



Vastuullisuuskoulu-työpaja

Sisällöt ja aikataulutus 75 min

Työpajan aikataulu

Aloitus, esittely (10 min)

Tässä työpajassa
Vastuullisuus? Vastuullisuus!

Historiakatsaus (5 min)

Tietovisa: globaalit tuotantoketjut (15 min)

Kysymykset ja vastaukset
Yhteenveto

Tehtävä: Pieni vastuullisuuseelvitys (yht. 25 min)

Ohjeet, tehtävän kysymykset, mistä/miten etsiä tietoa? 5 min
Padlet ja ryhmätyöskentely 15 min
Yhteenveto 10 min

Yritysvastuu, kestävä kuluttaminen ja aktiivinen kansalaisuus (10 min)

Kenen vastuulla muutos?
Miten voin vaikuttaa?
Mitä kansalaisaktivismi on?

Palaute (5 min)

Ohjeet työpajan vetäjälle

- Laatikossa olevat Tarkoitus-tekstit on tarkoitettu tausta-aineistoksi vetäjälle
 - Seuraa työpajan runkoa ja asiasisältöä, mutta voit vetää sen omalla tyylilläsi ja jättää myös osioita pois
-

Dia 1: Vastuullisuuskoulu-aloitussivu

- Työpajassa pureudutaan siihen, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja mitä yritys vastuussa ja kulutustuotteiden tuotannossa pitäisi ottaa huomioon ihmisoikeuksien, ympäristön ja ilmaston kannalta
 - Päästään myös pohtimaan sitä, miten itse voi vaikuttaa
 - Miksi vastuullisuutta on hyvä ymmärtää? Me kulutamme tuotteita ja pukeudumme vaatteisiin, jotka on tehty muualla kuin Suomessa. Siksi meidän on hyvä tietää, mitä näiden tuotteiden tuotantoketjuissa tapahtuu.
-

Dia 2: Tässä työpajassa

- Työpajassa käydään läpi vastuullisuutta yhdessä tehden ja pohtien. Harjoituksina on tietovisa ja ryhmätyö, jossa tehdään oma vastuullisuusselvitys.
 - Ajatuksia voi jakaa pitkin työpajaa
-

Dia 3: Vastuullisuus?

- Vastuullisuus on teemana esillä ihan eri tavalla kuin vielä 10 vuotta sitten. Nyt lähes jokainen yritys kertoo olevansa jollain tapaa vastuullinen ja myös moni kuluttaja kertoo yhdeksi ostokriteerikseen vastuullisuuden.
 - Suunta on hyvä, mutta samalla siinä on käänköpuoli: koska yritykset näkevät, että vastuullisuus on hyvä myyntivaltti, yritykset käyttävät vastuullisuuteen viittaavia sanoja ja kuvia mainoksissa, jotta ne saavat myytyä enemmän tavaraa.
 - Mitä vastuullisuus oikeastaan tarkoittaa? Sana on kärsinyt aikamoisen inflaation, sillä lähes mitä vaan tuotetta tai yritystä voidaan markkinoida vastuullisena, vaikka todellisuudessa viestintä menee usein viherpesun puolelle.
-

Dia 4: Viherpesu

- Viherpesulla tarkoitetaan harhaanjohtavaa markkinointia, jossa esimerkiksi korostetaan vain yhtä pientä asiaa tuotteesta, jotta se vaikuttaisi vastuulliselta.
 - Tavoitteena on saada kuluttaja ostamaan ekologisenä tai eettisenä pitämänsä tuote.
 - Viherpesun vaara piilee usein valikoiduissa yksityiskohdissa ja epämääräisissä sanoissa. Esim. kierrätysmateriaalin lisääminen vaatteeseen ei tee vaatteesta "vastuullista valintaa", vaikka se positiivista olisikin. Myös pelkästään käyttämällä mainoksessa luontokuvastoa voidaan tuotteesta antaa ympäristöystävällinen vaikutelma.
-

Dia 5: Vastuullisuus!

