



MAJANDUS- JA

KOMMUNIKATSIOONI-

# Tarbijaharidus

**GÜMNAASIUMI JA TÄISKASVANUKOOLITUSE  
ÕPPEKAVA**



Tarbija<sup>n</sup>valtseamet

Tallinn 2008

## 1. Tarbijahariduse taust

Tarbijaharidusele on maailmas hakatud suurt tähelepanu pöörama alates käesoleva sajandi algusest. Põhjuseks on üha süvenevad globaalsed ning personaalsed probleemid, mida hoogustuv tarbimine, mis arenenud riikides on kujunenud elustiili osaks, endaga nii üksikisikuile kui ühiskonnale tervikuna kaasa toovad. Tarbijaharidusega soovitakse kujundada teadlikke tarbijaid, kes suudaksid toetada ühiskonna jätkusuutlikkust.

Kõige aktiivsemalt tegeldakse tarbijahariduse arendamisega Põhjamaades, aga ka Suurbritannias, Austrias, Saksamaal. Rahvusvahelises koostöös on välja töötatud tarbijakodakondsuse (Consumer Citizenship) kontseptsioon näitamaks tarbimisalaste teadmiste, tarbimisoskuste ning tarbimishoiakute erilist tähendust tänapäeval.

**Tarbijakodakondsus on see, kui inimene aitab tarbijana aktiivselt kaasa ühiskonna arengule ja paremaks muutmisele, võttes isiklike vajaduste ja heaolu tagamisel vastutuse jätkusuutliku arengu eest ka globaalses mõõtnes.**

Eestis on tarbijaharidusega tegelenud Tarbijakaitseamet, Tallinna Ülikool, Jaan Tõnissoni Instituut jt organisatsioonid. Käesolev õppekava ning sellele vastav gümnaasiumi ja täiskasvanuhariduse õpik ühes õpetajaraamatuga on välja töötatud Jaan Tõnissoni Instituudis aastatel 2000–2008 ning ellu viidud rahvusvaheliste koostööprojektide käigus loodud materjalide põhjal. Õppekava kujutab endast **ühte tarbijahariduse käsitlemise varianti**. Tarbijaharidust soovitatakse integreerida üldhariduse sisse ning levitada täiskasvanuhariduse kaudu.

## **2. Tarbijahariduse eesmärgid**

### **2.1. Tarbijahariduse üldised eesmärgid**

Üleilmastumise tingimustes on tarbijahariduse rahvusvaheline peaesmärk inimestes teadlike globaalse suundumusega tarbimishoiakute ja väärtushinnangute kujundamine. Omandatud teadmised peaksid väljenduma tarbijaoskustena.

#### **Hoiakud ja väärtused:**

- Moraalne kindlus käituda sisemiste väärtushinnangute kohaselt, seista vastu välisele survele, jääda kindlaks oma seisukohtadele.
- Tolerantsus ja kriitiline hoiak interkultuuraliste väärtuste ja eluviiside suhtes.
- Soov kohandada oma tarbimisharjumusi ühiskonna heaolu eetiliste tõekspidamistega, sealhulgas hoolivus erineva etnilise ning sotsiaalse ja majandusliku taustaga inimeste suhtes, hoolivus puudust kannatavate või marginaalsete inimeste nii lokaalses kui globaalses mastaabis.
- Keskkonnateadlikkus.
- Mure globaalsete protsesside ja tingimuste pärast.

#### **Teadmised:**

- Tarbimise ajalugu (tarbimise eetiline, poliitiline, majanduslik, globaalne, sotsioloogiline ja psühholoogiline mõju).
- Majandusteooriad ja nende mõju ajaloos.
- Rahvusvahelised ja rahvuslikud poliitilised ja majanduslikud süsteemid ja protsessid. Vajaduste- ja arenguteooriad (elustandard, vajaduste hierarhia).
- Toodang (hind, kvaliteet, alternatiivid).
- Vaesus, heategevus.
- Töötajad kohalikul, piirkondlikul ja globaalsel tasandil.
- Tarbimise kaudu jälgitav majanduslik ja sotsiaalne hierarhia ühiskonnas.

- Tarbimise mõju kohalikul, piirkondlikul ja globaalsel tasandil (energia defitsiit, maakasutus, -jaotus ja transport).
- Tarbimise mõju inimarengule, kaasa arvatud mõju tulevastele põlvkondadele.
- Jätkusuutlik elustiil ja areng.
- Finantsmehhanismid, mis reguleerivad tarbimist (maksud, aktsiisid).
- Inimõigused.
- Tarbija õigused ja kohustused (lepingud, asendamine, tagasimaksed).
- Õiglane kaubandus.
- Moodsa reklaaminduse struktuur ja mõju (etiketid ja markeering, margitoodete mõju).
- Pereelu majanduslik baas (kuidas korraldada peremajandust, kuidas hoiduda võlastumisest).
- Tooteohutus.
- Taaskasutamine.
- Toit ja õige toitumine (elustiili haigused, geneetiliselt muundatud organismid).
- IT-süsteemid ja andmebaasid (pangandus, raamatukogud jne).
- E-kaubandus.

