

Latvijas Universitāte
Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultāte
Pedagoģijas nodaļa

Līga Danilāne

PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBAS BŪTĪBA PAMATSKOLĀ

Skolas pedagoģija

Promocijas darbs
pedagoģijas zinātņu doktora grāda iegūšanai

Promocijas darba vadītāja
Dr.habil.paed., prof. **Irēna Žogla**

RĪGA

2014



EIROPAS SAVIENĪBA



LATVIJAS
UNIVERSITĀTE
ANNO 1919

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

Šis darbs izstrādāts ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu projektā «Atbalsts doktora studijām Latvijas Universitātē - 2».

SATURS

IEVADS	5
1. PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBA TEORIJĀS UN NORMATĪVAJOS DOKUMENTOS	17
1.1. Patērētājizglītības attīstība Latvijas un citu Eiropas valstu kultūrvidē mūsdienu sociāli ekonomiskajā situācijā	17
1.2. Patērētājizglītības satura attīstība sociāli ekonomisko apstākļu ietekmē un tā ieviešana izglītībā	30
1.3. Patērētājizglītības konceptuālais ietvars pamatskolas mācību procesā un sasniedzamie mācību rezultāti	45
2. PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBAS SATURS UN TĀ APGUVES IESPĒJAS PAMATSKOLĀ	52
2.1. Patērētājizglītības saturs pamatizglītības standartā un mācību procesā	52
2.2. Patērētājizglītības satura ieviešana pamatizglītībā	61
2.2.1. Pusaudža raksturojums sociālajā vidē, vajadzības un līdzdalības veidošanās	61
2.2.2. Pilotpētījums patērētājizglītības satura izstrādei	71
2.2.3. Patērētājizglītības satura apguves programmas izstrāde un metodoloģiskais pamats	80
2.2.3.1. Mācību metodes patērētājizglītības satura integrētā apgūvē	89
2.2.3.2. Vērtēšana un patērētājizglītības satura apguves kritēriji	99
3. PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBAS APGUVĒ PAMATSKOLĀ: SATURA ĪSTENOŠANA UN EFEKTIVITĀTES PĀRBAUDE	106
3.1. Eksperimentālā pētījuma vispārīgās nostādnes un organizācija	106
3.2. Patērētājizglītības satura ieviešanas pētījuma rezultātu analīze atbilstoši izvirzītajiem kritērijiem	108
3.2.1. Skolēnu zināšanu kvalitāte patērētājizglītības satura apgūvē	108
3.2.2. Kritērija „Prasmes” apguves analīze zināšanu izmantošanas kontekstā	119
3.2.3. Apzinātas un atbildīgas attieksmes pilnveidošanās patērētājizglītības satura ieviešanas rezultātā	127
3.2.4. Programmas „Patērētājizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājizglītības veidošanai pamatskolā” ekspertvērtējums	136
NOBEIGUMS	140
LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI	146

PROMOCIJAS DARBĀ IEKĻAUTO TABULU UN ATTĒLU SARAKSTS	161
PATEICĪBAS	164
PIELIKUMI	165

IEVADS

Sociālās pārmaiņas, kas saistītas ar iestāšanos Eiropas Savienībā, Latvijas robežu atvēršana, pievienošanās starptautiskām organizācijām, intelektuālo un materiālo vērtību apmaiņa izaicina mērķtiecīgu izglītības sistēmas pilnveidošanu vērtību radīšanai un izmantošanai. Šis process ir orientēts uz personības attīstību, kura ir spējīga uz pašnoteikšanos, tātad spējīga patstāvīgi izvēlēties savas attīstības un pašrealizācijas stratēģiju tirgus ekonomikas attiecībās, īpaši mūsdienu pasaules ekonomiskās krīzes izteikti mainīgajos apstākļos.

21.gadsimts ienāk ar tehnikas modernizāciju, pieaugošu informācijas apjomu, jaunām mobilitātes iespējām un globalizācijas procesu attīstību, kā rezultātā mainās cilvēku attieksmes, transformējas respektētās vērtības un dzīves mērķi, kas, savukārt, izvirza jaunas prasības izglītībai saistībā ar humānās pedagoģijas pamatprincipiem.

Robertsone S.L. (*Robertson, 2005*) raksturo pārmaiņas izglītībā, kur:

- ilgtermiņa ekonomiskā izaugsme saistīsies ar jaunām zināšanām, pie kam līdzsvars starp zināšanām un resursiem (darbaspēks un kapitāls) pārvietojas uz zināšanām;
- izglītībai būs būtiska nozīme ekonomikas izaugsmē, tomēr izglītības sistēmām vajadzēs citādi reaģēt uz zināšanu sabiedrības prasībām.

Pārmaiņas skar visas dzīves jomas, tai skaitā arī vispārējo izglītību. Līdz ar to rodas nepieciešamība skaidri zināt darbības līdzekļus un veidus, personības attīstību ietekmējošos faktorus, kuri nodrošinās efektīvu mācīšanas – mācīšanās procesu, sekmēs efektīvāku virzību uz mērķi un pašapliecināšanos, līdzdalību izkoptas cilvēka vērtību sistēmas izveidē, lai veicinātu skolēna personības attīstību un gatavību dzīves darbībai sabiedrībā ar tajā iekļautajām sociālo attiecību, vērtību radīšanas un patērēšanas līdzsvarotību.

Pateicoties dažādām kultūras, sociālajām, ekonomiskajām un tehniskajām ietekmēm, patērētāji ir saskārušies ar milzīgām dzīves veida un patēriņa ieradumu problēmām, kuras izraisa līdzsvara zudums starp materiālo un garīgo vērtību radīšanu, no vienas puses, un to patērēšanu – no otras. Pieaugošā cilvēku, ražošanas, simbolu, naudas un informācijas mobilitāte pārveido individuālās īpašības un pievērš uzmanību lojalitātes izžušanai. Tas ir novedis pie tā, ka cilvēki savas individuālās īpašības veido daudz savādāk nekā agrāk. Lielākajai daļai indivīdu patēriņš ir „dabīgs” un pieņemams veids, kā veidot savas personīgās īpašības.

No otras puses, šī attīstība ir radījusi nepieciešamību būt tādiem patērētājiem, kuri var interpretēt būtisku informāciju un dalīties ar to savā starpā, pieņemt atbilstošus lēmumus. Ne visi cilvēki spēj kritiski izvērtēt ražošanas un reklāmas sektoru radīto ietekmi; vajadzīga informācija un

izglītība, kā arī izpratne par atšķirību starp reālajām un šķietamajām vajadzībām, patērētāja kultūru kā pilsoņa – personības individuālās kultūras komponenti un ētiskajiem principiem.

2011.gads Amerikas Savienotajās Valstīs tika nosaukts kā pilsoņa patērētāja gads (Year of the Citizen Consumer) (Kaplan, 2010). Patērētājizglītība neatrisinās visas problēmas, bet tā ir mūsdienu patērētāja izglītības nozīmīga sastāvdaļa, kas rada nepieciešamību attiecīgi pilnveidot mācību procesu, lai jaunos apstākļos skolēni veidotu līdzsvarotu izpratni par sevi un citiem, savām un citu vajadzībām, pārdzīvojumiem, perspektīvu.

H.Torelli un S.Torelli (Thorelli & Thorelli, 1977) ir izvirzījuši teoriju, ka brīvā tirgus ekonomika var efektīvi pastāvēt tikai ar izglītota patērētāja atbalstu. Viņi apgalvo, ka tikai tad, kad vismaz daži patērētāji pieņems inteligēntus lēmumus, atvērtā tirgus ekonomika kalpos modernās sabiedrības vajadzībām. Patērētājizglītība ir veids kā sabalansēt spēku starp ražotājiem un patērētājiem. Patērētājizglītības mērķis ir iedrošināt indivīdus analizēt un pieņemt uz personīgām vērtībām balstītus lēmumus saskaņā ar viņu vajadzībām un vēlmēm. Tas var palīdzēt indivīdiem pieņemt tādus lēmumus, kuri var skart plašāku sabiedrības daļu. Patērētājizglītības mērķauditorija ir izglītības iestādes (skolas), interešu izglītības iestādes un tālākizglītības kursi un semināri pieaugušo izglītībā.

Patērētājizglītība ir attieksmes (zināšanas, pārdzīvojums, darbība) veidošana, kas nepieciešama dzīvošanai ekonomiskās krīzes situācijā.

Mūsdienu sabiedrībā pastāv arī termina „patērētājizglītība” negatīva izpratne – vēlme iedrošināt cilvēkus patērēt aizvien vairāk. Patiesībā ir tieši pretēji: patērētājizglītības mērķis ir veicināt izpratni par struktūrām un sistēmām, kas risinās tirgus iekšienē, kā viņu patērētāju ieradumi ietekmē ekonomiku, vidi un sabiedrību, lai pieņemtu apzinātu lēmumu. Patērētājizglītība nodrošina ieskatu, kurš nepieciešams, lai veidotu pilsoņus par patērētājiem ar atbildīgu un inteligentu rīcību. Tā ir atbildīga mācīšanās, kura sekmē personības individuālo spēju attīstīšanu paša dzīves vadīšanai globālās sabiedrības dzīves kontekstā. Patērētājizglītība saistās ar personības attīstību – individuālu, sociālu, ekonomisku un ekoloģisku (Karpjoki, 1999).

Promocijas pētījums balstās ilggadējā pieredzē, kopš 1999.gada strādājot Rēzeknes Augstskolas (RA) Izglītības un dizaina fakultātē (IDF) Dizaina un amatniecības katedras (DAK) studiju programmā „Mājturības/mājsaimniecības un biznesa ekonomisko pamatu skolotājs”, kas sevī iekļauj studiju kursu „Patērētājizglītības pedagoģiskie un sociāli ekonomiskie pamati”. Šī studiju kursa īstenošana topošo skolotāju vidū, aprobācija vispārīzglītojošās skolas pamatizglītības klasēs atklāj pretrunu starp patērētājizglītības būtību un pamatizglītības standarta realizēšanu; skolēnu izpratnes par šo parādību ierobežotību un patērētājizglītību globalizācijas procesu ietekmē.

Problēma: Patlaban faktu un publikāciju par patērētājizglītību ir ļoti daudz, bet nav izstrādāts Latvijas kultūrapstākļiem atbilstīgs patērētājizglītības saturs skolām, nav apzināti patērētājizglītības teorētiskie pamati mērķtiecīgai darbībai šinī jomā, kā arī skolēna patērētājizglītības attīstības iespējas ikdienas dzīvē un valsts izglītības sistēmā, lai mācību un praktiskajā darbībā skolēns apzināti un mērķtiecīgi veidotu savu individuālo patērētāja prasmi, tādējādi realizējot pedagoģisko paradigmu maiņu patērētājizglītībā.

Lai varētu risināt patērētājizglītības problēmas izglītībā, nepieciešams izstrādāt teorētiski pamatotu un mūsdienu skolēna vajadzībām atbilstīgu metodoloģisko pamatu, kas transformē mācīšanas procesu mācīšanās procesā, dod skolēniem iespēju ne tikai izprast sabiedrības un indivīda vajadzības, bet arī palīdz apzināt patērētājizglītības mācību satura nozīmīgumu un apguves metodes.

Pētījuma pedagoģiskā un sociālekonomiskā aktualitāte noteica promocijas darba temata izvēli – „Patērētājizglītības būtība pamatskolā”.

Pētījuma priekšmets: *skolēna patērētājizglītība* pamatskolas 8. un 9. klases pedagoģiskajā procesā.

Mērķis: apzināt patērētājizglītības būtību, pedagoģiskās likumības vispārīzglītojošās pamatskolas procesā, uz šī pamata izveidot metodoloģisko pamatu patērētājizglītības satura integrēšanai skolas mācību priekšmetu saturā, transformējot mācīšanas procesu skolēna mācīšanās procesā.

Pētījums balstās uz pieņēmumu, ka pusaudži patērētājizglītības procesā iegūs Latvijas kultūrvidēi atbilstīgu patērētājizglītības izpratību Eiropas valstu pieredzes kontekstā, kā arī ideja par patērētājizglītības audzinošo potenciālu, kas pilnveido skolēna kā patērētāja pilsoņa izglītību, sekmē skolēna līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules ekonomiskās krīzes situācijā.

Patērētājizglītības satura un metožu apzināšana ļaus izstrādāt mūsdienu Latvijas realitātei atbilstīgu patērētājizglītības mācību saturu un tā ieviešanas metodes, transformējot mācīšanas procesu skolēna mācīšanās procesā.

Hipotēze: skolēna patērētājizglītība īstenojas kā vispārējās izglītības komponents, ja:

- ir formulēts, pamatots un iekļauts mācību saturā jēdziens „patērētājizglītība”;
- ir analizēts patērētājizglītības saturs pamatizglītības standartā, kas piedāvā skolēniem atbilstīgu darbību, ietver skolēnu vajadzību izpēti, patērētāja prasmi strādāt ar informāciju, lēmumu pieņemšanas un līdzdalības veidošanai uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā ekonomiskās recesijas ietekmē;
- izstrādāti patērētājizglītības kritēriji un līmeņi, ko apzina un izmanto skolotājs un skolēns mācību sasniegumu pašnovērtēšanā un novērtēšanā.

Pētījuma uzdevumi:

- Analizēt zinātnisko literatūru un avotus par patērētājizglītības būtību un attīstību Latvijas un Eiropas kultūrvidē recesijas apstākļos.
- Pamatojoties uz zinātniskās un metodiskās literatūras atziņām, izpētīt pedagoģiskās likumsakarības, apzināt *patērētājizglītības* jēdzienu un patērētājizglītības konceptuālo ietvaru pamatskolas mācību procesā.
- Veikt skolēnu vajadzību izpēti un noteikt Latvijas kultūrapstākļiem atbilstošu patērētājizglītības saturu.
- Izstrādāt metodoloģisko pamatu patērētājizglītības satura mācīšanas procesa transformācijai skolēnu mācīšanās procesā, izmantojot patērētājizglītībai atbilstīgas mācību metodes.
- Izveidot programmu „Patērētājizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājizglītības veidošanai pamatskolā”, izstrādāt kritērijus un līmeņus tās aprobācijai praksē un veikt aprobāciju.
- Analizēt programmas aprobācijas rezultātus un sagatavot ieteikumus patērētājizglītības satura ieviešanai pamatizglītības mācību procesā, transformējot mācīšanas procesu skolēnu mācīšanās procesā.

Pētījums balstās uz humānisma koncepciju, kas tiek īstenota sociālās mācīšanās teorijas pieejā, pamatojoties uz psiholoģijas un pedagoģijas, ekonomikas un mārketinga teoriju atziņām.

Pētījuma teorētisko pamatu veido:

- **atziņas par personības veidošanos un cilvēkpotenciāla izpratni sociālajā vidē** (Andersone,2004; Antilla,1992; Beļickis,2000; Bernšteins,2003; Berry,1999; Bluka,Rubana,2002; Bornholt,2000; Bourdieu,2004; Broks,2000; Čehlova,2002; Elliott,1998; Eriksons,1998; Fend, 1991; Gudjons,1998; Garleja,2001, 2006; Jessor,1992; Jurgena,2002; Karpova,1998; Katz,2000; Lekroy, Daily, Miligen,2001; Maslow,1943; Meikšāne,1998; Milts,1979; Pārruna,1997; Piažē,2002; Schwartz,1990; Sebastian, Burnett, Balkemore,2008; Tunne,1999; Vorobjovs,2002; Петровский,1982; Фельдштейн,1996; Мудрик,2003, Ясвин,2001);
- **humānās pedagoģijas atziņas par skolēna un skolotāja sadarbību mācīšanās procesā, realizējot uz skolēna vajadzību un interešu ievērošanu balstītu mācīšanās pieeju** (Barr, Tagg,1995; Fišers,2005; Harkema, Schout,2008; Lieģeniece,2003; Maslovs,1970; McCombs, Whisler,1997; McDonald,2002; Popil,2011; Rogers,1995; Šuvajevs,2003; Rifkins,2004; Rubene,2008; Žogla,2001,2006); par **skolēncentrētu mācību pieeju** (Katane,2005; Laiveniece,2003; Maslo,2002; Pasi Lazarescu,2013; Asoohed, Zarepour,2012);

- **patērētājizglītības jēdziena un būtības izpratība**, (Bannister, Monsma, 1980, Hellmann - Tuitert, 1999, Knapp, 1990, Langrers, 1979, Ļubkina, 1997, 2000, 2004, Thompson, 1993, Thoresen, 2002, Jeley, 1999, Thoresen, 2002, McGregor, 1994, 2006, 2007, 2010, Sandlin, 2005, Steffens, 1995, 2001, Suojanen, 1994), **konceptuālā ietvara analīze** (Flowers, 2001, Wells, Atherton, 1998, Kitson, 1999, Sandlin, 2004, Clair, Martinez- Roca, et.al., 2011; Ells, 1997);
- **ilgtspējīgas attīstības sakarības** (Clugston, 2004; Davis, 2009; Miller, Kato, 2006; Salīte, 2002, Vogel, 1996, McGregor, 2007) un **skolēnu mācību sasniegumu attīstība** (Daniela, 2009; Delors, 2001; Garleja, 2006; Mager, 1991; Phan, 2008; Sacher, 2001, Špona, 2001, 2004; Šūmane, 2012; Uzunova, 2007; Zoller, 2000; Žogla, 2001; Стоунс, 1988);
- **sociālās mācīšanās teorijas atziņas par indivīda uzvedību, kā arī tās mainīšanas vai modificēšanas metodēm** (Audi, Gouia-Zarrad, 2013; Bandura, 1986, 1991, Burleson, 2005; Dolmans, 2005; Gillham, 2001; Godwin-Jones, 2011; Green, 2007; Koehler, 2007; Lee, Conroy & Hee, 2003; McGregor, 2007, 2010; Mishra, Koehler, 2006; Moreno, 2007; Pimapunsri, 2010; Rotter, 1954; Štikāne, Ušča, 2013; Walls, 2009; Дьюи, 2000); **mārketinga teorijas atziņas par patērētāja uzvedību** (Dickson, 1994; Hawkins, 1989; Kalka, Mēsene, 2004; Praude, 2011; Энджел, Блэкуэлл, Миниард, 1999);
- **pamatizglītības satura analīze** (Albrehta, 2004; Burleson, 2005; Ellerani, Gentile, 2013; Fisher, 2013; Kuliša, 2010; Skatkins, 1983, Žogla, 2001); **skolēna līdzdalības attīstība** (Bennets, Cross, Bloomer, 2011; Eriksen, 2008; Kotler, Armstrong, 1991; Uzunova, 2007) un **patērētājizglītības ieviešanas modeļi** (Amanis, Lubiņš, Ļubkina, 1997; Parsons, 1951; Thompson, 1993; Vassileva, 2008; Clair, Martinez-Roca, et.al., 2011).

Pētījuma metodes:

1. Teorētiskās metodes. Filozofiskās, pedagoģiskās un psiholoģiskās, ekonomikas literatūras, interneta avotu, zinātniskās datu bāzes un normatīvo dokumentu izpēte, atlase, sistematizēšana, strukturēšana un mērķorientēta analīze. LR un ES dokumenti, statistikas dati.

2. Empīriskās metodes.

Datu ieguves metodes:

- skolēnu aptaujas viņu vajadzību izpētei (pirmreizējo datu iegūšanai un patērētājizglītības programmas izstrādei);
- skolēnu darbības un uzvedības novērošana (programmas aprobācijai un praktiskai lietošanai patērētājizglītības veidošanas procesā vispārizglītojošā skolā);
- ekspertvērtējums par programmu „Patērētājizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājizglītības veidošanai pamatskolā”.

Datu apstrādes un analīzes metodes:

- kvantitatīvo datu apstrāde veikta SPSS 16.0 datu apstrādes programmā, izmantojot Kendella korelāciju (Kendall's tau – b) sakarību noteikšanai, Manna – Vitnija U – testu neatkarīgu izlašu salīdzināšanai, Vilksona testu pazīmes salīdzināšanai divos mērījumos, kas veikti vienai un tai pašai izlasei, un Frīdmana testu pazīmes salīdzināšanai vairāk nekā divās saistītās izlasēs.

Pētījuma bāzi veido:

Pilotpētījums: skolēnu vajadzību patērētājiizglītības jomā izpētei - 310 vispārizglītojošo skolu skolēni

no Latgales reģiona piecu rajonu 15 skolām:

Rēzeknes pilsētā – Rēzeknes 5. vidusskola;

Rēzeknes rajonā – Viļānu vidusskola, Maltas 2. vidusskola; Kaunatas vidusskola, Audriņu vidusskola, Aizupes pamatskola, Dekšāru pamatskola, Sakstagala pamatskola un Rēznes pamatskola.

Balvu rajonā – Stacijas pamatskola;

Ludzas pilsētā – Ludzas pilsētas ģimnāzija;

Ludzas rajonā – Zilupes vidusskola;

Krāslavas pilsētā – Krāslavas pamatskola;

Krāslavas rajonā – Dagdas vidusskola;

Preiļu pilsētā – Preiļu 2. vidusskola.

Programmas aprobācijai - 80 Viļānu novada Viļānu vidusskolas 8. un 9.klašu skolēni.

Pētījuma posmi

Nr. p.k.	Posmi un darba vide	Rezultāts
1.	1998.g. – 2003.g. Studijas augstskolās, pirmsdoktorantūras posms	Izstrādāts bakalaura darbs ekonomikā “Latgales reģiona iedzīvotāju dzīves līmenis un tā problēmu risinājums”. Izstrādāts kvalifikācijas darbs Arodpedagoģijas studiju programmā “Patērētājinības un to loma Darbmācības, ekonomikas pamatu un arodskolotāju studiju programmā”. Izstrādāta studiju kursa “Patērētājinības” programma mājturības specialitātes studentiem un uzsākta realizēšana Rēzeknes augstskolā (RA) Izstrādāts un 2001.g. aizstāvēts maģistra darbs ”Patērētāju izglītošanas ekonomiskie un pedagoģiskie aspekti”.
2.	2004.g.- 2007.g. LU, RA	Esošās situācijas analīze, problēmu apzināšana, pētījuma temata izvēle un metodiskās literatūras studēšana Noformulēts sākotnējais pētījuma mērķis un uzdevumi, <i>veikta empīriskā vajadzību izpēte</i> autorei piedaloties ESF projektā “Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārizglītojošā skolā” (Līgums Nr. 2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/ APK/ 3.2.5.2./ 0097/0160).

Nr. p.k.	Posmi un darba vide	Rezultāts
	2004.g.-2007.g. LU, RA	<p>Veikta aptauja „Patērētāji izglītība un patērētāja kultūras izpratne pamatskolā”, respondentu kopa 310 vispārizglītojošo skolu skolēni no Latgales reģiona piecu rajonu 15 skolām, <i>veikta materiālu atlase programmas izstrādei.</i></p> <p><i>Izveidota teorētiskā koncepcija, pētot patērētāji izglītības teorētiskos aspektus un sociālo kontekstu Latvijas sociāli ekonomiskajā situācijā, veicot teorētiskās literatūras analīzi zinātniskajās datu bāzēs un izmantojot informācijas meklētājus internetā par patērētāji izglītības veidošanas iespējām Latvijā un ārzemēs, kā arī pamatojoties uz saistītajiem Latvijas un ārvalstu normatīvo dokumentu materiāliem; veikta satura atlase.</i></p> <p>Atlasīto materiālu analītiska sistematizēšana, strukturēšana, publikāciju sagatavošana un pieredzes popularizēšana starptautiskajās konferencēs. Veiktās teorētiskās literatūras analīzes un empīriskās vajadzību izpētes rezultātā <i>mainīta hipotēzes preambula</i>, kā arī precizēts pieņēmums par mācību saturā piedāvāto patērētāji izglītību.</p> <p>Pamatojoties uz KOBAPI modeli (uz Kompetenci Balstīts Patērētāju Izglītības modelis) (COBACE - a COmpetence BAased model for Consumer Education) noteikti patērētāji izglītības mācību rezultāti (learning outcomes).</p>
3	2008.g.-2009.g. RA	<p><i>Izstrādāti teorētiskie pamati mācību satura integrēšanai.</i></p> <p><i>Izstrādāta programma „Patērētāji izglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētāji izglītības veidošanai pamatskolā” un metodoloģiskais pamats tās aprobācijai un praktiskai lietošanai patērētāji izglītības ieviešanas procesā vispārizglītojošā skolā:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - noteikts pētījuma mērķis un uzdevumi, - izvēlēta aprobācijas bāze un noteiktas pētījuma robežas, - izvēlētas metodes aprobācijas veikšanai. <p><i>Izstrādāti kritēriji, līmeņi programmas ieviešanai un skolēnu sasniegumu vērtēšanai.</i></p> <p><i>Izstrādāts Patērētāja Izglītības modelis patērētāja kultūras attīstīšanai, kurš publicēts monogrāfijā „Patērētāji izglītības pedagoģiskie un sociāli ekonomiskie aspekti”</i></p>
4	2010.g.-2013.g. LU, RA	<p><i>Veikta programmas „Patērētāji izglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētāji izglītības veidošanai pamatskolā” aprobācija:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -sagatavotas un pavairotas anketas. -veikta anketēšana, vadītas nodarbības, apkopoti rezultāti, - veikta rezultātu analīze un izdarīti secinājumi. <p>Pētījums veikts Viļānu vidusskolas 8.-9.klašu grupā, respondentu kopa 80 skolēni. Pētījumos gūto empīrisko datu apstrāde, kvantitatīva analīze, pētījuma noslēguma izvērtējums, ieteikumu izstrāde patērētāji izglītības satura ieviešanai vispārizglītojošā skolā, promocijas darba noformēšana.</p> <p>Pētījuma 4.posmā tika precizēts pētījuma instrumentārijs, precizēti darbā lietotie termini un pārbaudīta pētījuma hipotēze.</p>

Pētījuma novitāte:

- apzināts un pamatots jēdziens *patērētājizglītība* pamatskolas mācību satura kontekstā;
- analizēts patērētājizglītības konceptuālais ietvars, noteikts Latvijas kultūrapstākļiem atbilstošs patērētājizglītības saturs un izstrādāti skolēnu mācību sasniegumu novērtēšanas kritēriji;
- izstrādāta patērētājizglītības mācību satura programma, izmantojot specifiskas mācību metodes un līdzekļus mācīšanas procesa transformēšanai skolēna mācīšanās procesā.

Pētījuma praktiskā nozīme:

- veikta pusaudžu vajadzību izpēte teorētiskā un empīriskā līmenī, lai izveidotu Latvijas kultūrapstākļiem atbilstošu izglītības programmu patērētājizglītības ieviešanai vispārīzglītojošā skolā;
- veikta programmas aprobācija, pamatojoties uz izstrādātajiem kritērijiem un līmeņiem, kas izmantojami skolēnu sasniegumu pašnovērtēšanā, kā arī skolotāju veicamā novērtēšanā;
- sagatavoti ieteikumi programmas ieviešanai pamatskolas mācību procesā;
- izstrādātais un praksē pārbaudītais patērētājizglītības saturs ir pamats patērētājizglītības organizēšanai vispārējā izglītībā; tas ļauj skolotājiem ieteikto pamata saturu izmantot radoši.

Pētījuma robežas un promocijas darba struktūra

Pētījuma gaitā noteiktas pētījuma robežas, aptverot saikni starp patērētājizglītības tēmām pamatizglītības mācību saturā 5 izglītības jomās, kas veido izstrādātās programmas teorētisko pamatu patērētājizglītības satura ieviešanai pamatizglītībā.

Pusaudžu vajadzību izpēte veikta Latgales reģiona 15 skolās, bet patērētājizglītības programmas aprobācija veikta vienā skolā, tā rezultātus nevar uzskatīt par reprezentatīviem valstij kopumā. Izmantojot programmu citos reģionos, nepieciešams apzināt sociālo kontekstu. Izveidoto programmu, materiālus, vērtēšanas kritērijus, līmeņus var izmantot par pamatu, lai pilnveidotu Latvijas vispārīzglītojošo skolu pusaudžu individuālo patērētājizglītību kā pilsoņiem – personībām.

Literatūras un avotu izpēte dod iespēju secināt, ka līdz šim zinātnieki ir pētījuši gan uzņēmības veidošanu skolēniem, gan patērētāja uzvedību un rīcības modeļus un attieksmi, taču nav pētīta specifisko patērētāja – uzņēmēja attieksmju veidošanās mācību procesā. Tas ir aktuāls jautājums mūsdienu sociāli ekonomiskajos apstākļos un rada nepieciešamību veikt padziļinātus pētījumus šinī jomā.

Pētījums apliecināja nepieciešamību pētīt skolotāju sagatavotību patērētājizglītības integrēšanai vispārējās izglītības saturā.

Promocijas darba struktūru veido ievads, trīs daļas un nobeigums, literatūras saraksts un 21 pielikums.

Kopumā analizēti 244 literatūras avoti latviešu, angļu, vācu un krievu valodā. Teorētisko un praktisko atziņu rezultāti ir vizualizēti 49 tabulās un 37 attēlos, kuru lielākā daļa ir autores veidoti.

Tēzes aizstāvēšanai

Pētījuma gaitā atklātās pedagoģiskās likumības formulētas tēzēs aizstāvēšanai:

1. Pamatizglītības mācību priekšmetu standartos iekļautā pilsoniskā izglītība būtu papildināma ar patērētājiizglītības tēmām, kas sekmē indivīda spēju pārvaldīt savu dzīvi, veicina sabiedrības individuālo, sociālo, ekonomisko un ekoloģisko attīstību mainīgos apstākļos.
2. Skolēnu sasniegumu patērētājiizglītībā vērtēšanai ir izmantojami kritēriji: zināšanas un izpratne, prasmes un attieksmes. Tas ļauj veikt objektīvu skolēna sasniegumu raksturojumu, kas veicina katra skolēna dzīvei būtisko zināšanu un prasmju apguvi un izpratni par personīgajiem mācīšanās panākumiem.
3. Patērētājiizglītības satura apguve ir realizējama, balstoties uz detalizēti izstrādātu patērētājiizglītības programmu, kas paredz satura integrēšanu pamatizglītības pedagoģiskajā procesā, izmantojot atbilstīgas mācību metodes un realizējot skolēncentrētu pedagoģisko paradigmu.

Pētījuma rezultātu aprobācija

Apkopota pieredze, kas gūta starptautiskajos projektos: „Nordic-Baltic project 2000-2002. - Consumer education curriculum development”; „Erasmus COMENIUS project „Consumer Citizenship Network” 2003.-2009”; „Partnership for Education and Research about Responsible Living (PERL) 1559277-LPP-1-2009-1-NO-ERASMUS-ENWA” 2010-2015; Eiropas Sociālā fonda projektā (Līgums Nr. 2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/APK/3.2.5.2./0097/0160) „Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārīzglītojošā skolā”; RA realizētajos IZM zinātniski pētnieciskajos projektos „Izglītības reforma vispārīzglītojošā skolā: izglītības satura pētījumi un ieviešanas problēmas” un „Izglītības reformas ieviešana Latgales reģiona skolās: Rezultatīvo rādītāju kvalitatīvā analīze”, kā arī starptautiskajās konferencēs, darba autorei uzstājoties ar referātiem par veiktajiem pētījumiem.

Promocijas darbs apspriests ar starptautiskajiem ekspertiem:

2003. gada. 25.februārī Rēzeknes Augstskolas organizētā seminārā „Home Economics in the new Millenium: a Challenge and Opportunity” laikā individuālā konsultācijā ar profesori J.Benn (Kopenhāgena, Dānijas Pedagoģijas universitāte), apspriesta promocijas darba daļa par vajadzību izpēti un patērētājiizglītības saturu;

2008. gada 22.un 23.februārī RA zinātniskās starptautiskās konferences „Sabiedrība. Integrācija. Izglītība” laikā individuālā konsultācija ar profesori J.Tkačikovu (Slovākija, Bratislavas

Ekonomikas universitāte, Patērētāju Pilsonības institūts), apspriests sagatavotais Patērētājizglītības satura ieviešanas modelis;

2009.gada 27.un 28. februārī dalība RA Pedagoģijas fakultātes doktorantu seminārā „Qualitative and Quantitative research Methodology” un individuālas konsultācijas ar profesoriem Joseph Mafokozi Ndabishibije, Maria Angeles Caballero Hernandez-Pizarro (Spānija, Madrides Comptense Universitāte) apspriesta pētījuma metožu izvēle, iegūto datu apstrāde, to validitāte un ticamība;

2010.gadā daļa rezultātu popularizēti zinātniskajā žurnālā „Pedagogical Technologies in Socialization and Resocialization of Society” un RA zinātniskajos rakstos.

2013.gadā individuālā konsultācijā ar profesoru Gilberto Marzano (Itālija, Ecoinstitute Friuli Venezia Giulia) apspriesti skolēnu mācību sasniegumu kritēriji un līmeņi.

Pētījuma rezultāti popularizēti monogrāfijā: Danilāne, L., Ļubkina, V. (2009) *Patērētājizglītības pedagoģiskie un sociāli ekonomiskie aspekti*. Rēzekne, 171 lpp. (ISBN: 978-9984-779-91-1)

Pētījuma gaitā gūtās atziņas un rezultāti apspriesti konferencēs un publicēti referātos:

1. Danilāne, L. (2014) Skolēnu mācību sasniegumi patērētājizglītībā pamatskolā. Proceedings of the International Conference *Society, Integration. Education*. Rēzekne, Latvija. Thomson Reuters ISI Web of Knowledge. – iesniegts publicēšanai.
2. Danilane, L., Marzano, G. (2013) Consumer Education in Elementary School in the Context of Sustainable Development. Roma, Italia. *5th World Conference on Educational Sciences. Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 116, 21 February 2014, Pages 1068-1072. ScienceDirect.*
3. Danilane, L. (2012) Development of consumer’s responsibility during study process: Latvian experience. PERL conference. Responsible Living. Berlin, Germany. *atrodams datu bāzē: <http://www.hihm.no/concīt>*
4. Danilāne, L. (2011) Patērētājizglītības saturs un mācīšanās rezultāti pamatskolas mācību procesā. Proceedings of the International Conference *Society, Integration. Education*. Rēzekne, Latvija, 80.-90.lpp. (ISBN 978-9984-44-065-1) (ISSN 1691-5887) **Thomson Reuters ISI Web of Knowledge** <http://www.webofknowledge.com/> Conference Information: International Scientific Conference on Society, Integration, Education, Rēzekne LATVIA Source: SOCIETY, INTEGRATION, EDUCATION
5. Danilane, L., Lubkina, V., Lubkins, G. (2007) Implementation of Elements of Critical Thinking within Teaching Content Integrating. *Consumer Citizenship Network conference*

- proceedings: Building Bridges.* (pp. 129-141) Sofia, Bulgaria. (ISBN: 978-82-7671-652-8; ISSN: 1501-858X) atrodams datu bāzē <http://www.hihm.no/concivit>
6. Danilane, L., Lubkina, V. (2007) Integrating of the Content of Primary Education in Latvia. *Consumer Citizenship Network conference proceedings: Building Bridges.* (pp. 192-200) Sofia, Bulgaria. (ISBN: 978-82-7671-652-8; ISSN: 1501-858X) atrodams datu bāzē <http://www.hihm.no/concivit>
 7. Lubkina, V., Guda, N., Danilane, L.(2006) Active lifestyle – a Basis of Higher Life Quality. *World congress.* Lisbon, Portugal.
 8. Danilane, L., Lubkina, V. (2006) Life skills education in Latvia. *Consumer Citizenship Network conference proceedings: Catalyzing change.* (pp.120-127) Hamar, Norway. (ISBN: 978-82-7671-591-0; ISSN: 1501-858X) atrodams datu bāzē <http://www.hihm.no/concivit>.
 9. Danilane, L., Lubkina, V.(2005) Consumer Rights to be informed and their Provision. *Consumer Citizenship Network conference proceedings: Taking responsibility.* Bratislava, Slovakia. (ISBN: 82-7671-495-1; ISSN: 1501-858X) atrodams datu bāzē <http://www.hihm.no/concivit>.
 10. Danilane, L.(2004) Values and their Meaning in formation of consumers' lifestyle. *Consumer Citizenship Network konference"Using, choosing or creating the future".* UNESCO, Paris, France. (ISBN: 82-7671-399-8; ISSN 1501-858X) atrodams datu bāzē <http://www.hihm.no/concivit>.

