kampanju kojom ćeš pozvati svoje prijatelje ili članove obitelji da usvoje zdrave prehrambene i životne navike! Pomno osmišljenim porukama potakni ih na određeni način djelovanja ili odabira. Poručiti možeš riječima, pričom, slikama, pokretom, videosnimkom i na razne druge načine.
- M** Istraži i pronađi nekoliko stručnih podataka o tome kako zdrava prehrana utječe na naše zdravlje.
- M** Pronađi recept za pripremu zdravog obroka, priredi ga i ponudi članovima svoje obitelji.
 - Razgovaraj sa sportašem kojega poznaješ o njegovim životnim navikama, zdravoj prehrani i vježbanju.
 - Sastavi popis zdravih namirnica.

Namirnica ili proizvod	Prehrambene karakteristike



MPT ODRŽIVI RAZVOJ (OR), DOMENA POVEZANOST,

30.

POKRENIMO AKCIJU

Proaktivni građani su oni članovi društva koji su spremni uložiti svoje ideje, znanje, vještine i rad u boljitak svoje društvene zajednice. Oni pokreću građanske akcije kojima rješavaju uočene probleme i nedostatke u svojim sredinama.

Za razne probleme i potrebe postoje različiti pristupi i načini njihova rješavanja. Neke akcije nadilaze lokalni karakter te se odvijaju na državnoj ili međunarodnoj razini. Proaktivne građane krasi inicijativa, kreativnost, hrabrost, upornost i optimizam.

U pokretanju i provođenju akcija možete slijediti ove korake:

1. OPIŠITE PROBLEM

Uočite problem koji želite riješiti u svojoj društvenoj zajednici. Opišite ga i navedite kako taj problem izgleda raznim društvenim skupinama i pojedincima. Anketiranjem građana utvrdite potrebu za rješavanjem toga problema. Prikupite druge podatke koji dokazuju prisutnost uočenoga problema. Utvrdite uzroke zbog kojih je nastao i zbog kojih postoji. Opišite koje su posljedice njegova djelovanja sada i u budućnosti. Navedite što se može dogoditi ako se problem ne riješi.

2. PREDLOŽITE ALTERNATIVNE NAČINE RJEŠAVANJA PROBLEMA

Istražite postoji li u sustavu netko tko je zadužen za bavljenje ovim problemom ili pitanjem. Ako postoji, ispitajte kako se pristupa rješavanju problema i zašto još nije riješen. Predložite kako bi se drukčije moglo pristupiti njegovu rješavanju.

3. ANALIZIRAJTE MOGUĆNOSTI RJEŠAVANJA PROBLEMA I ODABERITE NAJBOLJU

Svaku od predloženih mogućnosti rješavanja problema pažljivo analizirajte. Utvrdite njihove pozitivne i negativne strane. Pretpostavite posljedice primjene svake mogućnosti za sve one skupine i pojedince koji osjećaju problem. Pomnim promišljanjem, razgovorom i dogovorom odaberite onu mogućnost kojom ćete problem riješiti ili ga u najvećoj mjeri ublažiti.

