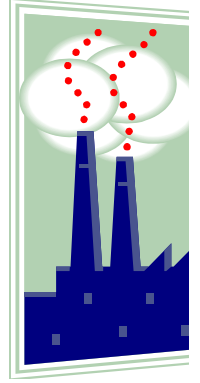
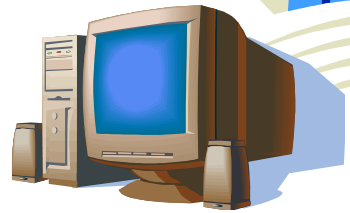


HÅLLBAR KONSUMTION



Shoppande



Hållbar konsumtion

Lärande för hållbar utveckling – Shoppande

Vilket stöd har hållbar konsumtion i Nynäshamns kommuns lokala miljömål?

1. Effektivare användning av energi och transporter
2. Hushållning med mark, vatten och bebyggd miljö
3. Friska vatten
4. Giftfria och resurssnåla kretslopp

Läs mer:

<http://www.nynashamn.se/miljomal>

Nynäshamns lokala miljömål hänger ihop med de sexton nationella miljökvalitetsmålen i Sverige, som visar det framtida miljötilståndet. Målet är att nästa generation 2020 ska ha en god bebyggd miljö, där en samhällsutveckling med ekonomi, social välfärd och sammanhållning ska förenas med miljö. Miljökvalitetsmål som rör konsumtion är: *Ett rikt odlingslandskap* (mat), *Begränsad klimatpåverkan* (boende, mat, resor, shopping), *Frisk luft* (transporter). Målen kan utgöra målsättning för undervisningen i enskilda övningar eller vara intentioner för att påverka och agera i närsamhället.



1. Begränsad klimatpåverkan
2. Frisk luft
3. Bara naturlig försurning
4. Giftfri miljö
5. Skyddande ozonskikt
6. Säker strålmiljö
7. Ingen övergödning
8. Levande sjöar och vattendrag
9. Grundvatten av god kvalitet
10. Hav i balans samt levande kust och skärgård
11. Myllrande våtmarker
12. Levande skogar
13. Ett rikt odlingslandskap
14. Storslagen fjällmiljö
15. God bebyggd miljö
16. Ett rikt växt- och djurliv

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Lgr 11

Skolans uppdrag

Undervisningen ska belysa hur samhällets funktioner och vårt sätt att leva och arbeta kan anpassas för att skapa **hållbar utveckling**.

Övningar och aktiviteter

Nedan följer ett antal sidor med olika övningar och aktiviteter. De är indelade i årskurs 1-6 och 7-9. Varje övning innehåller flera aktiviteter där den första aktiviteten har som syfte att eleverna *ska uppleva, upptäcka och förstå*. Den andra påföljande aktiviteten har som syfte att eleverna ska nå *insikt* och ges möjlighet att *handla* konkret utifrån denna insikt.

Inledning

Konsumtionssamhället är ett begrepp som omfattar världens samhällen, där begäret att köpa är större än behovet. Massproducering av varor i fattiga länder till låga priser har gjort det möjligt att kunna konsumera i en allt större omfattning.

Flera perspektiv som naturresursuttag och orättvis fördelning visar att dagens konsumtion är ohållbar. Många människor vet om och förstår att världen måste förändras. Men den stora frågan är hur? Forskningsrådet Formas har gett ut en pocketbok som heter Konsumera mera – dyrköpt lycka. Här ger forskarna sin syn på saken, som kan generera allmänheten nya tankar inför framtiden.



http://www.formas.se/formas_shop/ProductList.aspx?id=1864

Konsumtionen har ökat kraftigt de senaste hundra åren. Men lyckligare har vi inte blivit. Varför fortsätter vi ändå att konsumera allt mera? Hur ska vi tillräckligt snabbt lära oss att leva med den enda planet vi har? Borde politikerna se till att avskaffa alla stöd till ohållbar konsumtion? Hur stor makt har vi som konsument? Kan man vara både rik och miljövänlig? Eller behövs det kanske nya samhällssystem för att rädda världen? Hur ser olika forskare på saken? Läs boken så får du veta!

En köpfridag (Buy Nothing Day) med mottot ”*Handla genom att inte handla*” inrättades 1992 i Canada. Vanligtvis infaller den sista lördagen i november i samband med att julhandeln startar. Den köpfria dagen vill uppmärksamma att miljontals människor har en livskultur, som handlar om hetsen att shoppa nya saker/nya moderna prylar.