Pētījuma pieredze un rezultāti publicēti vispāratzītos zinātniskos recenzējamās izdevumos:

1. Danilāne, L. (2011) Consumer Culture: Standard of Primary Education of the Republic of Latvia. *Izglītības reforma vispārīzglītojošajā skolā: izglītības satura pētījumi un ieviešanas problēmas: 2010.gada zinātnisko rakstu krājums.* Rēzekne, 34.- 44.lpp. (ISSN 1691-5895), atrodams datu bāzē: http://www.ru.lv/zinatne/zinatniskie_instituti/pspi/pspi_izdevumi/; Is included in international scientific databases EBSCO: Education Research Complete (<http://www.epnet.com/>)
2. Danilāne L., Ļubkina, V. (2010) Development of consumer education concept within cultural background and socially-economic situation of Latvia and European countries. *Izglītības reforma vispārīzglītojošajā skolā: izglītības satura pētījumi un ieviešanas problēmas: 2009.gada zinātnisko rakstu krājums.* Rēzekne, 17.-31.lpp. (ISSN 1691-5895), atrodams datu bāzē: http://www.ru.lv/zinatne/zinatniskie_instituti/pspi/pspi_izdevumi/; Is included in international scientific databases EBSCO: Education Research Complete (<http://www.epnet.com/>)

3. Danilane, L., Lubkina, V. (2008) Content Integration in the Aspect of the Basic Education Standard at Comprehensive Schools. *Innovations and Technologies News*. (pp.18-32.) (ISSN 1691-4937)
4. Danilāne, L. (2008) Jēdziena „kultūra” teorētiskie aspekti un to saikne ar patērētājiizglītību vispārīzglītošajā skolā.– *Izglītības reformas ieviešana Latgales reģiona skolās: rezultatīvo rādītāju analīze: Zinātnisko rakstu krājums*. (12.-19.lpp.) Rēzekne. (ISBN 978-9984-44-015-6) atrodams datu bāzē <http://www.ru.lv>
5. Danilāne, L., Ļubkina, V. (2007) Patērētāja izglītība un patērētāja kultūra globālā aspektā. *Izglītības reforma vispārīzglītošajā skolā: izglītības satura pētījumi un ieviešanas problēmas: Zinātnisko rakstu krājums*. (21.-31.lpp.) Rēzekne. (ISBN 978-9984-779-76-8) publicēts referāts un atrodams datu bāzē <http://www.ru.lv>
6. Danilāne, L., Ļubkina, V. (2007) Mācību satura integrācija patērētāju izglītībā. *Izglītības iestāžu mācību vide: problēmas un risinājumi: Zinātnisko rakstu krājums*. Rēzekne. (ISBN 978-9984-779-52-2) atrodams datu bāzē <http://www.ru.lv>

1. PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBA TEORIJĀS UN NORMATĪVAJOS DOKUMENTOS

1.1. Patērētājizglītības attīstība Latvijas un citu Eiropas valstu kultūrvidē mūsdienu sociāli ekonomiskajā situācijā

Mūsdienu ekonomiskā situācija pasaulē rada apstākļus, kuros pilsoņi saskaras ar arvien sarežģītākām prasībām, ar kurām bieži netiek galā, un jūtas nedroši, jo trūkst nepieciešamo zināšanu un prasmju šo prasību apmierināšanai. Patērētājiem dažādu stimulējošo faktoru ietekmē rodas grūtības atšķirt nepieciešamo no vēlamā, rezultātā tiek veikta izvēle, kas var būt bīstama veselībai vai radīt finansiālās sekas.

Ekonomiskā situācija ģimenēs un fizisko personu parādsaistību samilzusī problēma norāda, ka patērētājiem ir nepieciešamas īpašas prasmes, lai tiktu galā ar ikdienas dzīvi. Attīstot patērētāju prasmes gan formālā, gan neformālā izglītībā, iespējams palīdzēt patērētājiem izdarīt pareizu un pamatotu izvēli, līdzdarbojoties uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā.

Tirgus ekonomikā sabiedrības ekonomisko pamatu veido ražošana (piedāvājums) un patēriņš (pieprasījums). Notiek preču pārdošana patēriņam mājāsaimniecībā. Tas ir tirgus orientēts process, kuru regulē ražotāju piedāvājuma un patērētāju pieprasījuma savstarpējās attiecības. Tomēr to nenosaka tikai brīva un neierobežota šo tirgus pušu mijiedarbība. Daudzās jomās notiek ierobežotības, kas izpaužas dažādos regulējošos pasākumos, kas veido ietvarus, kādos notiek tirgus procesi. Tirgu regulējošie pasākumi var būt speciāli paredzēti, piemēram, nodarbinātības veicināšanai, inflācijas samazināšanai utt. Tie var būt arī mēģinājums samazināt pēc patērētāju viedokļa nevēlamos orientētas ekonomikas efektus tirgū, uzlabot atsevišķa patērētāja vai visu patērētāju pozīciju tirgū. Šos pasākumus pieskaita pie patērētāju politikas pasākumiem (*Patērētāju tiesību aizsardzības likums, 1999*).

Ekonomikas teorijā strīdīgs ir jautājums, kas tieši ietekmē tirgus attīstību – ražotājs vai patērētājs. Vai ražošanu ietekmē patērētāju vajadzības, vēlmes un kultūra, vai arī patērētājs ir bezpalīdzīgs ražotāja upuris? Saskaņā ar klasisko ekonomikas teoriju, patērētāji ir neatkarīgi tirgus veidotāji, kuri darbojas savu vajadzību apmierināšanas nolūkā, kamēr ražotājs darbojas peļņas palielināšanas nolūkā, kas savukārt ir iespējams, piedāvājot produktus, kas atbilst patērētāja vēlmēm. Taču ikdienā daudzkārt sastopamies ar faktiem, kas liecina par ražotāja piedāvājuma kvalitātes neatbilstību patērētāja prasībām. Veidojas pretruna starp ražotāju un patērētāju, kuras atrisināšanā noteicošās ir patērētāja zināšanas, prasmes un attieksmes un prasības ražotājam. Tas ir īpaši nozīmīgi patlaban, kad pretrunas skar milzīgas teritorijas un ir kopēja problēma

atšķirīgām kultūrām, ražošanas līmeņiem un veidiem, kā arī valstīm ar atšķirīgu pirmskrīzes perioda pieredzi.

Katras izglītības reformas uzdevumos ir pienākums gādāt par labvēlīgiem apstākļiem izglītotas un darbam kvalitatīvi sagatavotas personības attīstību. Tāpēc laikā, kad jebkurā darbības sfērā jāreķinās ar konkurences apstākļiem un bezdarbu, nākas pievērst lielāku uzmanību jauniešu sagatavošanai dzīvesdarbībai jaunā vidē, mūsdienu sociāli ekonomiskos apstākļos (*Lubkina, 1997*). Tāpēc vienmēr ir būtiski izprast, kādas izmaiņas ir nesusi sociālekonomiskā krīze, kādas ir nākotnes vīzijas, kādi ir pārmaiņu izglītības jomā dominējošie vadmotīvi.

LR ģeopolitiskais stāvoklis, ierobežotie izejvielu un enerģētiskie resursi nosaka, ka galvenie Latvijas konkurences spēju nodrošinošie faktori ir un būs augstvērtīgi izglītoti, kvalificēti iedzīvotāji un intelektuāli ietilpīga tautsaimniecība (*Latvijas Izglītības koncepcija, 2006*).

Tautsaimniecība norāda uz īpašībām, kas cilvēkam nodrošina drošu un komfortablu dzīvi mūžam mainīgajā pasaulē, orientē cilvēka personības attīstību kā izglītības mērķi. Katram cilvēkam ir tiesības uz tādu izglītību, kas nodrošina viņa spēju maksimālu attīstību, paver ceļu karjerai un reizē ar to atbilstošiem dzīves apstākļiem. Pēdējos gados pasaules ekonomiskā krīze radījusi ekonomikas lejupeju, augstu bezdarbnieku skaitu Latvijā un Eiropas valstīs. Tāpēc pieaug sabiedrības vajadzība pēc ekonomiskās domāšanas, uzņēmības, kultūras un iniciatīvas veidošanās, spējām pieņemt nestandarta lēmumus dažādās netradicionālās situācijās.

Būt patērētājam nozīmē to, ka indivīdam piemīt prasmes risināt problēmas savā ikdienā, problēmas, kuras veicina plašas dilemmas. Šīs dilemmas izpaužas daudzos veidos - kā personiskie, ekonomiskie, praktiskie, teorētiskie, emocionālie, estētiskie un ētiskie aspekti (*Benn, 2005*).

Patērētājs ir fiziskā vai juridiskā persona, kas izsaka vēlēšanos iegādāties, iegādājas vai var iegādāties preci un izmantot pakalpojumu nolūkam, kurš nav tieši saistīts ar viņa uzņēmējdarbību – norādīts 1999. gada 18. martā pieņemtajā Patērētāju tiesību aizsardzības likumā (*Patērētāju tiesību aizsardzības likums, 1999*). Tāpēc jebkura fiziska persona, kā arī uzņēmumi, skolas un bērnudārzi ir uzskatāmi par patērētājiem, ja viņi preci vai pakalpojumu iegādājas nolūkam, kas nav tieši saistīts ar uzņēmējdarbību.

1999.gadā Eiropas parakstītajā Boloņas deklarācijā ir noteikts termins „Zināšanu Eiropa” (*The Bologna Declaration, 1999*), kas kalpo kā sociālās un humānās attīstības faktors, kas var sniegt saviem pilsoņiem nepieciešamās zināšanas, lai stātos pretī jaunās tūkstošgades izaicinājumiem, vienlaicīgi izprotot vērtību kopību un piederību kopīgajam Eiropas sociālajam un kultūras mantojumam. Arī Latvijas Republikas Izglītības likuma 2.pantā ir teikts: “Šā likuma mērķis ir nodrošināt katram Latvijas iedzīvotājam iespēju attīstīt savu garīgo un fizisko izaugsmi, lai veidotos

par patstāvīgu un attīstītu personību, demokrātiskas Latvijas valsts un sabiedrības locekli” (*Izglītības likums, 1999*).

Personība - cilvēks sociālā vidē, cilvēkpotenciāls kā resursu veids nerodas pats no sevis. Tas ir jāveido, jāattīsta un jākopj. Šim nolūkam izmanto darba vidi, izglītību, kultūru, zinātni, vēsturi, socializācijas institūcijas, pasaules pieredzi. (*Garleja, 2006*)

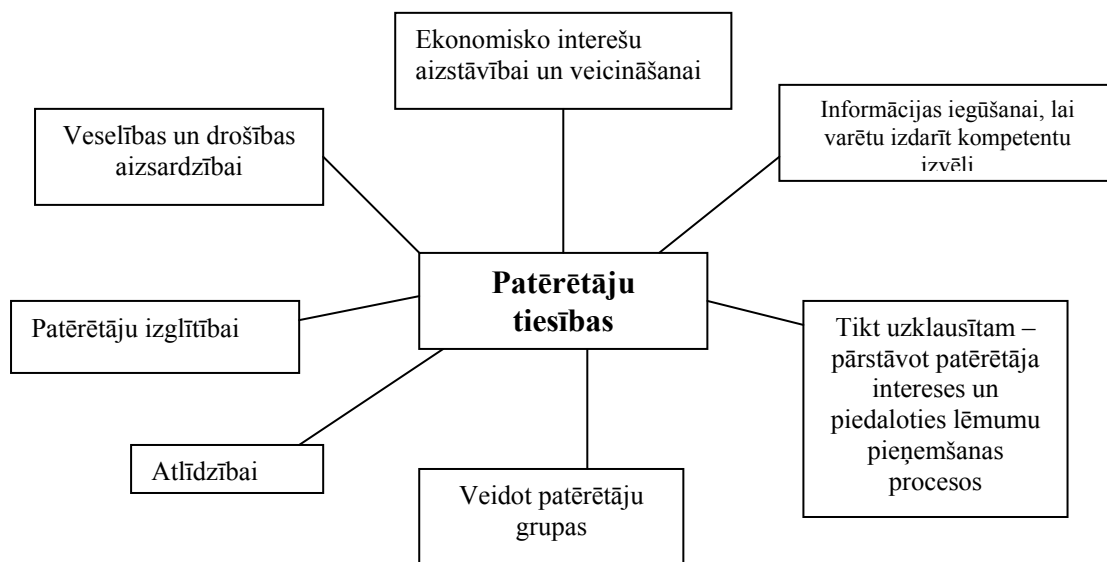
Šajā pētījumā pilnībā atbalstām šādu personības attīstības pozīciju un uzskatām to par sekmīgu mūsdienu izglītības rezultātu, tomēr šāda mērķa sasniegšana lielā mērā ir atkarīga no tā, kā cilvēki iesaistīsies sabiedrībā norisošajos procesos.

Patērētājizglītības pieredzes analīze

Līdz ar Latvijas ekonomiskās situācijas maiņu, svarīgi ir pētīt iedzīvotāju patērētāja kultūras izpratni, kā arī tās veidošanos ekonomiskās recesijas apstākļos. Patērētāja kultūra veidojas patērētājizglītības procesā, kas ekonomiski attīstītajās valstīs ir aktualizēta 1970.gados.

ASV prezidents Lindons Džeksons jau 1971. gadā pasludināja patērētājizglītību kā patērētāju aizsardzības neatņemamu sastāvdaļu. Patērētāju veselības un drošības, kā arī ekonomisko interešu aizsardzības nepieciešamību deklarēja 1972. gadā. Patērētāju tiesības atzina 1975.gada Rezolūcijā „Par patērētāju aizsardzības un informēšanas politikas sākotnējo programmu”, kura izveidoja pamatus patērētāju likumdošanas struktūrai Eiropas Savienības līmenī (*Patērētāju politikas attīstība ES un Latvijā, 2000*). Kad Apvienoto Nāciju Organizācija 1986. gadā vienbalsīgi pieņēma patērētāju aizsardzības vadlīnijas, tajās tika ietverta vesela sadaļa par patērētāju izglītību. Vadlīnijas noteica, ka valdībām būtu jāattīsta un jāveicina patērētāju izglītības un informācijas ieguves vispārīgo programmu attīstība, ņemot vērā tautas kultūras tradīcijas.

Apvienoto Nāciju Organizācija 1985.gadā pieņēma Patērētāju aizsardzības vadošos principus, kuros teikts, ka katram patērētājam ir noteiktas tiesības (*Patērētāju tiesību aizsardzības likumdošana Latvijā un pasaulē, 2000*), kas atspoguļots 1.1.attēlā un ir saistošas mācību satura pilnveidei.



1.1.att. Patērētāju tiesības (*Patērētāju tiesību aizsardzības likumdošana Latvijā un pasaulē, 2000*)

Patērētāju izglītošana vēsturiski tiek sākta ar patērētāju tiesību apzināšanu, kas ietver sevī plašu ekonomisko, juridisko, ētisko un estētisko, ekoloģisko un citu jomu jautājumu loku un veido iespējas līdzdarboties uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām balstītā sabiedrībā pasaules finansiālās krīzes apstākļos.

Eiropas Savienības Izglītības ministru padome 1986. gadā pieņēma Rezolūciju par patērētāju izglītību vispārīzglītojošās skolās, kurā noteica, ka "kompetentām dalībvalstu iestādēm jānodrošina pakāpeniska patērētāju izglītības ieviešana skolas izglītības standartos tā, lai patērētāju izglītība sistemātiski" tiktu realizēta „visā obligātās izglītības laikā”. Līgums par Kopienas izveidošanu, kurš tika noslēgts 1987. gadā, paredzēja vienota tirgus izveidošanu, kas nozīmēja robežu atvēršanu. Eiropas Valstu Kopienas izveides pamatprincipi: brīva preču, pakalpojumu, cilvēku un kapitāla kustība (*Patērētāju tiesību aizsardzības likumdošana Latvijā un pasaulē, 2000*).

Tomēr valstu līgumā netika atzīta nepieciešamība pēc vienotas patērētāju aizsardzības politikas Eiropas līmenī, tika uzskatīts, ka patērētāji gūs pietiekamu labumu no vienota tirgus izveidošanas radītajiem efektiem, piemēram, vienotas lauksaimniecības politikas, konkurences palielināšanās. Tikai Amsterdamas līgumā 1997. gadā tiek ietverts atsevišķs 153. pants par patērētāju aizsardzību: "Lai sekmētu patērētāju intereses un nodrošinātu augstu aizsardzības līmeni, kā arī lai sekmētu viņu tiesības uz informāciju, izglītību un pašorganizēšanos savu interešu aizsardzībai, Kopienai jādod ieguldījums patērētāju veselības, drošības un ekonomisko interešu aizsardzībā." Kopš Amsterdamas līguma spēkā stāšanās 1999. gada maijā, patērētāju izglītība ir ietverta ES patērētāju aizsardzības vispārējos mērķos (*Patērētāju tiesību aizsardzības likums, 1999*).

Patērētāju aizsardzības un izglītības politikas attīstība radīja nepieciešamību veidot dažādas struktūras patērētāju tiesību aizsardzībai, kā arī patērētājus izglītojošās organizācijas. Lielbritānijas piemērs atspoguļots 1.1.tabulā (*European Consumer Agenda,2012*)

1.1.tabula

Patērētājus izglītojošās organizācijas un tiesību struktūras Lielbritānijā

(*European Consumer Agenda,2012*)

Organizācijas	Organizāciju funkcijas
Nacionālā patērētāju padome (1975)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pārstāvēt patērētāju intereses par visa veida precēm un pakalpojumiem gan sabiedriskajā, gan privātajā sektorā; ▪ organizēt kampaņas; ▪ veikt pētījumus un atbalstīt citus pasākumus; ▪ pārstāvēt neveiksmīgus patērētājus.
Patērētāju izglītošanas sakaru grupa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nodrošināt sakarus starp vietējo pašvaldību patērētāju izglītotājiem visā Lielbritānijā.
Patērētāju asociācija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ izdot žurnālu “ Kā?” ▪ dot iespēju cilvēkiem pieņemt informētu patērētāju lēmumus; ▪ sasniegt redzamus uzlabojumus precēm un pakalpojumiem.
Patērētāju lietu institūts	<ul style="list-style-type: none"> ▪ strādāt plašā mērogā patērētāju aizsardzības aģentūrās Lielbritānijā un visā Eiropā.
Patērētāju grupu nacionālā federācija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ iedrošināt un koordinēt brīvprātīgo, neatkarīgo patērētāju grupu darbu; ▪ pārstāvēt patērētāju grupu viedokli nacionālā līmenī.
Konference patērētāju studijām	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sniegt informāciju par augstākās izglītības iestādēm, kurās tiek piedāvāta patērētāju izglītošana
Lielbritānijas iekšējās ekonomikas federācija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ virzīt sabiedrības izglītošanu par ekonomikas zinātņi un praksi gan valsts, gan starptautiskā līmenī; ▪ uzturēt sakarus ar plaša mēroga profesionālajām un biznesa organizācijām.
Velsas patērētāju padome	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pārstāvēt Velsas patērētāju un darboties ar tiem; ▪ informēt rūpniecību, komerciju un valdību par patērētāju interesēm un vajadzībām; ▪ strādāt ar citām sabiedriskām, privātām un brīvprātīgām organizācijām, izstrādājot un ieviešot projektus par jautājumiem, kas attiecas un patērētājiem.

Lielbritānijas piemērs atspoguļo organizāciju funkcijas, kuras to darbības pirmsākumos veica, galvenokārt, informatīvos pasākumus patērētāju aizsardzības jomā, un tikai nedaudzas no tām uzsāka patērētāja izglītošanu šīnī jomā.

Pašreizējā ekonomiskā recesija un finanšu krīze plašā teritorijā pasaulē ir izaicinājums, lai aplūkotu patērētājizglītību visas izglītības sistēmas kontekstā un sasniegtu cilvēku atbilstīgu izglītību, patstāvīgumu problēmu risināšanā, atbildīgu attieksmi un līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā.

Patērētāji izglītība papildina pilsonisko izglītību, kas iekļauta pamatizglītības mācību priekšmetā „Sociālās zinības”, un veido neatņemamu sastāvdaļu pilsoņu izglītošanā un dzīves prasmju attīstīšanā. Patērētājiem ir nepieciešams attīstīt prasmes aktīvai līdzdalībai mūsdienu sabiedrībā (Kitson, et al., 2009).

Vairumā pasaules valstu patērētāji izglītība nav juridiski definēta. Tikai Japānā, Korejā un Čīlē patērētāji izglītība ir aprakstīta likumdošanā. Somija, Francija, Ungārija un Zviedrija ir izstrādājuši oficiālu definīciju, kas ir saistīta ar obligātās izglītības programmām skolās. Meksikā, Spānijā, Šveicē, Turcijā un Malaizijā ir patērētāji izglītības definīcijas, bet tās nav pamatotas ar tiesību aktiem. Japānā, Korejā un Spānijā patērētāji izglītības ietver plašu skatījumu, kas aptver patēriņu un patērētāju sabiedrību kopumā, savukārt Meksika, Čīle un Taizeme uzsver patērētāju aizsardzības un pilnvarojuma aspektus (OECD, 2009) (skat. 1.2. tab.).

1.2. tabula

Patērētāji izglītības mērķi pasaules valstīs (OECD, 2009)

Valsts	Patērētāji izglītības mērķi
Ungārija	patērētāji izglītība ir saistīta ar skolēna pašapzinīgas patērētāja uzvedības, sagatavošanas pieaugušo dzīvei procesā un sociālo kompetenču attīstību.
Japāna	izglītēt pilsoņus patēriņa jomā.
Koreja	patērētāji izglītība ne tikai nodrošina patērētājus ar konkrētu informāciju, kas saistīta ar precēm un pakalpojumiem, ko tie pērk, bet arī mudina viņus vadīt savu patēriņu uzmanīgi un, saskaroties ar dažādām alternatīvām, pieņemt piesardzīgus un racionālus pirkšanas lēmumus, pamatojoties uz personīgo pirkumu ietekmi uz sevi un sabiedrību.
Meksika	plāno sniegt privātpersonām skaidru nostāju par patēriņu un, tajā pašā laikā, veicināt patērētāju iespēju palielināšanu, apzinoties patēriņa jēgu un nozīmi.
Spānija	saskata sociālo vajadzību izstrādāt virkni izglītojošu pasākumu, kas paredzēti pilsoņiem, lai piedāvātu viņiem zināšanas un palīdzētu attīstīt kritiskus un atbildīgus paradumus un attieksmi.
Zviedrija	nodrošina skolēnus ar praktiskām zināšanām un iemaņām rīkoties kā patērētājiem, jo īpaši ar zināšanām par pārtiku un veselību, patērētāju tiesībām, mājas ekonomiku, vidi un reklāmu.
Čīle	izmanto patērētāju tiesības informācijas saņemšanai un atbildīgai rīcībai.
Taizeme	pastāv konkrēts patērētāju tiesības efektīvi un pietiekami uzlabojošs un aizsargājošs mehānisms.

Patērētāji izglītība dažādās valstīs ievērojami atšķiras un parasti ietver vienu vai vairākas jomas: patērētāju aizsardzība, patērētāju prasmes un sabiedrības interešu aizsardzība. Katrā valstī ir noteikti dažādi patērētāji izglītības mērķi: var tikt uzsvērtā patērētāju aizsardzība, patērētāju tiesības, patēriņš un patērētāju uzvedība, valsts programmas un stratēģijas, kā arī skolas izglītības programmas, tomēr visās augstākminētajās valstīs patērētāji izglītības rezultātā tiek attīstīta patērētāju līdzdalība uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā.

Mūsdienās Latvijā patērētāju interešu un tiesību aizsardzība valsts līmenī sastāv no diviem pamatelementiem:

- 1) ir atbilstošu normatīvo aktu dokumentu izstrāde un pieņemšana (likumi, lēmumi, noteikumi un vietējo pašvaldību lēmumi un rīkojumi);
- 2) ir valsts institūcijas, kuras izstrādā valsts politiku patērētāju aizsardzības jomā, veic koordinācijas funkcijas, normatīvo dokumentu izpildes kontroli, pakalpojumu un preču drošuma un kvalitātes kontroli, risina radušos konfliktus, realizē izglītojošu un informatīvu darbību patērētāju vidū un sadarbojas ar sabiedriskām patērētāju tiesību aizsardzības organizācijām (*Patērētāju politikas attīstība ES un Latvijā, 2000*).

Uzskatu, ka patērētāju izglītošanā jāizdala trešais pamatelements – paradigmu maiņa izglītībā, kur patērētāji izglītība ir visas izglītības sistēmas komponents un realizē uz skolēna darbību/mācīšanos centrētu paradigmu, kas vada skolēnu līdz personiskiem sasniegumiem – patstāvīgu, pastāvīgu, apzinātu un izsvērtu patērētāja uzvedību līdzdalībai mūsdienu sabiedrībā.

J.Sandlina (Sandlin J.) apgalvo, ka tradicionālā patērētāji izglītība parasti koncentrējas uz tehniskām zināšanām un prasmēm, izmantojot instrumentālu mācīšanos, tādējādi pozicionējot sevi ārpus sociālajām, politiskajām un kultūras sfērām (*Sandlin, 2005*). Viņa apgalvo, ka patērētāji izglītībai ir politisks raksturs. Arī šis viedoklis aprobežojas ar šo cilvēkdarbības sfēru, bet tai neseko pedagoģiskā procesa izstrāde.

Patērētāju politika nav uzskatāma par vienota tirgus politikas, ne arī par konkurences politikas blakusproduktu. Patērētāju politika ir atsevišķa politika ar tās tiesībām, mērķiem, prioritātēm un instrumentiem. Māstrihtas Līguma 129A pants dod likumisku pamatu atsevišķai autonomai patērētāju politikai Eiropas Savienības līmenī (*Patērētāju izglītība: norādījumi skolotājiem, 2000*).

Jēdzienu “patērētāji izglītība” varam raksturot no diviem aspektiem: pedagoģiskā jeb patērētāja izglītošanas aspekta un sociāli ekonomiskā aspekta - patērētāju aizsardzība (likumdošana, tiesības u.c.), mārketinga teorijas u.c.

ASV Izglītības departamenta publikācijā „Classification of Concepts in Consumer Education” uzsvērts, ka „patērētāji izglītība ir zināšanu un prasmju, kuras nepieciešamas patērētāju resursu pārvaldīšanai un patērētāja lēmumu ietekmējošo pasākumu veikšanai, ieguves process (*Bannister, Monsma, 1980*), savukārt S.McGregora (*McGregor, 1994*) patērētāji izglītību definē kā „socializācijas procesu, kas ļauj indivīdiem un atsevišķām ģimeņu patērētāji vienībām veidot progresīvas un uzkrājošas zināšanas, prasmes, attieksmes un uzvedību, kas nepieciešama resursu apsaimniekošanā, kura ietver racionāla patēriņa procesus un dalību tajā kā pilntiesīgiem pilsoņiem.”

Patērētājiizglītības attīstību Vācijā ir pētījis prof. H.Steffens (*Steffens,2007*) un sadalījis tās attīstību četros posmos – naivā patēriņa laiki (līdz 60.gadu beigām), patēriņa laiki (70. gadi), sociālā un zaļā patēriņa laiki (80. un 90.gadi) un uz ilgtspējību orientēta patēriņa laiki (no 2000.gada). Tas laika ziņā saskan ar mācīšanās pedagoģiskās paradigmas nostiprināšanu skolā, balstoties uz skolēna jēgpilnu mācīšanos un mācību sasniegumu personisko nozīmīgumu.

Sakarā ar Padomju Savienības republikās pastāvošās plāna ekonomikas īpatnībām, patērētājiizglītības attīstība Latvijā ir attīstījies daudz lēnāk nekā Vācijā. Tas redzams 1.2.attēlā. Latvijā patērētājiizglītības un patērētāju drošības attīstība ir vērojama kopš 1992.gada, kad tika atjaunots Latvijas brīvvalsts laikā pieņemtais likums „Par patērētāju tiesību aizsardzību”.

Īdz 1960-to gadu beigām		1970-tie gadi		1980-tie un 1990-tie gadi		no 2000.gada	
Vācija	Latvija	Vācija	Latvija	Vācija	Latvija	Vācija	Latvija
Naivā patēriņa laiki	Plāna ekonomika	Patēriņa laiki	Plāna ekonomika	Sociālā un Zaļā patēriņa laiki	Naivā patēriņa laiki	Uz ilgtspējību orientēta patēriņa laiki	Patēriņa laiki
Paradigma “Naudas vērtība” Centrā Privātās mājsaimniecības	Paradigma „Centralizēta plānošana” Centrā Valsts un sabiedrība	Paradigma “Patērētāju tiesības un spēks” Centrā Tirgus struktūras	Paradigma „Centralizēta plānošana” Centrā Valsts un sabiedrība	Paradigma “Dzīves kvalitāte” Centrā Sabiedrība un vide	Paradigma “Naudas vērtība” Centrā Privātās mājsaimniecības	Paradigma „Ilgspējība” Centrā Dzīvesveids	Paradigma “Patērētāju tiesības un spēks” Centrā Tirgus struktūras
Priekšrocības <ul style="list-style-type: none"> ▪ vajadzību hierarhija ▪ ekonomisks pielietojums ▪ tirgus ekonomikas principu un mehānismu izpratne 	Priekšrocības	Priekšrocības <ul style="list-style-type: none"> ▪ patērētāju organizāciju veidošanās ▪ patērētāju politikas attīstība ▪ likumdošana 	Priekšrocības	Priekšrocības <ul style="list-style-type: none"> ▪ sociālais un vides pienākums pret izšķērdīgu patēriņu ▪ patēriņa atbalstīšana pret resursu ekspluatāciju ▪ globālie/ vietējie tirgi 	Priekšrocības <ul style="list-style-type: none"> ▪ vajadzību hierarhija ▪ ekonomisks pielietojums ▪ tirgus ekonomikas principu un mehānismu izpratne 	Priekšrocības <ul style="list-style-type: none"> ▪ sociālais, vides un ekonomiskais pienākums pret patēriņu ▪ globalizācija 	Priekšrocības <ul style="list-style-type: none"> ▪ patērētāju organizāciju veidošanās ▪ patērētāju politikas attīstība ▪ likumdošana
↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Informācija Programmu tuvināšana Mājas ekonomika	Plānošana Patērētāju izglītošana netiek veikta	Organizācija Programmu tuvināšana Sociālās zinības	Plānošana Patērētāju izglītošana netiek veikta	Sakari Programmu tuvināšana Mājas ekonomika + sociālās zinības + vērtību izglītība	Informācija Programmu tuvināšana Mājas ekonomika	Ilgspējība Programmu tuvināšana Starpdisciplināra izglītošana	Organizācija Programmu tuvināšana Sociālās zinības

1.2.att. Patērētājiizglītības attīstība Vācijā (pēc Steffens, 2007) un Latvijā

Salīdzinot patērētājiizglītības attīstību Latvijā un Rietumeiropā, var secināt, ka Latvijā patērētāju izglītošana netiek veikta līdz pat 1990.gadiem. Līdz ar to redzams, ka patērētājiizglītības attīstība kavējas apmēram par 20 gadiem, kas izpaužas patērētājiizglītības paradigmu maiņā: Vācijā patērētāju orientēšanās uz dzīves kvalitāti uzsākta ar 1980-tajiem gadiem, savukārt Latvijā tā veidojas, sākot ar 2000.gadu. Pēc autores domām, šīs patērētājiizglītības attīstības atšķirības izpaužas kā zems Latvijas patērētāju izglītības un kultūras līmenis.

Analizējot patērētājiizglītības attīstības posmus ekonomiski attīstītā valstī, skaidri iezīmējas tās pedagoģiskie un sociāli ekonomiskie aspekti (skat.1.3.tab.), šī pieredze ir izmantojama pedagoģiskā procesa pilnveidei, aplūkojot patērētājiizglītību kā pedagoģiskās sistēmas komponentu, izstrādājot darbības/mācīšanās pedagoģiskās paradigmas realizēšanu.