- Puhe vastuullisuudesta on myös usein mustavalkoista: todellisuudessa ei ole vain vastuullisia ja vastuuttomia yrityksiä/tuotteita, vaan kaikkea siltä väliltä: vastuullisempia ja vastuuttomampia. Tärkeintä olisi tietää, miksi ja miten tuote on vastuullisempi.

- Vastuullisuuteen sisältyy sekä ympäristövastuu että sosiaalinen vastuu. Sosiaalinen vastuu tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tehtaissa työskentelevät työntekijät voivat tehdä työnsä turvallisesti ja he saavat riittävästi palkkaa.
-

Dia 6: Historiakatsaus

Tarkoitus:

Yhden dian verran (eli lyhyesti) kertoa siitä, miten tähän tilanteeseen ollaan päädytty. Ymmärtämällä historiaa voi ymmärtää nykypäivää ja tulevaisuutta sekä nähdä syy-seuraussuhteita.

Kulutuskulttuuri ennen ja nyt ([lähde](#))

- Kuluttaminen = tavaroiden tai palveluiden ostamista rahalla
 - Kuluttamisen muutos on tapahtunut vain muutaman vuosikymmenen aikana
 - Jos mennään ajassa 100 vuotta taaksepäin, Suomi näytti hyvin erilaiselta: Maatalousvaltainen maa, hyvin omavaraista. Esimerkiksi vaatteet tehtiin itse tai teetätettiin ompelijalla.
 - 1950-luvusta eteenpäin suomalaisten elintaso alkoi nousta.
 - Samalla kuluttaminen alkoi kasvaa, mutta alkuun hyvin maltillisesti: kohtuullisuus ja säästäväisyys hyveitä.
 - 1980-luvusta eteenpäin asenteet muuttuivat: yksilöllisyys, haluttiin käyttää ansaittua rahaa, maalta muutettiin kaupunkeihin, mainonta loi uusia "tarpeita" (aiemmin ostettu vain välttämättömyydet) ja altistuttiin aiempaa enemmän mainoksille (TV, lehdet, radio)
 - 1980-luvulta eteenpäin kiihtyvän kuluttamisen aikaa: 2000-luvun alussa pikamuoti rantautui Suomeen, 2020-luvulla ultrapikamuoti löi läpi. Somella iso rooli kulutustottumusten muovaajana.
-

Dia 7: Tietovisa: globaalit tuotantoketjut

Tarkoitus:

Pelillisyyden kautta saada osallistujat kiinnostumaan aiheesta, mutta samaan aikaan opitaan uutta.

- Tarkastellaan seuraavaksi tavaroiden tuotantoketjuja maailmalla tietovisan kautta.

Diat 8-17 Kysymykset ja vastaukset

Kysymys 1. Kuinka paljon vettä (arviolta) käytetään yhden puuvillaisen T-paidan tuottamiseen?

- a) 2,7 litraa
- b) 2700 litraa (oikea vastaus)**
- c) 27 000 litraa

2700 litraa vastaa vesimäärää, jonka keskivertoihminen juo noin 5 vuodessa.

Puuvillan viljelyyn tarvitaan todella paljon vettä. Puuvillaa viljellään nykyään hyvin laajalti ympäri maailmaa, myös sellaisilla alueilla, joilla ei luonnostaan sada tarpeeksi. Tällöin joudutaan turvautumaan keinokasteluun, joka voi aiheuttaa pohjavesivarantojen hupenemista sekä kuivuutta jo entuudestaan kuivilla alueilla.

Yksi konkreettinen esimerkki puuvillan vedenkäytön ongelmista on Aral-järvi, joka kuivui 2000-luvun alussa lähes kokonaan, koska vettä johdettiin pelloille, pääasiassa puuvillapelloille.