Idag finns flera begrepp knutna till ideologier med livsstilar/livskulturer som ifrågasätter konsumtionen. ”*Simple living*” (http://en.wikipedia.org/wiki/Simple_living) och ”*Downshifting*” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Downshifting>). Hållbar livsstil har en ekologisk grundsyn där naturresursuttag, energi, transporter och konsumtion är kopplat till det globala ekologiska fotavtrycket.

Varför konsumtion?

Konsumtion har flera olika sidor. Det finansiella systemet stödjer ökad konsumtion, som del i en tillväxt med fler arbetstillfällen. Den ökade näringssektorn i världen är turism, som har ett ben i

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

shopping – *shoppingturism*. Shoppingens ändamål för den enskilda människan kan se olika ut, men inbegriper en handling som har olika grunder. Det kan vara ett sätt att fördriva fritiden, ett fritidsintresse eller det kan vara ångestdämpande för sorger eller otillräcklig bekräftelse.

Tolv artiklar om köpbegär finns att läsa i Svenska Dagbladet.

http://www.svd.se/nyheter/idagsidan/trender/olga-saknar-enkel-gladje-fran-sovjet_696629.svd

Konsumtionens påverkan på miljön

Den ekonomiska tillväxten grundar sig på en ökad konsumtion av framförallt varor/ produkter. Om produkterna baserar sig på råvaror är det direkt kopplade till ännu större naturresursuttag. Om avfall återanvänds är det energiuttaget som blir den största belastningen. Konsumtion påverkar miljön oavsett om det tas miljöhänsyn och om det används miljöteknik. Alla vet idag att det sker en påverkan, men hur ska mänskligheten komma till rätta med problemet. Det finns grupper i samhället som tror att det är en möjlighet att kunna ställa om till en konsumtion av gröna tjänster med låg miljöpåverkan, men det krävs en enorm ansats från världssamfundet.

Här undrar andra om mänskligheten överhuvudtaget ska sträva efter ekonomisk tillväxt eller utvecklade livskvalitet. Eftersom konsumtion är den viktigaste faktorn i det traditionella finansiella systemet, så finns det få andra system att luta sig mot om välfärden ska hållas intakt. Miljöpåverkan kommer att tvinga fram drastiska omställningar för att lösa naturresursuttag och energiproduktion.

Läs mer:

Miljöaktuellt: <http://miljoaktuellt.idg.se/2.1845/1.215821/sa-ska-hallbar-konsumtion-uppmuntras>

Naturvårdsverket: <http://www.naturvardsverket.se/Start/Klimat/Konsumtion-och-klimat/Konsumtionens-klimatpaverkan/>

Bhutan som frångått BNP (GNP) och istället mäter GNH Gross National Happiness

<http://www.grossnationalhappiness.com/>

Artikel på Svenska: <http://global.finland.fi/public/default.aspx?contentid=260145>

Källkritik

Läroplanen framhåller ett källkritiskt förhållningssätt vilket får allt större betydelse när eleverna kan hitta information på internet. Källkritik innebär att

- källan till det som skrivits, illustrerats eller fotats är en person, en avsändare bakom materialet. Det kan vara någon på det digitala nätet men också någon elev på skolan
- vara intresserad av perspektivet, värden och att kunna analysera och ifrågasätta och inte tar för givet att allt är sanning eller fakta.

Skolverket har en lathund som visar vad eleverna behöver kunna. Här är en sammanfattning av innehållet

(<http://www.skolverket.se/skolutveckling/itiskolan/kollakallan/kallkritik/fakta/lathund>).

- Granska information och ta reda på: Vem som har gjort webbsidan? Varför hemsidan är gjord? Hur ser hemsidan ut?
- Jämför hemsidor
- Vilka andra ställen som bibliotek, tidningar kan information hämtas? Vilken var det bästa stället?

Shoppande

Shoppandet genomsyrar vår vardag. Handla varor sträcker sig från dagliga behov av mat och boende till fler med extra flärd eller djupa intressen för någonting. Hit hör fritidsprylar, inredningsaccessoarer, digitala varor, kläder samt presenter.

Övningar för årskurs 1-6

En köpfri dag

Syftet är att visa dagens överkonsumtion



<http://enkopfridag.wordpress.com/tag/buy-nothing-day/>



<http://enkopfridag.wordpress.com/2011/02/22/sex-frigor-att-stalla-sig-in-for-inkop/>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

En köpfri dag (Buy Nothing Day) med mottot ”*Handla genom att inte handla*” inrättades 1992 i Canada. Den brukar infalla sista lördagen i november i samband med att julhandel startar. Miljontals människor försöker visa/uppmärksamma en livskultur, som handlar om hetsen att shoppa nya saker/nya moderna prylar.