1.3.tabula

Patērētājiizglītību raksturojošie aspekti ekonomiski attīstītā valstī (Steffens, 2007)

Laika periods	Patērētājiizglītības pedagoģiskais aspekts	Patērētājiizglītības sociāli ekonomiskais aspekts
“Naivā patēriņa laiki”, līdz 60.gadu beigām	skolās ieviests priekšmets - mājas ekonomika, kur tiek iekļautas tēmas par naudu, tās vērtību, kabatas naudu un tās racionālu izlietojumu utt.	centrā izvirzās privātās mājsaimniecības, kurās pēta vajadzību hierarhiju, produkta ekonomisko pielietojumu, kā arī tirgus ekonomiku, tās principus un mehānismus.
“Patēriņa laiki” līdz 70.gadu beigām	Sevišķa loma patērētāju izglītībā ierādīta sociālo zinību apguvei	Vācijā produkcija bija saražota pietiekošā daudzumā un līdz ar to centrā izvirzītas tirgus struktūras. Galvenā šī laika posma paradigma saistījās ar patērētāja tiesību apguvi, kas sekmēja patērētāju organizāciju veidošanos un politikas attīstību. Tas radīja nepieciešamību visu sakārtot valsts un pasaules līmenī. Tiek izdoti pirmie likumi par patērētāju izglītību un aizsardzību
„Sociālā un Zaļā patēriņa laiki” 80. un 90.gadi	Izglītības programmas tiek papildinātas ar vērtību izglītību, kas paralēli nāk klāt mājas ekonomikas un sociālajām zinībām.	Centrā izvirzās sabiedrība un vide; sociālie pienākumi attiecībā pret vidi, racionāls produktu izlietojums u.c. jautājumi. Svarīga nozīme ir vietējā tirgus ieiešanai globālajā tirgus aprītē un līdz ar to jaunu sakaru veidošanā. Zināšanas, sociālā atbildība, pilsoņu iesaistīšanās nopietnu lēmumu pieņemšanā
Uz ilgtspējību orientēta patēriņa laiki (no 2000.gada)	Izglītības iestādēm savās darbībās jāietver ilgtspējības ideja	Fokuss, no vienas puses, attiecināts uz privāto mājsaimniecību atkarību no ekonomikas kopumā, bet, no otras puses, uz tāda dzīvesveida attīstību, kas orientēts uz ilgtspējību. Zināšanas, spējas un perspektīvas vērtības tiek uzskatītas par vienlīdz svarīgām cīņā par patērētāju prasībām. Dialoga veidošana starp visiem patēriņa procesa dalībniekiem: ražotājiem, tirdzniecību, patērētājiem

Mūsdienās ne tikai Vācijā, bet arī citās Rietumeiropas ekonomiski attīstītās valstīs, patērētāji izglītība ir iegājusi jaunā posmā, kurš saistās ar patērētāja dzīves kvalitāti jaunā līmenī, resursu sabalansēšanu sakarā ar pasaules ekonomisko krīzi un jaunām pieejām patērētāji izglītībā, par pamatu ņemot ētiskos principus un patērētāja kultūras veidošanās nepieciešamību pilsoniskās sabiedrības attīstībā. Analizējot patērētāji izglītības pedagoģiskos un sociāli ekonomiskos aspektus, redzam, ka Latvijā tikai 21.gs.sākumā iestājās “Sociālā un Zaļā patēriņa laiki”, kuri Rietumeiropas valstīs bija sasniegti jau 80.gados. Tas saistās ar to, ka Latvijā tikai sākot ar 90.gadu sākumu, pēc neatkarības atgūšanas, bija uzsākts Latvijas likumdošanas veidošanas process visās jomās, tai skaitā patērētāju aizsardzībā un izglītībā. Daļēji tika atjaunoti likumi, kas bija spēkā pirmskara Latvijā (no 1920. – 1940.gadam), kā arī pieņēma jaunus likumus saistībā ar patērētāju aizsardzību (skat.1.piel.). 2003.g. 16.aprīlī Latvija noslēdza asociācijas līgumu ar Eiropas Savienību, kas paredzēja aktīvas patērētāju izglītošanas, aizsardzības politikas veicināšanu un nodrošināšanu saskaņā ar Eiropas Savienības likumiem un Apvienoto Nāciju Organizācijas vadošajiem principiem patērētāju aizsardzībai, kā arī patērētāju aizsardzības likumdošanas tuvināšanu un patērētāju aizsardzības pielāgošanu atbilstošajiem Eiropas Savienības noteikumiem, efektīvas juridiskās aizsardzības nodrošināšanu patērētājiem, lai uzlabotu patēriņa preču kvalitāti un saglabātu piemērotus drošības standartus.

Mūsdienās ar patērētāju tiesību ievērošanas uzraudzību, aizsardzību un izglītības jautājumiem Latvijā nodarbojas vairākas valsts un sabiedriskās institūcijas, kuru funkcijas ir redzamas 2.pielikumā.

Daudzos patērētāji izglītības un tiesību aizsardzības jautājumos, kurus regulē Eiropas Savienībā, arī Latvijā jau ir izveidota sava normatīvo dokumentu bāze, tomēr vēl joprojām nopietni tiek strādāts pie izglītības satura un likumdošanas darbības efektivitātes nodrošināšanas. Patērētāji izglītībā nav izveidots pedagoģiskais instrumentārijs, lai sagatavotu skolēnus kā patērētājus līdzdalībai uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā, kur ekonomiskā recesija kļuvusi par realitāti.

Sākot ar 90.gadiem stingra un kritiska patērētāja izglītības attīstība ir daudz svarīgāka par patērētāju aizsardzības politiku. 90.gados lielākā daļa patērētāji izglītības definīciju atspoguļo kritiskās domāšanas un proaktīvu pieejas koncepciju:

- 3) saskaņā ar U.Suojanen (*Suojanen,1994*), patērētāji izglītība ir nepieciešama apzinīga patērētāja un kritiskas refleksijas veidošanai. Jo īpaši patērētāju spējai uzņemties atbildību kritiskās refleksijas līmenī.
- 4) J.Velss (Wells) un M.Atertons (Atherton) (*Wells, Atherton,1998*) konstatē, ka patērētāju izglītība dotu labumu sabiedrībai kopumā, radot aktīvāku un labāk informētu iedzīvotāju. Patērētāju pirkumus un patērētāju lēmumu pieņemšanu ietekmē sociālā un ekonomiskā vide.

5) Ziemeļvalstu Ministru padomes ziņojumā (2000) teikts, ka patērētāji izglītības galīgais mērķis ir skolēna patēriņu uzvedības maiņa pastāvīgas, apzinīgas un kritiskas domāšanas virzienā. Zināšanas veido labu pamatu izvēles izdarīšanai un salīdzināšanai, taču tas nav pietiekams, lai iegūtu patērētāju zināšanas un rīkotos kā atbildīgs patērētājs (OECD, 2009).

2000.gadā Eiropas Savienībā tika organizēts projekts „European Module for Consumer Education”, kura autori formulēja tālredzīgu izglītības filozofiju: „Izglītība ir personas neatkarība un kritiska apziņa, tāpēc patērētāji izglītības mērķis ir veidot patērētāju kā aktīvu līdzdarbojošos pilsoni. Patērētāju izglītošana būs efektīva tikai tad, ja iedzīvotājus satrauks viņu pienākumi pret sevi, globālo vidi un sociālais taisnīgums, ja tā dos viņiem holistisku pieredzi kritiski analizēt patērētāju sabiedrības elementus, kas nozīmē saprast sabiedrības darbības un vides problēmu sakarības un pretrunas.” (European Module for Consumer Education, 2001) Patērētāji izglītības procesā indivīdam jārod iespējas veidot apzinātu un atbildīgu rīcību un līdzdalību mūsdienu sabiedrībā.

V. Toresena (Thoresen, 2002) patērētāji izglītības rokasgrāmatā apgalvo, ka patērētāju izglītošana ietver attieksmes, zināšanas un prasmes, kas saistītas ar darbošanos mūsdienu sabiedrībā. Tā ir atbildīga mācīšanās, kas sekmē indivīda spēju pārvaldīt savu dzīvi, kā arī attīstīt pasaules sabiedrību kolektīvās dzīves vadību. Patērētāji izglītības mērķis ir veicināt sabiedrības individuālo, sociālo, ekonomisko un ekoloģisko attīstību. Ilgtspējīgas attīstības pamatā ir bērnu un pieaugušo izpratne par viņu pašu patēriņu.

Pamatojoties uz pētījumiem (Flowers et al., 2001, Sandlin, 2004, S. McGregora papildina iepriekšizveidotos patērētāji izglītības tipus. Viņi piedāvā trīs patērētāji izglītības tipus, apgalvojot, ka katrs no tiem rada atšķirīgu patērētāju (skat. 1.4.tab.).

1.4.tabula

Patērētāji izglītības tipi (Flowers et al., 2001, Sandlin, 2005)

Patērētāji izglītības tips	Patērētāji izglītības raksturojums
1.tips – Patērētāju informācija, aizsardzība un aizstāvība	Ļauj cilvēkiem skatīt patēriņu kā labumu, kā arī patērētāja lomu kā dabisku lomu ekonomikā.
2.tips – individuālā kritika personīgajās interesēs	Ļauj cilvēkiem orientēties savā personīgajā patēriņa dzīvē, bet ne pārdomāt patērētāju sabiedrības struktūru un tirgu, kas ir reāla problēma
3.tips – kritiska pieeja personīgajām interesēm	Ļauj cilvēkiem pretoties ikdienas plūsmai, iekļaujot savā dzīvesstilā kultūras patēriņu

McGregora papildināja viņu domu ar ceturto patērētāji izglītības tipu – savstarpējo interešu pieeja, kura raksturojums redzams 1.5.tabulā.

Patērētājiizglītības 4.tipa – Savstarpējo interešu pieeja – raksturojums (McGregor, 2005)

Patērētājiizglītības būtība	Patērētāja tips
<ul style="list-style-type: none"> - aizstāj personīgās intereses ar savstarpējām interesēm; - rīkojas, izmantojot pedagoģiskās metodes, kas atvieglo cilvēku iekšējo spēku un potenciāla atrašanu; - māca cilvēkiem radīt ietekmi, lai izaicinātu un mainītu globālās, nacionālās un vietējās sistēmas; - palīdz cilvēkiem domāt ārpus privātās jomas līdz globālām lietām un globālām interesēm; - paplašina zināšanas, iekļaujot sociālo un cilvēcisko ietekmi uz patēriņu; - māca, ka mēs varam gūt autentiskāku kultūru nekā tā ir šobrīd; - māca, ka katrs var būt līderis un katram piemīt potenciāls 	<ul style="list-style-type: none"> - redz sevi, pirmkārt, kā pilsoni, otrkārt, kā patērētāju (globālā pilsonība); - ir atradis savu iekšējo spēku un potenciālu, lai veidotu labāku pasauli; - nebaidās izaicināt un mainīt sistēmu, nevis mainīt tikai cilvēku un viņa personīgo dzīvesstilu; - izmanto holistisku pieeju (viss ir saistīts); - piemīt dziļa, personīga vērtību sistēma, kura ietekmē visu dzīvi, pagātni, tagadni un nākotni.

4.tipa patērētājiizglītība norāda uz saikni starp mieru un patēriņu (sociālā taisnīguma, brīvības, vienlīdzības un drošības trūkums) un parāda, ka patēriņš ir dziļa spēka forma, kas darbojas tirgū un sociālajās struktūrās (McGregor, 2010). Patērētājiizglītības tipu attīstības rezultātā redzams, ka uzsvars tiek likts uz apzinātu prasmi atbildīgi pieņemt sev un apkārtējiem cilvēkiem nozīmīgus lēmumus, kas balstīti uz ilgtspējīgas attīstības principiem.

Patēriņam kā ekonomiskai darbībai ir noteikts darbības mērķis. Ekonomisti to sauc par „Maksimizēšanas lietderību” jeb „dzīves kvalitātes uzlabošanu”. (Praude, 2011, Kalka, Mēsene, 2004) Taču, lai sasniegtu uzlabotās dzīves kvalitātes maksimālo līmeni, patēriņam jābalstās uz ilgtspējības noteikumiem, patērētājiizglītības apguvi, un tam jābūt sociāli nozīmīgam.

S.McGregora patērētājiizglītību iekļauj sociālās mācīšanās teorijās un ilgtspējīgas attīstības izglītības principos, radot pozitīvu jauninājumu patērētāju izglītošanā (McGregor, 2007). Izmantojot šo koncepciju, patērētājiizglītībā ir iespējams iekļaut sociālo institūciju, ekonomikas un dabiskas vides saskarsmes principus, kas pievērš pastiprinātu uzmanību patēriņa ierobežošanai.

Analizējot zinātnisko literatūru un avotus par patērētājiizglītības būtību un attīstību, par citu valstu pieredzi šajā izglītības jomā, secinu, ka **patērētājiizglītība ir vispārējās izglītības komponents, kas papildina pilsonisko izglītību un sekmē indivīda spēju pārvaldīt savu dzīvi, veicina sabiedrības individuālo, sociālo, ekonomisko un ekoloģisko attīstību.**

Veiktā analīze pārlicina, ka ekonomiski attīstītajās valstīs patērētāji izglītības jēdziens ir kļuvis aktuāls, saskaroties ar patēriņa pieaugumu. Tas ir noticis daudz agrāk nekā Latvijā un tiek analizēts ne tikai saistībā ar likumdošanu, patēriņu, patērētāja kultūru un ētiku, bet arī tiek aktualizēts arī patērētāji izglītības saturs un tā ieviešanas iespējas skolu mācību saturā. Tas nozīmē, ka Latvijas skolām ir nepieciešams tāds patērētāji izglītības modelis, kas realizē uz skolēna darbību/mācīšanos orientētu pedagoģisko paradigmu, piedāvā skolēniem daudzveidīgu darbību mācību procesā, veidojot skolēna kā patērējoša pilsoņa izglītību un sekmējot viņa līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā ekonomiskās recesijas apstākļos.

1.2. Patērētāji izglītības satura attīstība sociāli ekonomisko apstākļu ietekmē un tā ieviešana izglītībā

Patērētāji izglītība ir process, kurā cilvēks iegūst zināšanas un spējas savu resursu pārvaldīšanai un veic darbības to faktoru ietekmēšanai, kas nosaka patērētāja lēmumus (*Hellman – Tuitert, 1999*). Savukārt, projekta „Patērētāju izglītošanas pilnveide laukos” (*Empowering Rural Consumer – EmRuCo, 2007*) darba grupa patērētāji izglītību definē šādi: Patērētāji izglītība ir termins tiem izglītojošajiem pasākumiem, kur ar patēriņu saistītas zināšanas tiek nodotas primāros uz rīcību orientētos veidos, kur tiek apgūtas pamatprasmes, priekšstati un izvērtēta orientācija uz vērtību, un ja nepieciešams, tiek uzsākta pārmaiņu veicināšana uzvedībā, kas orientēta uz ilgtspējību, efektīvu dzīvesveidu (*Mācības patērētāji zinībās: Gudra izvēle, 2007*). Patērētāji izglītības procesā tiek rastas iespējas veidot patērētāja atbildīgu rīcību un sekmēt līdzdalību mūsdienu sabiedrībā notiekošajos sociālajos, politiskajos, ekonomiskajos, tiesiskajos un kultūras procesos.

Eiropas Savienības un citās valstīs patērētāju aizsardzības jomā likumdošanas attīstība (*skat. 1.1. nodaļu*) pilnveidoja patērētāju tiesības, taču noveda pie situācijas, ka patērētāji tikai nelielā mērā apzinājās savu īsto lomu tirgū. Tas lika mainīt patērētāji izglītības stratēģiju no aizsardzības filozofijas uz informācijas filozofiju, kas izteikti redzams, analizējot Norvēģijas pieredzi patērētāji izglītības ieviešanā.

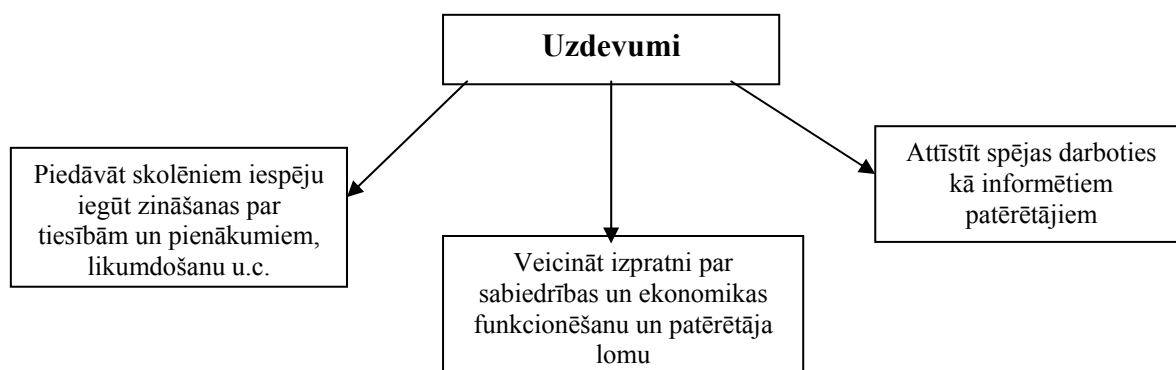
80. gados Norvēģijā valsts ekonomiskās situācijas neprognozētība, tāpat kā patreizējā pasaules ekonomiskā krīze un tās rezultāti Latvijā, noveda valsti un iedzīvotājus pie *parādiem*. Visdziļākā krīze Norvēģijā bija 1990./91. gados, un tā izplatījās citās Skandināvijas valstīs (*Yrvin, 1999*). Ko patērētāji varēja darīt, lai novērstu jaunu parādu rašanos? Vai situāciju palīdzētu uzlabot patērētāju izglītošana? Taču nebija precīzas definīcijas realizējamajai izglītībai, viennozīmīgu priekšlikumu patērētāja izglītošanas programmas saturam. Tai pašā laikā palielinājās

interese par Norvēģijas pilsoņa - patērētāja izglītošanu. Skandināvijas ministru padomes patērētāju sektorā uzsāka patērētāju izglītošanas programmu izveidi, ideju apmaiņu šinī jomā, izglītības materiālu izveidi un izglītojošas kampaņas. 1995. gadā izveidoja un pieņēma Skandināvijas Rīcības plānu.

Šinī laikā Norvēģijā notika pilnīga skolu reforma, kas paredzēja, ka mācības bērnam ir jāuzsāk no 6 gadu vecuma. Reformas laikā izveidoja un ieviesa izglītības programmu 10 gadīgai pamatskolai un 3 gadīgai vidusskolai, kurā visos izglītības līmeņos ieviesa patērētājiizglītības tēmas (Yrvin,1999).

Ziemeļvalstu Ministru padomes pārskatā NSA 1992:599 „Konsumestundervisning I skolenforprosjekt” (patērētājiizglītība skolās – projekts) formulēti Ziemeļvalstu mērķi patērētāja izglītībai: nodrošināt skolēnus ar zināšanām par patērētāju sarežģīto eksistenci; nodrošināt daudzveidīgo sabiedrību ar pamatzināšanām šinī jomā, piemēram, ieviešot tādas tēmas kā patērētāju likumdošana, personīgās finanses, ekonomika, reklāma un pārliecināšana, patēriņš un apkārtējā vide, globālie resursi, apgāde ar dzīvokļiem, apģērbu, preču un pakalpojumu cena un kvalitāte, uzturs un veselība. Noteica, ka skolās nepieciešams veicināt skolēnu vērtīborientāciju, sekmēt viņu nepakļaušanos negatīvai iedarbībai, veidot savu dzīves stilu, attīstīt patērētāja ieradumus, prasmes un attieksmes (Jeleby,1999).

Ziemeļvalstu patērētājiizglītības attīstība 90.gados izvirzīja konkrētus uzdevumus, kas atspoguļoti 1.3.attēlā.



1.3.att. Patērētājiizglītības attīstībai izvirzītie uzdevumi Norvēģijā

Šinī laika posmā patērētājiizglītība ekonomiski attīstītās valstīs (Vācijā, Dānijā u.c.) nozīmēja atsevišķa patērētāja spējas iegādāties kvalitatīvas preces par godīgu cenu un saskatīt netaisnīgas tirdzniecības metodes. Attīstības pirmsākumos tā nenozīmēja spēju attīstīšanu aktīvai līdzdalībai ekonomisku, sociālu un politisku lēmumu pieņemšanā saistībā ar ikdienas dzīvi; neietvēra sevī patērētāja kultūras elementu apguvi, veicot vajadzību izpēti, analizējot vērtības un

attieksmi veidojošos faktoros, vai arī to, kā patērēšanas rezultāts ietekmē citus cilvēkus un vidi. Mūsdienās tai ir jāklūst par būtisku vispārējās izglītības sastāvdaļu, kas apzināti nosakot prioritātes, palīdz pieņemt lēmumus, izveidot ilgtspējīgu savu ikdienas dzīvi un pārdomāti izmantot pieejamos resursus, kā arī veidot prasmes piedalīties mūsdienu sabiedrībā risošajos procesos dažādos finansiālos apstākļos.

Analizējot dažādu valstu (*ASV, Vācija, Norvēģija, Krievija*) pieredzi (skat.1.6.tab.), var secināt, ka atsevišķu valstu izglītības sistēmās patērētāji izglītības uzsākšana paredzēta jau pirmsskolas vecumā, piemēram, sākumskolā to apgūst Ziemeļvalstīs, ASV un Krievijā, bet Vācijā patērētāji izglītības tēmas tiek ieviestas vispārējās izglītības saturā no 10 gadu vecuma. (*Ļubkina,2001*).

1.6.tabula

Patērētāji izglītības sākumi dažādu valstu vispārējā izglītībā (*Ļubkina,2001*)

Izglītības pakāpe	Valstis			
	<i>Vācija</i>	<i>ASV</i>	<i>Ziemeļvalstis</i>	<i>Krievija</i>
Pirmsskola				X
Sākumskola	X (no 10 gadu vecuma)	X	X	X
Pamatskola	X	X	X	X

Joprojām pastāv atšķirības uzskatos par patērētāji izglītības saturu un tās iekļaušanas veidiem izglītības programmās. Kopīgais un atšķirīgais patērētāji izglītības mērķu definējumos un mācību uzdevumos ir aprakstīts 1.7.tabulā.

1.7.tabula

Kopējais un atšķirīgais patērētāji izglītības mērķos, uzdevumos un apgūvē

<i>Valstis</i>	<i>Atšķirīgais</i>	<i>Kopējais</i>
Vācija	No 10 gadu vecuma māca speciālā priekšmetā „Arbeitslehre” – (darbmācība) Papildus uzsver, ka skolēniem ir jāspēj saprast un novērtēt attiecības starp mājas darbu izpildi un brīvā laika organizēšanu	Mācību procesā jācenšas panākt , lai skolēns: - mācētu noteikt savus resursus un pielietotu tos savas ikdienas dzīves darbības un vadības plānošanā; - zinātu savas vajadzības un vērtības, kā arī to saistību ar saviem lēmumiem un ikdienas dzīvi; - iegūtu pamatzināšanas par privātās mājsaimniecības organizēšanu, veidošanu un vadīšanu;
ASV	Ir 4 dažādas pieejas ekonomiskās izglītošanas ieviešanai skolas mācību saturā. Uzmanība centrēta uz patērētāju izglītošanu.	- zinātu mājsaimniecības lomu sabiedrībā un mācītos izprast to mijiedarbību un sadarbību; - apsvērtu, radītu un praktizētu atbilstošu problēmu risinājumu privātās mājsaimniecības atkritumu atgriešanā, kā arī taupīgā attieksmē pret dabas resursiem, lai aizsargātu apkārtnējo vidi;

<i>Valstis</i>	<i>Atšķirīgais</i>	<i>Kopējais</i>
Krievija	<p>Ekonomiskās izglītības koncepcijas modelis ietver pirmsskolas vecuma bērnu ekonomisko izglītošanu.</p> <p>Papildus uzsver nepieciešamību veidot tikumiskās izvēles iespēju, kas saistīta ar ekonomiskajām situācijām</p>	<ul style="list-style-type: none"> - spētu izvēlēties pārtiku un metodes, kuras nodrošina veselību un labklājību; - prastu rīkoties ar sadzīves tehniku; - orientētos uz darba racionalizāciju un tās ekonomiskās efektivitātes paaugstināšanu; - prastu piedalīties dažādās ekonomiskās darbības formās; - zinātu patērētāju tiesības un pienākumus, patērētāju, ražotāju un valdības savstarpēji saistītās lomas ekonomikas sistēmā; - zinātu mentalitātes, reklāmas, informācijas un gadījuma izmaksu ietekmi uz patērētāja uzvedību; - spētu pielietot iegūtās zināšanas savu un sabiedrības interešu aizstāvēšanā (<i>Сасова, Амехо, 1988.</i>).
Ziemeļvalstīs (Norvēģijā, Dānijā)	<p>Patērētāji izglītības saturs noteikts 6 jomās:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. personiskās finanses; 2. patērētāju tiesības un pienākumi; 3. reklāma un tās ietekme; 4. patēriņš un vide; 5. uzturs; 6. drošība. 	<p>Skolu beidzot jāzina, kā:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rīkoties ar resursiem un kontrolēt savas finanses; • aizstāvēt savu viedokli • tikt galā ar komerciālo spiedienu; • novērtēt ietekmi, kādu rada pašu patērētāju paradumi uz vidi; • izvēlēties un sagatavot uzturbagātu un ekoloģisku uzturu, racionāli organizēt savu darbu mājās; • novērtēt dažādu produktu drošību un kvalitāti, iepazīties ar produktu informāciju.” (<i>Ziemeļvalstu rīcības plāns, 1995.</i>).
Latvijā	<p>Patērētāji izglītības saturs ir iekļauts atsevišķos vispārīzglītojošajos priekšmetos: Sociālās zinības, Mājturības un tehnoloģijas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dot skolēniem zināšanas un izpratni par sabiedrības un ekonomikas sistēmas funkcionēšanu kopumā un specifisko patērētāja lomu. - Attīstīt spējas darboties kā informētiem, prasmīgiem un atbildīgiem patērētājiem. - Palīdzēt skolēniem saprast, ka ir svarīgi būt informētiem patērētājiem. (<i>Patērētāju izglītība: norādījumi skolotājiem, 2000</i>)

Analizējot ekonomiski attīstīto valstu (*Ziemeļvalstis, Vācija*) un *Krievijā* piedāvāto patērētāji izglītības saturu, redzam, ka 90.gadu vidū un beigās šinīs valstīs iezīmējas Norvēģijas un Dānijas noteiktie 6 virzieni, kas sevī ietver personīgās finanses, patērētāju tiesības un pienākumus, reklāmu un tās ietekmi, patēriņu un vides jautājumus, uzturu un drošību. Atšķirība redzama, galvenokārt, mācību priekšmetu nosaukumos: Krievijā – ekonomiskā izglītība; Ziemeļvalstīs – patērētāji izglītība; Vācijā – „Arbeitslehre” jeb Darbmācība, jo īstenojamais saturs ir ļoti līdzīgs. Atšķirība pastāv arī to ieviešanā mācību procesā: minētajās valstīs ir ieviesti atsevišķi mācību priekšmeti un piedāvātas tēmas integrēšanai pārējo priekšmetu saturā. Savukārt Latvijā atsevišķs

priekšmets pamatizglītībā nav ieviests, tikai nedaudzas no patērētājiizglītības tēmām, piemēram, uzturs, drošība u.c., ir iekļautas mācību priekšmetu „Sociālās zinības” un „Mājturības un tehnoloģijas” saturā un tiek mācītas, sākot ar 1.klasi. Tas neļauj pilnībā apgūt patērētājiizglītības saturu un neveido patērētāju prasmes pieņemt uz ilgtspējīgu attīstību balstītus apzinātus un atbildīgus lēmumus. Pamatizglītības mācību priekšmetu saturā ir akcentēta pilsoniskā izglītība.

Tai pašā laikā H.Štefens (*Steffens, 1995*) norāda uz patērētājiizglītības tēmām, kuras svarīgas tieši no patērētāja viedokļa, lai cilvēks, tās apgūstot, apzinātos savu pilsoņa patērētāja lomu, tiktu atbalstīts un stiprināts (skat.1.8.tab.).

1.8.tabula

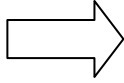
Pilsoņa - patērētāja lomas apzināšanai svarīgās izglītības tēmas (*Steffens, 1995*)

Tēmas	Skaidrojums
<i>brīvība</i>	brīvā tirgus ekonomikā patērētājiem tiek piešķirta izvēles brīvība
<i>drošība un veselība</i>	patērētājiem ir jāatpazīst tās preces, kuras rada draudus viņu veselībai
<i>patiesība</i>	patērētājiem ir jābūt pieejamai informācijai, kas dod tiem iespēju pārzināt preču un pakalpojumu priekšrocības un trūkumus
<i>sociālā atbildība</i>	ir jāciens un jāņem vērā patērētāju tiesības un pienākumi
<i>vienas tiesības, viena attieksme</i>	visiem patērētājiem ir jābūt vienādām preču un pakalpojumu izmantošanas iespējām
<i>ilgtspējas kritēriji</i>	ilgtspējīgs patēriņš aizsargā vidi un nodrošina sabiedrisko taisnīgumu

Pētījumā secinām, ka H.Štefena izvirzītās tēmas ir saistītas ar likumdošanas ievērošanu gan no patērētāju, gan ražotāju viedokļa, tomēr patērētājiizglītībā ir svarīgi sagatavot skolēnu patstāvīgai dzīvei manīgajos sociāli ekonomiskajos apstākļos. Eiropas attīstītajās valstīs 20.gadsimta beigās tika analizētas patērētājiizglītības problēmas un noteikti prioritārie patērētājiizglītības aspekti (skat.1.9.tab.).

1.9.tabula

Patērētājiizglītības problēmas un prioritārie aspekti (*Wells, 1997*)

Patērētājiizglītības problēmas aktīva dalība tirgū lēmumu pieņemšanas kritēriji informācijas atrašana un pielietošana koncentrēšanās uz vērtībām zināšanu pielietošana prasmju izmantošana		Prioritārie aspekti ilgtspēja ekonomiskie aspekti sociālie aspekti drošība veselība patērētāju tiesības un pienākumi
---	---	---

Patērētājiizglītībai Velsa (*Wells, 1997*) 20.gadsimta beigās izvirzītie prioritārie aspekti - ilgtspēja, ekonomika, sociālais, drošības, veselības, tiesības un pienākumi - ir aktuāli šobrīd Latvijas sociāli ekonomiskajā situācijā, kad sabiedrībā ir aktualizēti veselības, drošības, sociālie jautājumi, kā arī ilgtspējīgas attīstības perspektīvas.

2000. – 2002.g. darbojās Eiropas Savienības (ES) projekts “Euromodule for Consumer Education”, kurā bija iekļautas 10 valstis, to skaitā arī Latvija (*European Module for Consumer Education, 2001*). Projekta darba grupu rezultātā izkristalizējās galvenie virzieni un tēmas, kuras būtu nepieciešams iekļaut ES valstu mācību saturā atsevišķā mācību priekšmetā vai integrēt tās vispārīzglītojošo skolu mācību programmās dažādos priekšmetos pamatskolā un vidusskolā. Tēmu uzskaitījums atspoguļots 1.10.tabulā.

1.10.tabula

Mācību saturā integrējamās patērētājizglītības tēmas Eiropas Savienības valstīs

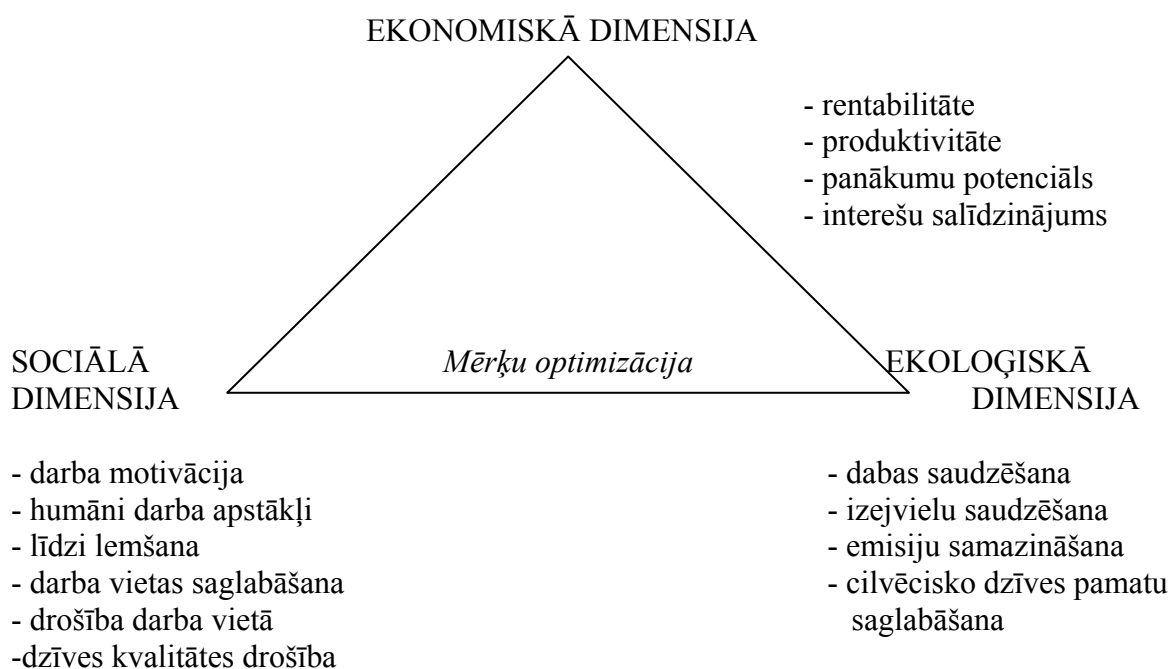
Tēmas	<i>Dzīves stils</i>	<i>Uztura izvēle</i>	<i>Patērētāju tiesības un izglītība</i>	<i>Tūrisms</i>
	Patēriņš un dzīves stils Dzīves stili un veselība Vides aspekti dzīves stilā Ietekme uz dzīves stilu Kultūra un dzīves stils	Tehnoloģisko prasmju līmenis Sociāli kulturālais līmenis Kognitīvie aspekti Sociogēnās vajadzības Psihogēnās vajadzības Bioloģiskās vajadzības Vides ietekme Ekonomiskais aspekts	Preces un serviss Pienākumi Saistības Biznesa darījumi Patērētāju līgumi	Sociālie aspekti Ekonomiskie aspekti Vides aspekti Politiskie aspekti
Tēmas	<i>Sabiedriskie pakalpojumi</i>	<i>Finansu apkalpošana</i>	<i>Mazumtirdzniecība</i>	<i>Mājvieta</i>
	Vide Ekonomiskie aspekti Veselība un sociālā labklājība Tiesiskums Kultūras vajadzības	Konteksts Saglabāšana Pirkums Finansu plānošana	Ekonomiskie aspekti Vides aspekti Sociālie aspekti Politiskie aspekti	Dzīves plāns Vide Mājvietas formas Patērētāju aizsardzība Dzīves cena
Tēmas	<i>Elektrība</i>	<i>Kafijas patēriņš</i>	<i>Koks un papīrs</i>	<i>Korķis</i>
	Vide Politika Tehnoloģija Zinātniskā bāze Dzīves stils	Patērētāja darījumi Ietekme uz veselību Kafijas izgatavošanas tehnoloģija Kafijas cena un pasaules tirgi Lauksaimniecības metodes Sociokulturālā ietekme Patēriņa atbalstīšana	Vide Atpūta, izklaide Papīra produkti Biznesa darījumi Piegāde	Ekonomiskie aspekti Sociālie aspekti Vides aspekti Politiskie aspekti

Jaunā gadsimta sākums iezīmējas ar jaunām pieejām un jaunu saturu patērētājizglītībā, taču Latvijas izglītībai nav aktuālas atsevišķas tēmas, piem.: korķis. Ja 2000. gada sākumā tēmas „Kafijas patēriņš” vai „Koks un papīrs” bija ne pārāk aktuālas Latvijas izglītībai, tad līdz šim laikam tās kļuvušas ļoti aktuālas. Aktuāla šī laika iezīme patērētājizglītības piedāvātajam saturam ir tā, ka tēmu realizēšana ir piedāvāta saistībā ar ekonomiskiem, sociāliem, politiskiem un vides aspektiem, kas ir ilgtspējīgas attīstības pamatā.