Puuvillan ongelmat eivät rajoitu vain veteen, vaan tavanomaisen puuvillan viljely vähentää lisäksi luonnon monimuotoisuutta (eli aiheuttaa luontokatoa) ja saastuttaa ympäristöä ja vesistöjä, sillä viljelyyn käytetään yleensä paljon haitallisia, keinotekoisia lannoitteita ja torjunta-aineita.

Puuvilla on polyesterin jälkeen toiseksi käytetyin tekstiilikuitu. Polyesteri taas valmistetaan maaöljystä, uusiutumattomasta luonnonvarasta. Polyesterin tuotannolla on merkittävä ilmastokuorma. Öljypohjaisena raaka-aineena se ei maadu.

Polyesteri ja puuvilla kattavat reilut [75 %](#) (2020) kaikista tekstiilikuiduista. Näillä kahdella on mittavat negatiiviset vaikutukset, joten näiden materiaalien valta-asemaa olisi tärkeä horjuttaa.

Materiaaleissa pitäisi siirtyä enenevässä määrin käytetyistä vaatteista kierrättämällä saatuihin kuituihin. Myös esimerkiksi luomupuuvilla on parempi kuin tavanomaisin menetelmin valmistettu puuvilla, mutta ongelmana siinä on yhtälailla suuri maapinta-ala ja veden käyttö.

Tärkeimpänä on vähentää polyesterin ja puuvillan käyttöä kaiken kaikkiaan. Eikä pelkästään vaihtaa niitä toisiin materiaaleihin, vaan vähentää materiaalien kulutusta ja sen kautta ylituotantoa ja -kulutusta kaiken kaikkiaan.

Kysymys 2. Totta vai tarua: Suurin osa älypuhelimien aiheuttamista päästöistä muodostuu niiden käyttövaiheessa.

- a) Totta
- b) Tarua (oikea vastaus)**

Suurin osa älypuhelimien aiheuttamista päästöistä muodostuu raaka-aineiden tuotannosta ja puhelimien valmistuksesta. Puhelimeemme muodostuvat erilaisista metalleista, lasista ja muovista.

Metallit ovat uusiutumattomia luonnonvaroja, joista useita louhitaan alueilla, jotka ovat poliittisesti epävakaita. Myös lapsityövoiman käyttö on yleistä monien metallien tuotannossa.

Elektroniikkateollisuus on vielä alkutaipaleella siinä, miten raaka-aineiden ja valmistuksen päästöjä pystytään vähentämään. Yksilön on myös hyvin hankala saada tarkempaa tietoa raaka-aineista tai valmistuksesta.

Uudella puhelimella on siis suuret päästöt. Ja mitä vähemmän aikaa puhelin pysyy käytössä, sitä suuremmaksi päästöt myös jäävät (eivät jakaudu usealle vuodelle). Paras tapa pienentää puhelimen hiilijalanjälkeä onkin käyttää puhelinta pitkään. Ja uuden ostamisen sijaan valita käytetty puhelin.

Kysymys 3. Mitä tarkoitetaan suunnitellulla vanhenemisella?

- a) **Strategiaa, jolla tarkoituksenmukaisesti lyhennetään tuotteiden käyttöikä (oikea vastaus)**
- b) Strategiaa, jolla tarkoituksellisesti pidennetään tuotteiden käyttöikä
- c) Strategiaa, jolla vastuu käyttöiästä sysätään kuluttajille.

Suunniteltu vanheneminen tarkoittaa sitä, että teollisesti tuotettu tuote (esim. puhelin tai vaate) suunnitellaan niin, että se ei pysy käyttökelpoisena niin pitkään kuin sen olisi mahdollista pitää käyttökelpoisena. Tarkoituksena on luoda tarpeita ostaa uusi tuote, jotta yritykset saisivat enemmän rahaa myynnistä.

