



Åldersanpassad konsumentundervisning

- vägledning för kunskapsprogression

Framtagen av Nordisk-estniska konsumentutbildningsgruppen:
Hanna Turetski och Anne-Mai Helemäe, Konsumentverket, Estland
Taina Mäntylä, Konkurrens- och konsumentverket och Timo K Haapala, konsult, Finland
Sissel Annie Husebråten, Barn-, jämställdhets- och integrationsdepartementet, Norge
Anita Kastrup Forsnäsgrd och Malin Lindquist Skogar, Konsumentverket, Sverige

Fakta granskad av:
Erika Lundby, PhD, Institutionen för socialt arbete, Linnéuniversitetet, Växjö
Päivi Palojoki, professor, Institutionen för Lärarutbildningen, Helsingfors universitet, Finland
Ann Parinder, lektor, Institutionen för kost- och idrottsvetenskap, Göteborgs universitet, Göteborg

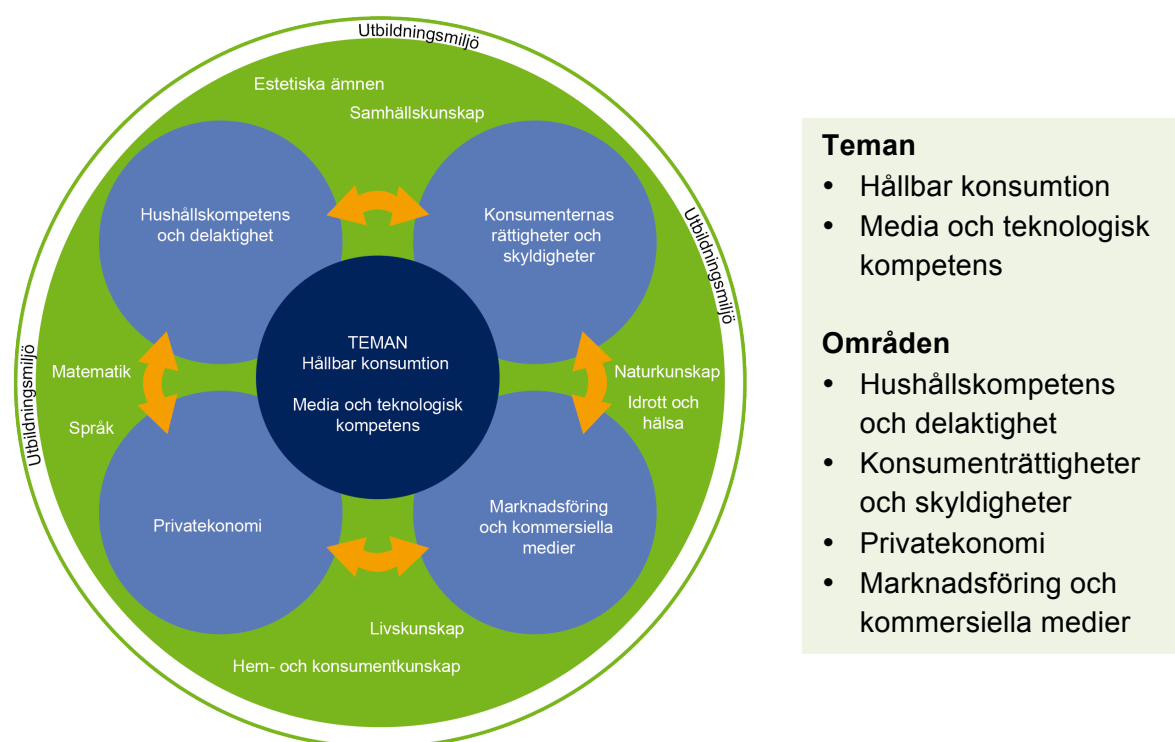
Konsumentverket 2015
Ansvarig handläggare: Anita Kastrup Forsnäsgrd

Aldersanpassad konsumentundervisning

En konsument behöver olika kunskap och färdigheter för att kunna orientera sig på ett medvetet och säkert sätt i vardagen. Skolans utmaning är att utveckla elevernas förmåga att hantera allt mer komplexa marknader – att erövra en slags konsumentkompetens där kunskap om konsumtionens konsekvenser och ett kritiskt tänkande är centralt.