Mūsdienu patērētājiizglītības uzdevumi ir mainījušies, un galvenās tendences un pieejas satura realizēšanā nosaka pastāvošie sociāli ekonomiskie apstākļi. Šī brīža tirgus ekonomikas apstākļos pastāv konkrēta uzņēmējdarbības vide, kurā funkcionē tirgus dalībnieki - pārdevējs un patērētājs, darba devējs un darbinieks, kreditors un debitors - un tā nosaka viņu pozīcijas. Līdz ar to patērētājiizglītības procesā ir nepieciešams attīstīt prasmes veidot atbildīgu, uz ilgtspējīgas attīstības principiem balstītu rīcību.

Uzskatām, ka patērētājiizglītībā noteicošā ir ekoloģiski orientēta uzņēmējdarbība, kuras pamatā ir trīs dimensijas, kas iekļauj sevī darba motivāciju, darba apstākļus, izejvielu saudzēšanu, dzīves kvalitātes drošību, rentabilitāti u.c. faktoros (skat.1.4.att.).

Patērētājiizglītībā visas dimensijas ir ļoti svarīgas. Ekonomisko dimensiju raksturo patērētāja prasme iekļauties ražošanas procesā un izmantot ikdienā zinātnes un tehnikas sasniegumus, ekoloģiskajai dimensijai raksturīgi patērētājiizglītības vides, veselības un tiesiskie jautājumi, kas cieši saistīti ar šobrīd aktuālo ilgtspējību, savukārt, sociālā dimensija iekļauj sevī patērētāja pienākumu un atbildības aspektus, drošību un dzīves kvalitātes uzlabošanas iespējas.



1.4. att. Ekoloģiski orientētas uzņēmējdarbības shēma (Vogel, 1996)

Balstoties uz ekoloģiski orientētas uzņēmējdarbības dimensijām, patērētājiizglītībā tiek iekļauta patērētāja attieksmes veidošana, kas ļauj attīstīt prasmi pieņemt atbildīgus lēmumus mūsdienu sabiedrībā ekonomiskās recesijas apstākļos.

20. gadsimta zinātnes un tehnikas sasniegumi ir strauji kāpinājuši cilvēku dzīves kvalitāti un radījuši paātrinājumu visās dzīves jomās: lidmašīnas, mobilie telefoni, automobiļi, komunikācijas tehnoloģijas u.c.

Sociālā dimensija saistībā ar patērētājizglītību tiek raksturota no diviem aspektiem: personas piederība konkrētam sociālajam slānim sabiedrībā, kas ir atkarīga, no vienas puses, no cilvēka izglītības, ieņemamā amata, spējām, prasmēm u.c., un, no otras puses, psiholoģiskiem faktoriem, kurus nosaka darba motivācija, drošība par darbu un darba vietā u.c.

Ekoloģiskā dimensija ir tā, kura saistās gan ar globalizācijas procesiem, gan ar procesiem, kuri norit patērētāja ikdienā. Pastāvot resursu ierobežotībai, sargājot dabu, samazinot atkritumu daudzumu, tiek palielināta iespēja dabas ilgākai saglabāšanai, gaisa, kuru elpojam, un ūdens, kuru dzeram, stāvokļa uzlabošanai, tātad - ilgtspējīgas attīstības nodrošināšanai.

Līdz ar to pastāvošā kultūrvide, uzņēmējdarbības vide nosaka jaunas pieejas patērētājizglītības saturam, iesakot pedagogam mācību procesā iekļaut situācijas, kurās ietverta gan teorija, gan reālā dzīve, lai atklātu patērētājizglītības attiecības, sakarību dažādības un vienlaicīgi tēmā iekļautu attiecīgās patērētāju tiesības (skat.1.11.tab.).

1.11.tabula

Uzņēmējdarbības videi atbilstošas patērētājizglītības tēmas

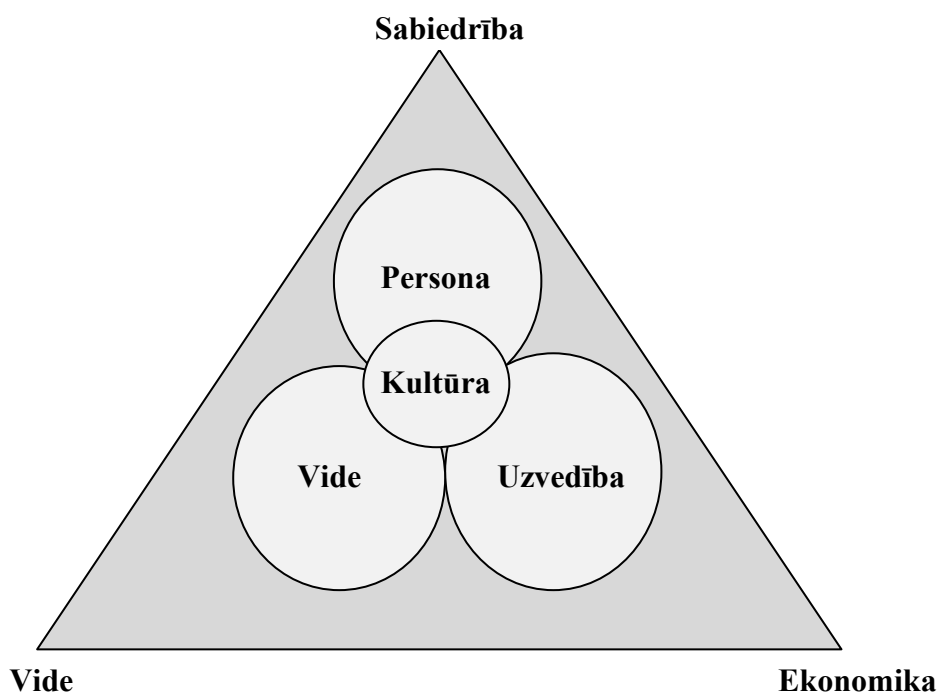
Tēma	Patērētājizglītības temati
pārtika	pārtikas drošums; pārtikas kvalitāte; pārtikas marķēšana; HACCP – jēdziens (<i>Bīstamību Analīze un Kritiskie Kontroles Punkti – info no Pārtikas un Veterinārā dienesta</i>)
iepirkšanās 21. gadsimtā	dažādas iepirkšanās iespējas; iepirkšanās internetā; preču simboliskā nozīme; gadatirgi
pakalpojumi	ceļojumi, transports, mobilitāte; enerģijas patēriņš; finanšu pakalpojumi un bankas; apdrošināšana, (finanšu) aizsardzība
mājsaimniecība kā kopīga dzīves vieta un kā ekonomiska vienība	īres maksas; dzīve sabiedrībā; finanšu pārvaldīšana mājsaimniecībā; kabatas naudas pārvaldīšana; (finanšu) aizsardzība; drošība un šķēršļi draudzībā; spēles un rotaļlietas
masu mediji un reklāma	nosaukumi un statuss; dzimumaudzināšana un stereotipi; reklāmu veidi; mediju analīze; komunikācija; sponsorēšana
veselība un drošība	dzīve un veselība; tekstilpreces un veselība; bīstamas preces; ķermeņa saudzēšana; atkarības; drošība brīvajā laikā; pacientu tiesības
resursu izmantošana	iepakojumi; videi draudzīga iepirkšanās
informēti patērētāji	patērētāju politika un aizsardzība; pilsoniskums; informācijas iegūšanas un izvērtēšanas veidi

Piedāvāto patērētājizglītības tēmu apguve veicina patērētāju prasmes analizēt un novērtēt informāciju, situāciju, bet neveido patērētāju atbildīgu darbību un līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā.

Mūsdienu patērētāji izglītības saturu var aplūkot no dažādiem aspektiem, bet jebkurā gadījumā tas palīdz saprast attiecības starp tiem, kas ražo un piegādā, un tiem, kuri pērk un lieto. Pasaulē notiek apzinīguma palielināšanās, cilvēku apziņa pieaug, piedaloties procesā: iemācoties uzvert sociālās, politiskās un ekonomiskas pretrunas, attīstot kritisko apziņu, attīstot prasmi rīkoties pret nomācošiem realitātes elementiem. Šī personīgā izaugsme nozīmē būt ne tikai praktiskam patērētājam, bet kļūt humānākam. Tas nosaka izmaiņas patērētāji izglītības mērķos, līdz ar to notiek pāreja no „zināšanām” uz „rīcību”, tas ir, radošu darbību, kas ideāli piemērota teorijas un prakses kombinēšanai, turklāt atsevišķās tēmas balstot nevis uz tematu, bet gan uz problēmu, tā, lai mācību saturā tiktu ietverti gan personīgie, gan sabiedriskie aspekti.

Prakses un teorijas vienotība ir pamats sociālās mācīšanās teorijai, kuras mērķis ir izprast, paredzēt un ietekmēt cilvēka individuālo uzvedību. Sociālās mācīšanās teorijas autors A. Bandura pieņem, ka cilvēki, viņu uzvedība un apkārtējā vide mācību laikā darbojas trīs attiecību virzienos, savstarpēji ietekmējot viens otru, kā rezultātā nosaka cilvēka uzvedību (*Bandura, 1977*).

Sociālās mācīšanās teorijā (*Bandura, 1977, Lee, Conroy, Hii, 2003*) personas formulējums ietver bioloģiskos un fizioloģiskos faktorus, zināšanas, mērķus un attieksmes, par cilvēka uzvedību tiek uzskatītas prasmes, pašregulācijas, pašnovērtēšanas iemaņas, kā arī praktiskā pieredze. Savukārt cilvēka darbības vide iekļauj sevī sociālās normas, komunikācijas iespējas, kā arī cilvēka ietekmes uz citiem analīzi. Savukārt S. McGregora (*2007*) savieno patērētāji izglītībā sociālās mācīšanās teorijas pamatelementus un ilgtspējīgas attīstības izglītības principus (skat. 1.5. att.).



1.5.att. Ilgtspējīgas attīstības izglītības un sociālās mācīšanās teorijas aspektu kopsakarības (McGregor,2007)

Izmantojot izvirzītās kopsakarības patērētāji izglītībā, ir iespējams pievērst pastiprinātu uzmanību sociālo institūciju, ekonomikas un dabas vides attiecībām, kas iekļauj sevī ekonomikas izaugsmes ierobežotību, personas pilnvērtīgu darbošanos sociālajās institūcijās, kā arī informētību par globālajām vides problēmām.

S.McGregoras (2007) noteiktās kopsakarības atbilst mūsdienu pedagoģiskajai paradigmai – uz skolēna darbību/mācīšanos orientētu mācību procesu, kas pilnveido skolēna kā patērējoša pilsoņa izglītību un sekmē skolēna atbildīgu līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules ekonomiskās krīzes situācijā.

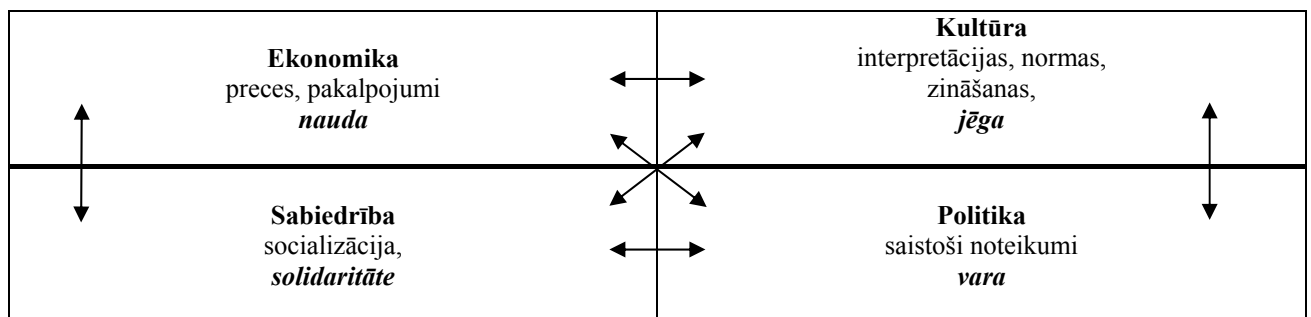
Pasaulē tiek veikti pētījumi un meklētas sakarības par veidiem, kas attiecas un patērētāji izglītības saturu un tā realizēšanu. Laika posmā no 2003.-2009.gadam darbojas pasaules Patērētāju Pilsonības tīkls – CCN (*Consumer Citizenship Network*), kura sastāvā ietilpa 123 organizācijas no visas pasaules, tanī skaitā no Latvijas. CCN mērķis bija veicināt un koordinēt pētījumus patērētāju pilsonības jomā, identificējot patērētāju pilsoniskuma kompetences, nosakot patērētāju izglītības mācību sasniegumus, kā arī attīstīt patērētāju pilsoniskuma izglītības labās prakses ieviešanu.

Kā turpinājums CCN tīklam laika posmā no 2009.-2015.gadam darbojas PERL (*The Partnership for Education and Research about Responsible Living*) projekts, kura mērķis ir palīdzēt indivīdiem un kopienām būtiski pārdomāt un pārorientēt viņu izdarīto izvēli un

dzīvesveidu, lai samazinātu negatīvo ietekmi uz klimata pārmaiņām un finanšu nestabilitāti, nodrošināt ne tikai resursu patērēšanu, bet sekmēt ilgtspējīgu attīstību visiem. PERL projekta uzdevumi: attīstīt un veicināt politikas izmaiņas; izstrādāt mācību programmas; izstrādāt mācību metodiskos materiālus un projektus jaunattīstības valstīm; veikt pētījumus produktu un patēriņa tendenču, sociālās atbildības, informācijas pārvaldības un sociālo inovāciju jomās (<http://www.perlprojects.org>). Tie nosaka arī patērētājiizglītības ieviešanas darbības izglītībā Latvijā.

Lai izstrādātu mūsdienu prasībām atbilstošu patērētājiizglītības saturu, nevaram skatīt patērētāju kā atsevišķu objektu, tas jāpēta saistībā ar ekonomisko, politisko, sociālo vidi, kā arī iesaistot to saimnieciskajā darbībā ar mērķi attīstīt viņa līdzdalību mūsdienu sabiedrībā ekonomiskās krīzes situācijā.

Par vienu no patērētājiizglītības ieviešanas modeļiem būtu uzskatāmi T.Pārsona piedāvātie darbības pamatprincipi (skat. 1.6.att.), kur redzama sabiedrības, politiskā, ekonomiskā, kā arī kultūras loma.



1.6. att. T.Pārsona sabiedriskās darbības pamatprincipi (Parsons, 1951)

A.Kleins (Klein, 2005) norāda, ka saimnieciskā darbība (ekonomika) parādās kā preču un pakalpojumu ražošana, ar kuras starpniecību ir jāapmierina dzīves (izdzīvošanas) pamatvajadzības. Saimniekojot, ražojot un mainot, sadalot un labojot u.tml. darbojoties, sabiedrība pielāgojas apkārtējiem apstākļiem un tādējādi kļūst iespējama cilvēku fiziskā dzīve, kur:

- solidārā darbība (ģimene, kopiena) ilglaicīgas pieaugušo un bērnu kopdzīves formas, pateicoties tajās valdošajām emocionālajām enerģijām un savstarpējām saitēm, nodrošina katras nākamās paaudzes socializāciju sabiedrībā. Kopdzīves formas apmierina kopienas locekļu svarīgākās sociālās un bioloģiskās vajadzības, uz to bāzes nostiprina attiecīgajā sabiedrībā pieņemtās normas, noteikumus, lomas un sociālās kompetences. Starpnieks šajā gadījumā ir visas paaudzes aptveroša solidaritāte;

- kultūras darbība (kultūra) ir cilvēku visu to rīcību apkopojums, kas nosaka viņu izturēšanos un kopā dzīvošanu sabiedrībā. Normas un vērtības, interpretācijas un pamatojumi, attiecības un zināšanas ir pamatā cilvēku darbības orientācijai un motivācijai, saistot savu izturēšanos ar sabiedrības vajadzībām un vērtībām, kas indivīdiem palīdz orientēties un vienoties kolektīvai rīcībai;

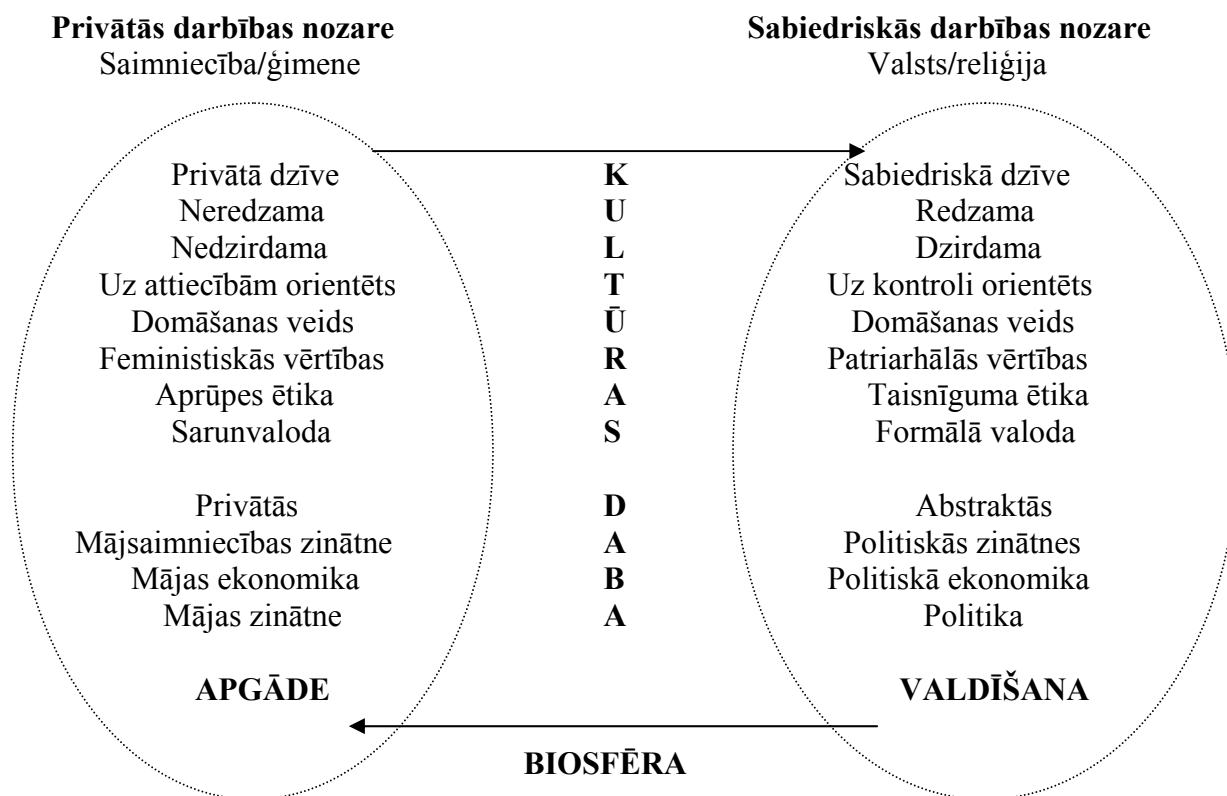
- politiskā darbība rada tos kopā dzīvošanas regulējumus (likumi, akti), kam būtu jābūt saistošiem visai sabiedrība (*Parsons, 1951*).

Cilvēku kopā dzīvošanas un darbības būtība atspoguļota patērētāja dzīves un darbības modelī (*Amanis, Lubiņš, Ļubkina, 1997*) (skat.3.piel.), kurš ietver sevī gan ražošanas – patērēšanas aspektus, gan arī vērtības un attiecības. Modelis kopumā dod iespēju ne tikai apzināti izprast sabiedrības un indivīda vajadzības, bet arī ietver mācību priekšmetos „Mājturības un tehnoloģija” un „Mājsaimniecība” jau īstenojamo patērētājiizglītības saturu, ko raksturo cilvēku attiecības un ieviešamie mājas darbu saimnieciskie, ekonomiskie, tehnoloģiskie vai materiāli tehniskie aspekti.

Savukārt vērtības patērētājiizglītībā ir plaši analizētas S.Austrumas (*Austruma, 2012*) promocijas darbā „Jauniešu vērtības patērētājsabiedrībā Latvijā”, kurā tiek piedāvāts jauniešu vērtību veidošanās konceptuālais modelis patērētājsabiedrībā Latvijā. Tajā uzsvērts, ka, veidojot patērētāja vērtības, jāņem vērā jauniešiem personīgi nozīmīgie principi, sabiedrībai nozīmīgie principi, kā arī valsts kultūrpolitikai, tostarp izglītības politikai nozīmīgie principi.

T.B.Eriksena (*Eriksen, 2008*) piedāvā uz skolēnu orientēta mācību procesa modeli patērētājiizglītībā, kurā uzsver, ka balstot teorētisko zināšanu un prasmju veidošanos uz individuālo pieeju, katra šī modeļa sastāvdaļa ir kā „atpēriena punkts” indivīda personīgās dzīves drošības veidošanai. Šī modeļa ietvaros mācību procesā tiek īstenots patērētājiizglītības saturs, kā rezultātā skolēni spēj pieņemt personīgos lēmumus informācijas pārblīvētības apstākļos.

Patērētājiizglītības mērķa sasniegšanā un satura izvēlē, analizējot P.Thompson (*1993*) atziņas, modeļa “Cilvēciskās darbības divas sistēmas” (skat. 1.7.att.) ideja sasaucas ar Cilvēka - patērētāja dzīves un darbības modeļa ideju (*Amanis, Lubiņš, Ļubkina, 1997*).

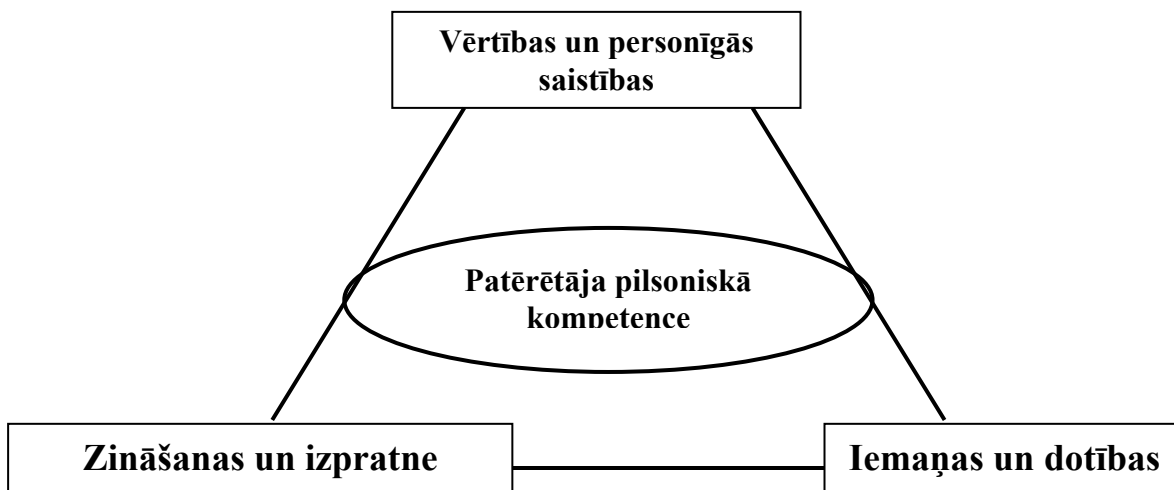


1.7.att. P.Thompson (1993) modelis: „Cilvēciskās darbības divas sistēmas”

Abos modeļos atspoguļota ārējo faktoru (dažādu kultūru un dabas/vides) ietekme gan uz Privātās darbības nozari/ Patērēšana, gan uz Sabiedriskās darbības nozari / Ražošana. Tie ir ciešā saiknē ar amerikāņu sociologa T.Pārsona (1951) sabiedrības obligātajiem priekšnosacījumiem un četrām sabiedriskās darbības pamatfunkcijām: ekonomika, kultūra, sabiedrība un politika. Tomēr pedagoģijā no ārējo faktoru analīzes ir jāpāriet uz indivīda personīgās patērētājizglītības attīstību, balstoties uz skolēna darbošanos/mācīšanos orientētas izglītības pamatprincipiem.

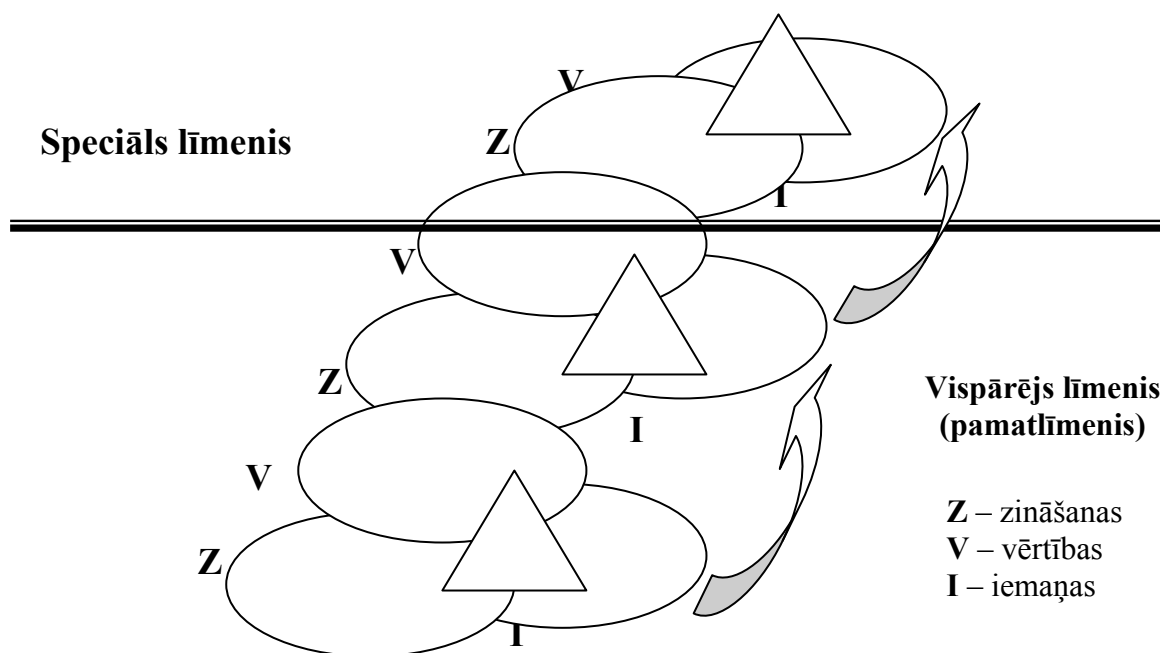
Diemžēl mūsdienu patērētājsabiedrībā vērojamas tendences nereti ir pretrunā ar piedāvāto modeļu koncepcijām un elementiem, kur patērēšana izvirzās pirmajā vietā, aiz sevis atstājot gan sabiedrības normas, vērtības, attiecības, attieksmes, izpratni.

B. Vassilevas (2008) savos pētījumos, par patērētājizglītību centrā izvirza patērētāja pilsonisko kompetenci. Viņa piedāvā divu veidu modeļus, no kuriem viens ir statiskais modelis (skat.1.8.att.) un otrs - dinamiskais modelis (skat. 1.9.att.). Abi modeļi fokusē uz 3 rezultātiem, kuri virza uz ilgtspējīgu kompetenci patērētāju pilsonībā un kā kritēriji abos tiek izvirzīti vērtības, zināšanas un izpratne; iemaņas, tomēr statiskais modelis atbilst tradicionālajai pedagoģijas paradigmai, kas patērētājizglītībā nav izmantojama.



1.8.att. Patērētājizglītības ieviešanas statistiskais modelis (Vassileva,2008)

Autore uzskata, ka patērētājizglītībai ir raksturīgs dinamiskums un elastīgums, ko nosaka mūsdienu mainīgie ekonomiskie, sociālie un kultūras apstākļi, tāpēc patērētājizglītības satura ieviešanai pamatskolā efektīvāks būtu B.Vassilevas izveidotais patērētājizglītības ieviešanas dinamiskais (funkcionālais) modelis (skat.1.9.att.), kas atbilst mūsdienu pedagoģijas paradigmai.



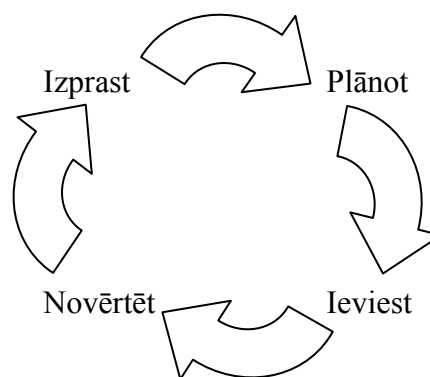
1.9.att. Patērētājizglītības ieviešanas dinamiskais (funkcionālais) modelis (Vassileva,2008)

Šajā modelī tiek parādīta patērētāja iemaņu veidošanās, pamatojoties uz zināšanām un vērtībām, kas radušās zināšanu gūšanas rezultātā. Šis process ir ciklisks un turpinās arvien jaunā, augstākā līmenī. Tas nozīmē, ka skolēns katrā ciklā apgūst jaunas zināšanas, rod jaunas vērtības un

iegūst jaunas iemaņas, kuras pielieto ikdienas dzīvē, apzināti un atbildīgi līdzdarbojoties uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā norisošajos ekonomiskajos, sociālajos un kultūras procesos.

Modeļi rosina domu, ka patērētāji izglītības procesā skolēnam nepieciešams mācīties (apgūt): faktus, zināšanas, procesus un procedūras; jaunas iemaņas, kas transformējamas citās situācijās; izturēties (uzvesties, darboties) profesionāli aktīvas vai argumentētas uzvedības formā; būt atbildīgam (*Vassileva, 2008*).

Starptautiskajā projekta Dolceta, kurā iekļautas 27 ES valstis, piedāvā KOBAPI (*Uz kompetenci balstīts patērētāju izglītības*) pieeju, kuras centrā ir skolēns un kur skolotāja loma ir kļūt par mācīšanās procesa veicinātāju. Šī pieeja piedāvā mācīšanās apli, kas ietver šādus soļus: izpratnes veidošana, plānošana, ieviešana un novērtēšana (skat. 1.10.att.) (*COBACE, 2001*).



1.10.att. KOBAPI metodes mācīšanās aplis (*COBACE, 2001*)

KOBAPI pieeja fokusējas, lai, attīstot dalībnieku kompetences, palīdzētu viņiem kļūt uzmanīgākiem, kritiskākiem, aktīvākiem un atbildīgākiem patērētājiem. Tas tiek panākts, veicinot aktīvu mācīšanās procesu un pielietojot etalonu vērtēšanas sistēmu (*COBACE, 2001*).

Autore uzskata, ka šis mācīšanās aplis ir veiksmīgi izmantojams patērētāji izglītībā skolēnu individuālās patērētāji izglītības attīstīšanai, jo ļauj skolēniem aktīvi iesaistīties mācību procesā, sekmē iegūto zināšanu pārbaudi ikdienas dzīvē, kā arī veido attieksmes, apzinātu un atbildīgu līdzdalību mūsdienu sabiedrībā norisošajos procesos.

Zināšanas par patērēšanas izvēļu morālo kvalitāti katram cilvēkam ir ļoti nozīmīgas un to, ko kādreiz ieguvis, viņš nevar vairs zaudēt. Svarīgs ir ne tikai morālās apziņas līmenis, personas vērtīborientācija un vērtības personiskais nozīmīgums, bet arī to sasniegšanas vajadzības intensitātes līmenis, kas izpaudīsies mērķtiecīgā un apzināti izvērtētā darbības realizācijā ar noteiktu gribas piepūli un atbildību. Personībai jābūt gatavai realizēt sevi ar pilnu atbildību pret savu laiku, telpu, vēstures mantojumu; jāprot palikt pie savām domām, uzskatiem, būt emocionāli brīvai,

sociāli neatkarīgai un vienlaikus cieši saistītai sociālajā vidē, nodrošinot cilvēkpotenciālu ekonomikā (Garleja, 2006).

Analizējot patērētājizglītības ieviešanas modeļus varam secināt, ka:

- patērētājizglītība dažādās valstīs tiek realizēta gan kā atsevišķs mācību priekšmets, gan iekļaujot tēmas citu priekšmetu saturā. Pēc autores domām, Latvijas izglītības sistēmai, lai nepārsologotu mācību procesu, vairāk atbilstošs ir variants, kad tēmas tiek iekļautas un integrētas citos mācību priekšmetos, kā rezultātā skolēni ne tikai uzrāda zināšanas un prasmes rīkoties mācību procesa ietvaros, bet arī veido personiskās attieksmes, attīsta prasmi veidot patstāvīgu un apzinātu rīcības izvēli, kas ir mūsdienu izglītības paradigmas pamatā;

- patērētājizglītībā ir svarīgi skatīt patērētāja rīcību ekonomiskā, sociālā un vides ilgtspējības kontekstā, kas pilnveido skolēna izglītību un līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules finanšu krīzes situācijā;

- patērētājizglītība ir ciklisks process, kas turpinās jaunā, augstākā līmenī: no informēšanas uz veicināšanu un tālāk uz skolēna atbildīgu, apzinātu darbību;

- izmantojot KOPABI pieeju un tajā piedāvātos soļus patērētājizglītībā, iespējams mācīšanas procesu transformēt skolēna mācīšanās procesā un palīdzēt skolēniem attīstīt apzinātu un atbildīgu līdzdalību uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā.

1.3. Patērētājizglītības konceptuālais ietvars pamatskolas mācību procesā un sasniedzamie mācību rezultāti

Patērētājizglītība Eiropas valstīs apskata veidus, kā risināt problēmas četrās vispārējās jomās:

- patērētāju lēmumu pieņemšana. Aptver ar patērētāju mērķu, vajadzību, vēlmju un attieksmju maiņu, reklāmas, informācijas un patērētāju uzvedības alternatīvajām izmaksām;

- ekonomika. Pārbauda nepietiekamo resursu sadalīšanu konkurējošajām vajadzībām. Pēta piedāvājuma un pieprasījuma principus un cenu noteikšanas mehānismus;

- personīgās finanses. Ietver budžeta plānošanu, uzskaiti, ieņēmumu un izdevumu pārskatus, kredītu, ietaupījumu un ieguldījumu, pensiju un īpašuma plānošanu, apdrošināšanas un nodokļu analīzi;

- tiesības un pienākumi. Ietver patērētāju aizsardzības likumus un noteikumus, kā arī pārsūdzības mehānismus. Pievēršas arī tādām tēmām kā vide, drošība, veselības aprūpe un pieejamās preces un pakalpojumi (*Consumer Education: A Blueprint for Action, 1996*).

Piedāvātais patērētājizglītības saturs iekļauj sevī ārējo faktoru analīzi, kas sniedz zināšanas un prasmi tās pielietot mācību procesa ietvaros, bet neveicina skolēna personīgo sasniegumu veidošanos.

Lai sasniegtu patērētājizglītībā izvirzītos mērķus, starptautiskā projekta „European Module of Consumer Education” (2001) ietvaros tika noteikts patērētājizglītības konceptuālais ietvars, kurā iekļautas trīs jomas: izvēle, līdzdalība un informācija (skat.1.12.tab.).