Dagen inrättades för att möjliggöra en medveten reflektion om konsumtion. Läraren låter de äldre eleverna skriva upp på en lista vad de har handlat sista veckan. Allt ska tas med från godis, läsk, tidskrifter, kläder, nöjen. Var någon dag utan shoppande? Vilka varor har de kunnat avstå ifrån? Hur har det sett ut hemma i familjen med inköp (kan vara en känslig fråga)?

Inför dagen samtalar läraren allmänt med eleverna om konsumtion och innebörden av begreppet köpfri. Vad är skillnad mellan behov och begär? Kan dagen inkludera matvaror eller avser den endast varor som är inte egentligen behövs, som är mer styrda av begäret? För de yngre eleverna är samtalet viktigt.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Inför dagen får de äldre eleverna två uppgifter 1) möjlighet att försöka avstå från inköp 2) samla material som artiklar, nyhetsreportage i Tv och radio, Google med flera om den köpfria dagen/Buy Nothing Day.

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Om några elever valde att inte shoppa, vad gjorde de istället?

Det insamlade nyhetsmaterialet sätts upp på en vägg. Ett samtal förs över vad som uppmärksammades och om det fanns några publika alternativ till konsumtion till exempel visas andra fritidsintressen eller gör det själv produktion.

Julklappar/julhandeln

Syftet är att förstå skillnad mellan produkter och tjänster avseende miljöpåverkan



<http://www.metro.se/stockholm/ler-poliser-ska-skapa-trygghet-i-julhandeln/EVHKh18MNKALi2zIs/>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Inför första advent när julhandeln startar förs en diskussion om julrusch och julklappar. För eleverna i mellanåldern kan läraren ta reda på hur stor kommersen är i pengar. De äldre eleverna kan den ekonomiska aspekten ingå som en del i temat. Frågor som kan tas upp är: Vilka varor som de tror köpts mest utav? Tror de att alla behöver de julgåvor som de får? Vad kan de önska sig som alternativ? Vad är miljövänligt?

Uppgiften är att ge bort annan typ av julklapp. De kan vara upplevelser som till exempel utflykter (en cykeltur, en picknick, en vandring med mat) eller tjänster (massage, hjälp med håret, fönsterputsning, datorhjälp).

Eleverna ritlar ett presentkort och textar sin alternativa julklapp. Kalligrafipennor gör det extra vackert.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Efter jul förs ett samtal om hur det kändes att lämna över ett presentkort och vad mottagarna sa eller uttryckte.

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Sprid idén med presentkort. Eleverna ger förslag på vilket sett.

Gör det själv

Syftet är att upptäcka tidaspekt och svårigheter med att tillverka egna saker



<http://www.framsidan.net/2011/09/gor-det-sjalv-pyssel-pa-bibliotek/>



<http://blogg.kviinge.se/?avdelning=blogg&kategori=142>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Att tillverka en sak/produkt med egna händer brukar ge en enorm tillfredsställelse, samtidigt upptäcks fler funktioner. Det ena är tiden det tar att tillverka en sak till skillnad mot att gå och köpa den. Det andra är omvårdnaden av produkter som någon har lagt ner lång tid på att tillverka. Ibland uppstår även känslan av att den inte är god nog. Perfektionismen tar överhand och saken/produkten kan hamna i papperskorgen.

Vad skulle du vilja lära dig tillverka själv istället för att köpa?

Läraren skriver en gemensam önskelista med saker som eleverna skulle vilja lära sig göra själv istället för att köpa. Några av sakerna kommer att vara för svåra att framställa. Kanske finns det varken kompetens eller rätt material. Några saker väljs ut för en dag då sakerna tillverkas. Läraren försöker välja både sådant som kan produceras ute och inne. Det kan till exempel vara halsband (pärlor eller fröer), smörknivar (enträ), vispar (björkkvistar), kransar (lingon, tallris), ljusstakar.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

I samarbete med slöjdlärare och fritidspersonal kan en hantverksdag genomföras där andra klasser deltar, hela skolan eller att förskolan bjuds in. Fokus är att känslan av att göra en egen sak är det viktigaste.

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Anordna en *Gör det själv dag* med familj och vänner

Gör din egen souvenir!

Syftet är att förstå vilka svenska produkter som säljs och vilka nya som är möjliga att sälja



<http://www.geijersgatan.se/>

Varumärkes design

- Varumärken som skapar förväntningar kopplade till det varan eller tjänsten resulterar i.
- Design består av olika identitets element som färg, form, namn, symboler med mera
- Design är även uttrycket dvs. arkitekturen

Varumärket för varan eller tjänsten är de personer som levererar från företaget dvs. deras framgångsfaktorer som passion, inspiration, ambition, förväntningar, kreativitet, mod.