### **Oskused:**

- Oskuste hulka kuuluvad nii oskused igapäevaelus praktiliste toimingutega toime tulekuks kui analüüsi- ja refleksioonioskused.
- Oskus analüüsida isiklike soove ja vajadusi.
- Oskus ratsionaalselt mõelda.
- Oskus olla otsuste langetamisel ja probleemide lahendamisel loominguine.
- Oskus planeerida oma tarbimist vastavuses ressursidega.
- Oskus kasutada tootmise, jaotamise ja ladustamise ning eelarvekujunduse mõjutamiseks poliitilisi vahendeid ja mehhanisme (petitsioonide ja pressiteadete koostamine, kampaaniate korraldamine, isiklikud aktsioonid ja osalemine kampaaniates).
- Oskus teavet koguda, analüüsida ja kasutada (meediaalane kirjaoskus).

- Muutuste juhtimine.
- Tarbijahariduse eesmärgiks on kujundada inimestest teadlikke tarbijaid, kes:
  - oskavad kasutada ressursse mõistlikult, teha majapidamistöid arukalt ja hoolitseda oma rahaasjade eest,
  - oskavad jälgida oma õiguste täitmist ja teavad oma kohustusi tarbijatena,
  - oskavad ümber käia endale suunatud kaubandusliku mõjutamisega,
  - oskavad hinnata oma tarbimise keskkonnamõjusid,
  - oskavad organismi vajadusi ja keskkonnahoidu silmas pidades õigesti toituda,
  - oskavad hinnata toodete turvalisust ja kvaliteeti ning mõistavad tooteinformatsiooni.

## **2.2. Eesti gümnaasiumidele ja täiskasvanukoolitusele kujundatud tarbijahariduse eesmärgid**

Jaani Tõnissoni Instituudi poolt Eesti gümnaasiumidele ja täiskasvanukoolitusele kujundatud tarbijahariduse kursus järgib ülaltoodud rahvusvahelisi tarbijahariduse eesmärke ning keskendub eesmärgile kujundada inimestest teadlikke tarbijaid, kes:

- oskavad kasutada ressursse mõistlikult, teha majapidamistöid arukalt ja hoolitseda oma rahaasjade eest,
- oskavad jälgida oma õiguste täitmist ja teavad oma kohustusi tarbijatena,
- oskavad ümber käia endale suunatud kaubandusliku mõjutamisega,
- oskavad hinnata oma tarbimise keskkonnamõjusid,
- oskavad organismi vajadusi ja keskkonnahoidu silmas pidades õigesti toituda,
- oskavad hinnata toodete turvalisust ja kvaliteeti ning mõistavad tooteinformatsiooni.

### **2.3. Tarbijahariduse kooskõla Eesti põhikooli ja gümnaasiumi riikliku õppekavaga (RÕK)**

Tarbijahariduse eesmärgid ning põhimõtted on kooskõlas RÕK-iga ning toetavad selles sätestatud, kuna aitavad otseselt kaasa õppijate sotsialiseerumisele ning nende kujundamisele enda eluga toimetulevateks ühiskonnaliikmeteks. Tarbijaharidust on võimalik õpetada üldhariduskoolis kas eraldi kursusena või RÕK-iga sätestatud kohustuslike õppeainete raames vastavalt nende ainekavas leiduvatele võimalustele.

### **3. Eesti gümnaasiumidele ja täiskasvanukoolitusele kujundatud tarbijahariduse kursuse sisu**

#### **3.1. Tarbijahariduse kursuses käsitletavat teemad**

- **Tarbijateadlikkus**

Ratsionaalne tarbimisotsustus. Poliitika mõju tarbimisele. Tarbimisharjumused ja elustiil. Tarbimisega kaasnevad peamised probleemid ja konfliktid.

- **Jätkusuutlikkus**

Elukvaliteet. Agenda 21. Jätkusuutlikud tarbimishoiakud.

- **Tarbimine**

Tarbimise eesmärk ja mõju. Raha ja sellega toimetulek. Tarbimismustrid. Teave. Tarbijakäitumine. Ostumaania. Tarbija võimalused mõjutada tootmist ning pakkumist.

- **Rõivad ja jalatsid**

Rõivaste ja jalatsite funktsioonid. Toormaterjalid ja tekstiilide valmistamine. Tooteetiketid ning märgistus rõivastel ja jalatsitel. Rõivaste ning jalatsite hooldamine. Rõivaste ja jalatsite taaskasutus.

- **Toit ja toitumine**

Tervislik toitumine. Toidu kvaliteet. Toidu tervislikkus. Toidulisandid. E-ained. Bioloogiline ja konventsionaalne toit. Geneetiliselt muundatud toit. Toidu valmistamine ja töötlemine. Toidukaupade märgistus ja etiketid.