1.12.tabula

Patērētājizglītības konceptuālais ietvars (*European Module for Consumer Education*)

Izvēle	Līdzdalība	Informācija
<ul style="list-style-type: none"> - patērētāju vērtības un uzvedība - resursu vadība - preču un pakalpojumu lietošana - vienlīdzīga piekļuve (ienākumi) 	<ul style="list-style-type: none"> - patērētāju atbildība - patērētāju uzvedības sekas - saziņas neapmierinātība un apmierinātība - patērētāju ietekme - patērētāju tiesības 	<ul style="list-style-type: none"> - patērētājs tirgū - patērētāju hartas - palīdzības organizācijas - reklāma un iepakojums

Projekta autori (Clair, Martinez-Roca, et.al.) norāda, ka patērētājizglītības procesā skolēniem jāapgūst tādas zināšanas un prasmes, kas ļauj viņiem kā pilsoņiem aktīvi darboties patērētājizglītības jomās.

Savukārt M.Atertons (Atherton) un J.Vells (Wells) ziņojumā par Patērētājizglītības attīstības projektu (*Wells, Atherton, 1998*) raksturoja patērētājizglītības konceptuālo ietvaru, kas iekļauj sevī gan patērētāja izvēli, līdzdalību un informāciju, gan zināšanas, prasmes un attieksmes. Tas ļauj izdarīt pieņēmumu, ka, izmantojot piedāvāto patērētājizglītības konceptuālo ietvaru, patērētājizglītības mācību procesā ir iespējams pilnveidot skolēna kā patērējoša pilsoņa izglītību un līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā, tomēr konceptuālais ietvars neparāda skolēna personisko sasniegumu attīstību, jo lielākoties tiek analizēti ārējie patērētāju rīcību ietekmējošie faktori (lēmumu pieņemšana, vārdu krājums, komunikācija u.c.).

Autori (*Wells, Atherton, 1998*) apgalvo, ka patērētājizglītība var palīdzēt pilsoņiem apgūt dažādās sabiedrības locekļu lomas, kā arī būt par aktīviem un atbildīgiem sabiedrības locekļiem, kas iesaistīti attiecībās starp tiem, kas ražo un piedāvā, un starp tiem, kas pērk un lieto.

Savukārt M.Atertons, J.Vells un M.Kitsons, balstoties uz iepriekš veidoto patērētājizglītības konceptuālo ietvaru, izveidoja Patērētāja prasmju un attieksmju attīstības

konceptuālo ietvaru (Atherton, Wells, Kitson, 1999), kas iekļauj sevī trīs pamatblokus: patērētāju vērtības un uzvedība, patērētāji tirgū un patērētāju tiesības un atbildība (skat. 1.13.tab.).

1.13.tabula

Patērētāju prasmju un attieksmju attīstības konceptuālais ietvars

(Atherton, Wells, Kitson, 1999)

Patērētāju vērtības un uzvedība					
Patērētāji izglītība piedāvā iespēju palīdzēt indivīdam izpētīt viņa lomas sabiedrībā kā pilsonim, patērētājam un darba ņēmējam. Pirmais solis šajā jomā ir izpētīt patērētāja vēlmes un uzvedību, lai indivīdi varētu būt aktīvi un atbildīgi sabiedrības locekļi.					
Atbildīgu lēmumu pieņemšana	Saprast kas un kurš ir patērētājs	Zināt kā un kāpēc patērētājam nepieciešams izdarīt izvēli	Atzīt, ka katram ir savas vajadzības, kuras atšķiras atkarībā no dzīvesveida	Saprot vajadzības, kas raksturīgas īpašām sabiedrības grupām saistībā ar patērētāju izvēli	
Resursu pārvaldīšana	Saprast efektīvas un atbildīgas preču un pakalpojumu izmantošanas nepieciešamību	Apzināties, ka individuālā izvēle skar citus lokālā, nacionālā un globālā lokā	Izskaidro izvēli un resursu pieejamību ietekmējošos faktorus	Ir gatavs analizēt savu izvēļu sekas vides un sociālā kontekstā	
Patērētāju uzvedības sekas	Saprast patērētāju un preču un pakalpojumu piedāvātāju lomu tirgū	Apzināt dažas no patērētāju uzvedības sekām	Identificē konkrētas patērētāja uzvedības rezultātus un novērtē izmaksas, salīdzinot šīs uzvedības nepieciešamību	Saprot patērētāja ietekmi lokālā, nacionālā un globālā līmenī	
Patērētāju ietekme	Atzīt, ka patērētājs var ietekmēt preču ražošanas un pakalpojumu piedāvāšanas veidu	Būt gatavam piedalīties diskusijā par patērētāju jautājumiem, kas skar indivīdus un grupas	Nosaka patērētāju ietekmes veidus uz preču un pakalpojumu ražošanas un piedāvāšanas procesiem	Novērtē aktīvas dalības patērētāju lēmumu pieņemšanā un kampaņās priekšrocības	
Patērētāji tirgū					
Patērētāji izglītība palīdz cilvēkiem saprast attiecības starp tiem, kas ražo un piedāvā, un tiem, kas pērk un patērē. Patērētāji izglītība ļauj indivīdiem pilnībā izmantot preces un pakalpojumus, saskaroties ar konkrētām vajadzībām un grūtībām.					
Informācija par produktu	Identificēt produkcijas informāciju un apzināties šīs informācijas mērķus	Vākt un saglabāt patērētāju informāciju / datus ar mērķi tos salīdzināt	Lasīt un interpretēt produkcijas informāciju	Spēj izmantot dažādu patērētāju informāciju, lai veiktu informētu preču un pakalpojumu izvēli	
Reklāma un pārdošanas tehnikas	Zināt, ka ražotāji reklamē preces un pakalpojumus	Apzināties reklāmas un tirgus informācijas mērķus un tās ietekmi uz patērētāju izvēli	Zina un apraksta patērētāju un reklāmas/ tirgus informācijas atšķirības	Analizē patērētāju informāciju dažādos resursos un izprot dažādas informācijas statusu un mērķus	
Konsultāciju un informācijas avoti, iekļaujot jaunās tehnoloģijas	Atzīt, ka ir cilvēki un organizācijas, kas pastāv, lai palīdzētu patērētājiem	Zināt jaunās tehnoloģijas, kuras pastāv, lai patērētājiem sniegtu iespējas un informāciju	Izmanto piemērotus instrumentus, tostarp attiecīgās tehnoloģijas, lai iegūtu informāciju patērētājiem, uzklauša viedokļus	Saprot, kā patērētāju informācija vai piekļuve tai var ietekmēt patērētāja izvēli	

1.13.tabulas turpinājums

Preču un pakalpojumu izmantošana	Zināt atšķirības starp precēm un pakalpojumiem	Spēt paskaidrot izvēles starp dažādām precēm un pakalpojumiem izdarīšanas iemeslus	Saprot, kā jaunās tehnoloģijas spēj izmainīt attiecības starp ražotājiem, patērētājiem un mazumtirgotājiem preču un pakalpojumu izvēles procesā	Saprast īpašu grupu vajadzības saistībā ar vienlīdzīgu preču un pakalpojumu izvēli
Patērētāju tiesības un atbildība				
Patērētāji izglītība sniedz zināšanas ne tikai par patērētāju tiesībām, bet arī par patērētāju atbildību, lai varētu pāriet no sākotnējās atbildības par sevi un ģimeni uz plašāku izpratni par saviem pienākumiem pret plašāku pasaules sabiedrību.				
Tiesības un pienākumi	Zināt, ka patērētājiem ir tiesības	Saprast, ka patērētājiem tirgū ir ne tikai tiesības, bet arī pienākumi	Saprot, ka patērētājiem un piedāvātājiem ir pienākums uzvesties atbildīgi kā indivīdam attiecībā pret ģimeni un sabiedrību kopumā	
Apmierinātība un neapmierinātība	Zināt, ka patērētājiem būtu jāsaņem laba apkalpošana	Būt pārliecinotam labas vai sliktas apkalpošanas vai produkcijas komentēšanā un būt gatavam iesniegt sūdzību, ja ir nepieciešamība	Atzīst, ka ir lietderīgi reģistrēt komentārus vai iesniegt sūdzību rakstiskā/ mutiskā formā	Ir pārliecinotš un efektīvi risina konfliktus, vērstoties pēc palīdzības Izprot strīdu izšķiršanas pieejamos procesus un procedūras

M.Atertona, J.Velsa un M.Kitsona piedāvātajā konceptuālajā ietvarā ir iekļautas tēmas, kuras aktuālas Latvijas patērētāju izglītošanā: patērētāju vērtības, kas saistītas ar atbildīgu lēmumu pieņemšanu, resursu pārvaldīšanu un patērētāju rīcības seku izvērtējumu; patērētāja vieta tirgū, kas ietver sevī informācijas analīzi, reklāmas izvērtējumu, preču un pakalpojumu lietošanu; patērētāju tiesības un atbildība, kas saistīta ar patērētāju tiesību un pienākumu apguvi, kā arī patērētāju neapmierinātības izteikšanas veidiem. Konceptuālais ietvars paredz gan patērētāja zināšanu apguvi, gan prasmi pielietot tās ikdienas dzīvē attīstību, kā arī personisko attieksmju veidošanos un attīstību, ko iespējams realizēt uz skolēna darbībošanos/mācīšanos orientētā mācību procesā.

Promocijas darba izpētes objekts ir pamatizglītība, tāpēc šajā pētījumā ir izmantojams M.Atertona, J.Velsa un M.Kitsona piedāvātais konceptuālais ietvars, pielāgojot to pamatizglītības skolēnu vecumposmam.

Savukārt G.Hellman-Tuitert savā darbā „Promoting Consumer Education in Schools” (Hellman-Tuitert, 1999) sniedz pārliecinotus argumentus tam, ka patērētāji izglītības saturā jāiekļauj sociālā un vides atbildība, pilsonība, rūpes par sabiedrību kopumā, apzinīga lēmumu pieņemšana, ilgtspējība, solidaritāte ar neaizsargātajiem sabiedrības locekļiem, kā arī patērētāji izglītības morālā dimensija.

Balstoties uz autoru (Wells, Atherton, Kitson, 1999, McGregor, 2007) pētījumiem, starptautisko projektu materiāliem patērētāji izglītības jomā, varam secināt, ka Latvijas

patērētāji izglītības saturā nepieciešams iekļaut tēmas, kas dod iespēju pilnveidot skolēna zināšanas, prasmes un attieksmes šādās jomās:

- patērētāju vajadzības un uzvedība, kas atbilst izglītības ilgtspējīgai attīstībai sabiedrības aspektam;
- patērētāji tirgū, kas tiek iekļauts ekonomiskajā un vides aspektā;
- personīgo resursu vadīšana tiek iesaistīta izglītības ilgtspējīgai attīstībai ekonomiskajā aspektā;
- patērētāju tiesības un atbildība parādās kultūras aspektā, kurš ir cieši saistīts ar visiem pārējiem izglītības ilgtspējīgai attīstībai aspektiem.

Mūsdienās izglītībā jāveicina pāreja no „zināšanām” uz „rīcību”, tas ir, darbību, kas piemērota teorijas un prakses kombinēšanai, balstot tēmas nevis uz tematu, bet gan uz problēmu, tā, lai mācību saturā tiktu ietverti gan personīgie, gan sabiedriskie aspekti. Tas veicina skolēnu individuālo mācību sasniegumu attīstību.

Zinātnieki mācību sasniegumus definē kā intelektuālus sasniegumus, kas panākti ar piepūli mērķtiecīgā mācību procesā (*Klafki, 1998, Phan, 2008, Sacher, 2001*). To veidošanos izglītības procesā ietekmē skola ar tajā pastāvošajām mācību programmām un mācību vidi, skolotāju darba stils un metožu izvēle, kā arī skolēnu vajadzības, spējas, intereses (*Krik, 2004, Šūmane, 2012*).

Balstoties uz UNESCO publikācijās norādīto nepieciešamību noteikt daudzdimensiju mācīšanās sasniegumus, kas virzīti uz skolēnu zināšanu, attieksmes un prasmes attīstību un ilgtspējīga dzīvesveida veicināšanu. (*UNESCO, 1977, UNESCO, 1992, UNESCO, bg.*), zinātnieki (*Segalas, et.al., 2009; Sipos, et.al., 2008, Mintz, Tal, 2013*) uzskata, ka būtu jāveido tādas izglītības programmas, kas koncentrētas nevis uz zināšanu iegūšanu, bet prasmi iegūtās zināšanas lietot ikdienas dzīvē.

Nemot vērā pieņēmumu, ka patērētāji izglītība sniedz labumu sabiedrībai kopumā, radot aktīvākus un labāk informētus patērētājus, mācību sasniegumi (learning outcomes), kas balstīti uz vērtībām un uzvedību, un tiesībām un atbildību, nosaka, ka cilvēki:

- 1) rīkojas atbildīgi attiecībā pret ģimeni un plašāku sabiedrību;
- 2) izprot savas uzvedības lokālo un globālo ietekmi;
- 3) analizē savas izvēles sekas vides un sociālā kontekstā (*McGregor, 2010*).

Lai novērtētu patērētāji izglītības līmeni pamatizglītībā, ir jāizvirza tās novērtēšanas kritēriji, kas izpaužas kā mācību sasniegumi, kuri ietver sevī zināšanu, prasmju un attieksmju kopumu (skat. 1.14.tab.). Tabulā ir parādīts patērētāji izglītības saturs, kas atlasīts, balstoties uz pētījumiem, starptautisko projektu materiāliem un UNESCO izvirzītajām izglītības ilgtspējīgai attīstībai pamatnostādņēm (*UNESCO, 2005*), kā arī paredzamie mācību sasniegumi, kas balstīti uz sociālās

mācīšanās teorijas un izglītības ilgtspējīgai attīstībai kopsakarībām patērētāji izglītības satura apguves rezultātā.

1.14.tabula

Mācību sasniegumi (learning outcomes) patērētāji izglītībā sociālās mācīšanās teoriju un izglītības ilgtspējīgai attīstībai kopsakarību kontekstā

Patērētāji-izglītības satura temats	Mācību sasniegumi		
	Zināšanas un izpratne	Prasmes	Attieksmes
patērētāju vajadzības un uzvedība	<ul style="list-style-type: none"> -saprot, kas ir patērētājs; -zina, kā un kāpēc patērētājam nepieciešams izdarīt izvēli; -izprot efektīvas un atbildīgas preču un pakalpojumu izmantošanas nepieciešamību; -izprot vajadzības, kas raksturīgas īpašām sabiedrības grupām saistībā ar patērētāju izvēli. 	<ul style="list-style-type: none"> -izskaidro izvēli un resursu pieejamību ietekmējošos faktorus; -spēj novērtēt izvēles iespējas; -spēj ņemt vērā citu vajadzības; -prot analizēt izvēles radītās sekas vides uz sociālā kontekstā. 	<ul style="list-style-type: none"> -respektē citu vajadzības; -ir gatavs piedalīties diskusijā par patērētāju jautājumiem, kas skar indivīdus un grupas; -novērtē aktīvas dalības patērētāju lēmumu pieņemšanā; -saprot patērētāja ietekmi lokālā, nacionālā un globālā līmenī.
personīgo resursu vadīšana	<ul style="list-style-type: none"> -izprot budžeta sastādīšanas un pārvaldīšanas principus; -zina, kur un kādā veidā iegūstama palīdzība, lai uzlabotu finansiālo stāvokli; -zina jaunās tehnoloģijas, kuras pastāv, lai patērētājiem sniegtu iespējas un informāciju; -zina savas patērētāju tiesības; -pārzina un lieto iepirkšanās iespējas; -zina kā ierobežot resursu nelietderīgu izmantošanu. 	<ul style="list-style-type: none"> -prot salīdzināt cenas un kvalitātes atbilstību; -prot sastādīt budžetu un veikt ierakstus izdevumu grāmatā; -spēj plānot nākotni un uzņemties atbildību par personīgo finansiālo resursu izlietošanu; -prot noteikt patērētāju ietekmes veidus uz preču un pakalpojumu ražošanas un piedāvāšanas procesiem. 	<ul style="list-style-type: none"> -apzinās un novērtē naudu kā vērtību; -respektē personīgos finansiālos resursus; -apzinās prioritātes un plāno efektīvu finansiālo resursu pielietošanu; -izvērtē pieejamos resursus; -veicina ekonomisku un videi draudzīgu līdzekļu izlietojumu ģimenē; -uzņemas atbildību par savām finansēm un piedalās ģimenes budžeta plānošanā.
patērētāji tirgū	<ul style="list-style-type: none"> -zina, ka ražotāji reklamē preces un pakalpojumus; -zina par preču kvalitāti ietekmējošajiem faktoriem; -zina par preču drošumu, uzticamību, ērtumu lietošanā, izturību un ilgtspējīgumu; 	<ul style="list-style-type: none"> -prot pastāstīt par savām simpātījām un antipātījām preču izvēlēm; -prot analizēt dažādos preču kvalitātes noteikšanas veidus; -prot uztvert reklāmu un redz atšķirību starp 	<ul style="list-style-type: none"> -atbildība, izvēloties preces un pakalpojumus; -apzinās, ka patērētāji var ietekmēt to, kā preces tiek piedāvātas tirgū; -preču vērtības respektēšana; -rūpējas par vidi; -novērtē, plāno un organizē

Patērētāj-izglītības satura temats	Mācību sasniegumi		
	Zināšanas un izpratne	Prasmes	Attieksmes
patērētāji tirgū	<ul style="list-style-type: none"> - izprot patērētāju uzvedības ietekmi uz vidi un personīgo labklājību; - izprot godīgu un ētisku preču pārbaūžu nozīmi. 	<ul style="list-style-type: none"> - reklāmu un informāciju; - spēj izmantot dažādu patērētāju informāciju, lai veiktu informētu preču un pakalpojumu izvēli. 	<ul style="list-style-type: none"> - savu rīcību atbilstoši ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem; - atzīst, ka ir cilvēki un organizācijas, kas pastāv, lai palīdzētu patērētājiem.
patērētāju tiesības un atbildība	<ul style="list-style-type: none"> - zina, ka patērētājiem jāsaņem laba apkalpošana; - izprot patēriņa ietekmi uz vidi; - zina, kas ir videi draudzīga produkcija; - zina ekoloģiskos marķējumus; - pārzina informāciju par preču drošumu, uzticamību, ērtumu pielietošanā un kvalitāti; - zina kā apieties ar bīstamām vielām; - zina patērētāju tiesību aizsardzības organizācijas un to piedāvātos pakalpojumus. 	<ul style="list-style-type: none"> - saprot, ka patērētājiem tirgū ir ne tikai tiesības, bet arī pienākumi; - prot samazināt sadzīves atkritumu daudzumu; - spēj identificēt konkrētas patērētāja uzvedības rezultātus un novērtēt izmaksas, salīdzinot šīs uzvedības nepieciešamību; - spēj izvērtēt pierādījumus; - spēj aizstāvēt savas un citu patērētāju tiesības. 	<ul style="list-style-type: none"> - ir pārliecināts, ka labas vai sliktas apkalpošanas vai produkcijas komentēšanā; - ir gatavs iesniegt sūdzību, ja ir nepieciešamība; - atzīst komentāru vai sūdzību iesniegšanas lietderību; - apzinās rūpniecības un mājsaimniecības radītos draudus videi; - veicina videi draudzīgu produktu patēriņu; - rūpējas par drošumu; - izmanto patērētāja tiesības ikdienā.

Šajā sadaļā analizētā patērētājizglītības ieviešana pamatskolas mācību saturā un mācību sasniegumi ir novitāte kā Latvijas pamatskolām, tā arī šim promocijas pētījumam. Tas rada nepieciešamību izstrādāt skolēna mācību sasniegumu kritērijus un patērētājizglītības programmu integrēšanai pamatizglītības saturā skolēna individuālās patērētājizglītības ieguvei, transformējot mācīšanas procesu skolēna mācīšanās procesā.

2. PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBAS SATURS UN TĀ APGUVES IESPĒJAS PAMATSKOLĀ

2.1. Patērētājizglītības saturs pamatizglītības standartā un mācību procesā

Apzinātai un atbildīgai līdzdalībai uz tirgus attiecībām un ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā patērētājam ir nepieciešamas vispārīgas un specifiskas prasmes, kas ietver sevī prasmi pētīt, uztvert un analizēt informāciju atbilstoši individuālajām vajadzībām, spēju efektīvi pārvaldīt resursus, pieņemt apzinātus un atbildīgus lēmumus, ņemot vērā iespējamus riskus, prasmi efektīvi komunicēt dažādās patēriņa situācijās un risināt radušās problēmas, kā arī zināšanas par profesionālas palīdzības iespējām (*Consumer Education, 2004*). Šādas prasmes ir iespējams iegūt patērētājizglītības procesā visos izglītības līmeņos organizētā mācību procesā.

I. Katane (*Katane, 2006*) uzskata, ka organizētajā izglītības procesā tiek mācīta kultūra, tās šaurākajā nozīmē, tiek mācīta, un šim mērķim kalpo vairāki mācību priekšmeti. Tomēr plašākā nozīmē efektīvāka kultūras pārmantošana ir tad, ja tas ir dzīvesveids, proti, skola nodrošina pedagoģisko procesu konkrētajā kultūrvidē, kur skola ir šīs kultūrvides sastāvdaļa. Tādējādi kultūrvidē uzturētās vērtības tiek ne tikai integrētas mācību priekšmetu saturā, bet tās tiek pārmantotas visos iespējamajos veidos, arī ārpus formālajām mācībām, paredzot dažāda veida aktivitātes, sadarbības veidus un formas, kā arī sadarbības subjektus/subjektu grupas.

Analizējot izglītības saturu, varam secināt, ka lielākajā daļā Eiropas valstu patērētājizglītība nav patstāvīgs mācību priekšmets (skat. 1.2. nod.), bet tas tiek integrēts jau esošajās izglītības programmās un mācību priekšmetos, kas atspoguļots 2.1. tabulā. Eiropas valstu pieredze ir izmantota Latvijas skolu pieredzes apzināšanai.

2.1. tabula

Mācību priekšmetos integrējamās patērētājizglītības tēmas (*COBACE, 2001*)

Priekšmets		Patērētājizglītības tēma
Vēsture	vēstures izpratne	preču maiņas (bartera) un tālākpārdošanas vēsture
	vēstures skaidrošana	zinātniska patērētāju/ sociālo grupu uzvedības interpretācija un metodes
	vēsturiski pētījumi	patēriņa pētījumu rezultātu dažādu statistisko rādītāju pielietošana un interpretācija
Ģeogrāfija	spējas, kas saistītas ar ģeogrāfiju	gūt ieskatu un salīdzināt dažādus pilsētnieku un laucinieku sadzīves apstākļus/ patēriņa apstākļus
	darbības sfēra	vienkāršu aptauju (anketēšanas) veikšana, piem., lai izpētītu reģionālos vides apstākļus vai uzzinātu par īpašām vietēja mēroga vajadzībām, un izstrādātu stratēģijas, kas palīdzētu piepildīt šīs vajadzības
	pētījumi	pētīt, kā un kādos apstākļos tiek izmantoti sabiedriskie pakalpojumi (piem., enerģijas piegāde); tūrisma ietekme reģionā
Mūsdienu svešvalodu mācības	runāšana un izpratne	salīdzināšana; pārrunāt un apspriest vajadzības un antipātijas; diskutēt par to, kas ietekmē patērētāju uzvedību
	lasīšana	lasīt un atpazīt norādījumus, zīmes, simbolus
	rakstīšana	rakstīt sūdzības, lietošanas pamācības, ziņojumus par defektiem

2.1.tabulas turpinājums

Priekšmets		Patērētāji izglītības tēma
Eksaktie/ dabas zinību mācību priekšmeti (fizika, ķīmija)	eksperimenti un pētījumi	uzdot jautājumus un sniegt atbildes par preču kvalitāti
	kvalitātes pārbaude	lasīt un atpazīt zīmes, simbolus; izvērtēt preču pārbaudes (testus)
	drošība	atpazīt drošu preču pazīmes
Matemātika	matemātikas likumu pielāgošana	aprēķināt preču izmaksas; mācoties privāto finanšu pārvaldīšanu, interpretēt mājsaimniecību izmaksas
	skaitļi	aprēķināt ienākumus un izdevumus; rīkoties ar naudu; izpētīt un salīdzināt kopējās preču un pakalpojumu izmaksas
	informācijas vākšana un pielietošana	patērētāju izglītības statistisko rādītāju pielietošana un aprakstīšana
Bioloģija	resursu pārvaldīšana	uzņemties atbildību par resursu izmantošanu; veicināt daudzveidību
	ietekme uz vidi	atpazīt patērētāju uzvedības ietekmi uz vidi
	resursu izmantošana	iepazīt veidus, kā paaugstināt resursu pilnvērtīgu izmantošanu
	atkritumu radīšana un izvairīšanās no tiem	jēdzienu iepazīšana un pielietošana
	ilgtspēja	izprast ilgtspējas principus
Veselības mācības	daudzveidība	pārzināt veidus, kā saglabāt daudzveidību
	dzīve mājsaimniecībā	resursu izmantošana sociālā grupā, vajadzību struktūra; pieprasījums, patērētāju uzvedību ietekmējoši faktori;
	drošība	savas un citu drošības aizsardzības noteikumi
	pārtika un pārtikas drošums	pārtikas izvēle; iepirkšanās iespējas; bioloģiskā ražošana; pārtikas kvalitāte; pārtikas drošuma testu veikšana; garšas maņas vingrināšana
	higiēna	sniegt priekšstatu par elementāro higiēnu
Biznesa ekonomikas pamati (grāmatvedība, lietīšķā sarakste)	resursu lietošana	vairīties no atkritumu radīšanas, atbrīvošanās no atkritumiem; cilvēku resursi
	brīvais laiks	brīvā laika pavadīšana; negadījumu novēršana; drošība; ceļošana
	ekonomikas jēdziens	mācīties izprast dažādas vajadzības
	darbs un darba drošība	darba devēja – darba ņēmēja attiecības; kā patērētāju uzvedību ietekmē darbs; darba drošība
	patērētāji	vajadzības; preču un pakalpojumu faktiskā vērtība; piekļuve informācijai
Pilsoniskuma mācības (sabiedrības mācības)	pakalpojumi	sabiedriskie un privātie pakalpojumi; pakalpojumu kvalitāte
	pilsoniskums	patērētāja loma ekonomikas cikliskumā; patērētāju aizsardzības politika valstī
	sabiedrība	izprast un atbalstīt regulu un normatīvo aktu nozīmi
Tehnisko mācību priekšmeti	aktīvs pilsoniskums, aktīva piedalīšanās tirgus procesos	patērētāju spēks; patērētāju sadarbības tīkla veiksmīga darbība; patērētāju organizācijas
	aktīvā demokrātijā	konkrētu patērētāju tiesību īstenošana
	zināšanas un izpratne	izprast un respektēt patērētāju vēlmes un vajadzības
Informāciju Tehnoloģijas	prasmju attīstīšana	veidot iepakojumu dizainu, kas atbilstu patērētāju īpašajām vēlmēm; izprast zīmju un simbolu ietekmi uz patērētājiem
	prasmju pielietošana	mācīties materiālus izmantot tā, lai preču kvalitāte palīdzētu tā pielietojšanā; izprast preču apriti; atpazīt iepakojumu materiālus
	zināšanas un sapratne	izprast un atbalstīt regulu un normatīvo aktu nozīmi, piem., privātīpašuma aizsardzība
Personību attīstoši mācību priekšmeti / amata mācība	prasmju attīstīšana	veidot lietotājam draudzīgu datortehniku un programmatūru; IT pakalpojumu kvalitātes uzlabošana
	prasmju pielietošana	atpazīt un uzlabot pakalpojumu vājākās vietas
	pašapziņas celšana	izprast un atbalstīt regulu un normatīvo aktu nozīmi; mācīties atpazīt savu pieredzi/ attieksmi/ uzvedību
	lomas	veidot izpratni par attiecībām starp dažādām lomām un to ietekmi uz dzīves veidu
	darbs	uzzināt par iespēju iegūt speciālistu palīdzību
	profesionālā izaugsme	uzzināt par informācijas, izglītības u.c. pieejamības ierobežojumiem

Tabulā nosauktās tēmas ir aktuālas Latvijas apstākļiem. Uz to norāda tas, ka Latvijas vispārizglītojošās skolās, sākot ar 2005.gada 1.septembri, noritēja pamatizglītības satura reforma, kura *paredzēja*:

- a) pāreju no liela daudzuma informācijas apguves uz prasmēm darboties ar to;
- b) akcentēt praktiskai dzīvei noderīgas atziņas un prasmes;
- c) pilnveidot vispārējās prasmes, kas dotu skolēniem iespējas veiksmīgi darboties gan pazīstamās, gan, jo īpaši, nezināmās un neskaidrās situācijās;
- d) ietvert izglītības saturā mūsdienīgas tēmas;
- e) saskaņot mācību saturu starp mācību priekšmetiem, lai novērstu satura dublēšanos un pārblīvētību (*IZM rīkojums Nr.766,2004*).

Latvijas izglītības sistēmu skārušas ievērojamas pārmaiņas, ir notikusi pedagoģisko paradigmu maiņa, parādījušās jaunas pieejas pedagoģisko problēmu risinājumiem, jauni pedagoģiskās darbības modeļi (*Laiveniece,2003, Maslo,2002*). Mūsdienu skolas uzdevums, balstoties uz humānās pedagoģijas idejām (*Rifkins,2004, Rogers,1995, Šuvajevs,2003*), ir nodrošināt katra skolēna vajadzībām atbilstošu izglītību, kas sekmē sagatavošanos patstāvīgai dzīvei un līdzdalībai politiskajos, ekonomiskajos un sociālajos sabiedrības procesos (*Ušča,2012*).

Uz skolēnu vērsta mācību darbība (*Harkema, Schout,2008, McCombs, Whisler,1997, McDonald,2002*) tiek vērsta uz atsevišķu skolēnu pieredzes, talantu, spēju un vajadzību izpēti un attīstību. Jaunās pedagoģiskās paradigmas mērķis ir uzlabot mācību kvalitāti, balstoties uz skolēna aktīvu iesaistīšanos mācību procesā un virzoties uz skolēnu individuālo mācību sasniegumu attīstību (*Barr, Tagg,1995*). Skolas mērķis ir nevis nodot zināšanas, bet radīt vidi, kas ļauj skolēniem pašiem atklāt un veidot zināšanas, prasmes un attieksmes.

Promocijas darbā tiek analizēts patērētājizglītības saturs pamatizglītības līmenī, kur izglītības normatīvajos dokumentos nozīmīgākie priekšnoteikumi ir izteikti pamatizglītības mērķos un saistās ar nepieciešamību nodrošināt skolēniem pamatzināšanas un prasmes, kuras nepieciešamas sabiedriskajai un personiskajai dzīvei, sekmēt skolēna atbildīgu attieksmi pret sevi, ģimeni, sabiedrību, apkārtējo vidi un valsti, kā arī nodrošināt skolēnu iegūtās izglītības kvalitāti un gatavību turpināt izglītību. Valsts pamatizglītības standarts nosaka mācību programmu galvenos mērķus un uzdevumus, obligāto saturu, skolēnu iegūtās izglītības vērtēšanas pamatprincipus un kārtību (*MK noteikumi Nr.530,2013*). Valsts pamatizglītības standarta sastāvdaļa ir mācību priekšmetu standarti.

Valsts pamatizglītības standartā un mācību priekšmetu programmās ir daudz jauninājumu, ir mainīta pieeja izglītošanās procesam (skat. 2.2.tabulu). Uz skolēna mācīšanos orientētā mācību procesā skolotājs pievērš uzmanību skolēna darbībai un sagatavo skolēnu tālākai

socializācijai, kas aktualizē arī skolotāju vispārējo prasmju pilnveidi, prasmi darboties ar informāciju, pielietot informācijas tehnoloģijas, darboties klasē bilingvāli, kritiski to vērtēt, pieņemt lēmumus un uzņemties atbildību (*ESF projekta “Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārizglītojošā skolā” (Līgums Nr.2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/APK/3.2.5.2./0097/0160) materiāli*).

2.2.tabula

Pamatizglītības standartu salīdzinājums (*ESF projekta “Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārizglītojošā skolā” (Līgums Nr.2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/APK/3.2.5.2./0097/0160) materiāli*)

	<i>Pamatizglītības standarta akcents līdz 2005.gadam</i>	<i>Pamatizglītības standarta akcents pēc 2005.gada</i>
Mērķis	Ietvert zinātniskas un pirātiski pārbaudītas zināšanas.	Dabas zinātņu izplatība.
Saturs	Zinātniskas zināšanas.	Skolēnam subjektīvi nozīmīgas zināšanas, prasme, attieksmes.
Metodes, pieeja mācību procesam	Stāstījumi, darbojas algoritms, praktiskie darbi pēc parauga – pēc „Pavārgrāmatas”.	Pētnieciskie darbi, kas māca domāt, izteikt viedokli, argumentēt un diskutēt.
Skolēns	Skolēns pasīvs, izziņas darbība nav prioritāra.	Skolēns aktīvs, diskutē, argumentē, atbildīgs par savu mācīšanos.

Pamatizglītības standartu salīdzinājums sniedz redzamu ieskatu satura izmaiņās, kurās tiek uzsvērtas ne tikai zināšanas, bet gan zināšanas, prasme un attieksme. LR likumdošana un izglītības standarti nosaka prioritāros virzienus un galvenos uzdevumus saistībā ar iespējām attīstīt un pilnveidot skolēnu vispārējo prasmi:

- prasmi strādāt ar informāciju;
- pētnieciskā darba prasme;
- sadarbības un komunikācijas prasme;
- argumentēšanas prasmi;
- projektēšanas prasmi;
- uzņēmības un uzdrīkstēšanās prasmi;
- vispārējās intelektuālās darbības prasmi – kritiski analītiskās domāšanas un radošā darba prasmi un citas.

Taču praksē izglītības saturs un tā sadrumstalotība pagaidām tikai daļēji veicina skolēna sagatavošanos dzīves problēmu atrisināšanai un līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā, attīstot personisko patērētājizglītību.

Satura apgūvē akcentēts pētnieciskais darbs, kas attīsta skolēna domāšanu, māca izteikt savu viedokli, argumentēt un diskutēt, kur redzama nenoliedzama saikne ar skolēna mācību

sasniegumiem (learning outcomes) patērētājiizglītībā sociālās mācīšanās teoriju un izglītības ilgtspējīgai attīstībai kopsakarību kontekstā, kas analizēta 1.un 2.sadaļā.

Pedagoģiskā procesa galvenās funkcijas ir izglītojošā, attīstošā un audzinošā. Tas nozīmē, ka šajā procesā ir veicams skolēnu izglītības kā „zināšanu, prasmju, kultūras apguves, vērtību izpratnes, attieksmju, pārlicību, personības īpašību veidošanās process”. (*Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca,2000*) Tā rezultātā skolēns ne tikai iegūst akadēmiskas zināšanas un prasmes, bet arī patstāvīgi veido un apzinās personiskos sasniegumus.

