



*Kdo, kde a jak vyrobil zboží naší denní spotřeby? Přijďte zvážit své oblečení, rozebrat mobil v nadživotní velikosti či zaplatit za čokoládu pěstiteli kakaovníku. Dozvíte se tak něco o okolnostech výroby věcí i o pozadí mezinárodního obchodování.*



*Výstava pod záštitou výtvarníka Petra Nikla.*



## PRŮVODCE VÝSTAVOU „SUPERMARKET SVĚT“ – Menší verze výstavy

Supermarket SVĚT je interaktivní výstava, která vznikla ve spolupráci organizací NaZemi – společnost pro fair trade (Česká republika), Živica (Slovensko), Fair Trade Hellas (Řecko) a Humanitas (Slovinsko) v rámci projektu **Svět v nákupním košíku**. Výstava je určena středním školám a funkční je i pro žáky 8. a 9. tříd.

Co vlastně Supermarket SVĚT nabízí? Prohlídka, postavena na činnosti a prožitku, nabízí jiný pohled na naše nákupy. Témata jsme zvolili tak, aby zachycovala příběhy zboží naší denní spotřeby. Výstava se zaměřuje na sdělení, která na obchodních pultech většinou schází – jako např. odkud se zboží vzalo, za jakých podmínek bylo vyrobeno či kdo na tom co ztratil nebo získal? Naším cílem bylo mimo jiné vytvořit prostor, kde se budou studenti cítit dobře a o tématech se něco dozví tím, že si něco sami vyzkoušejí .

### Obecné cíle výstavy:

- studenti jmenují aspoň jedno globální propojení, které mají s někým na druhé straně světa,
- studenti se zamyslí nad tím, co by se dalo změnit k lepšímu – aspoň jedna inspirace
- studenti si uvědomí, že produkty, které kupujeme, mají nezamýšlené dopady na lidi a životní prostředí jinde ve světě. Co s tím můžeme dělat?

## VÝSTUPY

### Oddělení mobil

- studenti si uvědomí, že při výrobě elektroniky se používají drahé kovy,
- uvědomí si stoupající spotřebu elektroniky (*Kolikátý máte mobil?*),
- dozví se o cestování elektronického odpadu po světě

### Oddělení čokolád

- studenti vysvětlí základní principy konceptu fair trade,
- vysvětlí jakou změnu fair trade přináší pěstitelům oproti běžnému obchodu

### Oddělení novin

- studenti si uvědomí, že věci lze změnit, když se lidé spojí a vzájemně podpoří (tlak spotřebitelů – pískování; aktivismus místního obyvatelstva – Kérala; různé firmy poskytující různou kvalitu“ recyklace elektroniky).

### Oddělení módy

- studenti dokáží pochopit jakou tmavou stránku skrývají „výkřiky módy“
- studenti rozumí vlivu výroby bavlněného textilu na lidi,
- mají představu o pracovních podmínkách v textilních továrnách