pojmovnik

— proaktivnost

— inicijativa

— optimizam

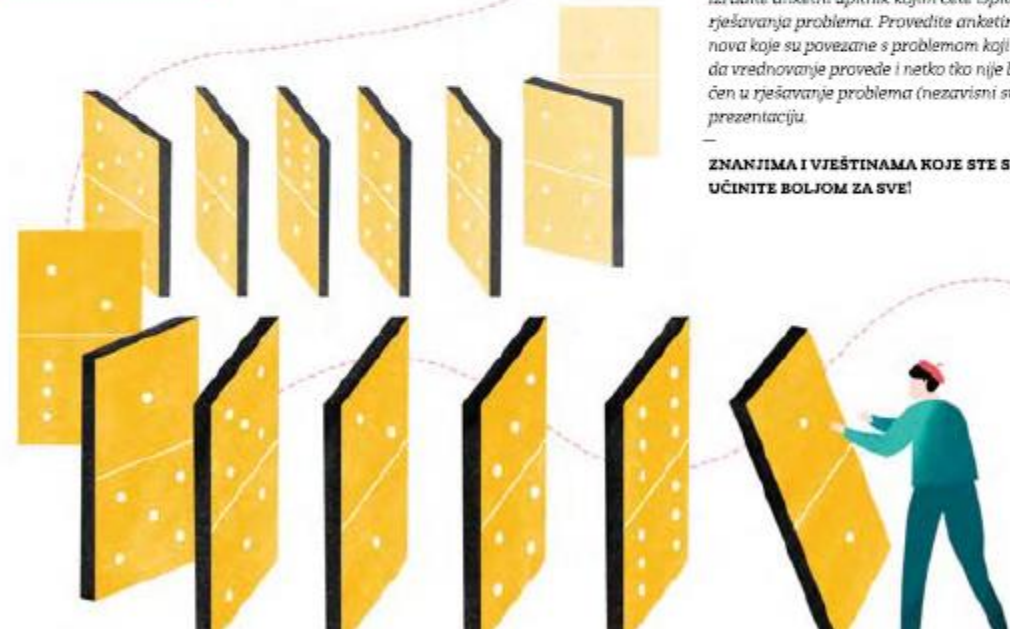
4. IZRADITE PLAN AKCIJE

Opišite aktivnosti koje planirate provesti radi ostvarivanja odabrane mogućnosti (mjesto, vrijeme, trajanje, sudionici, potrebna sredstva). Pronađite suradnike. Pridobijte potporu širav javnosti. Uvjerite javnost da je mogućnost za koju se zalazite upravo ona koja će riješiti ili umanjiti postojeći problem. postavite suradnju s medijima.

5. PROVEDITE VREDNOVANJE REZULTATA AKCIJE

Izradite anketni upitnik kojim ćete ispitati uspješnost akcije rješavanja problema. Provedite anketiranje građana i uslova koja su povezane s problemom koji rješavate. Predložite da vrednovanje provede i netko tko nije bio neposredno uključen u rješavanje problema (nezavisni stručnjak). Napravite prezentaciju.

ZNANJIMA I VJEŠTINAMA KOJE STE STEKLI BUDUĆNOSTI UČINITE BOLJOM ZA SVE!



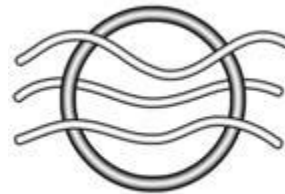
Učenik:

IV.A.3. Procjenjuje kako stanje utječe na kvalitetu života.

* 6 principa ekosustava



MREŽE



SOLARNA
ENERGIJA



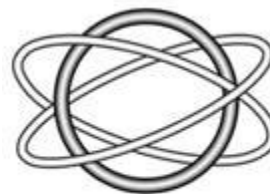
KRUŽENJA



PARTNERSTVA



RAZNOLIKOST



DINAMIČKA
RAVNOTEŽA

/// ŠEST PRINCIPA EKOSUSTAVA ///

- * MREŽE
- * DINAMIČKA RAVNOTEŽA
- * KRUŽENJA
- * RAZNOLIKOST
- * SOLARNA ENERGIJA
- * PARTNERSTVA



/// ŠEST NAČELA EKOSUSTAVA ///



* MREŽE

* DINAMIČKA
RAVNOTEŽA

* KRUŽENJA

* RAZNOLIKOST

* SOLARNA ENERGIJA



* PARTNERSTVA



NAŠ DOPRINOS OČUVANJU OKOLIŠA

U današnje smo vrijeme navikli imati neke pogodnosti i koristiti se njima, a da o njima i njihovoj važnosti i ne razmišljamo. Primjerice, ako smo žedni, popit ćemo vodu iz slavine. Navikli smo da je ta voda čista i da ju najčešće možemo piti bez straha od zdravstvenih problema. Katkad se dogodi da voda nije dobra za piće, no problem se uglavnom brzo otkloni. No što ako voda bude trajno zagađena i neupotrebljiva za korištenje u kućanstvu? Gdje ćemo pronaći pitku vodu? I najvažnije - zašto je voda zagađena? Tko je kriv za zagađenje? Što se događa i što valja činiti? Što će se dogoditi ako ništa ne poduzmemo?

Zagađenje je vode samo jedan od primjera mogućih posljedica trajnoga onečišćavanja okoliša ili prekomjernoga korištenja prirodnih resursa. Stručnjaci upozoravaju da se takve pojave često događaju kao posljedica ubrzanoga tehnološkog i gospodarskog razvoja. Događaju se i kao posljedica prekomjernoga korištenja proizvoda koji onečišćuju okoliš.

Svi moramo odgovorno razmišljati o posljedicama koje onečišćenje okoliša ili prekomjerno iskorištavanje prirodnih resursa mogu imati za nas ili za naraštaje koji tek dolaze. Taj put između našeg prava na dostupnost i na korištenje prirodnih resursa te uklanjanja opasnosti da se prirodni resursi trajno onečiste pripada procesu koji nazivamo održivi razvoj. Održivi razvoj takav je razvoj koji omogućuje zadovoljavanje potreba u sadašnjosti bez ugrožavanja mogućnosti budućih naraštaja da i oni zadovoljavaju svoje potrebe.