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Lärare och elever gör en brainstorm runt typiska svenska souvenirer. Är de miljövänligt producerade? Är de viktiga att äga? Finns det behov av att äga dem eller är de ”bara” estetiska eller tilltalande? Vilka alternativa souvenirer kan eleverna tänka sig tillverka själv, köpa eller ge bort?

Läraren listar svenska souvenirer som till exempel kan vara

- *torkade svenska blommor – smörblommor*
- *torkad svamp*
- *äppelprodukter - must, mos, äppelkaka*

De yngre eleverna gör sin egen souvenir, som kan vara en drömfångare där olika svenska naturföremål placeras.

Läs mer:

[http://webappl.sh.se/C1256CD80046ED9F/0/8EAF1FBF10B5D31CC12577DC0035C3CC/\\$file/Robert%20Bau%20F4.pdf](http://webappl.sh.se/C1256CD80046ED9F/0/8EAF1FBF10B5D31CC12577DC0035C3CC/$file/Robert%20Bau%20F4.pdf)

Insikt
Handling

Aktivitet 2

För de äldre eleverna innebär det att skapa en idé, varumärka produkten och slutligen pröva tillverka den.

Varumärkes strategi

- Fokusera på och renodla det ditt varumärke resulterar i (och som på något sätt gör det annorlunda jämfört med konkurrenterna)
- Stärka den upplevda viktighetsgraden av det ditt varumärke resulterar i.
- Minska viktighetsgraden av det den värsta konkurrentens varumärke resulterar i.
- Addera en helt ny nytta och/eller upplevelse.

Källa: <http://micco.se/2009/10/om-varumarken-kanslor-och-forvantningar/>

Övningar för årskurs 7-9

Bytardagar

Syftet är att göra något konkret för att minska konsumtionen



<http://orebroforaldraraforeninge.blogspot.com/>



http://leibro.blogspot.com/2007_03_01_archive.html

3 kilo kläder per person lämnas in till välgörenhetsorganisationer - åtta kilo kastas i soporna.

Återvinning av textilfibrer förekommer i mycket begränsad omfattning. SVD 2011

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Hur mycket kläder kastas? Vilka olika bytardagar finns? Vad är skillnad mellan klädbytardag och klädbasar?

Läraren visar bilder på kläder som kastats. Samtalet kommer att handla om hållbar konsumtion. Det kan innebära att människor inte kastar saker till deponi, som en gång har producerats. Alternativ är att ge bort eller sälja billigt. Det finns allt fler bytardagar både allmänna och mer specialiserade. Eleverna gör en kartläggning/research hur det ser ut lokalt eller regionalt. Tillsammans fattas ett beslut vilken eller vilka varor som ska bytas på en egen arrangerad bytardag. Det kan vara kläder, verktyg, leksaker, böcker/tidskrifter/skivor, fritidsutrustning med mera. I smågrupper gör de affischer om den aktuella bytardagen. Affischen bör ha en proffsig layout, där power point programmet kan vara till hjälp.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Bytardagen genomförs med elever, lärare och gärna föräldrar och syskon. Eftersom det inte genererar pengar, kan det hända att många inte vill utföra arbetet som en bytardag ändå innebär. Men istället för pengar kommer säkert flera få uppleva lyckan av att göra ett bra byte. Det kan vara värt sin vikt i guld. Kärnfrågan om arbete med eller utan pengar kan avsluta hela temat.

Läs mer:

http://www.svd.se/nyheter/inrikes/atta-kilo-klader-per-person-slangs_6064665.svd

<http://www.kladbytardag.nu/>

<http://www.kladbytardagar.se/>

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Utvärdera bytardagen och skriv en lista med tio punkter på vad man bör tänka på. Listan läggs ut på internet/Facebook

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Marknadsföring – antireklam

Syftet är att upptäcka hur reklam kan påverka människor att göra på ett annat sätt



http://sv.wikipedia.org/wiki/Varningstexter_p%C3%A5_svenska_cigarettpaket

<http://chvyle.blogg.se/2010/april/utkast-april-17-2010.html>

<http://www.delteradventures.com/blog/?p=98>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Hur kan marknadsföringen se ut om konsumtionen ska minskas?

Läraren går igenom olika instrument för marknadsföring. Det kan vara allt från affischer och banderoller till klistermärken och vykort. Antireklam är de varningstexter som finns på framförallt alkohol och cigaretter, som ger konsumenten uppgift om innehållets skadeverkningar. Läraren ger förslag om varningstexter på alternativa prylar/varor/produkter (se nedan).