Suunniteltu vanheneminen voi olla esimerkiksi sitä, että ohjelmistopäivityksillä hidastetaan vanhempia puhelinmalleja. Se voi olla myös huonolaatuisten materiaalien käyttöä, jolloin esimerkiksi vaatteen kangas kuluu pian käyttökelvottomaksi.

Suunniteltu vanheneminen voi estää myös tuotteiden korjaamista tai osien uusimista. Yksi tehokkaimmista muodoista on psykologinen vanheneminen: ostamme uutta, koska käyttämämme tuote saadaan esimerkiksi markkinoinnin avulla tuntumaan vanhalta, vaikka se olisi teknisten / fyysisten ominaisuuksien kannalta vielä ihan käyttökelpoinen.

Kysymys 4. Mitä tarkoitetaan elämiseen riittäväillä palkoilla?

- a) Laillista minimipalkkaa, jota yrityksen on maksettava työntekijöilleen.
- b) **Palkkaa, jolla työntekijä ja hänen perheensä voivat saavuttaa kohtuullisen elintason. (oikea vastaus)**
- c) Palkkaa, jota vain yritysten ylimmän tason johtajat voivat ansaita.

Elämiseen riittävä palkka tarkoittaa ansiota, joka mahdollistaa kohtuullisen elintason työntekijälle ja hänen perheelleen: He saavat kylliksi ravitsevaa ruokaa, riittävän asumisen ja vaatetuksen. Heillä on pääsy terveydenhuoltoon ja mahdollisuus lasten kouluttautumiseen. Se mahdollistaa myös säästöjen kerryttämisen.

Esimerkiksi vaateteollisuudessa vaatetyöntekijöiden saama minimipalkka on [keskimäärin vain alle puolet](#) paikallisen elämiseen riittävän palkan tasosta.

Oikeus elämiseen riittävään palkkaan on YK:n tunnustama ihmisoikeus.

Elämiseen riittävä palkka ei ole läheskään ainut ihmisoikeusongelma joka on kulutustuotteidemme tuotantoketjuissa. Se on kuitenkin yksi perustavanlaatuisimmista, sillä ilman riittävää ansiota työntekijät joutuvat esimerkiksi tekemään paljon ylitöitä. Lisäksi työntekijät ovat erittäin haavoittuvassa asemassa, sillä he eivät välttämättä uskalla vaatia oikeuksiaan työn menettämisen pelossa.

Kysymys 5. Mitä tarkoitetaan tehdaslistalla?

- a) **Taulukko, jossa on yrityksen valmistuttamien tuotteiden tuotantopaikat, joissa yritys valmistuttaa tuotteitaan (oikea vastaus)**
- b) Taulukko, jossa on tehtaan työntekijöiden nimet
- c) Taulukko, jossa on tehtaan eettinen ohjeisto

Tehdaslista tarkoittaa kaikessa yksinkertaisuudessaan taulukkoa (mieluiten Excel-tili), jossa on listattu tuotantopaikat, joissa yritys valmistuttaa tuotteitaan. Tuotantopaikan nimen lisäksi siinä on kerrottu tuotantopaikan emoyhtiö, osoite ja maa. Lisäksi siinä kerrotaan, mitä tuotteita yritys kyseisessä tuotantolaitoksessa valmistaa.

Pelkkä tehdaslista ei takaa, että kyseisillä tehtailla kaikki olisi ympäristön ja ihmisoikeuksien osalta kunnossa. Mutta tehdaslistat ovat tärkeitä siitä syystä, että kun tietty epäkohta tulee ilmi tietyllä tehtaalla, voidaan tehdas ja siellä vaatteita tuottava yritys yhdistää, ja näin saada yritys vastuuseen. Esimerkiksi jos tehdasrakennuksessa havaitaan turvallisuuspuutteita, pitää tuotteita valmistuttavan yrityksen osallistua kustannuksiin, jotka rakennuksen korjauksesta aiheutuu.