Učenik:

V.B. 1. Kritički promišlja o utjecaju našega djelovanja na Zemlju i čovječanstvo.

Ključni sadržaji: **obveze** dizajna **preporučeni** i o temama koje održivi Hrvatske

pojmovnik

održivi razvoj
—
očuvanje okoliša
—
odgovorno odlaganje otpada

zapamti!

! Važno je čuvati svoj okoliš da bismo sačuvali ono što imamo danas za naraštaje koji će tek doći.

aktivnosti



/// ZIMBABWE, SCOPE ///

- ▶ U Zimbabweu je kroz program Schools and Colleges Permaculture (SCOPE) dizajnirano 60 škola te se radi na uključivanju permakulture u nacionalni obrazovni kurikulum



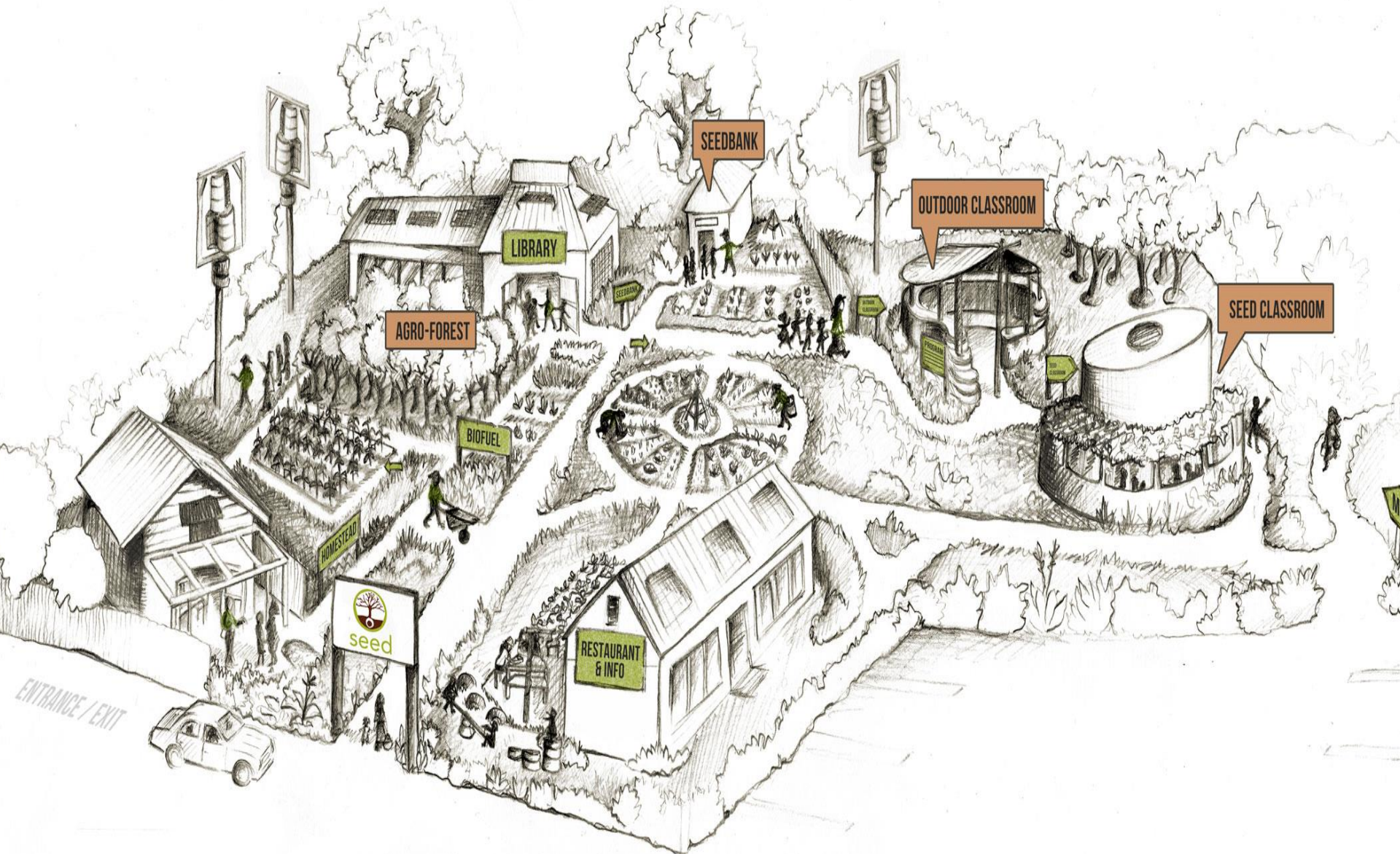
The Rescope Programme

Reconnecting with Nature & Culture

www.SeedingSchools.org



/// SEED, Cape Town, Južna Afrika ///



/// Učenička zadruga Dalya ///



STVARAMO SVOJU BUDUĆNOST

Biti poduzetnik ne znači samo imati svoje poduzeće. Riječ je o osobi koja je spremna raditi na ostvarenju svojih ideja, želja i ciljeva. Poduzetništvo se odnosi na posao, obitelj i širu društvenu zajednicu. Poduzetnici su ljudi spremni preuzeti inicijativu u rješavanju svojih potreba i problema ili potreba i problema drugih ljudi.

Poduzetništvo predstavlja proces u kojem prilike i ideje pretvaramo u vrijednosti, bilo ekonomske ili društvene. Primjerice, poduzetništvo može biti usmjereno na stjecanje dobiti (zarade) kao i na pokretanje značajnih promjena u društvu (društveno poduzetništvo).

Dio svojega znanja, rada ili dobiti mnogi poduzetnici odgovorno ulažu u društveno korisne aktivnosti (društveno odgovorno poslovanje).

Poduzetništvo podrazumijeva ideju, kreativnost (smišljanje čega novog), radoznalost, inicijativu, hrabrost, odgovornost, snagu da učimo iz pogrešaka i neuspjeha, upornost, ali i mogućnost da sami utječemo na svoju budućnost.

Kako ne bismo buduće naraštaje ugrozili svojim inovacijama (primjenom novoga ili znatno boljšega rješenja ili ideje), moramo čuvati okoliš i prirodne izvore (vodu, zrak, tlo, biljke, životinje...). Takav se odnos prema okolišu naziva održivim razvojem.