I en bloggartikel fanns ett förslag om varningstext på prylar

Bredvid varje prislapp kan det sitta en glad, neutral eller sur smiley beroende på varans miljöpåverkan. Sura gubbar påverkar betydligt mer än glada smileys. Bredvid kan det också finnas motsvarande smiley om det finns forskning på hur denna produkt i snitt påverkar välbefinnandet hos köparen. Av folkhälsoskäl finns det varningstexter på alkohol – får vi tids nog även se varningstexter på vanliga prylar?(<http://enkopfriday.wordpress.com/tag/konsumtionssamhallet/2011-10-16>)

Eleverna arbetar i smågrupper med en marknadsföringsidé och redovisar för varandra.

Varningstexter på
cigarettpaket

På ca en tredjedel av den mest synliga ytan av ett cigarettpaket skall det stå:

- "Rökning dödar."
- "Rökning skadar allvarligt dig själv och personer i din omgivning."

På drygt en tredjedel av den näst mest synliga ytan skall andra varningstexter finnas. Här kan stå:

- "Om du slutar röka löper du mindre risk att få dödliga hjärt- och lungsjukdomar."
- "Rök innehåller bensen, nitrosaminer, formaldehyd och cyanväte."
- "Rökare dör i förtid."
- "Rökning får din hy att åldras."
- "Rökning kan försämra blodflödet och orsakar impotens."
- "Rökning kan leda till en långsam och smärtsam död."
- "Rökning kan skada [sperman](#) och minskar fruktsamheten."
- "Rökning orsakar dödlig [lungcancer](#)."
- "Skydda barnen. Låt dem inte andas in din tobaksrök."
- "Sök hjälp för att sluta röka: fråga din läkare, på apoteket eller [Sluta röka-linjen](#) 020-84 00 00."
- "Rökning ger förträngningar i blodkärlen och orsakar hjärtinfarkt och stroke."
- "Rökning är mycket beroendeframkallande. Börja inte röka."

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Kan antireklamtexter säljas? Ta kontakt med näringslivsutvecklaren i kommunen, som kanske kan slussa idéerna vidare till en mottagare.

Reparera prylar

Syftet är att göra något konkret för att minska konsumtion och avfall



Konst om reparationer

<http://www.eleikamma.com/in-present-tense.html>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Läraren visar något som är reparerat till exempel ett klädesplagg, ett verktyg, porslin och berättar samtidigt hur människor har reparerat sina saker i århundraden. De har inte slängt en trasig sak! Samtalet fortsätter med vilka egna trasiga saker har de hemma som behöver lagas.

Hemuppgiften är att var och en tar med sig en trasig sak. I klassen diskuteras om den är möjlig att laga och i vilket fall hur. Eleverna prövar att reparera med hjälp av förslagen.

Om inte alla lyckades, så har de ändå försökt att göra något i handling. Läraren utvärderar tillsammans med eleverna om hur viktigt det är att försöka göra något handlingskraftigt i arbetet mot hållbar utveckling. En del i det arbetet är faktiskt att reparera saker som går sönder.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Sakerna som lagats fotas och i smågrupper skrivs texter om hur de har gått tillväga. Materialet läggs ut på internet för att visa hur lätt någon kan vara ”klimatsmart”. Webbplatsen <http://www.laga.se/> kan inspirera.

Gör om gallerierna

Syftet är att pröva uppgifter som samhällsplanerare



<http://www.bygnadsarbetaren.se/2010/12/de-bygger-sveriges-supergalleria/>



<http://inhabitat.com/lilypad-floating-cities-in-the-age-of-global-warming/>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Utopia 2050

Konsumtionssamhället bryter samman. Det finns knappt något att köpa och mänskligheten är självförsörjande. Vad ska alla gallerior användas till? Ni får idag bli framtidens arkitekter och exploatörer av byggnader där gallerior fanns. Hur vill ni att det ska se ut och vad ska de innehålla? Vilken/vilka typer av verksamhet bedrivs där? Kan det bli en marknadsplats, en fotbollsplan, en hantverksby? Det finns massor av förslag

Läraren läser, berättar om framtiden och visar gärna bilder på stora gallerior. Samtalet fortsätter tillsammans: Hur ser samhället ut där skolan ligger? Finns det en galleria? Vilka andra finns i grannskapet? Vilken brukar ni handla vid?

Eleverna arbetar individuellt, i par eller i smågrupper. De skissar, målar och skriver en kortare text om den stora utmaningen att göra om en galleria till något annat. Dokumentet om gallerian kan beskrivas som en affisch i A3 eller större.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Eleverna skriver om en fantasiperson, ung eller gammal som lever 2050 och som besöker den ”nya” gallerian. Vad händer personen? Vad tänker och känner personen?