Läpinäkyvyys on yksi olennainen osa vastuullisuutta. Ilman sitä ei voida laittaa yrityksiä vastuuseen heidän toimistaan, eikä arvioida tuotannon riskejä.

Dia 18: Tietovisan yhteenveto

Mitä opittiin? Mikä oli yllättävin vastaus? Mikä oli jo tuttua? Keskustele vieruskaverin kanssa.

Dia 19: Tehtävä: Pieni vastuullisuuseritys

Tarkoitus:

Syventää tiedonhakutaitoja ja vastuullisuuskutaitoa. Oman tutkimuksen kautta saada ymmärrystä vastuullisuudesta.

Harjoituksessa päästään itse tutkimaan, mitä yritykset kertovat vastuullisuudesta ja mitä siitä tiedosta voi päätellä.

Vastuullisuus-sanaa käytetään aika leväperäisesti. Yritys ei voi väittää olevansa vastuullinen, jollei se kerro tarkasti, mitä se oikeastaan tekee ympäristön ja ihmisoikeuksien eteen.

Yritysten vastuullisuusviestintään valmistellaan lainsäädäntöä, joka vähentää viherpesua, mutta ainakin vielä saa olla hyvin tarkkana, kun lukee yritysten vastuullisuustietoja. Tietoa kannattaa tarkastella kriittisellä silmällä.

Seuraavassa käydään muutamien kysymysten kautta konkreettisesti läpi, miten vastuullisuustietoa voi etsiä ja löytäänsä tarkastella.

Dia 20: Ohjeet

Tehtävä voidaan tehdä Padlet-alustalla tai esim. tekstitiedostoon. **Jos käytät Padlet-alustaa, tee ensin käyttöösi kopio linkin takaa löytyvästä Padletista: www.padlet.com/eetti/vastuullisuuseritys**

1. Ohjeista ensin, mihin vastaukset kerätään: Padlet-alustalle, tekstitiedostoon vai johonkin muuhun opiskelijoille tuttuun ympäristöön
2. Osallistujat valitsevat pareittain tai pienissä ryhmissä vaateyrityksen, jonka toiminnan vastuullisuutta he haluavat tarkastella.
3. Vastaukset kysymyksiin etsitään yrityksen verkkosivuilta tai googlaamalla
4. Vastaukset voi poimia talteen leikkaa-liimamalla teksti
5. Huom: Myös se on tulos, jos tietoa ei löydy!
6. Aikaa on rajatusti ja tarkoitus on nähdä, mitä tässä ajassa on mahdollista saada eri yritysten vastuullisuustyöstä selville.

7. Ei siis kannata turhautua, jos ette ehdi löytämään vastauksia kaikkiin kysymyksiin.
-

Dia 21: Tehtävän kysymykset

1. Ilmasto: Millä sanoilla yritys kertoo sen aiheuttamien päästöjen määrästä? Kopioi yrityksen kertoma tieto vastaukseen (max. 4 lausetta).
 2. Ympäristö: Millä sanoin yritys kertoo käyttämiensä materiaalien ympäristöystävällisyydestä?
 3. Ihmisoikeudet: Onko yritys sitoutunut elämiseen riittävien palkkojen edistämiseen sen tuotantoketjussa? Kopio yrityksen kertoma tieto vastaukseen.
 4. Läpinäkyvyys: Missä yrityksen tuotteet on valmistettu? Kopio yrityksen kertoma tieto vastaukseen.
-

Dia 22: Mistä / miten etsiä tietoa?

