

**HØRING – St. melding nr. 30 (2003-2004)**  
**Til Kirke-, utdannings- og forskningskomiteen**

**FORBRUKERKUNNSKAP I SKOLEN**

Forbrukerrådet har følgende uttalelse til komiteen i forbindelse med åpen høring.

Å besitte forbrukerkunnskap vil si å ha innsikt i sentrale økonomiske sammenhenger, ulike sider ved forbruk og i den forbindelse etiske og moralske problemstillinger knyttet til dette. Forbrukerkunnskap omfatter også kritisk forståelse av reklamens budskap, konsekvenser og som formidler av verdisyn. Videre vil Forbrukerrådet understreke betydningen av å se de nevnte momenter i sammenheng med en bærekraftig utvikling – herunder mat, miljø, produksjon og forbruksmønstre.

Med økende elektronisk og grenseoverskridende handel, er det ikke blitt mindre viktig å kjenne spillereglene på området. Vi ønsker å gjøre barn og unge til bevisste forbrukere med kjennskap til rettigheter og plikter og evne til å håndtere egen økonomi. Markedsføringen finner stadig nye former og det er forventet at omfanget vil øke fremover – blant annet på området skjult reklame. Forbrukerkunnskap gir barn og unge et verktøy til kritisk forståelse av reklamens forførende og subtile mekanismer.

Etter Forbrukerrådets mening har skolen en nøkkelrolle i formidling av slik kompetanse. Forbrukerkunnskap bidrar til å styrke barn og unges forutsetninger for å gjøre bevisste valg i et kunnskapssamfunn både som forbrukere, som aktive samfunnsborgere og i arbeidslivet. Dette kommer etter vårt syn ikke klart nok frem i meldingen.

- **For å stå rustet til å møte framtidens utfordringer som forbrukere, er det svært viktig å integrere forbrukerkunnskap i lærerplanene. I komiteens arbeid med Innstilling til Stortinget forventer Forbrukerrådet at komiteen initierer til en styrking av forbrukerkunnskap i skolen.**

Av meldingen fremgår det at FN's Generalforsamling har erklært 2005-2014 som *tiåret for undervisning for bærekraftig utvikling*.

Forbrukerbevegelsen vokste frem i en tid med knapphet på de fleste goder. I dag har barn og unge i den vestlige verden et forbruk og en tilgang på materielle goder som mangler sidestykke i historisk sammenheng. Med økt kjøpekraft påvirker barn og unge i sterkere grad enn tidligere husholdningens

UTGIVER AV:



Forbrukerrådet  
The Consumer Council  
of Norway

Postadresse:  
P.b. 4594 Nydalen  
NO-0404 Oslo

Besøksadresse:  
Rolf Wickstrøms vei 15  
0486 Oslo

Org. nr.:  
NO 871 035 382 MVA

post@forbrukerradet.no  
forbrukerportalen.no

Publikumstelefon:  
815 58 200  
Sekretariatet,  
tlf.: 23 40 05 00

samlede forbruk. Forbrukerrådet ønsker gjennom sitt arbeid rettet mot barn og unge å stimulerer til overordnet, kritisk tenkning om eget forbruksmønstre, holdninger, verdier og innvirkning på en bærekraftig utvikling. Dette bør også være skolens mål.

Det er ikke nok å ha rett, hvis man ikke får rett.

Et av Forbrukerrådets viktigste arbeidsområder har vært å informerer forbrukere, herunder barn og unge, om rettigheter og plikter. Forbrukerrådet har vært en viktig premissleverandør og pådriver i viktig endringsarbeid mot urimelig handelspraksis og for tilfredsstillende forbrukerbeskyttelse.

Faget Økonomi og Informasjonsbehandling har hatt en bred, praktisk og viktig tilnærming til nettopp temaene forbrukerrettigheter, personlig økonomi og kommersielt press rettet mot barn og unge. Med fare for at faget nå forsvinner, er det viktig at denne kunnskapen videreføres i innenfor andre fag i de nye lærerplanene.

UTGIVER AV:



[forbrukerportalen.no](http://forbrukerportalen.no)



FORBRUKERRÅDET