U svijetu je sve prisutnije zeleno poduzetništvo koje podrazumijeva realizaciju ideja, ali i financijsku dobit bez štetnoga utjecaja na okoliš. Primjerice, korištenje obnovljivih izvora energije i recikliranje materijala.

pojmovnik

poduzetništvo

—
kreativnost

—
inovacija

—
društveno (socijalno)
poduzetništvo

—
zeleno poduzetništvo

—
društveno odgovorno
poslovanje

aktivnosti

K+CHiNG
K+CHiNG
K+CHiNG



Naša inovacija

Podijelite se u timove, osnujte poduzeće i pokrenite svoju inovaciju prateći sljedeće korake:

1. Ideja:

- A) istražite i definirajte potrebu ili problem koji želite riješiti
- B) definirajte kome je novi proizvod namijenjen
- C) osmislite proizvod kojim možete zadovoljiti potrebu ili riješiti problem (provjerite postoji li već takav ili vrlo sličan proizvod na tržištu)

2. Planiranje:

- A) početni trošak (materijal, izrada, oglašavanje, prodajni prostor ili dostava)
- B) izvor početnih sredstava (ugovor o povratu sredstava)
- C) cijena proizvoda
- D) način oglašavanja
- E) način prodaje (gdje, kada)

3. Izradite promidžbene materijale i osmislite načine promidžbe.

4. U timu dogovorite detalje o društveno korisnim aktivnostima svojega poduzeća.

Poznati poduzetnici

- Pronađite i proučite biografije poznatih poduzetnika. Razgovorom pokušajte otkriti neke njihove zajedničke osobine.
- Pozovite u goste ili posjetite poduzetnika i razgovarajte o izazovima pokretanja i vođenja poduzeća.
- Potražite primjere društveno odgovornoga poslovanja poduzeća u svojoj lokalnoj zajednici (stipendije, potpora rada udruga, financiranje projekata...) i proučite ih.

Istražite

- Istražite zašto gospodarenje otpadom u svijetu predstavlja vrlo unosan posao.

/// ZAVRŠNA MISAO ///

- * *Ako gledajući sve podatke koje imamo ne shvaćamo da idemo u krivom smjeru, znači da smo slijepi. Ali ako ne vidimo sve ono što ljudi širom svijeta rade da krenemo u boljem smjeru, znači da nemamo srca.*

Paul Hawken



HVALA



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge



Švicarsko - hrvatski
program suradnje

Program sufinancira Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske.