- Suurimmalla osalla yrityksistä on verkkosivuillaan vastuullisuus / sustainability -osio, jonka löydät ylä- tai alavalikosta.
- Joidenkin brändien sivuilla ei ole tällaista osiota, vaan ohjataan suoraan brändin omistavan emoyrityksen sivuille, jossa on tietoa koko yrityksen toiminnan vastuullisuudesta.
- Vastuullisuustieto pitäisi olla helposti löydettävissä nettisivuilta, mutta aina se ei sitä ole. Siksi välillä täytyy turvautua Googleen.
- Kirjoita brändin nimi ja haettava termi. Hakutuloksista on hyvä käyttää vain brändin tai sen omistavan yrityksen nettisivuja, ei muita hakutuloksia. Näin varmistat, että tieto on oikeasti yritykseltä itseltään.
- Tiedonhakua varten kysymykset voi jakaa ryhmäläisten kesken tai etsiä vastaukset kaikkiin kysymyksiin yhdessä.

Ohjeista, mihin tieto kerätään: Padlet, tekstitiedosto vai jokin muu paikka.

Tehtävän kesto: 15 minuuttia aikaa etsiä tiedot. Ilmoita pari minuuttia ennen kuin aika on täynnä, että aika loppuu kohta.

Dia 24: Yhteenveto

Mitä vastaukset tarkoittavat ja mitä niistä voi päätellä? Nostetaan muutama esimerkki jokaisesta kysymyksestä.

- Miltä tehtävää tuntui tehdä?
 - Oliko tietoa helppo löytää?
 - Kertoivatko yritykset selkeästi vastuullisuudesta?
 - Tehtävä varmasti herätti turhautumista. Se, ettei vastauksia löytynyt, ei johdu sinusta vaan siitä, ettei moni yritys kerro näitä tietoja.
 - Tehtävällä haluttiin osoittaa, että vastuullisuustietojen etsiminen on vaikeaa. Yritykset usein omassa viestinnässään käyttävät epämääräisiä ilmaisuja ja kertovat enemmän heille mieluisista asioista: vastuullisuuden arviointi ei ole aina helppoa pelkästään sen perusteella, mitä yritys itse kertoo omasta toiminnastaan!
 - Tuotteiden vastuullisuustiedot tulisi olla kuluttajille selkeästi esillä.
-

Dia 25: Yritysvastuu, kestävä kuluttaminen ja kansalaisaktivismi

Tarkoitus:

“Ongelmista kohti ratkaisuja”. Millaisia ratkaisuja on jo tehty ja pitäisi tehdä/tullaan tekemään näihin ongelmiin. Hyvä painottaa myös jo tapahtuneita onnistumisia, ei ainoastaan sitä, mitä kaikkea on vielä tehtävänä. Työ ei toki ole vielä tässä.

Käydään läpi sitä, kenen vastuulla on muutos kohti kestäviä tuotantotapoja sekä sitä, miten jokainen meistä voi tähän vaikuttaa.

Dia 26: Kenen vastuulla muutos?

Kenen vastuulla muutos kohti kestäviä tuotantotapoja ja kaiken kaikkiaan kestävää yhteiskuntaa on?

Ei le välttämättä hyödyllistä jäädä pallottelemaan sitä, kenen yksittäisen tahon vastuulla se on, vaan ymmärtää meidän kaikkien rooli ja vastuu muutoksessa: niin yrityksillä, päättäjillä kuin yksilöilläkin on osansa.

Esimerkkinä ihmisoikeudet: YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden mukaan (vuodelta 2011) **valtioilla** on velvollisuus suojella ihmisoikeuksia ja yrityksillä on vastuu kunnioittaa ihmisoikeuksia.

Velvollisuus ja vastuu eivät kuitenkaan valitettavasti tarkoita, että ihmisoikeudet toteutuisivat tällä hetkellä tuotantoketjuissa. Ihmisoikeuksien kunnioittaminen ei ole **yrietyksille** tällä hetkellä lakisääteistä.

Yksilöillä on tärkeä osansa ihmisoikeuksien edistäjänä: yksilöt voivat kirittää yrityksiä toiminaan läpinäkyvämmiin ja vastuullisempiin. Toisaalta yksilöt voivat myös kirittää **päättäjiä** tekemään kunnianhimoisempaa lainsäädäntöä.