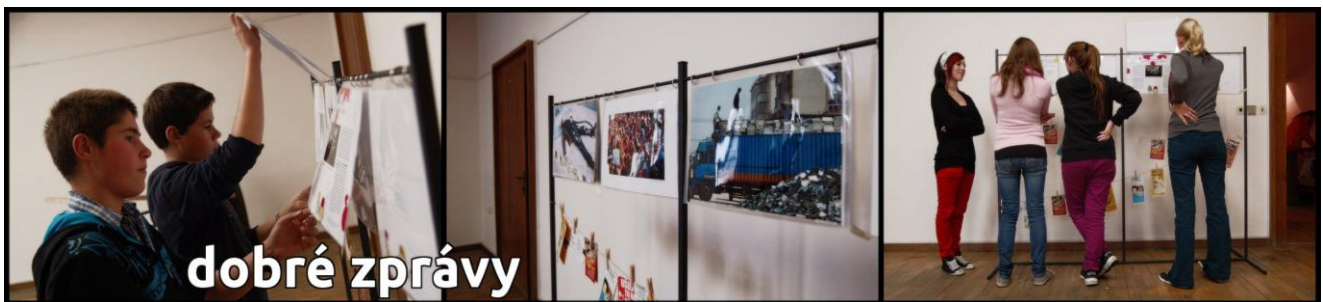
## POPIS OBJEKTŮ

Výstava se skládá z **4 tématických stanovišť** a **dvou úvodních bannerů** v dřevěných prezentačních systémech. Všechny části je nejlépe instalovat do jednoho prostoru (třídy). Úvodní bannery lze eventuálně umístit před vchodem.

### Seznam objektů:

Úvodní banner „Výloha s reklamními plakáty“ (120 x 180 cm)	1 ks
Úvodní banner s otázkami „Průzkum veřejného mínění“ (120 x 180 cm)	1 ks
Dřevěné skládací stojany na bannery	2 ks
Oddělení mobilů – model mobilu (70 cm x 195 cm x 35 cm)	1 ks
Oddělení čokolád – nakláněcí stůl (110 cm x 180 cm x 100 cm)	1 ks
Oddělení novin:	
Rám (190 cm x 160 cm x 70 cm)	1 ks
„Dobré zprávy“ (otáčecí kalendáře)	4 ks
Oddělení módy – oblečená figurína na podstavci s mp3 v kapse	1 ks
- oblečení:	
oboustranná bunda	1 ks
oboustranná mikina	1 ks
oboustranné tričko	1 ks
kalkhoty	1 ks
boty	1 pár
paruka	1 ks
- mp3 přehrávač	1 ks
- stojan - „němý sluha“	1 ks
- paraván: woodstand banner	1 ks
- katalog	1 ks
- podstavec: OSB desky 4ks	4 ks
šroubky + matky	15 ks
CD z podkresovou hudbou inspirovanou zvuky supermarketu	1 ks





## Úvodní a závěrečné aktivity

**Výloha** – úvodní banner s reklamními plakáty. Vstupní plakát je možné umístit před místnost s výstavou.

**Průzkum mínění** – úvodní banner s otázkami, k dispozici jsou fixy a lepíky, na které návštěvníci mohou odpovídat.

**Závěr** – shrnutí souvislostí našeho nakupování s životy lidí na jiné části planety

## Popis oddělení MOBILŮ

Stanoviště tvoří jeden objekt – 180 cm vysoký mobilní telefon, jehož přední kryt lze otevřít jako dvířka. Na displeji lze rozeznat části textů a fotek na trojhranech, ze kterých lze při jejich správném nastavení sestavit tři obrazovky. K tomu je však potřeba dostat se dovnitř objektu. Po odkrytí svrchního krytu lze najít otázky a pod několika plošnými deskami najít indície. Na základě čísel z těchto indicií se sestavuje trojmístný číselný kód, který otevírá druhou vrstvu telefonu.

Kód se sestaví při sečtení „čísla zbraně“ (47), počtu vzácných kovů na desce (18) a 5x počtu fotek elektronického odpadu (10: 9 fotek je pod krytem baterky zezadu mobilu a jedna pod plošnými deskami). Kód se tedy získá takto:  $47 + 18 + (5 \times 10) = 115$ . Po otevření poslední části objektu lze uchopit madla, která ovládají trojhrany tvořící displej a je možné z nich vytvořit celkem 3 obrazovky s informacemi či příběhy, které souvisejí se 3 otázkami napsanými na dvířkách.

Indície představují okolnosti, které provází výrobu mobilních telefonů a elektroniky obecně. Odkazují na těžbu drahých kovů (která dlouhodobě podporovala konflikt v Demokratické republice Kongo) a na nakládání s elektronickým odpadem, který dnes putuje kolem celého světa do zemí globálního Jihu.