Enligt FN:s konvention om barnets rättigheter måste undervisningen planeras så att den är anpassad till barnens ålder och stödjer barnens tillväxt och utveckling. I det här dokumentet presenteras förslag till konsumentundervisningens innehåll i relation till ålder och kunskapsutveckling och beskriver en möjlig kunskapsprogression inom konsumentutbildningen. Förhoppningen är att denna vägledning kan stödja läroplansförfattare, samt inspirera lärare, läromedelsproducenter och övriga intresserade i deras arbete.

Dokumentet är en vidareutveckling av, och en bilaga till, *Konsumentkompetens – en strategi för konsumentutbildning* (2009) och utgår från de teman och kunskapsområden som definierats i strategin.



Figur 1. Integrering av teman och områden som presenteras i *Konsumentkompetens – en strategi för konsumentutbildning* (2009)

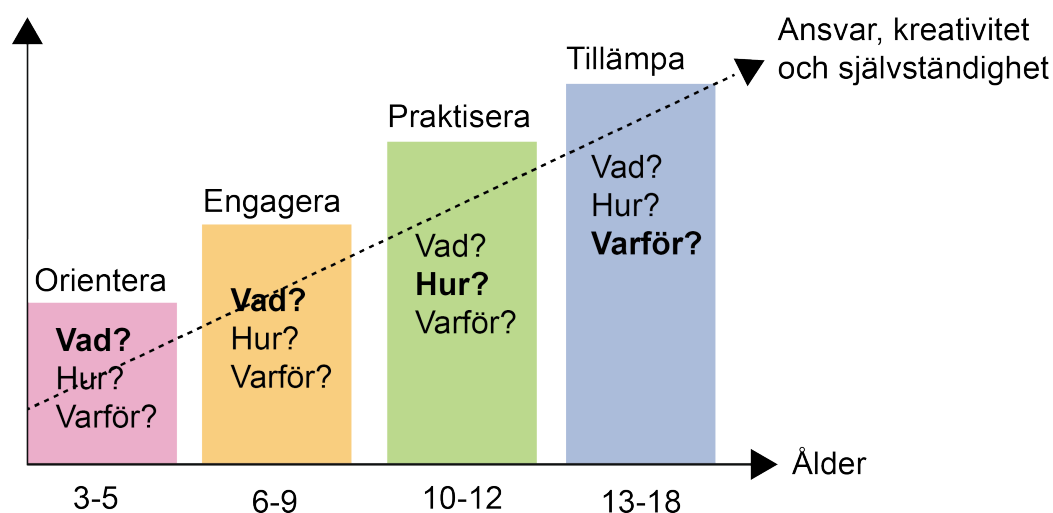
Vad, hur och varför?

Undervisning i konsumentkunskap bör baseras på vardagliga situationer och barnens egna upplevelser. Den bör även ge barnen möjlighet att reflektera kring och kritiskt förhålla sig till konsumtionsrelaterade val, både i teori och praktik. Målet är att organisera lektionerna så att eleverna får möjlighet att utforska, praktisera, tillämpa och förstå konsumentundervisningens olika aspekter.

Kunskapsprogression tar sin utgångspunkt i tre frågor: Vad, hur och varför?

Frågan *vad* syftar till att ge eleverna grundläggande kunskap och väcka engagemang, *hur* handlar om praktisk övning och *varför* fokuserar på tillämpning. Undervisningen delas upp i fyra åldersintervaller (figur 2). Det är viktigt att betona att åldersintervallerna i lärandestadierna är ungefärliga eftersom lärande inte alltid sker linjärt enligt barnens ålder

Undervisningens innehåll



Figur 2. Konsumentutbildningens progression

(Päivi Palojoiki, Hille Janhonen-Abreuquah, Helsingfors universitet och Nordisk-estniska konsumentutbildningsgruppen, 2013)

1. VAD – orientera och engagera

Åldrarna 3-5 och 6-9

Undervisningen i de här åldersgrupperna planeras utifrån att innehållet primärt besvarar frågan "vad". Barnen får utforska företeelser inom konsumentområdet så som de tar sig uttryck i deras vardag och närmiljö. Det handlar om att på ett enkelt och konkret sätt närma sig frågor om till exempel pengar och reklam samt att lägga grunden till hållbara vanor.

2. HUR – praktisera

Åldrarna 10-12

Undervisningen i den här åldersgruppen planeras utifrån att innehållet primärt besvarar frågan ”hur”. Eleverna får öva på vardagliga aktiviteter inom konsumentområdet till exempel att shoppa online, utföra hushållssysslor, göra prisjämförelser och tolka reklambudskap. De lär sig genom praktiska handlingar och börjar förstå orsakssamband och konsekvenserna av sina val.