Patērētājiizglītība kā pamatizglītības procesa sastāvdaļa realizē trīs pedagoģiskos mērķus to vienotībā; par pamatu kļūst skolēna mācīšanās, kurai ir audzinoša un attīstoša vērtība. Tā balstās uz vairākiem vispārējiem principiem, kuri redzami 2.3.tabulā un demonstrē patērētājiizglītības pilnveidi esošā standarta ietvaros, nepaplašinot mācību apjomu, bet ir iestrādājami mācību saturā, pārnesot akcentu no skolotāja mācīšanās uz skolēna mācīšanos.

2.3.tabula

Patērētājiizglītības atbilstība pamatizglītības vispārējiem principiem

Princips	Principa apraksts	Saikne ar patērētājiizglītību
Vienotība	Latvijas valstī izglītība veido vienotu izglītības telpu. Skolu patstāvība tiek saskaņota ar vienotu <i>Valsts pamatizglītības standartu (Pamatizglītības Valsts standarts/ http://www.isec.gov.lv)</i> , kas nosaka vienotus izglītības mērķus un galvenos uzdevumus, vienotu obligāto saturu un pamatvērtības.	Mūsdienu sabiedrībā patērētājiizglītība ir kļuvusi par nepieciešamu atbildi uz sabiedrībā norisošajiem procesiem. Tās iztrūkums mācību saturā apdraud vienotības principa realizēšanu.
Obligātums	Pamatizglītība ir tā izglītības pakāpe, kuras prasību apguve mūsu valstī ir obligāta un vienlaicīgi garantēta visiem.	Patērētājiizglītības tēmas apguvē skolēns izglītojas kā pilsoniskas izglītības komponents.
Vispārīgums	Pamatizglītības saturs ietver cilvēces nozīmīgāko pieredzi un kultūras vērtības un ir nepieciešams visiem neatkarīgi no tālākās profesionālās specializācijas un interesēm.	Patērētājiizglītības saturs paredz apgūt zināšanas un prasmi, kā risināt ikdienas dzīves problēmas, atbildot uz mūsdienu sabiedrībā plaši un dziļi ienākušo parādību patērēšanu.
Vienlīdzīgums	Visiem skolēniem, arī bērniem ar speciālām vajadzībām, ir garantēta iespēja iegūt vienādu pamatizglītību neatkarīgi no viņu dzimuma, etniskās, sociālās, reliģiskās piederības.	Visiem pieejama patērētājiizglītība kā mūsdienu sabiedrības vispārēja parādība ir kvalificējama kā vienlīdzīgumu veicinošs un atbilstīgi iespējām garantējošs vienlīdzīgumu faktors
Sistematizācija	Visi pamatizglītības mērķi un galvenie uzdevumi ir savstarpēji saistīti un sasniedzami tikai kopējās izglītības procesa dalībnieku aktivitātēs.	Patērētājiizglītība ir kļuvusi par vienu no aktuālām mūsdienu mācību procesa atbildēm uz sabiedriskajiem procesiem, kas nav izslēdzama bez satura sistematizācijas traucējumiem; tā ir nepārtraukts mācīšanās un spēju attīstīšanas process ikdienas dzīves situācijās.
Pietiekamība	Pamatizglītības ieguve veido nepieciešamo pamatu cilvēka pilnvērtīgai dzīvei un tālākai izglītībai.	Patērētājiizglītības apguve attīsta spēju darboties kā informētiem, izglītotiem un atbildīgiem patērētājiem. Patērētāju izglītība saistīta gan ar atsevišķa patērētāja spējām, gan ar sabiedrību kopumā. Patērētājiizglītības saturs izveidojams tādā apjomā un kvalitātē, kas ir pietiekams tādas kvalitātes prasmes izveidei, kas skolēnam ļauj patstāvīgi spriest un atbildīgi pieņemt lēmumus par savu rīcību.

MK noteikumi Nr.530 (2013) par pamatizglītības standartu nosaka četras mācību priekšmetu jomas: Valodas; Tehnoloģijas un zinātņu pamati; Cilvēks un sabiedrība; Māksla. Savukārt pamatizglītības mācību priekšmetu standarti nosaka galvenos personības vispārējo spēju un prasmju attīstību atspoguļojošos izglītošanās aspektus: analītiski kritisko, matemātisko, pašizpaušmes un radošo, sadarbības un saziņas, estētisko un morālo, mācīšanās un praktiskās darbības aspektus.

Promocijas darba ietvaros analizētas pamatizglītības standartos iekļautās tēmas saistībā ar patērētājizglītību atsevišķi katrai mācību priekšmetu jomai. Detalizēts mācību standartu tēmu apkopojums patērētājizglītības aspektā ir skatāms 4.-7.pielikumā, taču to analīze pa mācību priekšmetu jomām skatāma zemāk.

Piemēram, valodu mācību priekšmetu jomā, kurā ietilpst pamatizglītības mācību priekšmeti "Latviešu valoda", „Svešvaloda”, „Mazākumtautību valoda”, „Latviešu valoda un literatūra mazākumtautību izglītības programmās”, redzams, ka priekšmetu mērķi un uzdevumi saistīti ar patērētājizglītību, kā piem.: „personības izveide, nacionālās identitātes veidošana un starpkultūru dialoga veidošana”.

Analizējot standartā iekļauto saturu mācību priekšmetu jomā „Valodas”, nenoliedzami redzamas iespējas ietvert patērētājizglītības saturu, kas rada nepieciešamību mācību procesā atsevišķo tēmu un kompetences veidošanu izstrādāt detalizēti (skat.2.4.tab.).

2.4.tabula

Mācību priekšmetu jomas „Valodas” mērķu un uzdevumu saikne ar patērētājizglītību

Izvirzīto mērķu saikne ar patērētājizglītību	Izvirzīto uzdevumu saikne ar patērētājizglītību	Patērētājizglītība saturā
<i>Attīstīt kompetences valodās, lietojot mainīgajā daudz kultūru sabiedrībā</i>	Gūt, veidot izpratni un attīstīt interesi par valodu – tautas kultūras un nacionālās identitātes sastāvdaļu; <i>Attīstīt prasmi</i> pilnveidot savu runas kultūru Iemācīties apzināti izmantot valodu mācību procesā un pašizpaušmē Sekmēt atvērtību pret neierasto un vērtējošu attieksmi pret sevi, citiem, pasauli, apgūstot un salīdzinot dzimto valodu un svešvalodu, kā arī iepazīstot kultūru daudzveidību;	<i>Komunikatīvā kompetence</i> - saziņas situācija, saziņas veidi un līdzekļi, saziņas kultūra, valodas nozīme cilvēka un sabiedrības dzīvē <i>Sociokultūras kompetence</i> : valodu etiķete; valodu kontekstā ietvertā informācija par dažādu tautu kultūru; kopīgais un atšķirīgais, sazinoties dzimtajā valodā un svešvalodā; <i>Kultūras parādības</i> : dzīves apstākļi, svētki, cieņa pret valodām un kultūru daudzveidību; starpkultūru dialogs; starppersonu attiecības; vērtības; attieksmes, tradīcijas un sociālās pārmaiņas, kultūras tradīciju un sabiedrībā pieņemto normu ievērošana saziņā. Klausītāja, runātāja, lasītāja un rakstītāja kultūra <i>Starpkultūru dialoga izpratne un prasmes</i> : sadarbības prasmes; es, citi, ikdiena un savstarpējās attiecības; es, citi, brīvais laiks, veselīgs dzīvesveids; es, citi, apkārtējā pasaule un savstarpējā mijiedarbība; es, citi, zinātne, tehnika un informācijas ieguves avoti; es, citi, skola un izglītība; es, citi un kultūras dzīve.

Mācību priekšmetu joma „Valodas” paredz skolēnu komunikatīvās un sociokultūras kompetences attīstīšanu un prasmi to lietot mainīgajā daudz kultūru sabiedrībā, savukārt, „kultūras parādības” tieši norāda patērētājizglītības tēmas, kurās, izvēloties atbilstošu saturu nodarbībām un integrējot patērētājizglītības elementus, iespējams jau pamatskolā veidot skolēnu kā patērējošu pilsoni, kurš spēj radīt vērtības, veidot starpkultūru dialogu un atbildīgi ievērot sabiedrības saziņā pieņemtās normas, piemēram, izmantojot CLIL (Satura un valodas integrētas mācīšanās) metodi patērētājizglītības tēmu apgūvē valodu stundās.

Mācību priekšmetu jomā „Tehnoloģijas un zinātņu pamati” ietilpst mācību priekšmeti: matemātika; informātika un dabaszinības – fizika, ķīmija, ģeogrāfija un bioloģija. Šo mācību priekšmetu mērķi saistībā ar patērētājizglītību, galvenokārt, saistīti ar dažāda veida prasmju attīstīšanu un to pielietošanu daudzveidīgā darbībā (skat. 5.piel. un 2.5.tab.).

2.5.tabula

Mācību priekšmetu jomas „Tehnoloģijas un zinātņu pamati” satura, mērķu un uzdevumu saikne ar patērētājizglītību

Izvirzīto mērķu saikne ar patērētājizglītību	Izvirzīto uzdevumu saikne ar patērētājizglītību	Patērētājizglītība saturā
<p>Veidot izpratni; attīstīt prasmes un lietot daudzveidīgā darbībā.</p> <p>Sekmēt praktisko prasmju attīstīšanu informācijas iegūšanai, apstrādei un analīzei, kas nepieciešama <u>daudzveidīgās dzīves situācijās</u>.</p> <p>Sekmēt <u>labvēlīgu attieksmi</u> pret vides, veselības saglabāšanu un uzlabošanu; līdzatbildīgas attieksmes veidošanos apkārtējās vides kvalitātes uzlabošanai.</p> <p>Atklāt vielu daudzveidību un saprātīgas izmantošanas nozīmi; apzināties <u>atbildību par dabas resursu</u> ierobežotību un cilvēku saimnieciskās darbības izraisītajām sekām.</p>	<p>Apgūt prasmi pētīt un risināt praktiskus uzdevumus.</p> <p>Veicināt domāšanas attīstību, veidojot prasmi izteikt pamatotus spriedumus un apgūstot problēmrisināšanas pieredzi.</p> <p>Pilnveidot praktiskās informācijas lietošanas prasmi, lai spētu identificēt problēmas un tās risināt.</p> <p>Motivēti attīstīt savas spējas, lai kļūtu par pilntiesīgu informācijas sabiedrības locekli.</p> <p>Apzināties vides un veselības saudzēšanas nepieciešamību, gūstot praktisku pieredzi vides kvalitātes saglabāšanā un uzlabošanā.</p> <p>Apgūt un izprast sociālo un ekonomisko procesu likumsakarības un apzināties cilvēku saimnieciskās darbības rezultātā radušās problēmas vietējā, reģionālā un globālā mērogā.</p> <p>Apzināties bioloģijas sasniegumu nozīmi, ietekmi uz vidi un dzīvajām būtnēm, gūt pieredzi apkārtējās vides kvalitātes saglabāšanā un uzlabošanā un veselības veicināšanā.</p>	<p>Matemātikas lietojums dabas un sabiedrības procesu analīzē: lielumi un to mērīšana, sakarības starp tiem; informācijas apstrādes, statistikas teorijas elementi: informācijas iegūšana, apstrāde un analīze.</p> <p>Datora lietošana un rīkošanās ar datnēm; informācijas ieguves un komunikācijas līdzekļu izmantošana.</p> <p>Datorlietošanas ētiskie un tiesiskie aspekti savai un citu drošībai.</p> <p>Cilvēka un vides mijiedarbība: drošība; vide; veselība; dabaszinātņu un tehnoloģiju nozīme.</p> <p>Fizika un ilgtspējīga attīstība: fizika un tehnoloģijas; fizika sadzīvē un medicīnā; fizika un vide; fizikas zināšanu nozīme profesijas izvēlē.</p> <p>Ķīmija un ilgtspējīga attīstība: ķīmiskā rūpniecība un tehnoloģijas; ķīmija lauksaimniecībā un sadzīvē; ķīmija un vide; ķīmijas zināšanu nozīme profesijas izvēlē.</p> <p>Izpratne par sociālo un ekonomisko procesu veidošanos pasaules valstīs: iedzīvotāju dzīvesvide, etnogrāfiskās īpatnības; dabas resursi un saimnieciskā darbība pasaules reģionos.</p> <p>Izpratne par cilvēku saimnieciskās darbības dēļ radītajām pārmaiņām dabā: ģeogrāfijas nozīme dabas, sociālo un ekonomisko procesu izpētē; cilvēku saimnieciskās darbības dēļ radītās vietējās, reģionālās un globālās problēmas.</p>

Mācību priekšmetu joma „Tehnoloģijas un zinātņu pamati” lielā mērā saistīta ar skolēna līdzatbildīgas attieksmes veidošanu pret vides un veselības jautājumiem, daudzveidīgu vielu saprātīgas izmantošanas nozīmi un atbildīgu apzināšanos par dabas resursu ierobežotību un cilvēku saimnieciskās darbības izraisītajām sekām u.c. jautājumiem, kuri būtu jārisina patērētājiizglītības aspektā. Tieši šajā mācību priekšmetu jomā ir iespējams veidot skolēnu patstāvīgu un apzinātu līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā norisošajos procesos.

Mācību priekšmetu jomā „Cilvēks un sabiedrība” ir iekļauti mācību priekšmeti: Sociālās zinības, Latvijas un pasaules vēsture, Mājturība un tehnoloģijas, Ētika, Kristīgā mācība (skat.6.pielik.), un to saikne ar patērētājiizglītību redzama 2.6.tabulā.

2.6.tabula

Mācību priekšmetu jomas „Cilvēks un sabiedrība” mērķu un uzdevumu saikne ar patērētājiizglītību

Izvirzīto mērķu saikne ar patērētājiizglītību	Izvirzīto uzdevumu saikne ar patērētājiizglītību	Patērētājiizglītība saturā
<p>Sekmēt sociālo procesu izpratni un skolēna gatavību pieņemt atbildīgus lēmumus.</p> <p>Veicināt atbildīga, toleranta un demokrātiska savas valsts un Eiropas pilsoņa izaugsmi.</p> <p>Veicināt praktiskās rīcības prasmju attīstīšanu.</p> <p>Sekmēt zināšanu apguvi par estētiskām vērtībām un gatavību rīkoties saskaņā ar tikumiskām vērtībām.</p> <p>Sekmēt garīgo un morālo attīstību.</p>	<p>Veidot izpratni par ekonomikas attīstības likumsakarībām un ētiskām vērtībām; veselībai labvēlīgu vidi.</p> <p>Apgūt pētīšanas un interpretēšanas, sadarbības un saskarsmes, pilsoniskās līdzdalības prasmes un tolerantu attieksmi pret kultūru daudzveidību.</p> <p>Iegūt pieredzi darboties mūsdienu sabiedrībā.</p> <p>Pilnveidot izpratni par dzīvesvides drošības un kvalitātes nosacījumiem un iespējām to uzlabošanai.</p> <p>Attīstīt domāšanu un rīcības prasmes, atbildīgi rīkojoties ikdienas situācijās.</p>	<p>Gatavība sociāli atbildīgai nostājai: pārdomāti personiskie ētiskie uzskati; veselības un dzīvības vērtības apzināšanās; pilsoniskās līdzdalības prasmes un toleranta attieksme pret atšķirīgām kultūrām; darba vērtības apzināšanās un turpmākās profesionālās darbības jomas izvēle.</p> <p>Sociālpolitisko un ekonomisko norišu un personības attīstības pētīšana un interpretēšana: mērķtiecīga, atbildīga, iecietīga sadarbība mācību un sociālo problēmu risināšanā; darbs ar informāciju; sabiedrības un personības pētīšana un interpretēšana.</p> <p>Izpratne par cilvēka un sabiedrības attīstības norisēm un likumsakarībām: ētiskās vērtības un mantojums; personības tikumiskā izaugsme; saskarsmes ētiskie aspekti; veselība; veselīgs dzīvesveids; personīgā drošība; veselīga vide.</p> <p>Ekonomikas pamatproblēmas un pamatjautājumi: patērētājs ekonomikā; ražotājs ekonomikā; valsts loma ekonomikā; darbs un karjera; nauda; cilvēks un sabiedrība; demokrātiska valsts un sabiedrība; tiesības un pienākumi demokrātiskā valstī; Latvija Eiropā un pasaulē.</p>

Mācību priekšmetu joma „Cilvēks un sabiedrība” lielā mērā saistīta ar izpratnes veidošanu par sociālajiem procesiem, praktiskās rīcības prasmju attīstīšanu un gatavību rīkoties. Šīs mācību priekšmetu jomas ietvaros skolēni iegūst iespējas veidot savu vērtību sistēmu, kā arī prasmes analizēt uz tirgus ekonomiku orientētas sabiedrības procesus un apzināti un aktīvi piedalīties tajos pasaules finanšu krīzes situācijā. Šobrīd pamatizglītībā patērētājiizglītības tēmas galvenokārt tiek integrētas sociālo zinību un mājturības un tehnoloģiju mācību priekšmetos.

Mācību priekšmetu joma „Māksla” sevī ietver priekšmetus: Literatūra, Mūzika un Vizuālā māksla 7.pielikumā un 2.7.tabulā redzama to saikne ar patērētājizglītību.

2.7.tabula

Mācību priekšmetu jomas „Māksla” satura, mērķu un uzdevumu saikne ar patērētājizglītību

Izvirzīto mērķu saikne ar patērētājizglītību	Izvirzīto uzdevumu saikne ar patērētājizglītību	Patērētājizglītība saturā
Sekmēt skolēna intelektuālo un emocionālo attīstību. Attīstīt radošās spējas, radošo domāšanu un radošo pašizpaušmi.	Attīstīt pašizpaušmes prasmi un sapratni par kultūras mantojumu, apzinoties vajadzības, vērtības un pieredzi. Izkopt prasmi īstenot savas idejas un ieceres ar vizuālās mākslas līdzekļiem, analizēt un interpretēt savas radošās ieceres un mākslas darbus. Iegūt pieredzi saskatīt vizuālās vērtības dabā un kultūrvidē, saprast savu līdzatbildību to saudzēšanā un veidošanā.	Daudzveidīga pašizpaušme literārā darba apguves procesā; lasītāja intereses par nacionālo un cittautu folkloru un literatūru; literatūra – kultūras sastāvdaļa; literatūra – īpašs tautas kultūras tradīciju apguves veids; informācijas avotu daudzveidība kultūras tradīciju apguvē. Mākslas – kultūras uztvere, radošā darbība: mākslas darba uztvere – raksturošana, analīze un interpretācija. Māksla – kultūras sastāvdaļa: vizuālās vērtības dabā un kultūrvidē; mākslas vērtību apguve, iepazīstot nozīmīgus Latvijas un pasaules mākslas piemērus, māksliniekus un mākslas darbu krātuves; savas vērtības mākslā.

Mācību priekšmetu jomas „Māksla” ietvaros skolēniem tiek veidota izpratne par kultūras izpaušmēm sabiedrībā, tās ietekmi uz ilgtspējīgas attīstības iespējām, kā arī veicināta skolēnu radošā domāšana un pašizpaušme, kas ir nozīmīgi apzinātai līdzdalībai uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā un patstāvīgai un atbildīgai lēmumu pieņemšanai ekonomiskās recesijas situācijā.

Pamatojoties uz mācību priekšmetu jomu un izglītības standartu analīzi, promocijas darba ietvaros ir izpētīts pamatizglītības mācību priekšmetos realizējamais saturs un veikta analīze par tā saistību ar patērētājizglītības tēmām, līdz ar to arī mācību priekšmetu attiecīgās jomas mērķu, uzdevumu un satura saikni ar patērētājizglītību, kas norāda uz nepieciešamību veidot skolēna kā patērējoša pilsoņa izglītību, sekmējot viņa līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules ekonomiskās recesijas situācijā. „Ja cilvēka attīstība iet no bioloģiski iedzimtā caur kultūrvēsturiski konkrēto uz viņa garīgo pilnību, ir vajadzīga audzināšana kā kultūrvērtību paātrināts un bagātināts apzināšanas nosacījums. Tas piesaka didaktikas audzinošā mērķa nozīmīgumu un satura bagātināšanos” (Žogla, 2001).

Taču satura iztrādei Latvijas kultūrvides apstākļiem ir nepieciešama pusaudžu sociālās vides un viņu vajadzību izpēte aktīvas un atbildīgas līdzdalības attīstībai pamatizglītības mācību procesā.

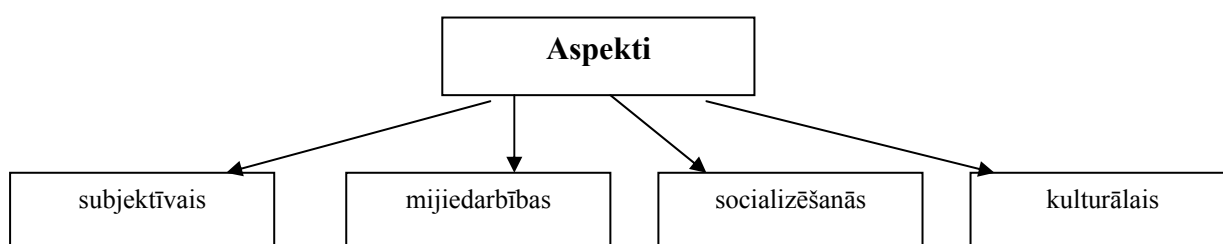
2.2. Patērētājizglītības satura ieviešana pamatzglītībā

2.2.1. Pusaudža raksturojums sociālajā vidē, vajadzības un līdzdalības veidošanās

Pusaudžu vecumā svarīgs jaunveidojums ir apzinīga gatavība dzīvei, kas saistās gan ar fizisko nobriešanu, gan ar iekļaušanos kultūrā, noteiktas zināšanu, normu un iemaņu sistēmas apgūšanu, kā rezultātā cilvēks spēj strādāt, veikt sabiedriskas funkcijas un atbilstoši visam tam būt sociāli atbildīgs. Nobriešana nozīmē socializāciju un nevar realizēties ne ārpus, ne līdzās tai. Pusaudžu vecumā notiek strauja pāreja no vecāku un pieaugušo aizbildniecības un gādības uz patstāvīgu jaunā cilvēka pielāgošanos pieaugušā dzīvei, apzinātu un izprastu pakļaušanos sabiedrības izstrādātajiem un paša atzītiem likumiem (*Karpova, 1998*).

Viena no būtiskām pusaudžu iezīmēm ir vēlēšanās būt noderīgiem dzīvei un savam laikam: attīstīts prāts, bagāta jūtu pasaule, izkopta refleksija, jēgpilnas radošas darbības spēja viņu padara vajadzīgu arī sabiedrībai. Dzīve pusaudža vecumā ir stingri orientēta uz nākotni, viņi parasti ir sabiedriski aktīvi, vēlas kļūt pilnīgi patstāvīgi, pieauguši, tomēr viņiem nav pilnīgas informācijas, kā rīkoties konkrētā situācijā. Daudzas nelaimes un pārpratumi rodas tāpēc, ka viņi vēl nesaprot apkārt notiekošo, citu teikto, citus cilvēkus un arī paši sevi. Personību ietekmē ļoti dažādi socializācijas institūti, ģimene, etniskās atšķirības, sociālā vide, personības īpašības, intereses un motivācija, vienaudži, masu un informācijas līdzekļi ietekmē personības vērtību orientāciju (*Pārruna, 1997; Beļickis, 2000*).

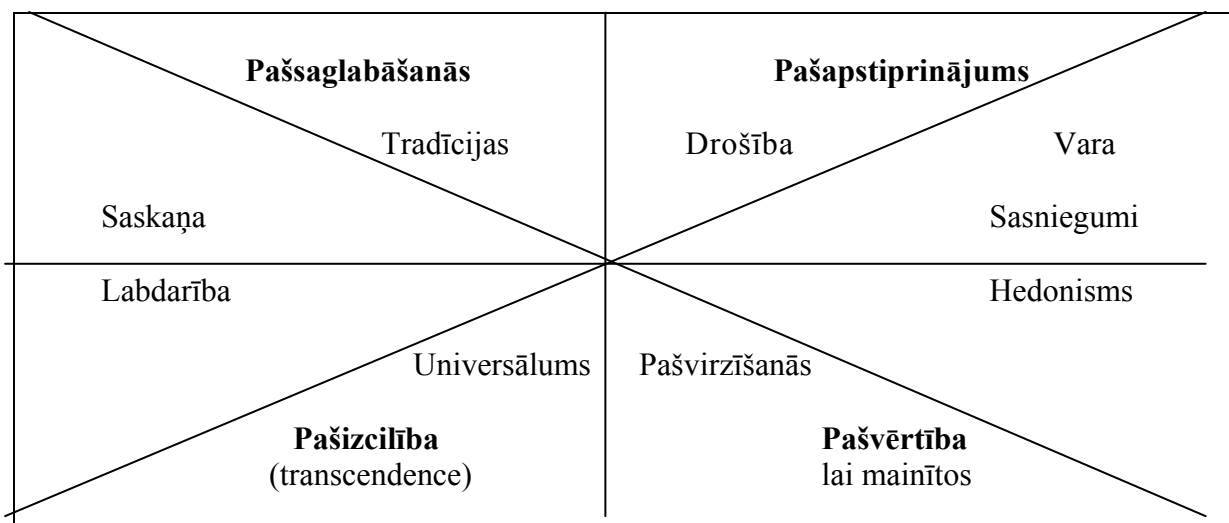
E. Eriksons (*1998*) apgalvo, ka pusaudzis pārdzīvo grūtības integrēt ārējās prasības un iekšējās vajadzības, veco un jauno identitāti vienotā veselumā. Pusaudzis palielina un paplašina savas sociālās lomas. Tas saistīts ar dzīves veida izmaiņām, paņņu loka paplašināšanos, jaunu attiecību veidošanos. Attīstības procesā būtiski mainās dažādo lomu un ar tām saistīto attiecību subjektīvā nozīmība un samērs (*Eriksons, 1998, Piažē, 2002, Jessor, 1992*). Personības veidošanās par sabiedrības locekli notiek vairākos aspektos (skat. 2.1. att.).



2.1.att. Personības veidošanās aspekti (*Eriksons, 1998*)

Pusaudža vecums ir īpaši sarežģīts personības attīstības posms, kad veidojas patstāvīga, sevi un apkārtējos izprotoša, savu tālāko dzīves gaitu prognozējoša personība, kas sekmīgi iekļaujas sociālajā vidē, prot sevi pašapliecināt un aizstāvēt. Pusaudža personība attīstās, izejot cauri dažādiem sociālā brieduma etapiem (*Фельдштейн, 1996, Vorobjovs, 2002*), turklāt noteicošais faktors tās attīstībā ir sabiedriski nozīmīgā darbība. Tieši darbībā cilvēks rada garīgās un materiālās kultūras priekšmetus, pārveido savas spējas, saglabā un pilnveido dabu, veido sabiedrību, rada to, kas bez aktivitātēm nespētu pastāvēt. A.Petrovskis, L.J.Bornholts, C.Sebastians u.c. (*Петровский, 1982, Bornholt, 2000, Sebastian, Burnett, Balkemore, 2008*) definē darbību kā specifisku aktīvas darbošanās veidu, kuras uzdevums ir izziņāt un radoši pārveidot apkārtējo pasauli, ieskaitot sevi pašu un savas pastāvēšanas apstākļus.

To raksturo S.H. Švarca (*Schwartz, 1990*) motivācijas un vērtību modelis (skat. 2.2.att.).



2.2. att. S. H. Švarca motivācijas un vērtību modelis (*Schwartz, 1990*)

Pozitīvs pašnovērtējums ir priekšnosacījums personības brīvībai. Tas dod cilvēkam iekšējas tiesības uz aktivitāti un izvēles brīvību, kuras no vērtībām izvēlēties par galvenajām, kuras viņa uztverē ir mazāk svarīgas, otršķirīgas, sakārtot tās iekšējo vērtību sistēmā, kura savukārt nosaka personību un sekmē tās individuālās kultūras pilnveidi.

No sabiedrības piedāvātiem dažādiem darbības veidiem katra personība izvēlas tos, kas atbilst savu vērtību realizēšanas iespējām un nodomu īstenošanai. Zinot cilvēku vērtīborientāciju, iespējams paredzēt cilvēku uzvedību, kas savukārt paver iespējas ierobežot nevēlamas rīcības (*Tunne, 1999*) Pēc I.Tunnes veiktajiem pētījumiem, mūsdienu jaunatnei, kas pēc iespējas ātrāk vēlas kļūt neatkarīga no vecākiem, ir divas iespējas realizēties dzīvē un iekļauties kādā sociālā

slānī – vai nu dzīvot saskaņā ar savu sirdsapziņu un personiskām vērtībām, vai arī pakļauties ārējai ietekmei. Virzošais un noteicošais spēks integrācijai sociālajā vidē un sabiedrībā ir spējas un radošās prasmes.

Dzīves jēgas meklējumi sākas jau pusaudža gados, kad tiek domāts par to “kas es esmu?” Tā izskaidrojums ir līdzdalība radošā sabiedrības uzdevumu risināšanā un sabiedrību pārveidojošā darbībā. Rezultātā veidojas priekšnosacījumi paša cilvēka intelektuālo, emocionālo un citu spēju attīstībai. Sabiedrības ražošanas, izziņas un saskarsmes attīstība pastiprina subjektīvo nepieciešamību pēc vēsturiski pamatotas šīs darbības orientācijas (*Meikšāne, 1998; Milts, 1979*).

Pusaudzis pasaules vērtību saturu uztver viņa personiskā izpratnē. Inteligence nepastāv noteiktā zināšanu daudzumā, bet būtiskas ir spējas:

- 1) kritiski, pastāvīgi spriest;
- 2) orientēties jaunās situācijās;
- 3) uztvert parādību būtību un jēgu;
- 4) smalki izjust, pārdzīvot un pareizi vērtēt visu, kas cilvēcei mūžīgi vērtīgs un nozīmīgs;
- 5) ierobežot un skaidrot cilvēciskās dabas zemākās dziņas un potences (*Dauge, 1928*).

Šīs indivīda spējas ir nozīmīgas arī mūsdienās uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā.

Mūsdienu sociālajā vidē un sociokultūras apstākļos pret personību izveidojusies attieksme kā pret atvērtu mainīgu sistēmu. Īpašu nozīmi iegūst personības socializācija, kuras laikā cilvēks mēģina pielāgoties sociālajam spiedienam un noturēt līdzsvaru starp savām iekšējām vērtībām un ārējo sabiedrības viedokli. Patērētāji zglītības satura apguves procesā skolēnam tiek attīstītas prasmes atbildīgi pieņemt sev un apkārtējiem nozīmīgus lēmumus, ņemot vērā savas un citu personību vēlmes, vajadzības un vērtības.

Sociālā vide (*Fend, 1991, Garleja, 2006, Ясвин, 2001*) – indivīda dzīves sabiedriskā apkārtnē; eksistences un darbības sociālo, materiālo un garīgo apstākļu kopums, noteikts sabiedrisko attiecību kopums, kurā attīstās personība. Visas cilvēka dzīves jomas un visus personības attīstības posmus caurauž jēdzieni “audzināšana” un “socializācija”, jo cilvēks tikai audzināšanas un socializācijas rezultātā izprot sevi un savas dzīves mērķus.

Analizējot dažādu autoru (*Bernšteins, 2003, Garleja, Vidnere, 2000, Gudjons, 1998, Lekrojs, Deilija, Miligens, 2001, u.c.*) atziņas par socializācijas mērķiem un saturu, skolas nozīmi socializācijas procesā, sociālajām prasmēm, secināts, ka personības attīstība pusaudžu gados, šai vecumposmā apgūtās sociālās prasmes lielā mērā nosaka socializēšanās kvalitāti nākotnē (*Ušča, 2012*).

Pusaudžiem sociālo prasmju apguvi sarežģīt apstākļi, ka vienlaikus norit „ES” tēla veidošanās. Personisko īpašību izmaiņas, līdz ar to arī sevis paša uztveri un vērtēšanu. No tā, kā pusaudzis sevi vērtē, atkarīga viņa uzvedības maiņa (*Ušča, 2012, Vorobjovs, 1996*).

R.Garleja (*Garleja, 2001*) to saista ar „Es” tēla veidošanos un indivīda iekļaušanos sociālajā vidē, kur socializācijas procesam svarīga ir pagātnes pieredzes socializācija un nākotnes prognozes, ko ietekmē ne tikai iekšējā, bet arī ārējā vide: ekonomiskā, sociālā un dabasvide.

A.Mudriks (*Mydрук, 2006*) apgalvo, ka „cilvēka attīstību mijiedarbībā ar apkārtējo vidi un tās ietekmē vispārīgākā veidā var definēt kā viņa socializācijas procesu un rezultātu, t.i., kultūras vērtību un sociālo normu apgūšanu un atražošanu, kā arī pašattīstību un pašrealizāciju tajā sabiedrībā, kurā viņš dzīvo”, savukārt R.Garleja papildina: lai atrastu savu vietu un spētu pilnvērtīgi dzīvot noteiktā sabiedriskā vidē, vienlaikus attīstot arī savas individuālās dotības, garīgo būtību. Visintensīvāk šis process notiek bērnībā un pusaudžu gados (*Garleja, 2001*). Tāpēc, pēc autores domām, svarīgi patērētāji izglītības saturu integrēt vispārējā izglītībā un jau pamatskolā veicināt skolēnu prasmes līdzdarboties mūsdienu uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā.

Saistot personības attīstības teorijas ar patērētāji izglītības jautājumiem, R. Garleja patērētāju raksturo kā socializācijas procesa subjektu un objektu; kā subjektu – personības attieksmju, intelekta, vērtīborientācijas aspektā; kā objektu – patērēšanas vajadzību izvēlē, patērēšanas lēmumu pieņemšanā, uzvedībā un saskarsmē, norādot, ka socializācijas rezultāts ir uzvedība (*Garleja, 2001*). Tas nozīmē, ka patērētāji izglītības saturā ir jāiekļauj ne tikai ārējo faktoru ietekmes uz patērētāja rīcību analīze, bet arī jāveido skolēna personiskās attieksmes un prasmes patstāvīgi un atbildīgi darboties mūsdienu pasaules ekonomiskās krīzes situācijā.

A.Mudriks (*Mydрук, 2006*) norāda, ka socializācija attīstās divos virzienos: indivīda teorētiskā piesaistīšanās sociālai pieredzei un praktiska šīs sociālās pieredzes apgūšana. Socializācijas procesā skolotājs ir vides daļa ar savu vērtību sistēmu, ir vidutājs starp makro un mikrovidi materiālās un garīgās kultūras iedzīvināšanā, palīgs skolēna vērtību veidošanā. Patērētāji izglītības mācību procesā skolotājs, izmantojot satura daudzveidību un dažādojot mācību metodes, var panākt skolēnu zināšanu attīstību un to praktisko pielietojumu, kā arī veicināt skolēna individuālo attieksmju un atbildīgas rīcības veidošanos.

