Escape Rooms for Green Entrepreneurship

SEKWENCJA PEDAGOGICZNA

Szał zakupów w nowym GreenMall



GŁÓWNE TEMATY

Kosmetyki | Zdrowie | Wpływ na środowisko

Grupa docelowa: osoby w wieku 16+
Czas trwania: 4 sesje (po ok. 45-60 minut każda)

Wstęp

Produkty kosmetyczne są częścią codziennego życia, jednak ich wpływ na zdrowie ludzi i środowisko jest często słabo poznany. Składniki takie jak mikroplastik, substancje zaburzające gospodarkę hormonalną i trwałe substancje chemiczne mogą stanowić zagrożenie dla konsumentów i ekosystemów, a strategie marketingowe często promują wizerunki „naturalne" lub „czyste", które nie zawsze są uzasadnione naukowo.

Ta sekwencja dydaktyczna przygotowuje uczestników do gry w escape roomie „Szal zakupów w nowym GreenMall", w celu lepszego zrozumienia ukrytych wyzwań. Podczas czterech sesji uczestnicy zgłębiają zagrożenia dla zdrowia, wpływ na środowisko i praktyki greenwashingu, co pozwala im odgrywać rolę świadomych badaczy podczas gry.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Escape Rooms for Green Entrepreneurship

Przegląd sekwencji pedagogicznej

SESJA	TEMAT	GŁÓWNY CEL	KLUCZOWE METODY
1	Podstawy dot. kosmetyków i zdrowia	Składniki i zagrożenia dla zdrowia	Prezentacja, dyskusja, analiza etykiet
2	Wpływ kosmetyków na środowisko	Zanieczyszczenie i zużycie zasobów	Analiza przypadku, analiza wizualna
3	Greenwashing w kosmetykach	Marketing kontra rzeczywistość	Analiza reklam, zadania porównawcze
4	Odpowiedzialna konsumpcja	Świadome wybory i synteza	Tworzenie listy kontrolnej, briefing gry



Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

SESJA 1: Kosmetyki i zdrowie

Cel

Przedstawienie produktów kosmetyczne, ich składu i potencjalnego zagrożenia dla zdrowia

Rezultaty uczenia się

Uczniowie będą potrafili:

- Zidentyfikować powszechne kategorie potencjalnie szkodliwych składników kosmetycznych
- Wyjaśnić, dlaczego niektóre składniki kosmetyków mogą stanowić zagrożenie dla zdrowia

Kluczowe koncepcje, definicje i przykłady

Do powszechnych kategorii składników kosmetycznych mogących stanowić zagrożenie dla zdrowia należą:

Składniki budzące obawy

MI/MCI - silne substancje uczulające skórę, które mogą również szkodzić organizmom wodnym.
Hydantoina DMDM - uwalnia niewielkie ilości formaldehydu i może powodować alergiczne zapalenie skóry.
Parfum, limonen, linalool - mogą wywoływać podrażnienia lub alergie na substancje zapachowe.
Polietylen lub PMMA - trwałe mikroplastiki, które gromadzą się w ekosystemach.
Oksybenzon - może powodować reakcje skórne i niekorzystnie wpływać na organizmy wodne.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Konserwanty

Składniki te zapobiegają rozwojowi bakterii i pleśni, co jest niezbędne dla bezpieczeństwa produktu. Niektóre konserwanty mogą jednak zaburzać równowagę hormonalną. Długotrwała lub powtarzająca się ekspozycja może również zwiększać ryzyko podrażnienia skóry lub reakcji alergicznych, szczególnie u osób wrażliwych.

Zapachy

Substancje zapachowe dodaje się w celu poprawienia zapachu produktów kosmetycznych, ale mogą one zawierać dziesiątki nieujawnionych związków chemicznych. Niektóre z tych substancji są znanymi alergenami i mogą powodować podrażnienia skóry, bóle głowy lub dolegliwości oddechowe. Ponieważ formuły zapachowe są często chronione tajemnicą handlową, konsumenci mogą nie wiedzieć dokładnie, na co są narażeni.

Składniki na bazie plastiku

Składniki te służą do poprawy tekstury, trwałości lub wyglądu. Mogą one przyczyniać się do narażenia na mikroplastik, ponieważ drobne cząsteczki mogą uwalniać się podczas użytkowania i prania. Chociaż wpływ na zdrowie jest nadal badany, obawy dotyczą kumulacji w organizmie i pośredniego wpływu na zanieczyszczenie środowiska.