3. VARFÖR – tillämpa

Åldrarna 13-18

Undervisningen i den här åldersgruppen planeras utifrån att innehållet primärt besvarar frågan ”varför”. Eleverna får tillämpa innehållet som de lärt sig på tidigare stadier och problematisera företeelser inom konsumentområdet. Det innebär att eleverna får analysera och reflektera över olika val utifrån till exempel rättsliga, ekonomiska och etiska aspekter.

Vägledning för kunskapsprogression

Med utgångspunkt i de olika åldersintervallerna presenteras nedan förslag till ämnesinnehåll utifrån de teman och områden som finns beskrivna i *Konsumentkompetens – en strategi för konsumentutbildning* (2009) (figur 1). Innehållet är förslag till målsättning för undervisningen och beskriver en möjlig kunskapsprogression inom respektive tema/område

Tabell 1. Kunskapsprogression: Hållbar konsumtion

ORIENTERA	ENGAGERA	PRAKTISERA	TILLÄMPA
Kunskapsprogression: HÅLLBAR KONSUMTION			
Åldrarna 3-5	Åldrarna 6-9	Åldrarna 10-12	Åldrarna 13-18
1. Ge barnen möjlighet att delta i en hållbar livsstil 2. Uppmuntra barnen att utforska naturen och närmiljön 3. Hjälpa barnen att bilda sig en uppfattning om hållbara vanor, t.ex. hur man hanterar pengar och vad som är näringsriktig mat	1. Uppmuntra barnen att handla på ett hållbart sätt i närmiljön 2. Vägleda barnen i hur man respekterar egna och gemensamma resurser 3. Hjälpa barnen att reflektera kring sina handlingar i förhållande till miljön	1. Hjälpa barnen att identifiera olika livsstilsmonster 2. Öva barnen på att göra hållbara val i sin närmiljö 3. Uppmuntra barnen att se sammanhang mellan hur produktion och konsumtion kan leda till förstöring av ekosystem. Diskutera hur detta kan förhindras 4. Handleda barnen i att förstå konsumtionens påverkan av lokala och globala resurser	1. Uppmuntra ungdomarna att göra hållbara val och utvärdera sina personliga konsumtionsvanor 2. Öka ungdomarnas medvetenhet om miljöproblem, hur utarmning av resurser kan påverka miljön och skapa konflikter lokalt och globalt 3. Uppmuntra ungdomarna att diskutera skilda levnadsvillkor i olika delar av världen, samt jämföra och utvärdera de största skillnaderna mellan de rika och de fattiga

ORIENTERA	ENGAGERA	PRAKTISERA	TILLÄMPA
Kunskapsprogression: MEDIA OCH TEKNOLOGISK KOMPETENS			
Åldrarna 3-5	Åldrarna 6-9	Åldrarna 10-12	Åldrarna 13-18
- Handleda barnen i användning av medier och teknik - Ge barnen möjlighet att vara med och utarbeta regler för användning av medier och teknik	- Vägleda barnen till ansvarsfull användning av digital teknik - Motivera barnen att följa överenskomna regler om användande av digital teknik - Lära barnen att ta hand om den gemensamma digitala utrustningen	- Uppmuntra barnen att reflektera kring sin användning av medier och teknik - Handleda barnen till att tänka kritiskt och att använda digitala tjänster inom lagens ramar - Göra barnen uppmärksamma på det egna ansvaret online och varför de ska skydda sin personliga information	- Utveckla ungdomarnas förmåga att använda medier och teknik när de ska söka, jämföra och utvärdera information - Uppmuntra ungdomarna att jämföra olika möjligheter innan de gör val som rör medier och teknik - Motivera ungdomarna till att följa gällande lagstiftning och att ha ett etiskt förhållningssätt - Motivera ungdomarna till att reflektera över deras personliga medievanor och ändra dem vid behov - Göra ungdomarna medvetna om varför de ska skydda sin personliga information på nätet