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Vernissage i skolans entréhall, kommunens bibliotek, stadshus eller ... Eleverna ger förslag på lämpliga platser

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Våga fråga!

Syftet är att skapa nya idéer och förstå att varje individ har makt att påverka



<http://kundkraft.wordpress.com>



<http://konsumentmakt.ifokus.se/>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Konsumentmakt är att våga fråga samt att göra val när något ska köpas och/ eller konsumeras. I många olika butiker gör personer dagliga inköp av kläder, fritidsprylar och digitala produkter. Att fråga efter andra produkter som är mer miljövänligt producerade, har kortare transporter från produktionslandet eller att butiken säljer second hand/vintage av sina märken, visar att det finns en efterfrågan på andra varor. Efterfrågan styr försäljningen vilket gynnar företagets vinster. Att fråga är en självgenererande metod.

Utgångspunkt är: Var och när upplever du att du har makt som konsument? Vad kan du välja i ditt liv?

Läraren låter eleverna fundera och skriva ner sina tankar utifrån ovanstående frågeställningar. Läraren leder ett samtal om deras funderingar. De äldre eleverna kan göra det i mindre grupper. För att gå till handling beslutar alla tillsammans något som de vill påverka som konsumenter. Det kan till exempel vara att det ska finnas second hand porslin för kända märken i samma butik, där nya produkter finns.

Resultatet av idéer kan sättas upp på stor anslagstavla för innovationer. Ämnet entreprenörskap och innovativt tänkande har en betydelsefull roll i nya läroplanen.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Hur ska de gå tillväga? Alla förslag listas och en kampanjstrategi utvecklas. Det kan till exempel vara att kontakta butiksägaren eller att dela ut lappar om att andra konsumenter ska ställa sig bakom förslaget/förslagen.

Efter genomgången kampanj är det viktigt att utvärdera resultatet. Blev det en förändring? Vad lärde sig eleverna?

Ekokläder

Syftet är att uppmärksamma miljövänliga kläder/ekokläder som inte skapar lika stor miljöpåverkan



<http://katarinasprojekt.se/2011/04/12/hms-ekoklader-snart-i-butik/>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Vad är ekokläder? Var finns de? Finns det alternativa modemässor?

Ekokläder är ett miljövänligt alternativ till den globala klädesindustrin. Klädernas miljöpåverkan i världen är bland annat vattenförbrukning i bomullsodlingar, färgning av textilier, dålig luftkvalité i väverier.

Eleverna får i smågrupper uppgift att med hjälp av Naturskyddsföreningens tjänst *Hitta butik* leta reda på butiker med miljömärkta, eko eller rättvisemärkta kläder. Butikerna ritas in på en karta som sätts upp synligt för alla. Det kan kanske generera möjligheten till att fler elever letar efter miljösmycka och ekonomiska lösningar.

Undersökningen om var de kan finna ekokläder och hur deras utbud av kläder, kan även visas på en affisch eller i en broschyr. Dataprogram kan vara Power Point för affisch och Publisher för broschyr.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Affisch eller broschyr delas ut. Eleverna skriver en marknadsföringsplan/handlingsplan för var och hur de ska nå ut med sin information.

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Ta hjälp av konsumentombudsman eller mediabyrå.

Vintage/Second hand

Syftet är att uppmärksamma



Second hand = andrahandsmarknad av varor som är begagnade bl.a. kläder, leksaker, möbler, fritidsutrustning

Vintage = årgångskläder med hög kvalitet oftast märkesplagg från andra decennier. Det kallas ibland retro.

<http://nicefashion.info/vintage-outfits-is-always-in-style/vintage-outfits/>

<http://www.styleroom.se/album/18188>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Vad är skillnaden mellan second hand och vintage?

En hemuppgift ge till eleverna. De ska ta reda på

- Hur många second hand eller vintage butiker det finns i staden eller kommunen.
- Göra ett besök och se om det finns något som de kan tänkas köpa
- Lockar skyltfönster och inredning till att handla i butiken

Hemuppgiften diskuteras i smågrupper som redovisar för varandra. Avslutningsvis görs en samlad bedömning hur dessa butiker kan synas och varumärka sig bättre.

Insikt
Handling

Aktivitet 2

Involvera gärna slöjdlärare och fritidspersonal i idéerna.

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Starta en syateljé/syverkstad där gamla kläder sys om

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Ingen olja/Ingen elektricitet

Syftet är att förstå vårt energiberoende och vad det kan innebära om energin måste ransoneras



What is Peak oil?

"The term Peak Oil refers to the maximum rate of the production of oil in any area under consideration, recognising that it is a finite natural resource, subject to depletion."