Skolotājam un skolēnam ir sava „sociālā biogrāfija”, kura nosaka specifiskas sociālās attiecības. Tās jāievēro, organizējot mērķtiecīgu pedagoģisko darbību, kas veicina konfliktu un traucējumu novērošanu, kontaktus un kompromisus. Darbības kā pedagoģiskas parādības specifika izpaužas tādējādi, ka pedagoģiskajā procesā ir divi subjekti (skolēns un skolotājs) un divas savstarpēji saistītas un nosacītas darbības – skolotāja darbība un skolēna darbība (*Andersone, 2004, Čehlova, 2002, Ušča, 2012*).

Sabiedriskās dzīves humanizēšanās tendence radījusi situāciju, ka par izglītības institūciju galveno mērķi tikusi atzīta tādas personības veidošanās, kura sevi pilnībā izziņājusi un pārvalda, pati attīstās un pašrealizējas saskaņā ar sevi un sabiedrību. Šobrīd par svarīgāko tiek uzskatīta personības veidošanās, uzsverot, cik ļoti nepieciešams gan ievērot individuālās īpatnības, gan optimizēt spilgtu un savdabīgu individualitāšu attīstības apstākļus. Pēdējais iespējams procesā, kurā cilvēks tiek uzskatīts par sabiedriskās attīstības subjektu, dzīvesdarbības, kultūras, radošā un ražošanas procesa subjektu (*Jurgena, 2002*).

A.Broks (2000) norāda, ka skolēnu socializācija ir viņu gatavība dzīvei, kur galvenie rādītāji ir: Zināšanas – fakti un cēloņsakarības, attieksmes – vērtību orientācija, prasmes - spēju realizācija.

I.Žogla (2001) prasmes definē kā procesuālo zināšanu apguves kvalitāti, kas ļauj cilvēkam tās apzināti pielietot pēc parauga vai izmantot jaunā situācijā vai garīgās darbības mērķa sasniegšanai un kalpo kā skolēna līdzeklis, lai sasniegtu mērķi konkrētos apstākļos. Zemāka līmeņa prasmes ir zināšanu formāla lietošana, sarežģītāka līmeņa prasmes ir zinību analīzes, sintēzes un vērtēšanas prasmes. N.L.Geidžs un D.C.Berliners (*Geidžs, Berliners, 1999*) ir uzskaitījuši vairākas augstākā līmeņa prasmes, kā kritiskā domāšana, problēmu risināšana, kompetence, dziļa izpratne, spēja pārveidot idejas, savas mācīšanās kontroles stratēģija.

A.Broks (2000) uzsver, ka svarīgi ir apgūt dažādas prasmes gan sociālajā un zināšanu pielietošanas jomās, gan attieksmju veidošanā, veicinot skolēnu gribas un uzņēmības attīstīšanu, kas ir cilvēka jebkura dzīves posma aktivitātes pamatā un dod iespēju sadarbības procesā (*sabiedriskums, partnerība*) veidot patstāvīgumu jeb skolēna pašizpratni - pašizpaušmi, attīstot viedumu (*prāts - zināšanas, prasmes, intelekts*) un tikumiskumu (*dvēsele – attiecības, prasmes, vērtības*).

Veiksmīgam skolēna socializācijas procesam nepieciešams apgūt prasmes vērtēt, izvirzīt mērķi, mācēt mācīties, sadarboties un pieņemt lēmumus, apgūt kultūras prasmes, līdzsvarojot teorētiskās prasmes ar praktiskām, uz dzīvi vērstām zināšanām. Tas lielā mērā saistās ar skolēna patērētājiizglītības procesu, zināšanu apguvi un patstāvīgu un apzinātu darbošanos šo prasmju pielietošanā ikdienā pasaules finansu krīzes situācijā.

Patērētājiizglītība ir process, kurā tiek iegūtas zināšanas un prasmes, kuras vajadzīgas, lai pārvaldītu patērētāju resursus un veiktu pasākumus, lai iedarbotos uz faktoriem, kas ietekmē patērētāju lēmumus (*Consumer Education: A Blueprint for Action, 1996*).

Dažādās valstīs izglītība tiek izmantota kā līdzeklis informēta patērētāja prasmju attīstīšanai, lai palīdzētu viņiem pieņemt atbildīgus lēmumus. Šis aspekts tiek uzsvērts Austrijā, Austrālijā, Beļģijā, Čehijas Republikā, Dānijā, Francijā, Korejā, Meksikā,

Jaunzēlandē, Lielbritānijā, Amerikas Savienotajās Valstīs, Brazīlijā un Taizemē. Vairums valstu nosauc to par patērētājizglītību ar mērķi:

- 1) uzlabot zināšanas par patērētāju un citu tirgus dalībnieku attiecību atšķirībām (Austrija, Čehija, Dānija, Meksika);
- 2) izskaidrot patērētāju aktīvo lomu tirgū un palielināt patērētāju uzticību (Francija, Jaunzēlande, Apvienotā Karaliste);
- 3) sniegt norādījumus, lai palīdzētu patērētājiem izvairīties krāpšanas vai maldinošas tirdzniecības prakses (Beļģija, Savienotās Valstis, Taizeme) (OECD,2009).

Patērētājizglītībā svarīgi termini ir „dzīves prasmes” un „sociālās prasmes”. Ar dzīves prasmēm saprot spēju uz apstākļiem atbilstošu un pozitīvu uzvedību, kas dod iespēju indivīdam tikt galā ar ikdienas dzīves izvirzītajām prasībām. Dzīves prasmes ir priekšnosacījums, lai katrs varētu pielāgoties pārmaiņām sabiedrībā un konkurēt darba tirgū, veidotu veiksmīgas attiecības ar cilvēkiem, būtu aktīvs sabiedriskās dzīves dalībnieks un laimīgs personīgajā dzīvē (Bluka,Rubana,2002).

Efektīvai darbībai, kas ir raksturīga cilvēkam ar augstu patērētāja kultūras līmeni, ikdienas reālās dzīves situācijās svarīgas ir sociālās prasmes, kuras mūsdienu sabiedrībā cilvēkam nepieciešamas jebkuru dzīves lomu izpildei.

Eiropas Savienības un Ziemeļvalstīs sociālo prasmju apguve saistībā ar mācību un audzināšanas mērķiem tiek traktēta dažādi, pie kam ES valstīs un Latvijā tās tiek saistītas ar saskarsmes un sadarbības prasmēm (Andersone,2004, Bourdieu,2004, Fend,1991), bet Norvēģijā ar uzņēmības spēju attīstīšanu, ko Latvijā sāka ieviest tikai 2000.gadu sākumā.(skat.2.8.tab.).

2.8.tabula

Sociālo prasmju apguve dažādās valstīs saistībā ar mācību un audzināšanas mērķiem

(Lubkina,2005)

Valsts	Pasākumi sociālo prasmju attīstīšanai
Austrija	Tiek pētīti vecāku un pedagogu viedokļi par audzināšanas mērķiem; vecāki vislielāko nozīmi piešķir sociālām mācībām, skolēnu personības attīstībai.
Norvēģijā	Viens no galvenajiem izglītības mērķiem ir skolēnu uzņēmības spēju un mācību motivācijas attīstīšana.
Beļģijā	Īpaši nozīmīgas ir savstarpējās saskarsmes un sadarbības prasmes.
Latvijā	Sociālās audzināšanas uzdevums ir audzināt cilvēku sabiedrībai, veidot viņa saskarsmes un sadarbības prasmes.

Skolēnu sociālo prasmju attīstība cieši saistīta ar patērētājizglītības uzdevumiem, kas paredz attīstīt skolēnu spējas patstāvīgi un atbildīgi līdzdarboties uz tirgus attiecībā orientētā sabiedrībā pasaules finansu krīzes situācijā, balstoties uz ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem.

Sociālās prasmes saistās ar konkrētu situāciju, resursiem, vajadzībām, sociālām normām. Sociālo kompetenci var sasniegt, ja cilvēks attīsta diferencētu sociālo uztveri, spriest spēju, sociālo uzvedību (*Garleja, 2006*).

Pasaules ekonomiskā krīze un esošie tirgus ekonomikas apstākļi izvirza prasību pēc intelektuāla, garīgi bagāta, progresīvi domājoša, radoša, izglītota, prasmīga indivīda, kurš spējīgs sevi piedāvāt darba tirgū un sekmēt savu patērētājizglītību un līdzdalību sabiedrībā.

Personības virzības pamatā ir vajadzības – cilvēka aktivitātes galvenais avots (*Ivaščenko, 1998, Maslow, 1943*). Lai dzīvotu un darbotos sociālajā vidē, cilvēkam ir nepieciešama pārtika, kultūras priekšmeti, citi cilvēki. Vajadzības ir cilvēka apzināta un pārdzīvota nepieciešamība pēc tā, kas uztur viņa dzīvību un veicina viņa personības attīstību. Patērētājizglītības viens no mērķiem ir veidot indivīda prasmes atšķirt vēlmes no vajadzībām un pieņemt patstāvīgus un atbildīgus uz apzinātām savām un sabiedrības vajadzībām balstītus lēmumus.

Situācijas apzināšana jeb vajadzību izpēte ietver skolēnu spēju, vajadzību un interešu izpēti (*Katz, 2000, Rogers, 1995*). Tieši pusaudžu vecums ir labvēlīgs personības, tās pasaules uzskatu un attieksmes veidošanai, ko ir iespējams veikt patērētājizglītības mācību procesā.

T.Berrijs (*Berry, 1999*) izšķir divu veidu vajadzības: vajadzības, kuras cilvēkam jāiemācās realizēt, dzīvojot kā sugai starp sugām, un vajadzības, kuras cilvēkam jāiemācās realizēt kā sugai. I.Salīte (*2002*) secina, ka abi vajadzību veidi ir nozīmīgi un to saskaņošana ir mūsdienu izglītības uzdevums, ja tā tiecas uz ilgtspējīgas attīstības mērķi. Tā ir orientācija uz konkurētspējas, sacensības palielināšanu, ceļš uz jaunu tehnoloģiju un zinātnes atklājumu ieviešanas palielināšanu vienlaikus ar vides stāvokļa kontroli un pārliecību, ka cilvēks var kontrolēt visus notiekošos procesus.

Savukārt, *Antilla (1992)* vajadzības iedala četrās galvenajās kategorijās, kas tieši raksturo vajadzību saikni ar patērētājizglītības attīstīšanas nepieciešamību pusaudžos (skat. 2.9.tab.).

Vajadzību apkopojums pēc Antilla

Autors	Vajadzību apkopojums
Antilla	<p>1. Vajadzības tiek sarindotas noteiktā kārtībā pēc to nozīmes, balstoties uz bioloģiskajiem un sociālajiem faktoriem (<i>Ivaščenko, 1998, Maslow, 1943</i>)</p> <p>2. Vajadzības tiek iedalītas grupās, balstoties uz cilvēku savstarpējās iedarbības un izvēles izdarīšanas modeļiem, kas izriet no biheivioristu teorijām (<i>Berry, 1999, Papanek, 1971</i>). Parastais vajadzību analīzes ceļš ir tirgus izpētes pamats, saskaņā ar kuru vajadzības ir saistītas ar sajūsmas vai nepatīkšanas izjušanu. Tā vietā, lai pētītu vajadzības, kas ir ļoti grūti izdarāms, tiek pētīta patērētāju izvēle un uzvedība, kas savukārt noved pie dzīvesveida studijām un tirgus izpētes, kas palīdz noskaidrot patērētāju attieksmi un uzvedību.</p> <p>3. Vajadzības tiek iedalītas grupās, balstoties uz cilvēku savstarpējās iedarbības un izvēles izdarīšanas modeļiem, kā pamatā ir Maslova vajadzību hierarhiskā sistēma. Šīs sistēmas hierarhijas virsotnē atrodas nemateriālā pašaktualizācijas vajadzības. Modernajā sabiedrībā pašaktualizācijas mērķu sasniegšanai tiek izmantots arī materiālais patēriņš, t.i. jaunu lietu iegāde. Visu laiku parādās jaunas vajadzības, kuras rada galvenokārt reklāma un mārketingas.</p> <p>4. Vajadzības cilvēku mudina uz sociālām un kultūras aktivitātēm, to pamatā ir teorijas, kuras paredz, ka vajadzības nav atkarīgas ne no laika, ne no kultūras un vides, kurā persona atrodas.</p>

Vajadzību apkopojums parāda, ka ir svarīgi skolēnam attīstīt prasmes atšķirt vajadzības no vēlmēm, analizēt tās, kā arī sekmēt patstāvīga un atbildīga lēmuma pieņemšanu un rīcību, kas atbilst personiskajām un sabiedriskajām vajadzībām uz ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā.

Patērētāju līdzdalību ir grūti definēt, bet lielākoties tā tiek tulkota kā patērētāju piedalīšanās preču un pakalpojumu plānošanā, attīstībā un kvalitātes uzlabošanā. (*Bennets, Cross, Bloomer, 2011*)

Ikdienā indivīds saskaras ar dažādiem patērētāju novērtējumiem un sūdzībām masu saziņas līdzekļos attiecībā uz pārtiku, svara problēmām, pārspīlētu iepirkšanos, komerciālajiem elementiem, narkotikām un smēķēšanas problēmām, sirds slimībām (*Eriksen, 2008*). Tas ir saistīts ar mūsdienu sabiedrībā pastāvošo patērētāju atbildību, lēmumu pieņemšanas procesu, kurā indivīds lielākoties pieņem tikai sev nozīmīgus lēmumus, neņemot vērā sabiedrības un vides prasības.

Realizējot savas vajadzības, indivīda rīcība ir atšķirīga dažādos dzīves aspektos. Pastāvīgi attīstoties, indivīds spēlē divas galvenās lomas: viņš ir patērētājs kā personība un kā sabiedrības loceklis. Tas nozīmē, ka pastāv divi atbildības līmeņi - personīgais un sabiedriskais.

Patērētāja personīgo atbildību ilgtspējīgas attīstības aspektā raksturo 5 atšķirīgi atbildības veidi, kuri sargrupēti, sākot no zemākā atbildības līmeņa virzienā uz augstāko (*Uzunova, 2007*). To pamatā ir indivīda personīgā sociālā apzināšanās, vērtības un uzvedība un ētiskie principi konkrētu jautājumu risināšanā:

- 1) personīgā atbildība par patērētāja rīcību saistībā ar resursu utilizācijas kritērijiem;
- 2) personīgā atbildība par patērētāja rīcību saistībā ar vides aizsardzības kritērijiem;
- 3) personīgā atbildība par to, ka esi pasaules pilsonis, proti, par iesaistīšanos sabiedriskās aktivitātēs un iespēju meklēšanu visu līmeņu lēmumu ietekmēšanai;
- 4) personīgā atbildība par vērtību, kultūru un rīcību daudzveidības atzīšanu;
- 5) personīgā atbildība par visu iepriekšminēto vērtību nodošanu nākamām paaudzēm.

Varam secināt, ka personīgais atbildības līmenis pamatizglītībā varētu sasniegt trešo veidu, kas izpaužas kā līdzdalība sabiedrības procesos ekonomiskās recesijas apstākļos.

Pamatojoties uz F.Uzunovas pētījumiem, redzam, ka persona, iekļaujoties sabiedriskajos procesos, tiek pakļauta sabiedriskajam atbildības līmenim (likumi, tiesības, pienākumi). Tāpat sabiedriskā atbildība izglītībā saistās ar ilgtspējīgas attīstības jautājumiem, kas spēj nodrošināt ne tikai izmaiņas skolēnu individuālajā rīcībā, pieņemot uz individuālajām vajadzībām balstītus apzinātus un atbildīgus lēmumus, bet arī indivīdu līdzdalību uz tirgus attiecībām balstītā sabiedrībā, pieņemot tai nozīmīgus lēmumus un veidojot atbilstošu rīcību nākotnes valdības atbildības pakāpē.

Mūsdienās tiek veikti nopietni patērētāja darbības, patērētāju rīcības modeļu un patērētāja rīcības ietekmes ceļu pētījumi (*Corfman,1987, Dickson,1994, Garleja,2001,2006, Praude,2011 u.c.*). Jebkura patērētāja tiesības izdarīt apzinātu un brīvu izvēli no vairākiem variantiem ir brīvā tirgus ekonomiskais stūrakmens. Patērētāja rīcība ir apzināta. Preces un pakalpojumi tiek pieņemti vai atraidīti atkarībā no tā, kādā mērā tie atbilst cilvēka vajadzībām un dzīves stilam. Ģimenes lēmumi par pirkuma izdarīšanu bieži tiek izdarīti gan autonomi, gan kolektīvi, kas ir atkarīgs no katra ģimenes locekļa vajadzībām, personības, dzīves stila, lomas u.c. faktoriem. Bieži noteicošā loma lēmuma pieņemšanā ir informācijas avotam un tā ietekmes spēkam, kas uz dažāda vecuma cilvēkiem iedarbojas savādāk.

Pasaules finanšu recesijas apstākļos patērētājiem rodas dažādas ar atbildīgu lēmumu pieņemšanu saistītas situācijas, kuru atrisinājums ietver sevī patērētāja rīcību un lielu loku citu faktoru. Patstāvīgai un atbildīgai patērētāja lēmuma pieņemšanai ir jāiziet sekojošas stadijas:

- 1) vajadzības apzināšana – atšķirības sajūta starp esošo stāvokli un vēlamo – stimulē un aktivizē lēmumu pieņemšanas procesu;
- 2) informācijas meklēšana – informācijas meklēšana atmiņā (iekšējā meklēšana) vai informācijas, kas attiecas uz meklēšanas priekšmetu, izmantošana (ārējā meklēšana);
- 3) pirms pirkšanas variantu novērtēšana – alternatīvu novērtēšana no gaidāmā labuma un izvēles ierobežotības viedokļa līdz apmierinošajam variantam;
- 4) pirkums – vēlāmākā produkta varianta vai apmierinoša aizstājēja iegāde;

- 5) lietošana – iegādātā produkta izmantošana;
- 6) pēcpirkuma variantu novērtēšana – iegūtās apmierinājuma pakāpes, kas gūta no produkta, novērtēšana;
- 7) atbrīvošana – atbrīvošanās no neizmantotā produkta vai izmantotā produkta pārpalikumiem (Kotler, Armstrong, 1991)

P.Kotlera un G.Armstronga norādītās atbildīgas patērētāja lēmuma pieņemšanas stadijas ir aktuālas ieviešanai pamatizglītības mācību procesā, izmantojot dažādas aktīvas mācību metodes, piemēram, gadījumu analīzi, veicot pētniecisko darbību un izmantojot mūsdienīgas informācijas tehnoloģijas mācību procesa organizēšanā.

Uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientēta sabiedrība izvirza īpašas prasības patērētājiizglītībai, kas ietver patērētāja vajadzību analīzi, apzināta un atbildīga lēmuma pieņemšanas prasmju attīstību un patstāvīgas un atbildīgas uzvedības veidošanu, kas atbilst gan individuālajam, gan sabiedriskās atbildības līmenim (skat.2.10.tab.).

2.10.tabula

Patērētāja vajadzības, vēlamā atbildība un uzvedība

Darbības izpausme				
Atbildīga lēmumu pieņemšana	<i>Saprast</i> , kas un kādi ir patērētāji	<i>Zināt</i> , kā un kāpēc mums vajag izdarīt izvēli	<i>Apzināties</i> savas vēlmes, vajadzības, to esamību katram un atkarību no dzīves stila	<i>Saprast</i> sabiedrības vajadzības
<i>Prasme apieties</i> ar līdzekļiem	<i>Izprast</i> saprātīgas un efektīvas preču un pakalpojumu izmantošanas nepieciešamību	<i>Zināt</i> , ka mūsu personīgā izvēle ietekmē citus vietējā, nacionālā un globālā līmenī	<i>Spēt skaidrot</i> izvēli ietekmējošo faktoru un līdzekļu iespējas	<i>Būt gataviem</i> apkārtējās vides un sociālajā kontekstā <i>analizēt izvēles sekas</i>
Patērētāja uzvedības sekas	Preču piegādātāja, pakalpojumu sniedzēja un patērētāja lomas <i>izpratne tirgū</i>	<i>Spējas noteikt</i> pircēja uzvedības sekas	<i>Spējas noteikt</i> sekas patērētāja īpašai uzvedībai, <i>novērtēt</i> tās izmaksas attiecībā pret vajadzībām	<i>Izpratne</i> patērētāja uzvedības ietekmē vietējā, nacionālā un globālā mērogā
Patērētāja ietekme	<i>Saprot, kā var ietekmēt</i> preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu	<i>Spēj diskutēt</i> par jautājumiem attiecībā uz patērētāju kā individualitāti, kā grupu	<i>Nosaka veidus</i> kā patērētāji spēj ietekmēt ražošanu, pakalpojumu un preču klāstu	<i>Apzināts</i> aktīvas <i>līdzdalības labums</i> patērētāju kampaņās un lēmumu pieņemšanā

Patērētājiizglītības nacionālais institūts (The National Institute for Consumer Education – NICE) norāda, ka patērētājiizglītība var veidot zinošus patērētājus, kuri ir labāk sagatavoti

sekmīgai darbībai modernajā tirgū. NICE norāda, ka sakarā ar to, ka patērētāji mūsdienās darbojas arvien sarežģītākā tirgū, kam raksturīgs liels informācijas daudzums, lielāka produkcijas izvēle un vairāk krāpšanas iespēju, nepieciešams plašāks zināšanu un prasmju apjoms nekā agrāk (NICE, 1996). Skolēna apzinātas un atbildīgas līdzdalības sabiedrībā attīstībai patērētājizglītības mācību procesā ir izmantojams daudzveidīgais mācību saturs un mācību metodes, kas balstītas uz skolēna darbības/mācīšanās orientētu paradigmu, kā rezultātā skolēni ne tikai iegūst akadēmiskas zināšanas, bet arī veido personiskās attieksmes un prasmes pieņemt atbildīgus lēmumus.

2.2.2. Pilotpētījums patērētājizglītības satura izstrādei

Promocijas darba ietvaros veikts pilotpētījums Eiropas Sociālā fonda projekta “Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārīzglītojošā skolā” (Līgums Nr. 2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/ APK/ 3.2.5.2./ 0097/0160) ietvaros, kurš tika īstenots Rēzeknes Augstskolas Personības Socializācijas pētījumu institūtā laika no 01.07.2006. – 30.06.2007.g. Tika veikta aptauja „Patērētājizglītība un patērētājkultūras izpratne pamatskolā” ar mērķi noteikt pusaudžu vajadzības saistībā ar viņu darbībām ikdienā (iepērkoties - apģērbs un pārtika, atkritumu vākšanā, enerģijas un ūdens patēriņā, brīvajā laikā, darbā, sabiedrībā un vidē) un noskaidrot patērētājizglītības saturu. Tajā piedalījās 310 vispārīzglītojošo skolu skolēni no Latgales reģiona piecu rajonu 15 skolām:

Rēzeknes pilsētā – Rēzeknes 5. vidusskola;

Rēzeknes rajonā – Viļānu vidusskola, Malta 2. vidusskola; Kaunatas vidusskola, Audriņu vidusskola, Zarečņajas pamatskola, Dekšāru pamatskola, Sakstagala pamatskola un Rēznas pamatskola.

Balvu rajonā – Stacijas pamatskola;

Ludzas pilsētā – Ludzas pilsētas ģimnāzija;

Ludzas rajonā – Zilupes vidusskola;

Krāslavas pilsētā – Krāslavas pamatskola;

Krāslavas rajonā – Dagdas vidusskola;

Preiļu pilsētā – Preiļu 2. vidusskola.

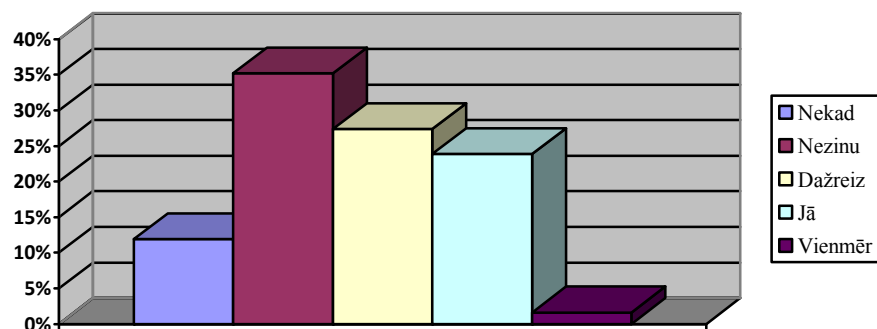
Pētījuma pamatā tika izvirzīts jautājums par globālo patērētājizglītību, kuru ir nepieciešams cieši saistīt ar sociālajiem, ekonomiskajiem un vides aizsardzības procesiem un globalizāciju. Anketa sastāvēja no pieciem jautājumu blokiem:

1. Zināšanas un izpratne.

2. Izvēles ietekme.
3. Attieksme pret paša izvēli patērēšanā.
4. atbildība un ietekme.
5. Patērētāja ietekmes izpratne lokālā, nacionālā un starptautiskā līmenī (skat.8. piel.).

Aptaujas dati tika matemātiski apstrādāti un veikta rezultātu salīdzinošā analīze ar līdzīgos pētījumos iegūtajiem datiem pasaules līmenī UNESCO/UNEP projekta ietvaros 1999.- 2000.gadā (Nyberg,Sto,2000, Ingelhart,1997), kur Latvija netika iekļauta. UNESCO/UNEP pētījuma dati, kuri izmantoti salīdzinājuma skatāmi 9.pielikumā.

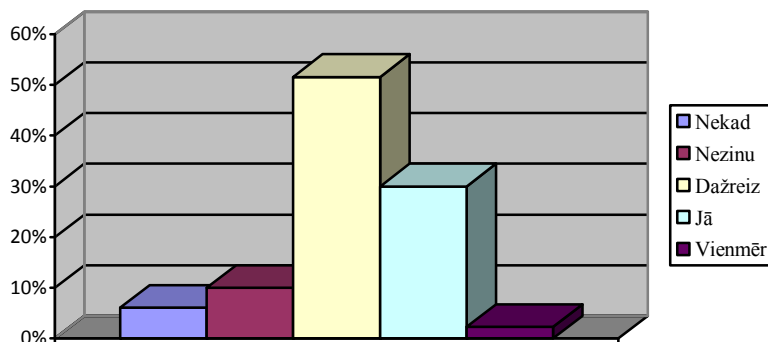
Analizējot anketas bloka „Zināšanas un izpratne” apgalvojumu: „Iepērkoties parasti mans lēmums balstīts uz produkta ekoloģiskām īpašībām”, redzams, ka tikai 76 Latgales skolēni, kas sastādīja 24% no 310 respondentiem, sniedza atbildi „Jā” un tikai 5 skolēni (1,6%) – „Jā, vienmēr”. Kopā tas sastādīja 26% no aptaujāto skaita. Atbildi „Mazliet, dažreiz” sniedza 85 skolēni (27,4 %). (skat. 2.3.att.) Savukārt, analizējot pasaules respondentu atbildes un salīdzinot rezultātus, redzams, ka tieksme pirkt ekoloģiskus produktus sevišķi spilgti izteikta ir Kamerūnā un Kenijā, kur „vienmēr” atbildēja atbilstoši 64% un 40% respondentu. Pēc svarīguma pēdējā vietā šis aspekts tika atzīmēts Korejas Republikā, Krievijas Federācijā, Rietumeiropas valstīs un Norvēģijā. Mazāk kā 20% no minēto valstu respondentiem atzīmēja ekoloģiskuma aspekta ietekmi uz viņu pirkumiem. Tātad Latvijas respondentu reitings ekoloģiski labdabīgas produkcijas izvēlē nedaudz augstāks par iepriekš minētajiem.



2.3.att. Skolēnu izvēlēto atbilžu procesntuālais sadalījums jautājumā par produkta ekoloģisko īpašību ietekmi uz preces izvēli

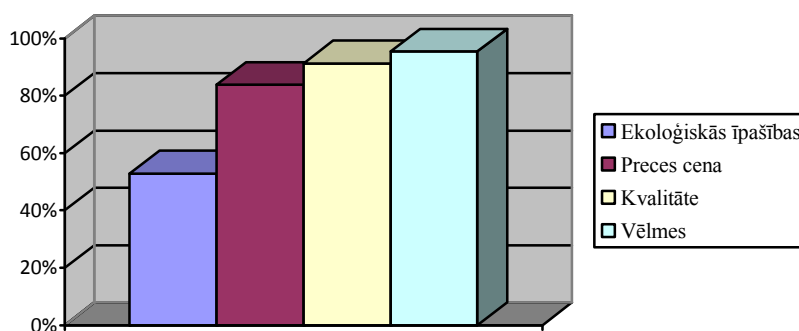
Lielākajā daļā pasaules valstu preces cena ir nozīmīgs faktors. Visvairāk cenas ietekmē Āfrikas iedzīvotājus. Tajā pašā laikā dažās valstīs (Senegāla, Meksika un Kanāda) ar „vienmēr” vai „jā” uz šo jautājumu atbildēja mazāk kā 50% respondentu. Veicot salīdzinošo analīzi ar Latvijas pusaudžu

teikto, pārsteidza fakts, ka tikai 1/3 no aptaujāto skaita atbildēja, ka iepērkoties viņu lēmums ir atkarīgs no preces cenas (skat.2.4.att.). Pārsteigumu izraisīja tas, ka anketēšana tika veikta Latgalē – ekonomiski depresīvā Latvijas reģionā.



2.4.att. Skolēnu izvēlēto atbilžu procentuālais sadalījums jautājumā par cenas ietekmi uz viņu lēmumiem preču izvēlē un iegādē

Analizējot anketas bloka „Zināšanas un izpratne” rezultātus redzam, ka Latvijas pusaudži savu izvēli balsta uz vēlmēm, par galveno rādītāju ņemot preces kvalitāti, tikai pēc tam produkcijas cenu un mazāk uzsver videi draudzīgu apstākli (skat.2.5.att.). Salīdzinot šos rezultātus ar pasaules jauniešu anketu rezultātu kopsavilkumu (skat. 9.piel.), redzams, ka tie ir ļoti līdzīgi un raksturojošo parametru secība ir pilnīgi vienāda: kvalitāte – cena – ekoloģija. Pasaules valstu pētījumā procentuāli tie izskatās sekojoši: 78% atzīst, ka viņu iepirkšanās lēmumus ietekmē izstrādājuma kvalitāte, 71% - preces cena, 40% - ekoloģiskums.

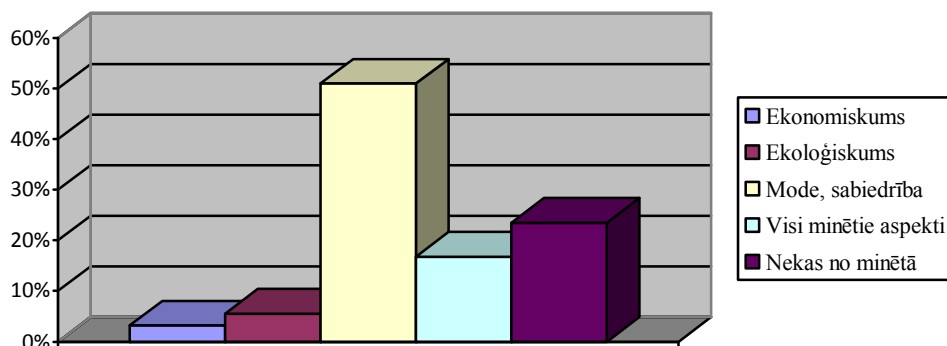


2.5.att. Skolēnu lēmuma pieņemšanu ietekmējošie faktori

Līdz ar to pilotpētījuma pirmā jautājumu bloka atbilžu analīze ļauj izdarīt secinājumus, ka skolēni lēmumu pieņemšanā, veicot pirkumus, pievērš uzmanību preces kvalitātei, bet preču un pakalpojumu kvalitātes un cenas attiecības neanalizē, līdz ar to rodas nepieciešamība

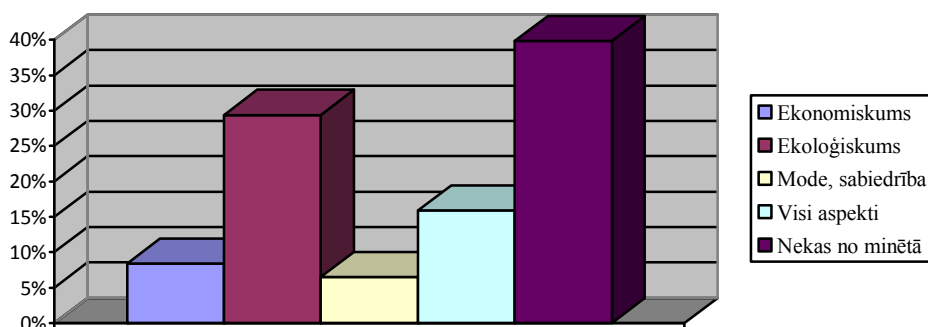
patērētāji izglītības saturā iekļaut tēmas par preču un pakalpojumu piedāvājumu, kvalitāti un cenu, kā arī personīgā budžeta plānošanu un vides aizsardzības jautājumiem.

Anketas otrais jautājumu bloks „Izvēles ietekme” tika saistīts ar izvēli ietekmējošiem un sabiedrībā akceptētiem aspektiem. Šeit Latgales skolēniem tika doti divi apgalvojumi: viens par ietekmējošiem aspektiem apģērba izvēlē, otrs – uztura izvēlē. Katrā apgalvojumā uzskaitīti trīs diskreti respektējami aspekti: ekoloģiskais, sabiedrības nostājas un modes tendenču, ekonomiskuma. Skolēniem tika jautāts arī par gadījumiem, kuros visi trīs minētie aspekti vienlaicīgi ietekmē preču izvēli vai arī neviens no tiem netiek respektēts. Rezultātu analīze parāda, ka ne mazāk kā 50% no aptaujātajiem Latgales pusaudžiem (skat. 2.6.att.), tāpat kā visā pasaulē, svarīgākais ietekmējošais faktors apģērba izvēlē ir sabiedrības nostāja un modes tendences.



2.6.att. Apģērba izvēli ietekmējošie faktori Latvijas skolēnu atbildēs

Savukārt uztura izvēles aspektu analīzē pārliecināties, ka skolēni neņem vērā nevienu no piedāvātajiem aspektiem un tikai 30 % respondentu preces ekoloģiskums ir noteicošs preces izvēlē (skat. 2.7.att.).