## Popis oddělení ČOKOLÁDY

Stanoviště ČOKOLÁD je tvořeno stolem, který lze naklápět. Ve stole jsou zabudovány dvě dráhy s kresbami a popisky, v každé stejný počet kuliček. Při naklopení stolu kuličky procházejí drahami a lze pozorovat, kde se kuličky zachycují. Na konec obou drah dojde různý počet kuliček.

Dráhy představují zjednodušené systémy obchodování s kakaem. Na začátku je kuličkami znázorněna cena čokolády, kterou platíme (100%) a postupně se peníze rozdělují mezi všechny obchody a prostředníky. Dráha čokolády ze systému Fair trade obsahuje méně prostředníků, jelikož tento systém je postaven mimo jiné na principu zkrácení výrobního řetězce za účelem většího zisku pro producenty. Druhá dráha představuje konvenční čokoládu.

Je důležité zmínit, že údaje platí pro dvě zvolené čokolády a nelze je generalizovat pro zbytek čokolád, ať už férových či konvenčních. Procentuální rozdělení bylo vytvořeno na základě dvou konkrétních čokolád.

## Popis oddělení MÓDY

Figurína má na sobě novou kolekci streetového oblečení značky BeWilder (anglicky: „be wilder“ = buď divočejší, „bewilder“ = nejt na rozum, zmást), ve sluchátkách běží reklamní slogan s výzvou na otočení oblečení naruby.

Oblečení je oboustranné, studenti sundávají jednotlivé vrstvy a postupně se dostávají až „na kůži“, k člověku. Každá vrstva popisuje určitý problém spojený s textilním průmyslem, jedna strana popisuje dosavadní fungování, druhá odkazuje na mezinárodní úmluvy o lidských a pracovních právech:

Oblečení	Téma	Prvky
Bunda	Marketing, reklama	Wordcloud ze slov používaných v reklamě mp3 přehrávač s reklamou
	Odbory	Wordcloud ze slov z Deklarace lidských práv panáčky spojující se u zipu (odborní, jejich ochranná funkce)
Mikina	Dělní zisk	Barevné látky, ukazující poměr rozdělení zisku nášivka s „legendou“ k barvám
	Living wage	Barevné látky, ukazující důležitost potřeb, které má pokrýt living wage nášivka s „legendou“ k barvám
Tričko	Neplacené přesčasy	Piktogram „práce“ + počet hodin
	Trávení času	Piktogramy dalších, pro plnohodnotný život potřebných činností + počty hodin (počty hodin neznamenají konkrétní čas, který musí být věnován těmto činnostem)
Tělo	„kdo je za tím“	Obrázky lidí z továrny na výrobu textilu

## Popis oddělení NOVIN

Stanoviště tvoří čtyři příběhy zavěšené vedle sebe na železné konstrukci. Texty a fotky jsou v podobě otáčecích kalendářů. Návštěvník vždy vidí jen výřez fotky a otázku nad kterou může přemýšlet. Poté co si odpoví, obrátí list a spatří celou fotku. Příběhy jsou nejdříve zdokumentovány fotkami a na závěr obsahují stručný text shrnující celou tematiku.

Studenty lze motivovat tím, aby si vybrali jednu zprávu, na kterou se hlouběji zaměří. Mezi nohy stojanu je možné napnout provázek s připnutými letáky různých kampaní a akcí, které usilují o nápravu konkrétních problémů spojených s produkcí výrobků a lidskými právy.

## PROCES PROHLÍDKY

### Interaktivní výstava jako příležitost pro činnostní učení

Principem činnostního učení je nabývání nových poznatků a dovedností žáky názorně, vlastní činností a prožíváním za pomoci vhodných učebních materiálů a pomůcek.

Výstava Supermarket SVĚT nabízí výukový program přibližně na **60-90 minut**, který lze vést více způsoby. Usilujeme přitom o zachování prostoru, který výstava vytváří pro činnostní učení.

- dává žákům prostor ke konkrétním činnostem, samostatným úvahám a tvorbě vlastních otázek
- nabízí aktivní zapojení studenta do procesu učení.

