

YXC- prosjektet



ER FRAMTIDA DIN?

I 2000 intervjuet UNEP og UNESCO 10.000 ungdommer mellom 18 og 25 år. Målet var å få i gang en dialog om:

- ‡ hvor **bevisste** de var om bærekraftig forbruk
- ‡ hvilket **engasjement** de hadde for en bærekraftig utvikling
- ‡ hvilke **framtidsvisjoner** de hadde, og hvordan de så på sin **mulige rolle** som spyspiss i arbeidet for et mer ansvarlig forbruksmønster.

Undersøkelsen viste at ungdommene var ambivalente i sine holdninger. Blant annet:

- ‡ så de på miljø, menneskerettigheter og helse som viktige utfordringer for framtida
- ‡ forsto de at det å bruke og å kaste varer hadde følger for miljøet, men knyttet ikke dette til sin kjøpsatferd
- ‡ foretrakk de å forbedre verden gjennom individuell framfor kollektiv handling.

Ut fra resultatene konkluderte UNEP og UNESCO med at det er behov for pålitelig, klar og letttilgjengelig informasjon til ungdom om hva bærekraftig forbruk innebærer.

Undersøkelsen er tilgjengelig på www.uneptie.org/youth_survey.

Verdens befolkning ventes å øke med 50 % innen 2050. Den vil da utgjøre ni milliarder mennesker. Nesten hele veksten ventes å komme i utviklingsland.

Dette vil sette et enormt press på naturressursene, det biologiske mangfoldet og den økologiske likevekten på denne kloden som er vårt hjem. Vi trenger å endre måten vi betrakter ressursene på og framfor alt måten vi bruker dem på. Det å fremme bærekraftig forbruk haster mer enn noen gang før.

Halvparten av jordas befolkning er under 20 år, og 90 % av alle unge mennesker bor i utviklingsland. Ungdom har krav på å bli hørt i den globale økonomien. Om kort tid kommer dagens ungdom til å bli de viktigste aktørene og drivkreftene for forandring. Derfor er ungdommens energi, motivasjon og kreativitet avgjørende for at forandringer skal skje.

Denne veiledningen og det tilknyttede nettstedet er tenkt som et verktøy for lærere, ungdomsledere og andre til å engasjere unge mennesker. Den er laget for å hjelpe ungdomsgrupper, organisasjoner og lærere til å øke bevisstheten om bærekraftig forbruk og gi ungdom mulighet til å omsette teori i praktisk handling.

Vi bør se på hva og hvordan vi produserer og forbruker. Men for at dette ikke skal koste for mye, trenger vi som forbrukere:

- ‡ tydelig **informasjon**
- ‡ tilgang på **bærekraftige produkter og tjenester**
- ‡ god **infrastruktur**.

For å gjøre bærekraftig forbruk mer aktuelt for ungdom, bygger denne verktøykassen på en bred og inkluderende tilnærming. Sunne kostvaner, sexhandel og mediekunnskap blir for eksempel ikke alltid regnet som nært knyttet til bærekraftig forbruk. Denne veiledningen trekker likevel fram temaene som viktige for å utvikle større bevissthet hos forbrukerne. Veiledningen gjør bruk av tilgjengelig informasjon, konkrete eksempler for å få fram fakta om spørsmål som henger sammen med bærekraftig forbruk.

Veiledningen framhever sammenhenger mellom kulturelle og geografiske forhold og generasjonsspørsmål. Youthxchange understreker de nære sammenhengene mellom bærekraftig forbruk, livskvalitet, effektiv utnyttelse av natur- og menneskelige ressurser, avfallsreduksjon og etiske spørsmål som barnearbeid, mishandling av dyr, rettfærdig handel og likestilling.

Norge er i dag blant verdens aller rikeste land, og blant dem der inntektene har økt mest i løpet av den siste generasjonen. I 1973 var det private forbruket her i landet på kr. 65.000 per person, omregnet til kroneverdien i 2003. I 2003 var det mer enn fordoblet, til kr. 140.000 per person. Samtidig har sammensetningen av forbruket endret seg betydelig. Matvareforbruket per person er nokså konstant og utgjør derfor en stadig mindre del av det samlede forbruket. Derimot bruker vi en større del av pengene på boliger, transport og tjenester. Noen av endringene i forbruksmønsteret er positive for miljøet, mens andre er negative. De fleste tjenester gir for eksempel relativt små miljøbelastninger, mens transport hører til de delene av forbruket som belaster mest.

Statistisk sentralbyrås Forbruksundersøkelser, <http://www.ssb.no/emner/05/02/fbu>, gir flere tall om sammensetningen av forbruket i Norge.

Framtiden i våre hender, www.fivh.no, utgir årlig en rapport på nett: "Økologisk utsyn", som forteller mer om utviklinga i det norske forbruket og hva den betyr for miljøet.

Grønn hverdag, www.gronnhverdag.no, gir et vell av tips om hvordan du kan bli en mer miljøvennlig forbruker.

På Globalis finner du indikatoren "Økologisk fotavtrykk" som viser hvor sterke og ødeleggende spor hvert enkelt land avsetter i naturen: www.globalis.no.



The World's Youth 2000, Population Reference Bureau: www.prb.org

Mer enn én fjerdedel av verdens seks milliarder mennesker - 1,7 milliarder - er mellom 10 og 24 år gamle. Dette er den største gruppen noen gang som holder på å bli voksne. 86 % av 10-24 åringene bor i utviklingsland. Andelen unge i disse landene er mye høyere enn i de rike landene.

Befolkning mellom 10-24 år
(millioner - % av total)

Verden i 2000	1,663	27
Rike land	241	20
Utviklingsland	1,423	29
Afrika	256	33
Asia	1,031	28
Nord- Amerika	64	21
Latin-Amerika	155	30
Europa	149	21
Stillehavet (inkl. Australia)	7	24

Målgruppen er ungdom som har tilgang på informasjonsteknologi og media og forbraker omtrent som ungdommer flest i rike land. Men alle med tilgang til Internett kan benytte veiledningen.

www.youthxchange.net

Gjennom hele veiledningen finner du relevante lenker til aktuelle sider på nettstedet youthxchange. I det siste kapitlet gis en oversikt over de enkelte delene av nettstedet, som viser dets interaktive form og hvordan det kan brukes i undervisningen.

www.miljolare.no † **Bli en bevisst forbruker**

Flere fagmiljøer har arbeidet sammen for å utvikle en rekke forbrukerrelaterte aktiviteter som fokuserer på læring gjennom handling. Elevene undersøker og kartlegger forbrukerrelaterte problemstillinger i nærmiljøet og bearbeider det de finner via nettsidene. Resultatene kan sammenlignes mellom skoler og over tid.

Se www.miljolare.no/forbruk.