- **Kodukeskkond**

Kodukeskkond ja heaolu. Ohud kodus: elekter, müra, kodukeemia. Ohtude vältimine kodukeskkonnas. ‘

- **Kommunikatsioonitehnoloogiad**

Informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogia (IKT) mõiste. IKT tähendus inimesele. IKT-ga seotud kulutused. IKT-ga seonduvad ohud. IKT poolt kujundatav inimestevaheline ebavõrdsus. IKT kui tarbimis- ja suhtlusvahend. *On-line*-kaubandus.

- **Reklaam**

Reklaami eesmärk. Reklaamivõtted. Reklaami mõju inimesele. Reklaami tarbimine.

- **Tarbija õigused**

Tarbimist reguleerivad õigusaktid. Lepingud. Pretensioonide esitamine – tähtajad, dokumendid, kord. Interneti-kaubanduse, kataloogimüügi ning koduuksemüügi juriidiline eripära. Taganemisõigus. Vöötkood.

### 3.2. Tarbijahariduse kursuses käsitletavate teemade esindatus RÕK-is

Põhikooli ja gümnaasiumi riiklikus õppekavas on IV kooliastmes (X–XII klass) mõne õppeaine sisuvalikus teemasid, mis kas loovad aluse tarbijahariduse sisuvalikute käsitlemiseks, täiendavad neid või integreerivad tarbijahariduse kaudu omandatavaid teadmisi, oskusi ja hoiakuid üldisemas õpikontekstis.

<b>TEEMAD</b>	<b>ÕPPEAINE</b>
Tarbijaidentiteedi selgitamine, tarbija õiguste ja kohustuste teadvustamine.	ÜHISKONNAÕPETUS VÕÕRKEEL
Inimeste tarbimismotiivid, elukvaliteedi mõiste ja olemus.	VÕÕRKEEL GEOGRAAFIA
Raha roll tarbimises, kokkuhoiu põhimõtte.	VÕÕRKEEL
Reklaami eesmärgid ja roll.	VÕÕRKEEL EMAKEEL
Tarbijakaitse- ja tarbimisalaste seaduste tutvustus.	ÜHISKONNAÕPETUS GEOGRAAFIA
Tarbimise, keskkonnareostuse ja loodusvarade vastastikuse seose selgitamine.	GEOGRAAFIA BIOLOOGIA ÜHISKONNAÕPETUS
Tervisliku toitumise põhimõtted.	VÕÕRKEEL GEOGRAAFIA
Tehnoloogia roll igapäevaelus, ohutus tehnoloogia kasutamisel.	FÜÜSIKA
Nüüdisaegse maailma poliitiline, majanduslik ja keskkonnalane vastastikune seotus.	GEOGRAAFIA ÜHISKONNAÕPETUS



## 4. Tarbijahariduse metoodika

Tarbijahariduse omandamisel on kolm olulist aspekti:

- õppesisu lähtumine konkreetsetest eluolukordadest,
- õppijate isiklikud kogemused,
- õppe praktiline suunitlus.

See tingib valdavalt aktiivsete õppemeetodite kasutamise:

- **Ühistöö**, kus põhitegevusteks on kollektiivne konkreetse õppeteema alase materjali kogumine (ajakirjandus, Internet, küsitlus, vaatlus), kogutud materjaliga töötamine (selekteerimine, täiendamine, kontrollimine, analüüsimine, kokkuvõtmine) ning raporteerimine (kirjalik raport, suuline esitlus, vestlus rühmades, kollažid, pildid, näitused, instseneeringud).
- Variant on korraldada ka ulatuslikumaid **teema-aastaid**.
- **Projektiga töötamine**.
- **Näituste, infopunktide, seinalehtede, plakatite tegemine**.
- **Arutelud ja väitlused**.
- **Mängud**. Näiteks on tarbijahariduse raames aktuaalne kasutada erinevaid rollimänge ja erinevate situatsioonide lahendamist.

Individuaalsetest töömeetoditest sobivad:

- õppija individuaalsete tööraamatute või raportite koostamine,
- õppimispäevikute pidamine,
- mõistekaartide koostamine,
- referaatide koostamine.

## 5. Hindamine

Tarbijahariduses ei seata eesmärgiks õpitulemuste mõõtmist ning õppijate positsioneerimist selle põhjal. Õpetaja/treeneri/õppejõu ülesandeks on jälgida, kuidas õppijad kaasa töötavad, neid suunata ja tunnustada. Tarbijahariduse kursuse läbimise edukuse kriteeriumiks on õppijate teadlikkuse tõus ning oskuste ja hoiakute kujunemine. See väljendub **tarbijakodakondsusena** – tarbijaharidust õppinud inimene aitab tarbijana aktiivselt kaasa ühiskonna arengule ja paremaks muutmisele, võttes isiklike vajaduste ja heaolu tagamisel vastutuse jätkusuutliku arengu eest ka globaalses mõõtmes.