- Colin Campbell

Vi är i oljans tvångströja. I stort sett allt i samhället förutsätter att vi har olja. Till exempel är det vi har på tallriken egentligen olja, vars energi har omvandlats till mat.

- Kjell Aleklett, professor i fysik och ansvarig för forskningsgruppen Globala Energisystem vid Uppsala universitet.

<http://www.oceanpowermagazine.net/2010/10/06/peak-oil-news-conference-thursday-october-7th-running-on-empty-the-end-of-oil-as-we-know-it/>

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Problemet är inte att oljan håller på att ta slut. Problemet är vad som händer när oljeproduktionen inte längre kan möta världens och de nationella ekonomiernas tilltagande behov. (SVD 20121107)

Med oljeproduktionstoppen – ”peak oil” – menas den dag då det inte längre går att öka oljeproduktionen. Frågan är om eller när uttaget var större än reserverna. Peak Oil ägde rum i USA 1970 och har inträffat i omkring sextio av världens åttio oljeproducerande länder. Nya oljefyndigheter innehåller ofta en låg kvalitet och kräver större energimängder att utvinna.

Idag är forskarsamhället överens om att oljeresursen är ändlig och ett varsamt uttag behövs. Med andra ord behöver världens samhällen ställa om till andra energikällor och minskat oljeberoendet.

Ett större nätverk av forskare i världen bildade organisationen ASPO. Deras uppgift är att

1. Define and evaluate the world's endowment of oil and gas;
2. Model depletion, taking due account of demand, economics, technology and politics;
3. Raise awareness of the serious consequences for Mankind.

100 milliliter olja innehåller energi motsvarande 1 kWh, och att en människas dagsverke är lika mycket som 0,5 kWh. Det betyder att om man tankar bilen med 50 liter bensin så är det lika mycket energi som 1 000 personers arbete under en dag.

Peak oil – när oljan sinar
Kjell Aleklett, Uppsala Universitet

Läs mer:

<http://www.peakoil.net/>

<http://www.ragnsells.se/Vad-vi-gor/Forskning/Ragn-Sells-Framtidsdag-2011/Peak-oils-fader-la-fram-hotbilden/>

<http://andaslugnt.blogspot.com/2011/12/peak-oil-och-maten.html>

http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/dyrare-olja-orsaken-till-lagre-tillvaxt_7646542.svd

Vilka prylar är viktiga för dig om olja /elektricitet slås ut eller ransoneras till några timmar varje dag? Läraren inleder med att berätta om uttaget av fossila olja i världen och hur knappa resurser i framtiden kommer att påverka mänskligheten.

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Parvis/grupper diskuterar eleverna vilka prylar de har som är viktiga för dem och vad de kan behålla. Efter cirka 15 minuter genomförs en värderingsövning Heta Stolen (se faktaruta). Följande påståenden kan användas:

*Jag måste ha min dator och mobil kvar
Jag vet inte vad jag kommer att göra på min
fritid*

*Alla människor får mer tid för att umgås
Människor måste arbeta mer*

Vi kommer att bli lyckligare

*Vi måste forska runt innovationer för
att överleva*

Värderingsövning

- Heta stolen

Eleverna sitter i en ring på stolar (även möjligt att stå i en ring utomhus med en tom plats). De får ta ställning till ett påstående. Om de instämmer i påståendet så reser de sig och byter stol. Om de inte instämmer i påståendet sitter de kvar eller att de behöver längre betänketid. De kvarvarande har möjlighet under samtalet att byta stol. Låt eleverna motivera/berätta till varför de har bytt stol eller sitter kvar. Läraren fördelar ordet.

**Insikt
Handling**

Aktivitet 2

Temat fortsätter med att kartlägga vad i samhället som kan existera eller fortfarande pågå med mindre mängd energi. Det kan till exempel vara manuellt arbete, mekaniska instrument, hantverk.

För de äldre eleverna genomförs en analys över de viktigaste samhällsfunktionerna som VA verken, vattentorn, elverk, butiker, lagstiftning, sjukhus, kyrka. Hur kommer samhället att se ut?

I smågrupperna skissas en vision över framtidens samhälle med mindre energi att förbruka. Vad ska prioriteras?

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Visionerna presenteras på ett genomslagskraftigt sett, som eleverna föreslår.

Skriv text/musik om konsumtion

Syftet är att skapa musik och/eller texter som kan förändra



http://lfg.rosnix.net/skivor/tillvaxten_eller_livet/

Upplevelse
Upptäckt
Förståelse

Aktivitet 1

Musik med grönt samhällsengagemang har uppstått i många unga grupper under decennierna världen över. En låt med shopping har skrivits av gruppen *Den förlorade generationen*, DFG – miljöpartiets Grön ungdoms proggband i början av 2000-talet.

