

## Zrównoważona konsumpcja jako wyzwanie dla edukacji

Jedynym zadaniem i celem wszelkiej produkcji jest konsumpcja ... w systemie merkantylistycznym niemal zawsze poświęca się interesy konsumenta dla interesów producenta<sup>1)</sup>. Analiza Adama Smitha do dziś niejednokrotnie trafnie określa stosunek producentów do konsumenta. Udział konsumpcji w produkcie krajowym brutto wynosi 61% w Polsce i 58% w Niemczech<sup>2)</sup>. W procesie konsumpcji udział biorą takie podmioty jak gospodarstwa domowe, przedsiębiorstwa (włączając banki), organizacje pozarządowe i sektor publiczny.

Edukacja na temat zrównoważonej konsumpcji odgrywa istotną rolę w większym rozpowszechnianiu zasad zrównoważonego rozwoju. Zachowanie konsumentów może mieć znaczący wpływ na powstawanie i propagowanie proekologicznych sposobów produkcji i sprzedaży produktów. Jednocześnie zrównoważona konsumpcja stwarza szanse rozwojowi gospodarki ze względu na jakość i efektywność energetyczną takich produktów. W tym wypadku konsument poprzez swoje zachowanie jest w stanie udowodnić własną pozycję na rynku, zmuszając producentów do zmian sposobu produkcji i palety produktów, na bardziej ekologiczne. Podejmowane działania informacyjno-edukacyjne powinny mieć na celu wskazywanie praktycznych możliwości postępowania przy codziennych zakupach, jak również przy zakupie produktów o dłuższym cyklu życia, jak np. lodówka, pralka. Tylko zwiększanie świadomości konsumentki może spowodować zmiany w sposobie konsumpcji na bardziej zrównoważony.

Niemiecka Rada ds. Zrównoważonego Rozwoju (niem: Rat für nachhaltige Entwicklung) została założona w roku 2001. Jej członkowie są wybierani przez Kanclerza na okres trzech lat i mają na celu wspieranie realizacji celów zrównoważonego rozwoju poprzez działania doradcze. Regularnie publikuje ona opracowania na różne tematy, które mają m.in. na celu zapoczątkowanie dialogu społecznego. Pod koniec roku 2008 Rada opracowała przewodnik na zakupy pt.: „Zrównoważony koszyk konsumenta”<sup>3)</sup>. Jest to praktyczny, pokazujący konkretne przykłady, przewodnik „dobrych zakupów”, który jest podzielony na następujące rozdziały: odżywianie, odzież, artykuły gospo-

darstwa domowego (AGD), meble, usługi, jak również turystyka i inwestycje pieniężne. To właśnie takie publikacje przyczyniają się do zwiększania zarówno kompetencji, jak i świadomości konsumentki oraz mają wpływ na lepsze zrozumienie idei zrównoważonego rozwoju. Wszystkie tematy poruszane podczas Dekady ONZ (zasoby, klimat, energia, konsumpcja etc.) mogą być łatwo włączone w zakres różnych przedmiotów nauczania, bądź też będą wymagały zaledwie niewielkich zmian istniejących już programów metodycznych. Edukacja powinna zacząć się jak najwcześniej, ponieważ faza kształtowania się nawyków konsumentki powstaje i ugruntowuje się w okresie dzieciństwa i dojrzewania. W praktyce zrównoważona konsumpcja jest wyzwaniem dla edukacji, ponieważ nie może ona ograniczać się tylko do edukacji ekologicznej jednostki, ale powinna ona obejmować również interdyscyplinarne podejście do problemu wykraczając poza tradycyjny system edukacyjny. Jedną z najłatwiejszych możliwości propagowania zrównoważonej konsumpcji byłoby odzwierciedlenie teorii i dobrych przykładów w szkolnych książkach, opracowaniach naukowych i metodycznych. Ważnym aspektem w tym wypadku byłoby nie tylko zaplanowanie jej jako przedmiotu nauczania, lecz także uwzględnienie odniesień międzyprzedmiotowych.

Zrównoważona konsumpcja wymaga informacji, ponieważ dzisiejszy konsument przy obecnym tempie życia nie ma czasu na szukanie i analizowanie informacji. Rzadko kto ma czas na lekturę prac naukowych, dotyczących bilansu ekologicznego, przed zakupem kilograma jabłek lub wnikliwą analizę cyklu życia produktu (LCA). W podejmowaniu decyzji istotną rolę odgrywa jakość i objętość informacji, które można rozpoznać natychmiast, tak zwane etykiety i certyfikaty, ale również wyniki testów konsumentki i świadomość konsumentki, która jest nierozdzielnie związana z jakością i poziomem edukacji. Kluczowymi zadaniami w wypadku edukacji dla zrównoważonej konsumpcji, musi być pomoc w zdobywaniu umiejętności i wiedzy na jej temat, na każdym szczeblu edukacyjnym i w różnych aspektach społecznych, w ten sposób znajdując jednocześnie odzwierciedlenie w regule nauki przez całe życie<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup> Smith, A.: *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*. T. 2. Wydanie 2., s. 305, Warszawa 2007

<sup>2)</sup> [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search\\_database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database) (Europäische Kommission/Eurostat)

<sup>3)</sup> Rat für Nachhaltige Entwicklung: *Nachhaltiger Warenkorb*. Berlin 2008

<sup>4)</sup> <http://www.unesco.pl/edukacja/dekada-edukacji-nt-zrownowazonego-rozwoju/unesco-a-zrownowazony-rozwoj/>