Chemiczne filtry UV stosowane w kremach przeciwsłonecznych

Filtry te chronią skórę przed promieniowaniem UV, ale niektóre mogą powodować podrażnienia. Niektóre filtry są również powiązane z alergiami skórnymi. Dlatego zaleca się ostrożność, szczególnie w przypadku dzieci i osób często korzystających z filtrów.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Działania

- Wprowadzenie kluczowych pojęć za pomocą prostych list składników
- Kierowane czytanie etykiet kosmetyków. **Produkty do przeanalizowania:** silnie perfumowany spray do ciała, peeling do twarzy zawierający składniki na bazie tworzyw sztucznych, jednorazowe chusteczki kosmetyczne oraz krem przeciwsłoneczny zawierający potencjalnie problematyczne filtry UV. Uczniowie sprawdzają, co sprawia, że każdy z tych produktów budzi wątpliwości.
- Identyfikacja kategorii składników (konserwanty, substancje zapachowe, barwniki)
- Dyskusja grupowa: „Dlaczego konsumenci zazwyczaj nie czytają list składników?”

Ocena

Karta podsumowująca: podaj nazwę jednej kategorii składników i jej funkcję.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

SESJA 2: Wpływ kosmetyków na środowisko

Cel

Zdobycie wiedzy na temat wpływu produktów kosmetycznych na ekosystemy w całym swoim cyklu życia.

Rezultaty uczenia się

Uczniowie będą potrafili:

- Zdefiniować, czym jest mikroplastik i zanieczyszczenie chemiczne
- Określić główne rodzaje wpływu produktów kosmetycznych na środowisko
- Wyjaśnić, w jaki sposób produkty kosmetyczne przyczyniają się do zanieczyszczenia wody i ścieków

Kluczowe koncepcje, definicje i przykłady

Mikroplastik

Mikroplastik to bardzo małe cząsteczki plastiku, celowo dodawane do produktów lub powstające w wyniku rozpadu większych plastikowych przedmiotów. W kosmetykach mikroplastik jest stosowany w produktach takich jak peelingi lub uwalniany ze składników na bazie plastiku. Po użyciu jest spłukiwany do kanalizacji, przechodzi przez systemy uzdatniania wody i kumuluje się w rzekach i oceanach, gdzie może szkodzić organizmom wodnym.

Zanieczyszczenie chemiczne

Zanieczyszczenie chemiczne występuje, gdy szkodliwe lub trwałe substancje są uwalniane do środowiska, zanieczyszczając wodę, glebę lub powietrze. Składniki kosmetyków, takie jak konserwanty, substancje zapachowe czy filtry UV, mogą przedostawać się do ekosystemów wraz ze ściekami. Chemikalia te mogą zatrzymywać się w środowisku, zaburzać rozwój organizmów wodnych i kumulować się w łańcuchach pokarmowych.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Escape Rooms for Green Entrepreneurship

Wpływ produktów kosmetycznych na środowisko

Odnosi się to do negatywnego wpływu, jaki wywierają one na ekosystemy w całym swoim cyklu życia. Wpływ ten obejmuje zanieczyszczenie wody składnikami zmywanymi podczas użytkowania, wytwarzanie odpadów z opakowań jednorazowego użytku oraz zużycie zasobów w procesie produkcji. Transport i procesy produkcyjne również przyczyniają się do emisji gazów cieplarnianych.

Zanieczyszczenie wody i odpadów

Zanieczyszczenie wody i odpadów wynika z uwalniania substancji i materiałów, których ekosystemy nie są w stanie łatwo wchłonąć ani rozłożyć. Produkty kosmetyczne przyczyniają się do zanieczyszczenia wody, gdy substancje chemiczne i mikroplastik przedostają się do systemów kanalizacyjnych, a także do zanieczyszczenia odpadami poprzez opakowania plastikowe, które często trudno poddać recyklingowi. Z czasem prowadzi to do akumulacji na wysypiskach i w środowisku naturalnym.

Działania

- Wprowadzenie kluczowych pojęć wraz z przykładami
- Wizualna analiza cyklu życia produktu kosmetycznego
- Dyskusja w małej grupie: „Na jakich etapach występuje zanieczyszczenie?”
- Krótkie studium przypadku dotyczące mikroplastiku w wodzie butelkowanej

Ocena

Ćwiczenie polegające na łączeniu jednego składnika kosmetyku z jego wpływem na środowisko.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

SESJA 3: Greenwashing i wprowadzające w błąd twierdzenia dotyczące kosmetyków

Cel

Identyfikacja oszukańczych strategii marketingowych stosowanych w przemyśle kosmetycznym.