Läraren startar ett samtal om tillväxt, shopping och läser sedan musiktextern. Lyssna gärna sedan till låten *Shoppa loss!* I par eller mindre grupper skapar eleverna egna kortare texter på begreppet shopping.

Det finns olika sätt att stödja kreativt skrivande. Några alternativ är

Plocka ut fragment från nedanstående text *Shoppa loss!* och låt eleverna fylla på med egna ord så att det blir hela meningar som till exempel

Vi måste shoppa ... Vi måste shoppa varje lördag innan vi på disco går.

Är du trött på dina ...

Marknaden ser ...

Framsteg är att ...

Men tempot måste ...

Använd hela meningar med naturmotiv och låt det gröna tänkande ställas mot något som har med shopping och konsumtion att göra. Ett exempel kan vara för de äldre eleverna att introducera Tranströmer och hans diktverk. Därefter plockar läraren ut meningar som eleverna får göra egna fortsättningar. Det kan se ut så här:

- Tranströmer: Det går ett träd omkring i regnet, skyndar förbi oss i det skvalande grå. Det har ett ärende. Fortsättning: Bråttom, bråttom. Gallerian stänger om fem minuter och jag måste ha ett paraply.

Eller andra meningar med annat innehåll som staden, människan

- Tranströmer: På tunnelbanestationen. En trängsel bland plakat ...
- Tranströmer: Kavajen luggsliten som en vargflock. Ansiktet som ...

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

- Tranströmer: Inne i galaxen skjuts kaffekoppar över disken, skyltfönstren tigger av förbipasserande, ett vimmel av skor som ... (inte sätter några spår)
- Tranströmer: Den här kvinnan köper och köper saker för att kasta i gapet på ... (tomrummen som smyger bakom henne)

Eleverna läser upp dem på en scen, som kan vara en pall, en rund ring markerad på golvet eller något annat som gör att diktläsningen tas på allvar av både publik och poet.

**Insikt
Handling**

Aktivitet 2

Det är viktigt att texterna sprids.

Handlingsruta (om vad som kan göras i elevernas närmiljö)

- Texterna ges ut via Facebook

Hållbar konsumtion – Shoppande – lärande för hållbar utveckling

Shoppa loss!

Förr så fick de slita
för att kunna skaffa mat
Men mänskan av idag
får inte heller vara lat
Hon måste shoppa, shoppa, shoppa,
shoppa, shoppa, shoppa, shoppa,
shoppa, shoppa!
Har du tråkigt framför TV-n?
42 tum - omodern!
Du har ju inga nya prylar!
Ta och skynda till affärn!
Du måste shoppa .

För om du vill va säker
på att jobbet ditt är kvar
så må du friskt spendera
för långt mer än vad du har
Du måste shoppa .
Är du trött på dina kläder
Eller på din gamla fru?
Ta då ett lån på telefon
Så du kan köpa nya nu
Du måste shoppa.

Ja, det är vi konsumister
Som ger kraft åt vår nation
Men tempot måste öka
Om vi ska få nån pension
Vi måste shoppa .
Är du sömnlös och förnedrad?
Har du bråkat med din boss?
Säkert finns det nåt på Dollarstore
Kom ut och shoppa loss!
Du måste shoppa.

Marknaden ser lycka
som ett svårt och farligt hot
Den nöjde är ju svår
att pracka på en massa skrot
och vi ska shoppa
Är du ensam med ditt sötsug
med din chipspåse-profil?
Sälkart att prinsen inte ringer
till en sån gammal mobil
Du måste shoppa.

Och att de prylar som vi köper
Både är och blir till skit
Det hör liksom inte hit
För alla lever på kredit
Mera grejs!
Mera mojs!!
Mera bajs!!!
Supersize!!!!

Framsteg är att
Ekonomisera mer och mer
Ju mer vi tar betalt för
desto högre BNP
Vi måste shoppa
Finns det nånting du gör gratis?
Var nu inte trög och dum
Du har en outnyttjad tjänstesektor
i ditt vardagsrum!
Du måste shoppa .
Vi måste shoppa .
Kom igen och shoppa, shoppa, shoppa,
shoppa, shoppa, shoppa, shoppa,
shoppa, shoppa!

Men nu finns en industri som ger ren
shopping konkurrens
Den bygger på att uppleva - fast långt bort
någonstans
Du ska resa, och resa, resa, resa, resa ...

Är A turist i B och styr kosan bort till A
Då göder vi varandra så att alla tjänar bra
Du ska resa.