Hlavním principem je samostatná práce studentů, kteří zkoumají objekty. Možnosti vedení se liší podle věkové skupiny a rozvahy učitele.

- Individuální činnosti všech žáků, tzv. individuálně-kolektivní výuka.
- Jedním způsobem (pro starší studenty) je po uvedení studentů do tématu nechat volný prostor pro přecházení mezi objekty. Studenti si tak sami vybírají, která stanoviště kdy navštíví. Dobré je připomenout, aby se na stanovištích nevytvořil přetlak a aby se studenti postupně pokusili navštívit všechna stanoviště. Samostatná prohlídka trvá většinou 30 - 45 minut.
- V případě když je více lektorů, může mít každý na starosti jen některé objekty a dle uvážení se studenty debatovat.
- Třídu (např. mladší studenty) lze rozdělit do skupin dle počtu stanovišť a určovat jim, kdy se mezi stanovišti přesunou (po 10-15 min). Nese to s sebou ovšem riziko úpadku zájmu, protože se nemohou volně pohybovat, podle toho, co je zajímavá, a určit si své tempo.
- Zaměření pozornosti mladších studentů může pomoci pracovní list rozdaný již na začátku prohlídky.
- V případě malé skupiny (méně než 10 studentů) lze výstavu procházet společně. Lektor by měl dopředu témata znát alespoň v **rozsahu tohoto manuálu** (viz. Infoboxy).

## ÚVOD

Před vstupem do místnosti lze studenty přivítat např. takto:

*Vítáme Vás v Supermarketu SVĚT, který provozuje organizace NaZemi. V tomto nákupním centru se podíváme tak trochu za regály se zbožím. Zaměříme se na to, co se skrývá za věcmi naší denní potřeby, na to, jaké jsou jejich příběhy. Zde je **Výkladní skříň** (úvodní banner s nákupním košíkem a inzeráty). Co vás zaujalo? Co očekáváte že by mohlo být vevnitř? Banner slouží k navození atmosféry nákupního centra a zároveň jsou v textech inzerátů obsažena témata a problémy s nimi spojené.*

V prostoru výstavy se všichni sejdou uprostřed mezi objekty, lektor jen stručně představí, co tu je za oddělení a jaké zboží a témata nabízí. Krátké představení slouží k orientaci a také trochu motivaci, pokud zajímavě formulujeme témata, která stanoviště nabízí (např.: **Zde si můžete koupit čokoládu a sledovat, kam vaše peníze plynou. Zde můžete rozebrat mobil a podívat se, jaké tajemství se skrývá uvnitř. Zde můžete vysledovat, jakou cestu urazí naše džíny předtím, než si je koupíme, a kdo stojí za naší módou. A zde si můžete přečíst zprávy ze světa, které jsme vám vybrali k nakupování.**

Před začátkem prohlídky upozorní lektor na anketu: *Supermarket SVĚT se zajímá o blaho a potřeby svých zákazníků. Velmi rádi se dozvíme vaše názory.* Lektor může některé otázky do pléna přímo položit: *V jakém zboží se vyznáte? Podle čeho si vybíráte, co nakupujete? Za co nejvíc utratíte?* Tyto otázky jsou sepsány na úvodním banneru – průzkum veřejného mínění. Tento **banner s otázkami** slouží k navození myšlenek týkajících se nakupování. Některé z nich si klademe, některé ne. Na otázky je (např. v průběhu výstavy) možné psát odpovědi na nalepovací papírky a ty pak nalepit do bílých polí. Otázky lze klást na začátku a vrátit se k nim v průběhu výstavy i na konci. Odpovědi mohou sloužit studentům ke sdílení nápadů a „toho jak to kdo má“ s ostatními.