Rezultaty uczenia się

Uczniowie będą potrafili:

- Zdefiniować greenwashing w kontekście kosmetyków
- Identyfikować wprowadzające w błąd twierdzenia marketingowe dotyczące kosmetyków
- Rozróżniać ekoetykiety wiarygodne i wątpliwe

Kluczowe koncepcje, definicje i przykłady

Greenwashing

Greenwashing w kosmetyce odnosi się do praktyk marketingowych, które sprawiają, że produkt kosmetyczny wydaje się bardziej przyjazny dla środowiska lub zdrowszy, niż jest w rzeczywistości. Marki mogą używać niejasnych terminów, atrakcyjnych, ekologicznych obrazów lub wybiórczych informacji, aby sugerować zrównoważony rozwój, podczas gdy składniki produktu, opakowanie lub łańcuch dostaw pozostają szkodliwe lub słabo udokumentowane.

Wprowadzające w błąd twierdzenia marketingowe

Są to stwierdzenia lub wizualizacje sugerujące korzyści, które są przesadzone, niejasne lub niepoparte dowodami. W kosmetyce obejmują one takie terminy jak „naturalny", „czysty" lub „bez chemikaliów", które nie mają ścisłej definicji prawnej. Takie twierdzenia mogą odwracać uwagę konsumentów od problematycznych składników lub wpływu na środowisko.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Escape Rooms for Green Entrepreneurship

Etykiety ekologiczne

Etykiety ekologiczne to symbole lub certyfikaty mające na celu potwierdzenie, że produkt spełnia określone standardy środowiskowe lub etyczne. Wiarygodne ekoetykiety są wydawane przez niezależne organizacje, spełniają jasne kryteria i wymagają zewnętrznych audytów, natomiast wątpliwe ekoetykiety są często tworzone przez same marki, charakteryzują się brakiem przejrzystości lub opierają się na niejasnych standardach, przez co stanowią raczej narzędzie marketingowe niż gwarancję.

Przejrzystość/Transparentność

Przejrzystość odnosi się do stopnia, w jakim marka otwarcie dzieli się informacjami o swoich składnikach, źródłach pochodzenia, certyfikatach i wpływie na środowisko. W przypadku kosmetyków, marki transparentne udostępniają jasne listy składników, wyjaśniają swoje twierdzenia i powołują się na wiarygodne certyfikaty, ułatwiając konsumentom weryfikację, czy twierdzenia dotyczące zrównoważonego rozwoju są wiarygodne, czy też wprowadzają w błąd.

Wiarygodność certyfikacji

Wiarygodność certyfikacji określa, jak wiarygodna i godna zaufania jest etykieta lub certyfikat, w zależności od tego, kto je wydaje i jak egzekwowane są standardy. W sektorze kosmetycznym wiarygodnymi certyfikatami zarządzają niezależne organy, które stosują jasne kryteria i regularnie przeprowadzają audyty, podczas gdy etykiety o niskiej wiarygodności często nie podlegają nadzorowi i są wykorzystywane głównie jako narzędzia marketingowe.

Działania

- Wprowadzenie kluczowych pojęć z wykorzystaniem prawdziwych reklam kosmetyków
- Analiza reklam: identyfikacja niejasnego języka i wprowadzających w błąd obrazów
- Zadanie dot. sortowania etykiet: ekoetykiety wiarygodne i wątpliwe
- Dyskusja grupowa: „Co sprawia, że twierdzenie jest wiarygodne?”

Ocena

- Grupowa refleksja: jedno twierdzenie dot. kosmetyków, które teraz kwestionujecie, i dlaczego.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Escape Rooms for Green Entrepreneurship

SESJA 4: Odpowiedzialna konsumpcja kosmetyków i przygotowanie escape roomu

Cel

Umożliwić uczniom podejmowanie świadomych wyborów dot. kosmetyków i przygotowanie się do gry.

Rezultaty uczenia się

Uczniowie będą potrafili:

- Zdefiniować odpowiedzialne używanie kosmetyków
- Zastosować kryteria zdrowotne i środowiskowe przy wyborze kosmetyków
- Wykorzystać kluczowe koncepcje do zbadania produktów podczas gry w escape roomie

Kluczowe koncepcje, definicje i przykłady

Odpowiedzialne używanie kosmetyków

Odpowiedzialne używanie kosmetyków oznacza wybór produktów kosmetycznych z uwzględnieniem ich potencjalnego wpływu na zdrowie i środowisko, a nie wyłącznie na cenę czy wygląd. Wiąże się to z czytaniem składów, sprawdzaniem zapewnień marketingowych i wyborem produktów z bezpieczniejszymi składnikami, wiarygodnymi certyfikatami i mniejszym wpływem na środowisko.