Voisi ajatella, ettei yhden yksittäisen ihmisen teoilla ja painostuksella ole väliä, mutta kun tarpeeksi monta ihmisistä edistää samaa asiaa, saadaan aikaan joukkovoimaa, jolla voi olla erittäin suuri positiivinen vaikutus. Yksilöt voivat muuttaa maailmaa yhdessä esimerkiksi omissa lähipiireissään tai erilaisten järjestöjen kautta.

Dia 27: Miten voin vaikuttaa?

Yksilöiden rooli: usein puhutaan kulutusvalinnoista ja siitä, että voi vaikuttaa kulutuspäätöksillä. Toki silloin, kun ostaa jotain uutta, kannattaa miettiä, mitä eroa eri vaihtoehtojen vastuullisuudella on: onko tuote kotimainen, onko se tehty Euroopassa ja niin edelleen.

Mutta maailma ei muutu vastuulliseksi vaan jatkamalla kuluttamista kuten aina ennenkin ja vaihtamalla tuotteet hieman parempiin valintoihin. Meidän pitäisi myös kyseenalaistaa sitä, kuinka paljon me kulutamme ja vähentää ylikulutusta ja ylituotantoa.

Jokaisella on hyvä olla perustaidot hallussa, miten etsiä yritysten vastuullisuustietoa ja miten arvioida tiedon paikkaansapitävyyttä ja yritysten toiminnan vaikutuksia. Voimia kannattaa kuitenkin säästää myös itselle tärkeiden asioiden edistämiseen ja vaikuttamiseen.

Dia 28: Kansalaisaktivismi

Nuorille (alaikäisille):

- 1. Kasvata tietoa:** lue kirja, kuuntele podcast, katso video, keskustele muiden kanssa
- 2. Päivitä some:** täytä fiidisi innostavalla sisällöllä, josta opit uutta ja saat ideoita kestävämpään elämäntapaan ja uusiin rutiineihin - muista pitää mukana hyvän mielen kissavideot!
- 3. Jaa ajatuksiasi:** kerro kaverillesi kirppislöydöstäsi tai oppimistasi vastuullisuustiedosta ja inspiroi muita toimimaan kestävästi
- 4. Murra normeja:** sama vaate moniin juhliin, juttele lähipiirin kanssa siitä, mikä on kohtuullista kuluttamista
- 5. Kiritä yrityksiä:** laita viesti somessa tai kirjoita sähköposti ja kysy esimerkiksi sitä, maksetaanko brändin tehtaiden työntekijöille elämiseen riittävää palkkaa.
- 6. Lepää:** aktivismi tarvitsee vastapainoksi lepoa ja joutilaisuutta, jotta kukaan ei pala loppuun

Yli 18-vuotiaille lisäksi:

- Voit allekirjoittaa kansalaisaloitteita ja vetoamuksia
- Voit liittyä kansalaisjärjestön vapaaehtoistoimintaan
- Voit tukea järjestöjä rahallisesti kerta- ja kuukausilahjoituksilla

Dia 29: Tehtävä: kansalaisaktivismi

Tarkoitus:

Herätellä osallistujia pohtimaan aktiivista kansalaisuutta omasta näkökulmasta ja omien ajatusten kautta. Tätä kautta voi kannustaa tai ainakin herättää ajatuksen siitä, millaisia konkreettisia tekoja voi elämässään tehdä.

Viimeisenä tehtävänä vielä pohditaan omia vaikuttamisen keinoja.

Minkä konkreettisen vaikuttamisteon teen seuraavaksi?

Käydään läpi vastauksia.

Dia 30: Yhteenveto

Lyhyt parikeskustelu, jossa pääsee refleктоimaan, mitä on työpajan aikana oppinut.

Dia 31-32: Mitä opit työpajasta?

Kaksi kysymystä, joissa oppilaat saavat vastata, mitä työpajasta jäi heille käteen.