## SHRNUTÍ prohlídky

Na závěr může lektor zvolit společnou reflexi prohlídky. Je dobré dát studentům prostor ke společnému sdílení. Každý si mohl odnést něco jiného, tak lze tyto střípky poskládat. S mladšími studenty je třeba více věci shrnovat s ohledem na výstupy. Také je zde možné dát prostor pro emoce, komentáře. Lze začít obecnou otázkou: *Co vás zaujalo?*

- Pak lze procházet jednotlivá stanoviště kromě oddělení novin. U každého stanoviště se lze ptát: *Co k tomu máte? Co vás zaujalo? Co jste se dozvěděli nového?* Poté lze klást konkrétnější otázky
- Další variantou zakončení, která se nám osvědčila, je rozdělení studentů mezi objekty, kdy pak vždy skupina představí (shrne) vybraný objekt. Studenti tak dostanou větší odpovědnost.

*Jaký máme na tyto problémy vliv? Můžeme je nějak řešit?* Poslední otázkou přistupte ke shrnutí stanoviště dobrých zpráv – oddělení Novin.

- Oddělení novin – dobré zprávy, příklady toho, jak lze věci změnit, když se lidé spojí a vzájemně Podpoří
- Zde je možné vrátit se k banneru s otázkami. Ty lze rozvést například otázkami: *Podle čeho si vybíráte, co kupujete? Koho svými penězi podporujete? Lze to měnit? Co je třeba pro ovlivnění změny? Kdo má ve světě moc? Jak chápete MOC, jak se projevuje?*



Objekt	Představení stanovišť	Poznámky k fungování	Otázky k reflexi	Výstupy
MOBIL	Studenty lze vyzvat, aby šli pátrat do útroby telefonu a zjistili odpovědi na otázky typu: <i>Co nás spojuje s válkou v Kongu? nebo Co má mobil společného s kalašnikovem?</i>	Mobil je třeba pravidelně zavírat a měnit čísla na kódu pro další skupiny. Můžete upozornit na to, že mobil lze prozkoumat z více stran.	<i>Jaká tajemství mobilu jste našli? Podařilo se vám rozluštit číselný kód? Jaký máme vztah k válce v Kongu? Co je to coltan? Co se děje s mobilem, když ho vyhodíme? Jak to ovlivňuje jiné lidi? Kolikátý máte mobil?</i>	Studenti <ul style="list-style-type: none"> <li>• si uvědomí používání drahých kovů v elektronice</li> <li>• si uvědomí stoupající spotřebu elektroniky (Kolikátý máte mobil?)</li> <li>• se dozví o cestování elektronického odpadu</li> </ul>
ČOKOLÁDA	<i>Podívejte se na dva druhy čokolády. Jaký je v nich rozdíl?</i>		<i>Čím se čokolády liší? Jaké výhody a povinnosti jsou v systému fair trade pro jednotlivé lidi v řetězci - pěstitele, obchodníka, zákazníka? Kdy se pěstiteli dostane větší část zaplacených peněz, když koupíte čokoládu nebo kakao?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• studenti vysvětlí základní principy fair trade a jakou změnu přináší pěstitelům oproti běžnému obchodu</li> </ul>
MÓDA	<i>Co se skrývá pod módními hesly? Kdo stojí za naším pocitem módnosti?</i>	<i>Je třeba pustit/zkontrolovat mp3 přehrávač Je vhodné instruovat studenty o opětovném oblečení figuríny</i>	<i>Co vás zaujalo? S čím si spojujete nápisy na bundě? K čemu jsou odbory? Co symbolizovaly barvy na mikině? Co je, co znamená BeWilder? Co se dá pořídit z living wage? Co znamenaly obrázky na tričku? Co jste našli pod vrstvami oblečení?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• studenti popíší podmínky v textilním průmyslu</li> <li>• popíší význam odborů</li> <li>• vysvětlí pojem „living wage“</li> </ul>
TISKOVINY	<i>Pro ty, koho už nebaví krvavý Blesk, máme nějaké dobré zprávy. A ty se týkají témat našeho nákupního centra.</i>	Je třeba obracet listy všech čtyř zpráv na začátek podle záložky pro nově přichozí studenty.	<i>Co vás zaujalo? Jsou to dobré zprávy? Proč se na ně dá takto nahlížet? Čím bylo způsobeno zlepšení? Lze to nějak zobecnit?</i>	Studenti <ul style="list-style-type: none"> <li>• získají inspiraci, jak se některé věci dají zlepšit</li> <li>• porozumí tomu, jak mohou lidé spoluprací a vzájemným informováním docílit změny některých problémů</li> </ul>