Zasada ostrożności

Podejście to prowadzi do unikania substancji lub produktów, gdy istnieje naukowa wątpliwość co do potencjalnych zagrożeń dla zdrowia lub środowiska. W kosmetyce oznacza to ograniczenie stosowania produktów zawierających podejrzane substancje chemiczne, nawet jeśli nie ma jednoznacznych dowodów na ich szkodliwość.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Podejmowanie świadomych decyzji

Proces ten polega na dokonywaniu wyborów w oparciu o zweryfikowane informacje i jasne kryteria dotyczące ryzyka związanego ze składnikami, wpływu na środowisko i wiarygodności etykiety, aby zbadać produkty i uzasadnić, czy są one akceptowalne, wątpliwe lub wprowadzające w błąd.

Przykładowe kryteria związane ze zdrowiem

- Bezpieczeństwo składników: preferowanie produktów bez składników podejrzewanych o silne alergeny lub substancje drażniące.
- Zawartość substancji zapachowych: ograniczenie lub unikanie produktów o nieokreślonym zapachu, zwłaszcza w przypadku skóry wrażliwej.
- Przejrzystość receptury: czytelne i kompletne listy składników pozwalają konsumentom zidentyfikować potencjalne zagrożenia.

Przykładowe kryteria środowiskowe

- Brak mikroplastiku: produkty bez składników na bazie plastiku, które przyczyniają się do zanieczyszczenia wody.
- Wpływ opakowań: opakowania o zmniejszonej pojemności, nadające się do recyklingu, ponownego napełniania lub ponownego wykorzystania w celu ograniczenia ilości odpadów.
- Wpływ cyklu życia: uwzględnienie sposobu produkcji, użytkowania i utylizacji produktu, w tym zużycia wody i energii.

Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Działania

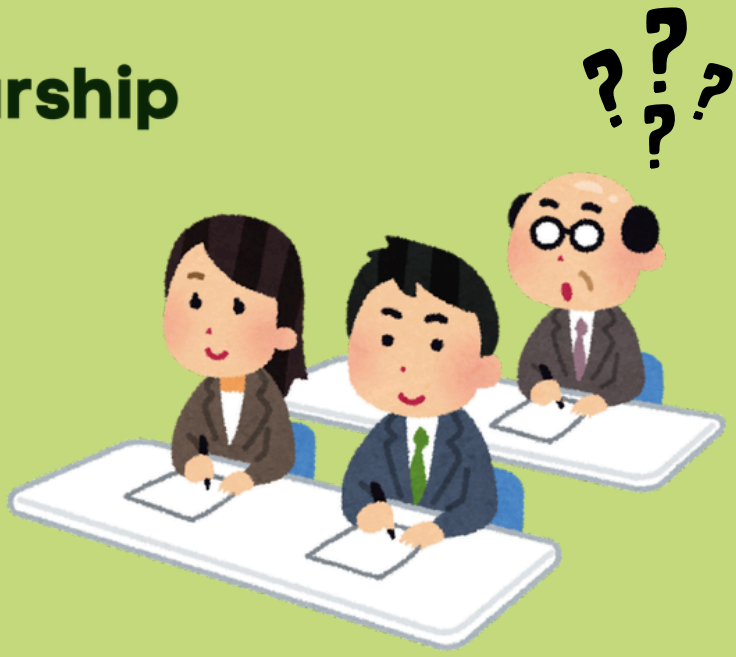
- Grupowe stworzenie „listy kontrolnej kosmetyków ekologicznych”
- Zadanie porównawcze: oceń dwa podobne produkty kosmetyczne
- Podsumowująca dyskusja łącząca tematy zdrowia, środowiska i marketingu
- Instruktaż dotyczący escape roomu: wyjaśnienie, w jaki sposób wskazówki związane z kosmetykami łączą się z poznanymi koncepcjami

Ocena

Uczniowie, pracując w parach, przygotowują krótką prezentację, w której wyjaśniają, czy dany produkt powinien być sprzedawany w GreenMall, odwołując się do argumentów dotyczących zdrowia i środowiska.

SEKWENCJA PEDAGOGICZNA

Escape Rooms for Green Entrepreneurship



Dofinansowane przez Unię Europejską

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.