ORIENTERA	ENGAGERA	PRAKTISERA	TILLÄMPA
Kunskapsprogression: HUSHÅLLSKOMPETENS OCH DELAKTIGHET			
Åldrarna 3-5	Åldrarna 6-9	Åldrarna 10-12	Åldrarna 13-18
1. Introducera barnen till hållbara konsumtions- och livsstilsval 2. Ge barnen möjlighet att delta i hushållsaktiviteter 3. Lära barnen att vara rädda om gemensamma resurser i närmiljön	1. Vägleda barnen till en grundläggande orientering om konsumtionsprocesser 2. Låta barnen delta i hushållets aktiviteter och beslutsfattande 3. Utveckla barnens medvetenhet om att använda gemensamma resurser i familjen, och i samhället, på ett ansvarsfullt sätt.	1. Utveckla barnens grundläggande förståelse om olika konsumtionsprocesser 2. Uppmuntra barnen att göra sunda val 3. Utveckla barnens förmåga att bidra till och ta ansvar för vardagliga uppgifter i hemmet och i samhället	1. Handleda ungdomarna i att förstå hushållets konsumtionsprocesser 2. Hjälpa ungdomarna att förstå konsumtionens roll utifrån ett hushålls ekonomiska situation 3. Uppmuntra ungdomarna att planera och utföra hushållsaktiviteter 4. Utveckla ungdomarnas förståelse för vilka hänsyn som behöver tas i ett hushåll när det gäller sociala relationer, tidsplanering, konsumtion, fritid och hushållsarbete 5. Uppmuntra ungdomarna att göra sunda val och reflektera kring sina bidrag till hushållsaktiviteter

ORIENTERA	ENGAGERA	PRAKTISERA	TILLÄMPA
Kunskapsprogression: KONSUMENTENS RÄTTIGHETER OCH SKYLDIGHETER			
Åldrarna 3-5	Åldrarna 6-9	Åldrarna 10-12	Åldrarna 13-18
1. Presentera barnen för olika märkningar och symboler 2. Handleda barnen i att göra inköp med hjälp av lekar och spel 3. Hjälpa barnen att förstå innebörden av att äga, låna ut, dela och byta	1. Motivera barnen att ta hänsyn till produktinformation, symboler och märkning 2. Uppmuntra barnen att diskutera olika aspekter av ägande, ansvar, risker och rättigheter 3. Hjälpa barnen att få en överblick över olika sätt att köpa varor och tjänster 4. Motivera barnen att reflektera omkring vardagliga konsument-situationer utifrån regler, skyldigheter och risken att blir lurad	1. Motivera barnen att söka, jämföra och kritiskt utvärdera information, innan de fattar beslut om ett köp 2. Uppmuntra barnen att läsa produktinfor-mation och produktmär-ning för att kunna göra säkra och etiska val 3. Lära barnen vissa grundläggande begrepp om konsu-mentens rättigheter och ansvar 4. Diskutera handel på nätet och göra barnen uppmärksamma på specifika regler, rättig-heter och risker 5. Undervisa barnen i hur man gör en reklamation i händelse av en felaktig produkt eller tjänst	1. Motivera ungdomarna att kritiskt söka efter oberoende konsu-mentinformation och lära sig hur man gör en reklamation 2. Öka ungdomarnas kunskaper om konsumenträttigheter i Europa, gränsöver-skridande handel och hur man reklamerar 3. Diskutera hur man som konsument kan identifiera och undvika oseriösa näringsidkare inför ett köp 4. Motivera ungdomarna att läsa manualer och märkningar för att minimera framtida problem och risker med produkter 5. Motivera ungdomarna att läsa och förstå reklamannonser för att se skillnad på kommersiella budskap och opartisk konsu-mentinformation 6. Motivera elever att läsa avtalstexter, förstå vad de bety-der och jämföra olika avtalsvillkor innan ett köp 7. Göra ungdomarna förtrogna med hur konsumenträttigheter tillämpas i vardagliga situationer 8. Diskutera hur konsu-menträttsliga regler skiljer sig åt när man handlar på nätet eller utomlands, jämfört med i lokal butik