### Z čeho je náš mobil?

Mobilní telefon v sobě obsahuje několik desítek kovů (zlato, nikl, stříbro, platina, měď, chrom, cín, křemík a další). Jeho součástí jsou mikročipy, ve kterých se používají velmi tvrdé a vysoce vodivé prvky. Přibližně od roku 2000 se při výrobě mikročipů používá sloučenina columbitu a tantalitu, která se nazývá coltan. **Coltan** je matně černá ruda, ze které se získávají prvky niob a tantal. Díky své tvrdosti a vynikající vodivosti je coltan důležitou součástí při výrobě malých elektronických součástek do mobilních telefonů, počítačů a většiny moderní spotřební elektroniky.

Odhaduje se, že téměř 80 % světových zásob coltanu se nachází na území Demokratické republiky Kongo. V letech 1998 až 2003 zde probíhala „africká světová válka“. Do konfliktu se zapojilo 8 afrických zemí (Rwanda, Uganda, Burundi, Angola, Čad, Zimbabwe, DR Kongo a Súdán) a několik desítek guerillových skupin. Během války a dodnes trvajících nepokojů zahynulo již přes 5 milionů lidí.

Na konflikt, který byl veden zejména o kontrolu nad přírodním bohatstvím, měl zásadní vliv **světový obchod se surovinami**. Bojující strany konfliktu usilovaly zejména o ovládnutí nalezišť nerostných surovin, ze kterých jim plynuly zisky. Ilegální těžba financovala a udržovala válku v Kongu při životě. Bojující strany z území Konga vyvážely suroviny, z nichž nejvýznamnější byl právě coltan, neboť velká poptávka po elektronice ve světě způsobila extrémně prudký nárůst jeho ceny. Coltan nakupují zejména obchodní korporace z Evropy a USA nebo americká armáda.

(Čajka 2009; NaZemi 2011)

### Specifika oděvního průmyslu

Ve většině průmyslových odvětví se zlevnění výroby dosahuje tím, že lidskou práci nahrazují stroje. Oděvní průmysl je z tohoto hlediska specifický, neboť obnáší úkony, z nichž jemnou a přesnou práci lidských rukou jednoduše vyčlenit nelze (sešívání dílů, všívání zipů, žehlení a podobně). V podstatě celý výrobní proces téměř jakéhokoli kusu oděvu lze rozdělit do mnoha jednoduchých a na sobě nezávislých úkonů.

Proč jsou lidé ze zemí takzvaného globálního Jihu jako je Bangladéš, Vietnam, Čína nebo Indie přes všechna zmíněná rizika ochotni tuto špatně placenou práci vykonávat? I na venkovské oblasti rozvojových zemí stále více doléhá životní styl obyvatel „bohatého Severu“. Pole se na mnoha místech rychle proměňují v průmyslové zóny, turistická letoviska nebo v krajních případech v golfová hřiště a lidé přicházející o práci v zemědělství se vydávají hledat štěstí (tedy výdělek) do měst. Odcházejí sice převážně mladí lidé, zvláště ženy, avšak celkově nízká úroveň vzdělanosti a špatná dostupnost vzdělání obecně jim neumožňuje ucházet se o jinou než nekvalifikovanou práci. A oděvní průmysl právě takovou práci nabízí.