ORIENTERA	ENGAGERA	PRAKTISERA	TILLÄMPA
Kunskapsprogression: PRIVATEKONOMI			
Åldrarna 3-5	Åldrarna 6-9	Åldrarna 10-12	Åldrarna 13-18
1. Visa barnen hur en inköpsprocess går till och vad det betyder att äga något 2. Hjälpa barnen att bilda sig en uppfattning om begreppet pengar och hur man använder dem 3. Visa barnen, genom lek, hur man använder pengar 4. Hjälpa barnen att bli förtrogna med att spara pengar 5. Göra det tydligt för barnen att resurser inte är oändliga	1. Hjälpa barnen att förstå pengars värde genom att jämföra förhållandet mellan pris och egna resurser 2. Låta barnen hantera pengar genom att öva på att göra inköp, jämföra och beräkna priser 3. Vägleda barnen att diskutera konsumtion och hur socialt tryck kan påverka val och önskningar 4. Visa barnen hur man använder resurser på ett effektivt och ekonomiskt sätt 5. Hjälpa barnen att känna igen säljmetoder i virtuella spel genom att läsa och diskutera reklamannonser och avtalstexter	1. Lära barnen grundläggande begrepp inom privatekonomi, till exempel inkomster, utgifter och olika sparformer 2. Vägleda barnen att reflektera över hur känslomässiga och psykologiska faktorer, som grupptryck, kan påverka deras konsumtion och beslut 3. Öva barnen i att planera och fatta enkla ekonomiska beslut utifrån en egen budget 4. Göra barnen förtrogna med hushållets budget och känna till fasta kostnader och löpande utgifter i ett hem 5. Göra barnen medvetna om minderårigas begränsade rättigheter att ingå och underteckna ett avtal, samt hur man hanterar köp via bankkonto eller mobiltelefonavtal på ett säkert sätt	1. Lära ungdomarna värdet av att planera sin egen, eller ett hushålls ekonomi, genom att göra en budget för att hålla ekonomin i balans 2. Hjälpa ungdomarna att förstå begrepp såsom ränta och inflation. Dessutom skapa en förståelse för pengars värde och vikten av att betala räkningar i tid för att undvika skulder 3. Öka ungdomarnas kunskap om hur olika samhällsekonomiska aspekter påverkar den privata ekonomin 4. Lära ungdomarna att förstå vad det innebär att ingå muntliga och skriftliga avtal i termer av rättigheter och skyldigheter 5. Lära ungdomarna finansiella produkters syfte och innehåll, samt hur man söker information och rådgivning, innan man ingår avtal 6. Lära ungdomarna att förstå hur känslomässiga och sociala faktorer, som grupptryck, kan påverka deras individuella konsumtion och beslut.

ORIENTERA	ENGAGERA	PRAKTISERA	TILLÄMPA
Kunskapsprogression: MARKNADSFÖRING OCH KOMMERSIELLA MEDIER			
Åldrarna 3-5	Åldrarna 6-9	Åldrarna 10-12	Åldrarna 13-18
1. Hjälpa barnen att förstå att det som visas och sägs i reklam inte nödvändigtvis är objektiv och saklig information 2. Motivera barnen till att samtala med vuxna om reklam, inköpsbeslut och konsumtionsvanor 3. Hjälpa barnen att förstå att det inte är möjligt att köpa allt som det görs reklam om	1. Handleda barnen i att identifiera och utforska olika typer av reklam 2. Hjälpa barnen att inse att syftet med reklam är att framkalla behov och önskningar 3. Göra barnen uppmärksamma på den kommersiella påverkan de möter i olika mediekkanaler, till exempel köperbjudanden i appar	1. Låta barnen öva på att tolka reklambudskap och på att förstå skillnaden mellan kommersiella budskap och opartisk konsumentinformation 2. Hjälpa ungdomarna att identifiera egna behov och önskningar kontra sådana som tillhandahålls av annonsörer 3. Lära barnen grundläggande regler om reklam och marknadsföring, till exempel oetisk och vilseledande reklam, samt lagstiftning om reklam till barn 4. Öka barnens medvetenhet och kritiska förhållningssätt till den kommersiella påverkan de möter i olika mediekkanaler, till exempel i spel, filmer, bloggar och andra sociala medier	1. Diskutera olika metoder för reklam och marknadsföring, till exempel produktplacering och andra typer av dold reklam 2. Lära ungdomarna att identifiera kommersiell övertalning samt tolka, analysera och kritiskt utvärdera kommersiella budskap 3. Undervisa ungdomarna i att identifiera oetisk och vilseledande reklam och informera om hur de kan gå tillväga för att anmäla sådan reklam 4. Göra ungdomarna medvetna om individens delaktighet i spridning av kommersiella budskap, till exempel genom att dela klipp och foton av varor och tjänster 5. Diskutera om välbefinnande och lycka kan uppnås genom att köpa och äga 6. Uppmuntra ungdomarna att diskutera hur köns- och åldersstereotyper, livsstilsbilder och sociala roller konstrueras och påverkas av det kommersiella medielandskapet

Konsument
verket • KO

Konsumentverket, Box 48, 651 02 Karlstad
Telefon: 0771 - 525 525, konsumentverket.se