### Fair Trade

Spravedlivý obchod neboli fair trade je způsob obchodu, jehož cílem je přímá a účinná podpora znevýhodněných pěstitelů a řemeslníků z rozvojových zemí Afriky, Asie a Latinské Ameriky. Je založen na vytvoření dlouhodobého partnerství mezi producentem na straně jedné a spotřebitelem na straně druhé.

Jedním z principů je **spravedlivá cena** zboží. Pěstitelé dostávají za své výrobky cenu, která jim umožňuje pokrýt náklady na výrobu a získat prostředky pro důstojné živobytí. Jedním z nástrojů jsou stanovené minimální ceny, pod něž nesmějí dohodnuté ceny mezi pěstiteli a obchodníkem klesnout.

Výrobci Fair Trade nabízí spravedlivé obchodní podmínky, možnost vymanit se z bludného kruhu bída, žít důstojný život a plánovat budoucnost. Nám, spotřebitelům, pak dává Fair Trade jedinečnou možnost prostřednictvím každodenního nakupování snadno a účinně se zapojit do snižování chudoby lidí na celém světě.

Dalšími principy Fair Trade je **zákaz dětské práce**, která narušuje právo na vzdělání a zdravý tělesný i duševní rozvoj dítěte. Důraz na **důstojné pracovní podmínky**. Pracovníci na plantážích, farmách a v dalších podnicích pracují v důstojných a bezpečných podmínkách. Dostávají mzdu, která pokrývá

náklady na jejich živobytí. Dále snaha o **rozvoj komunit**. Povinností obchodníků zapojených do Fair Trade je vyplácet družstvům výrobců tzv. sociální příspěvek. Tento dodatečný příjem z Fair Trade je investován do projektů místního rozvoje, zejména v sociální oblasti. A v neposlední řadě **šetrnost k přírodě**. Škodlivé agrochemikálie a geneticky upravené plodiny jsou z Fair Trade vyloučeny. Podporovány jsou udržitelné pěstitelské a výrobní postupy, které zachovávají ekosystémy pro příští generace, ale také chrání zdraví pěstitelů i spotřebitelů.

(NaZemi.cz)



**Koncept objektů** Tomáš Brichta

Adam Čajka  
Katka Hipšová  
Petr Kouřil  
Zuzana Labašová  
Eva Malířová  
René Suša

**Grafika a kresba** Jakub Cenkl

**Grafika** Soňa Sadloňová  
**Kresba** Tomáš Brichta  
**Hudba** Petr Foltýn  
**Realizace objektů** Tomáš Brichta  
Dušan Váňa  
Soňa Sadloňová

Inspirací byly rozhovory s Antonínem Maloněm a Petrem Niklem.

Výstava Supermarket SVĚT vznikla spoluprací autorů ze čtyř zemí (České republiky, Slovenska, Slovinska a Řecka) v rámci projektu Svět v nákupním košíku. Cílem projektu je přispět k zapojení globálního rozvojového vzdělávání a zvláště témat udržitelné spotřeby do formálního vzdělávání v partnerských zemích.

Témata výstavy zpracovává knížka PodObal - příručka pro výuku o globálních souvislostech našeho obchodování.

**Projekt realizují:**

NaZemi, Česká republika  
Živica - Centrum environmentálnej a etickej výchovy, Slovensko  
Humanitas - Društvo za clovekove pravice in cloveku prijazne dejavosti, Slovinsko  
Fair Trade Hellas, Řecko  
Ecological Initiative of Chania, Řecko - Kréta



NaZemi je česká nevládní organizace, která usiluje o to, aby se lidé v rozvojových zemích mohli vlastními silami vymanit z chudoby. Činí tak prostřednictvím rozvojového vzdělávání, podpory fair trade a prosazováním odpovědnosti firem.

Výstava byla vytvořena s finanční podporou Evropské unie a Magistrátu města Brna. Obsah výstavy je zcela na odpovědnosti organizace NaZemi a jako takový nemůže být považován za stanovisko Evropské unie.



**Kontakt:** martin.jestrabek@nazemi.cz, www.nazemi.cz/vzdelavani