2.7.att. Uztura izvēli ietekmējošie faktori Latvijas skolēnu atbildēs

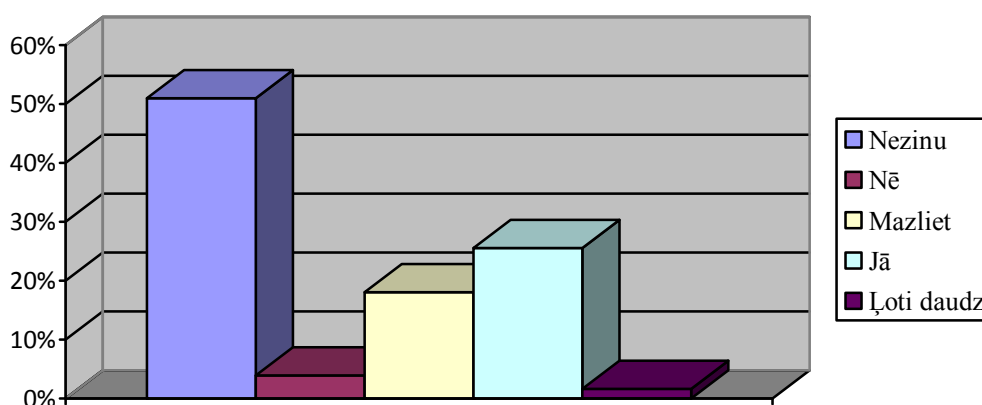
Rezultāti parāda, ka skolēniem ir nepietiekamas zināšanas par preces izvēli ietekmējošajiem aspektiem saistībā ar ilgtspējīgas attīstības izglītības pamatnostādņem. Tas nozīmē, ka patērētāji izglītības saturā ir jāiekļauj tēmas par patērētāju ietekmi uz vidi, sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz patērētāju, kā arī preču un pakalpojumu kvalitāti, drošumu un ilgtspējību.

Anketas trešais jautājumu bloks „Attieksme pret paša izvēli patērēšanā” saistījās ar skolēnu attieksmi pret paša izvēli patērēšanā. Šajā jautājumu blokā tika ietverti četri apgalvojumi:

- Patērētāji izglītība sekmē mana dzīves stila veidošanu.
- Pusaudži manā vecumā, arī es, patērē ļoti daudz.
- Tā ir pirmā reize, kad es domāju par personīgo patēriņu.
- Efektīva patērēšana ir viena no manām vērtībām.

Analizējot pirmo apgalvojumu (skat. 2.8.att.), redzam, ka 51% Latvijā aptaujāto respondentu (156 no 306 aptaujātajiem) atbild „nezinu”, kā arī atbilžu procentuālais sadalījums variantos „nē” (12 atbildes, 4 %) un „mazliet” (55 atbildes, 18 %) ļauj izdarīt secinājumus, ka :

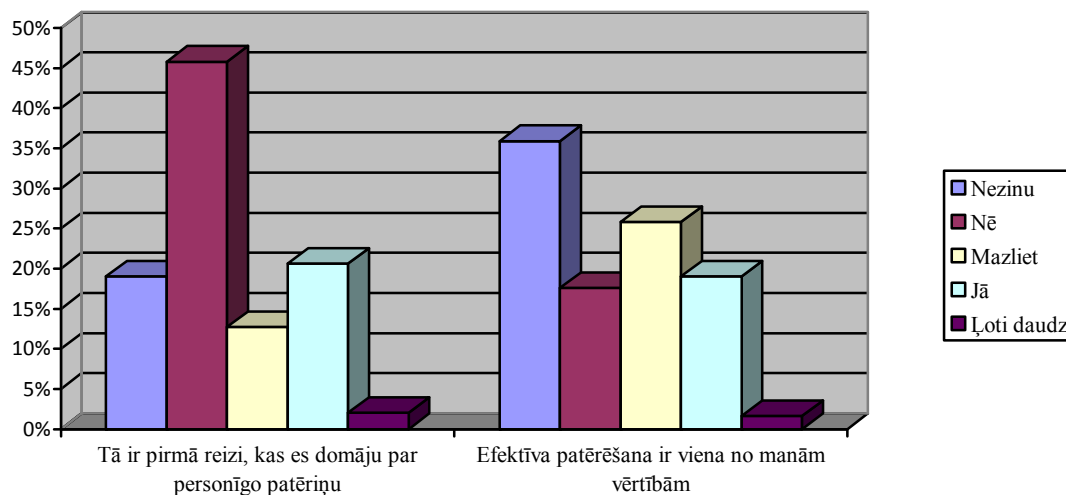
- izglītības saturs Latvijā pagaidām nenodrošina patērētāji izglītības saturā ietilpstošo dzīves prasmju apguvi vispārīzglītojošā skolā, kā arī nav tāda mācību priekšmeta, kāds eksistē Eiropas izglītības sistēmā;
- gaidīto rezultātu nesekmē arī kopš 2005.gada Latvijas skolās ieviestais pamatizglītības standarts, kaut gan tas paredz dažāda veida dzīves prasmju tēmu integrēšanu citos mācību priekšmetos.



2.8.att. Pusaudžu attieksme pret patērētāji izglītības lomu personīgā dzīvesstila veidošanā

Pētījumā netika analizētas skolēnu zināšanas par terminiem „patērētāji izglītība” un „dzīvesstils”, kas , iespējams, mainītu atbilžu izvēli.

Atbildes uz trešā un ceturtā šī bloka apgalvojumiem liecina, ka apmēram 46% skolēnu par patēriņa jautājumiem jau ir domājuši, bet apmēram 35% respondentiem anketas jautājumi lika pirmo reizi analizēt šāda veida problēmas un domāt par tām. Analizējot Latvijas skolēnu atbildes, var secināt, ka lielākajai daļai respondentu efektīva patērēšana nav vērtība, jo kopumā 243 respondenti jeb 78 % aptaujāto nav domājuši par patērēšanas efektivitāti (skat.2.9.att.).

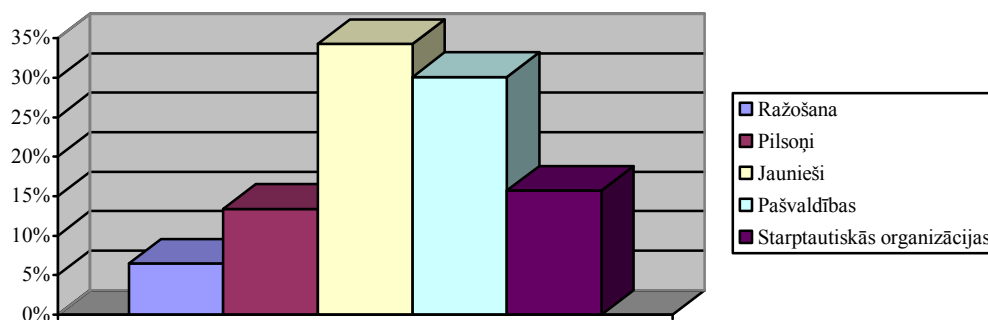


2.9.att. Latvijas skolēnu atbildes par attieksmi pret personīgo patēriņu

No respondentu atbildēm var secināt, ka skolēni maz pievērš uzmanību personīgajam patēriņam un tā analīzei. Tas nozīmē, ka viņiem ir nepietiekamas zināšanas un izpratne par efektīvu patēriņu, resursu izlietošanu un finanšu plānošanu. Līdz ar to secinām, ka patērētājizglītības saturā ir jāiekļauj tēmas par personīgo finanšu plānošanu, risku izvērtēšanu, resursu izlietojumu un taupīšanu, kā arī personīgā patēriņa analīzi, balstoties uz vēlmju un vajadzību atšķirībām.

Ceturtā bloka „Atbildība un ietekme” jautājumi saistāmi ar atbildības un ietekmes jēdzieniem patērētāju darbībā. Šī daļa orientēta uz pusaudžu līdzdalības iespējām cilvēku ikdienas apstākļu uzlabošanā un labākas nākotnes nodrošināšanā.

Analizējot respondentu atbildes par indivīdu ikdienas apstākļu uzlabošanu ietekmējošajiem faktoriem, var secināt, ka Latvijas skolēni atzīst katra cilvēka un pilsoņu kopumā atbildību labākas nākotnes veidošanā (skat. 2.10.att.). Tomēr vairāk kā puse (52,3%) pusaudžu dzīves kvalitātes un ikdienas uzlabošanu joprojām gaida no citiem, atbildot, ka cilvēka ikdienu var uzlabot starptautiskas organizācijas, pašvaldības, kā arī industrija un ražošana.



2.10.att. Skolēnu atbildes par atbildīgajiem cilvēku ikdienas uzlabošanai

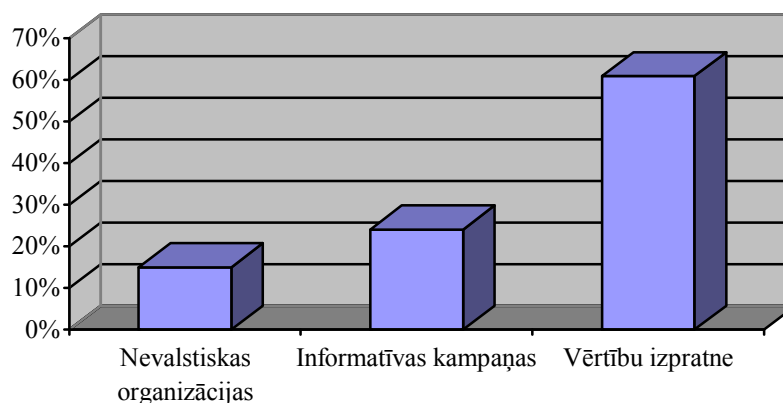
Salīdzinājumā ar aptaujas rezultātiem Latvijā, caurmērā 46% pasaules pusaudžu redz pilsoņus kā ļoti atbildīgus, vidēji 38% uzskata jaunatni kā galveno atbildīgo, turpretī 36% – sevi pašu par pilnīgi atbildīgu. Par valdību un starptautiskajām organizācijām, piemēram, par tādu kā Apvienoto Nāciju Organizācija, atbilstoši balso 44% un 40% respondentu. Tajā pašā laikā tikai 32% aptaujāto uzskata ražotājus kā individu dzīvi ietekmējošu faktoru.

Rezultātā var izdarīt secinājumu, ka Latvijas skolēni neizprot individuālās līdzdalības lomu sabiedrībā norisošajos procesos, vēloties, lai viņu un citu cilvēku dzīvei nozīmīgus lēmumus pieņemtu sabiedriskās organizācijas, pašvaldības un ražotāji.

Jautājumu blokā „Atbildība un ietekme” skolēniem tika piedāvātas 3 alternatīvas, lai atbildētu uz jautājumu par atbildīgajiem sabiedrības labākas nākotnes nodrošināšanā:

- nevalstiskās organizācijas (NVO), kuras nodarbojas ar dabas aizsardzības un ētiskiem jautājumiem;
- iesaistīšanās informēšanas kampaņās par vides piesārņojuma, enerģijas izlietojuma vai citiem ar patēriņu saistītiem jautājumiem;
- biežāka pievēršanās faktiem kā mēs dzīvojam un no kurienes mūsu lietošanā ienāk esošie priekšmeti, mantas, pārtika u.c.

Analizējot rezultātus, var secināt, ka Latvijas 187 (61%) no 307 aptaujātajiem skolēniem, tāpat kā respondenti pasaulē, izvēlējās biežāk analizēt savu patēriņu un preču izcelsmi, mazāk uzsvērtā tika iesaistīšanās vides aizsardzības pasākumos, kā arī nevalstisko organizāciju nozīme (skat. 2.11.att.).



2.11.att. Latvijas skolēnu domas par atbildīgajiem sabiedrības labākas nākotnes nodrošināšanā

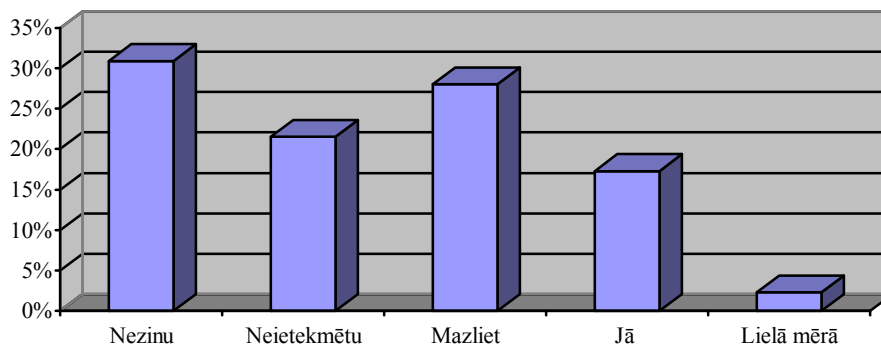
Konstatēts pozitīvs fakts, ka daļa pusaudžu redz sava patēriņa potenciālu vides uzlabošanai, tomēr atbalsta trūkums nevalstiskām organizācijām un nepietiekama skolēnu iesaiste informatīvajās kampaņās Latvijā ir satraucoša tendence, jo tieši tām ir svarīga lomu pasaulē.

Atbilžu analīzes rezultātā var izdarīt secinājumu, ka Latvijas skolēni labprātāk analizē individuālo patēriņu, bet nav gatavi piedalīties sabiedriskajās norisēs. Tas nozīmē, ka patērētāji izglītības saturā ir jāiekļauj tēmas, kuras dotu iespēju skolēniem attīstīt līdzdalības prasmes.

Pēdējā jautājumu blokā „Patērētāja ietekmes izpratne lokālā, nacionālā un starptautiskā līmenī” vērtēšanai tika sagatavoti trīs apgalvojumi:

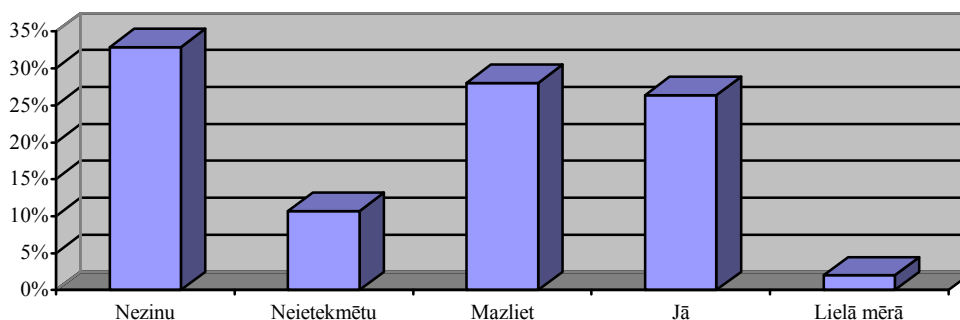
- mana darbošanās varētu ietekmēt pasaulē notiekošo procesu uzlabošanu;
- mana darbošanās varētu ietekmēt pilsētā vai pagastā notiekošo procesu uzlabošanu;
- mana darbošanās varētu ietekmēt manu paša dzīvi.

Analizējot pirmā apgalvojuma rezultātus, var secināt, ka liela daļa (31%) skolēnu nezina savas ietekmes sekas pasaules sociālo, ekonomisko un politisko procesu norisē un tikai 19% pusaudžu izprot individuālās līdzdalības nozīmi (skat.2.12.att.).



2.12.att. Skolēnu uzskati par iespējam ietekmēt pasaulē notiekošos procesus

Otrā apgalvojuma rezultāti parāda, ka skolēni nezina arī savas līdzdalības iespējas savas dzīvesvietas uzlabošanā, tomēr gandrīz 30 % respondentu izprot savas darbošanās ietekmi uz pilsētā vai pagastā norisošo procesu uzlabošanu (skat.2.13.att.).



2.13.att. Pusaudžu domas par iespējam ietekmēt dzīvesvietā notiekošos procesus

Tas liecina, ka respondenti redz potenciāli lielākas iespējas darbībai vietējā līmenī nekā viņu darbību ietekmei globāla līmeņa procesos. Salīdzinot šos rezultātus ar pasaules respondentu atbildēm, redzams, ka pasaulē vidēji 45% pusaudžu zina savu darbību ietekmi uz pasaules sabiedrībā norisošajiem procesiem. Tajā pašā laikā 59% pasaules respondentu uzskata, ka viņu darbības ietekmē arī viņu pilsētā notiekošos procesus.

Līdz ar to var izdarīt secinājumu, ka patērētāji izglītības saturā ir jāiekļauj tēmas par individuālo patēriņu, tā ietekmi uz personīgo dzīvi un skolēna līdzdalības iespējām sabiedrībā norisošajos sociālajos, ekonomiskajos un politiskajos procesos.

Veiktais pētījums Latvijā un datu salīdzināšana ar pasaules līmeņa UNEP/ UNESCO pētījumu rezultātiem deva iespēju izdarīt secinājumu, ka pasaulē anketēšana patērētāji izglītības jautājumos sākotnēji veikta jau 1999.-2000.gados, kad Latvijā tikai ienāca pirmās vēsmas par šāda

veida terminiem un izglītību. Skolēnu anketēšana Latvijā bija pirmais solis pētījumā par skolēnu patērētājizglītību. Veiktais pētījums parādīja, ka pamatizglītības mācību procesā ir nepieciešams integrēt patērētājizglītības tēmas, kas dos iespēju veicināt skolēnu kā patērējošu pilsoņu izglītību un līdzdalību sabiedrībā norisošajos procesos.

Rezultāti atklāja atšķirības dažādu valstu patērētājizglītībā, darbībā un vērtībās, kā arī ļāva raksturot dažādu valstu patērētāju līdzības:

- patēriņa ekoloģiskais efekts tiek uztverts kā saikne ar produktu lietošanu un pārstrādes procesu vairāk nekā saikne ar iepirkšanās rīcību;
- produktu cena un kvalitāte ir svarīgākas nekā tas, kas ir ekoloģiski draudzīgs;
- Latvijas un ārzemju respondentiem ir kopīgas vērtības un attieksmes patērēšanas sfērā;
- atbildību par ikdienas apstākļu uzlabošanu pusaudži attiecina gan uz savu līdzdalību, gan starptautisko organizāciju, pašvaldību un ražošanas darbību;
- pusaudžu rīcībai lokālā vidē ir lielāks potenciāls nekā globālajā.

Pilotpētījuma rezultātā var izdarīt secinājumu, ka Latvijā skolēni nezina un neizprot dažādus iepriekšmitētos patērētājizglītības jautājumus, kas ietekmē viņu personīgo dzīvi un līdzdalību dažādos procesos, kā arī nespēj uzņemties atbildību par savas darbošanās sekām.

2.2.3. Patērētājizglītības satura apguves programmas izstrāde un metodoloģiskais pamats

Pasaules ekonomiskās krīzes rezultātā sabiedrībā ir izveidojušās vairākas patērētāju grupas:

- 1) patērētāji, kuri, zaudējot darbu, īpašumus un personīgos ietaupījumus, ir samaksājuši augstāko cenu par problēmām, kuras paši nav radījuši;
- 2) patērētāji, kuri nevēlas vai nespēj līdzdarboties uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā;
- 3) patērētāji, kuri joprojām var atļauties veidot patēriņu un attīstīt individuālo līdzdalību sabiedrībā norisošajos sociālajos, ekonomiskajos un politiskajos procesos (*Dahl, 2009*).

Patērētāja lēmumu pieņemšanu ietekmē piecas individuālo atšķirību pamata kategorijas: pircēja iespējas, zināšanas, attieksme, motivācij, individualitāte, vērtības un dzīves stils, tāpēc skolai ir svarīga nozīme patērētāja rīcības, attieksmju un uzņēmības veidošanā:

- dodot skolēniem iespēju piedalīties projektu realizācijā, praktisku uzdevumu un pētniecisko darbu veikšanā;
- atbalstot neordinārus problēmu risinājumus un uzlikt skolēniem atbildību par kādu pasākumu organizēšanu, darbības plānošanu un realizēšanu;
- liekot skolēniem kritiski pieiet savas darbības izvērtēšanai, kā arī mācīties pieņemt un spēt analizēt konstruktīvu kritiku u.c.

Globalizācijas un jaunās ekonomikas ienestās pārmaiņas būtiski ietekmē sabiedrības dzīvi kopumā un katru indivīdu atsevišķi. Tas rada nepieciešamību mainīt skolas un izglītības sistēmu atbilstoši pārmaiņām. Šodienas skolēni pieaugušo cilvēku dzīvē nokļūs pēc pieciem, desmit gadiem, tātad šodienas skolai skolēnu jā sagatavo rīcībai situācijās, kuras tiek prognozētas nākotnē (Riemere, 2009). Katrai patērētāju grupai ir dažādas vajadzības patērētāji izglītības jomā, paredzot zināšanu dalīšanu vispārējās zināšanās, kas jāapgūst katram cilvēkam, un specifiskās zināšanās noteiktu darbību veikšanai ikdienas problēmu risināšanā, kas rada nepieciešamību patērētāji izglītības satura īstenošanā iesaistīt izglītības iestādes, skolēnu ģimenes, dažādas organizācijas un iestādes (skat. 2.11. tabulu).

2.11. tabula

Patērētāji izglītības satura īstenošanā iesaistītās institūcijas

Institūcija	Loma patērētāji izglītības problēmu risināšanā
Izglītības iestādes	<i>Atbalstot</i> patērētāju prasmju attīstību kā daļu no sagatavošanās procesa pieaugušo dzīvei, <i>pētot</i> ceļus, kā ietvert patērētāji izglītības saturu mācību procesā visās izglītības pakāpēs.
Vecāki	<i>Palīdzot pusaudžiem</i> izprast personīgās patērētāji uzvedības veidošanu, balstoties uz personīgo patērētāja pieredzi resursu nelietderīgas izmantošanas ierobežošanas, vides aizsardzības u.c. jautājumos mainīgos ekonomiskos, politiskos un sociālos apstākļos.
Rūpniecības un komercuzņēmumi	<i>Cenšoties nodrošināt</i> kvalitatīvas mācības un izglītību darbiniekiem un biedriem attiecībā uz patērētāju līdzdalību sabiedrībā norisošajos procesos, <i>palīdzot viņiem apzināties</i> savas tiesības un pienākumus, <i>sniedzot kvalitatīvu informāciju tirgū</i> , lai patērētāji varētu izdarīt pareizu izvēli.
Valdība	<i>Veicinot likumdošanas izmaiņas, atbalstot izglītības vajadzības</i> patērētājiem, <i>nododot informāciju</i> pilsoņiem un <i>piešķirot</i> nepieciešamos līdzekļus pašvaldību līmenī.
Sabiedrība un brīvprātīgās organizācijas	<i>Atbalstot patērētāju izglītības nepieciešamību kā mūžizglītības</i> sastāvdaļu un <i>nodrošinot informāciju un padomu</i> dažādos patērētāji izglītības jautājumos vides, sociālā un ilgspējības kontekstā.
Masu saziņas līdzekļi	<i>Nodrošinot kvalitatīvas mācīšanās iespējas</i> jauniešiem un pieaugušajiem, izmantojot tradicionālas un jaunas saziņas metodes, lai nodrošinātu patērētājus ar informāciju patērētāja uzvedības un līdzdalības attīstībai ilgspējības kontekstā.
Patērētāju organizācijas	<i>Atbalstot patērētāju izglītību</i> skolās un pieaugušo izglītībā tā, lai viņi var kļūt par aktīviem, informētiem, prasmīgiem un atbildīgiem patērētājiem.

Pedagoģiskajā literatūrā termins „mācību saturs” cieši saistāms ar jēdzienu „izglītības saturs”. A.Špona (1996) norāda, ka izglītības saturs ir „zināšanas, prasmes, iemaņas, attieksmes, paradumi, kuri darbības procesā veidojas par vērtībām. Lietas, fakti, parādības, ko cilvēks pārdzīvo kā sev būtiski nozīmīgas un sekmē viņa personības pilnveidošanos, ir pedagoģiskās vērtības”. M.Skatkins (1983) izglītības saturu raksturo kā zināšanu sistēmu par dabu, sabiedrību, domāšanu, tehniku, darbības veidiem, vispārīgu intelektuālu un praktisku iemaņu un prasmju sistēmu, kuras ir daudzu konkrētu darbību pamatā, jaunrades pieredzi, tās galvenās iezīmes, kura cilvēce pakāpeniski uzkrājusi sabiedriskās un praktiskās darbības attīstības procesā, pieredzi, kas saistīta ar cilvēku attieksmi pret apkārtējo pasauli, citam pret citu, t.i., voluntārās, morālās, estētiskās, emocionālās audzinātības sistēmu. Dz.Albrehta (2001) uzskata, ka izglītības saturu nosaka zinātnes, kultūras, ražošanas spēku attīstības līmenis, uzdevumi, kādus sabiedrība izvirza skolai konkrētā vēstures posmā. Savukārt, I.Kuliša (2010) norāda, ka izglītības saturs sevī ietver mācīšanas un mācīšanās saturu, t.i., mācību vielas, apgūstamo zināšanu, prasmju un attieksmju kopumu mijsakarībās kā veselumu.

D.Fišers (Fisher,2013) uzskata, ka mācību procesā skolēna kā patērējoša pilsoņa darbība tiek veidota divējādas ietekmes rezultātā. No vienas puses, skolās mācību process tiek veidots kā ilgtspējīga patēriņa izglītības piedāvājums, kas veicina skolēnus analizēt un apzināt savu patēriņu (formālā izglītība), no otras puses, skolas kalpo kā vieta, kurā sabiedrības locekļi patērē un apspriež ar patēriņu saistītus jautājumus (neformālā izglītība). Šādā veidā izpaužas dubultais mācību procesa ietekmējošais raksturs, kas dažādos veidos palīdz veidot jauno patērētāju izglītību un līdzdalību sabiedrībā.

Patērētāji izglītības satura ieviešanas mērķis ir veicināt sociāli aktīvas un izglītotas personības veidošanos, kas, balstoties uz ekonomikas likumsakarībām, pamatotu izpratni par demokrātiskā sabiedrībā notiekošajiem sociālajiem un ekonomiskajiem procesiem, spētu dzīvot, pilnvērtīgi un aktīvi līdzdarboties mūsdienu sabiedrībā.

Ministru kabineta 2013.gada 6.augusta noteikumos Nr.530 „Noteikumi par valsts pamatizglītības standartu, pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem un pamatizglītības programmu paraugiem” ir noteikts, ka „pamatizglītības programmu galvenie mērķi ir:

1. nodrošināt izglītojamo ar sabiedriskajai un personiskajai dzīvei nepieciešamajām pamatzināšanām un pamatprasmēm;
2. radīt pamatu izglītojamā turpmākajai izglītībai;
3. veicināt izglītojamā harmonisku veidošanos un attīstību;

4. sekmēt izglītojamā atbildīgu attieksmi pret sevi, ģimeni, sabiedrību, vidi un valsti.”

(<http://www.likumi.lv>)

Tāpēc, ievērojot nostādnes Noteikumos par pamatizglītības standartu, var rekomendēt skolā katrā mācību priekšmetā pielietot patērētāju izglītojošos aspektus (ekonomisko, vides, sociālos, veselības u.c.). Mācību satura atlasī nosaka arī MK noteikumos Nr.530 izvirzītie izglītošanās aspekti:

- mācīšanās un praktiskās darbības aspekts – skolēnu spēja, mācoties patstāvīgi un kopā ar citiem, iegūt mācīšanās un mācīšanās pieredzi;
- matemātiskais aspekts – skolēnu spēja meklēt, atlasīt, sistematizēt informatīvos materiālus ar skolotāja un citu skolēnu palīdzību vai patstāvīgi un lietot tos kopdarbībā un patstāvīgi;
- pašizpaušmes un radošais aspekts – skolēnu vispārīgo, mācīšanās, kritiskās domāšanas, komunikatīvo, sadarbības un vērtēšanas spēju attīstība un to lietošana sadarbībā un patstāvīgajā mācību izziņas darbībā sociokultūras kontekstā;
- morālais un estētiskais aspekts – kultūru kopredzējums, izpratnes par cilvēku tiesībām uz vienlīdzību attīstība;
- saziņas aspekts – valodas lietošanas, publiskas uzstāšanās un sava viedokļa pamatošanas prasmes attīstība;
- analītiski kritiskais aspekts – mācīšanās sociokultūras kontekstā kā cilvēku sociokultūras zināšanu apguve Eiropas kontekstā un spēja salīdzināt tās, saredzēt vienojošo un atšķirīgo, respektēt cita cilvēka tiesības un tradīcijas;
- sadarbības aspekts – mācīšanās sadarbībā ar citiem kā apgūto un jauno sociokultūras zināšanu, prasmju, vērtību un attieksmju apzināta apguve, brīvprātīgi izmantojot cita palīdzību, kopā ar citiem, palīdzot citiem (*MK noteikumi Nr 530, 2013*).

Pasaules ekonomiskajā, kultūras, tehnoloģiskajā vienotībā un daudzveidībā, pāreja uz informācijas sabiedrību ir modernās pasaules raksturīgākā iezīme, kuras priekšnoteikumi saistās ar jau pamatskolā skolēnu iegūtās patērētājiizglītības kvalitāti, kura attīstītajās Eiropas valstīs (Spānija, Vācija, Apvienotā Karaliste, Nīderlande u.c.) pamatojas uz KOPABI (COBACE) didaktiskajiem soļiem (skat. 2.12.tabulu).

Patērētājizglītības didaktiskie soļi (COBACE, 2001)

Piedāvātie soļi	KOPABI soļu apraksts	KOPABI soļi ieviešanai Latvijas izglītības sistēmā
1. solis	Pieredzes un attieksmju veidošana, kas virzīta uz atbilstošu un drošu ikdienas preču atpazīšanu, lietošanu un to vērtības noteikšanu.	Mācību procesā, veidojot patērētāja pieredzi un attieksmes, izmantojot vēlmju un vajadzību atšķirību, preču kvalitātes noteikšanas, kvalitātes un cenas attiecību analīzi ilgspējības kontekstā.
2. solis	Patēriņa veidu izpratnes veidošana, kas balstīta uz eksperimentiem, radošo darbu un praktiskās darbības pieredzi, kas virzīta uz informācijas izpēti, patērētāju aizsardzības veicināšanu un patērētāju tiesību ievērošanu.	Individuālā patēriņa izpratnes attīstīšanai mācību procesā tiek izmantotas pētnieciskās metodes: problēmuzdevumu risināšana, gadījumu analīze, darbs ar informācijas tehnoloģijām, informācijas apkopošana un analīze.
3. solis	Patērētāja uzvedības veidošana, nostiprinot zināšanas par patērētāja tiesībām, kas vērsta uz patērētāju sabiedrības radīto seku kritisku analīzi.	Mācību procesā tiek veidota patērētāja uzvedība, tās analīzē balstoties uz tiesiskajiem, vides un ilgspējības aspektiem.
4. solis	Praktiskās darbības veidošana, kas vērsta interesēm un vajadzībām, balstoties uz patērētāju izglītību un pieredzi.	Mācību procesā notiek patērētāja praktiskās darbības attīstība, balstoties uz dažādu patērētāja darbības situāciju analīzi, kas pamatota ar iegūtajām zināšanām un pieredzi.

Pedagoģijas zinātnē Latvijā un praksē norisinās pastāvīgi mācību likumsakarību meklējumi, to pamatā ir didaktikas principu sistēma. Visi didaktiskie principi ir saistīti un caurvij viens ar otru, tāpēc tos var definēt kā sistēmu, kuru veido saturīgi un organizatoriski metodiski principi. Šāds iedalījums ir nosacīts, jo katrs princips neaprobežojas ar savas grupas ietvariem, tas ir metodiski loģisks, jo palīdz rast atbildi uz diviem galvenajiem jautājumiem: ko un kā mācīt (*Kuliša, 2010*).

Līdz ar to varam secināt, ka KOPABI (COBACE) piedāvātie didaktiskie soļi patērētājizglītības ieviešanai norāda uz būtiskām iespējām arī Latvijas izglītībā jau pamatskolā sekmēt skolēniem pieredzes veidošanos, attieksmes, izpratni par individuālo patēriņu, patērētāja uzvedības un praktiskās darbības veidošanos patērētājizglītības jomā, uzsverot vēlmju un vajadzību atšķirības un to ietekmi uz personīgo un sabiedrības dzīvi, veicinot personīgo finanšu līdzekļu plānošanu un vadīšanu, attīstot skolēnu prasmi analizēt personīgo patēriņu, sabiedrības un ražotāju ietekmes sekas, kas pilnveido pusaudžu kā patērējošu pilsoņu izglītību un veicina apzinātu un atbildīgu līdzdalību uz ilgspējīgu attīstību un tīrām attiecībām orientētā sabiedrībā.

Promocijas darba ietvaros tika noteikti patērētāja rīcības posmi un tos ietekmējošie faktori (skat. 2.14.att.), kuru apguves rezultātā skolēnam ir iespēja veidot savu patērētāja darbību atbilstoši patērētājizglītībā izvirzītajam mērķim un ilgspējīgas attīstības principiem.



2.14.att. Patērētāja rīcības posmi lēmuma pieņemšanā

Ņemot vērā augstākminētos patērētāja rīcības posmus un to ietekmējošos faktorus, pamatojoties uz sociālās mācīšanās teoriju (Bandura,1977, Lee, Conroy, Hii,2003), ilgtspējīgas attīstības teoriju (Davis,2009, Salīte,2002), MK noteikumu Nr.530 un izglītības standartu analīzi (skat. 4.-7.piel.), promocijas darba ietvaros tika izstrādāta programma „Patērētāji izglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētāji izglītības veidošanai pamatskolā” (turpmāk - Programma) skolēnu individuālās patērētāji izglītības attīstībai ar mērķi sniegt 8.- 9 klases skolēniem iespēju:

- apzināt vēlmju un vajadzību ietekmi uz personīgo dzīvi un sabiedrībā norisošajiem procesiem;
- apgūt personīgo finanšu resursu plānošanas un vadīšanas prasmes;
- analizēt patērētāju ietekmi uz vidi, sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz patērētāju, kā arī preču un pakalpojumu kvalitāti, drošumu un ilgtspējību;
- analizējot patērētāja rīcību, attīstīt līdzdalības prasmes ilgtspējīgai attīstībai uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā.

Programmā ietverts patērētāji izglītības mērķis, uzdevumi, mācību saturs, mācību satura apguves secība, aprakstītas izmantojamās mācību metodes, uzskaitīti mācību satura apguvei

nepieciešamie mācību līdzekļi un noteikti kritēriji skolēnu sasniegumu vērtēšanai (skat. 11.piel.). Neatkarīgi no patērētāja grupas, kurai pieder skolēns, visiem ir iespēja apgūt piedāvāto patērētājizglītības saturu, kas skatāms 2.13.tabulā.

2.13.tabula

Mācību satura plānojums

Patērētājizglītības saturs	8.klase	9.klase
Patērētāju vajadzības un uzvedība	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par vēlmju un vajadzību atšķirībām; - attīsta prasmi ņemt vērā citu vajadzības; - pilnveido iecietīgu attieksmi pret citu indivīdu vēlmēm un vajadzībām; - analizē savu vajadzību ietekmi uz personīgo dzīvi. 	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par izvēli un resursu ierobežotību; - attīsta prasmi diskutēt par izvēles ietekmi uz sabiedrības procesiem; - pilnveido prasmi analizēt savas izvēles sekas vides un sociālā kontekstā.
Personīgo resursu vadīšana	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mācās budžeta sastādīšanas un pārvaldīšanas principus; - apgūst prasmi plānot personīgos finansu līdzekļus; - attīsta apzinātu un atbildīgu attieksmi pret resursu izlietojumu. 	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par personīgo finansu līdzekļu vadīšanas nepieciešamību; - attīsta prasmi ierobežot nelietderīgu resursu izmantošanu; - apzinās un novērtē naudu kā vērtību.
Patērētāji tirgū	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par patērētāju ietekmējošajiem aspektiem; - mācās noteikt sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz personīgajām vēlmēm un vajadzībām; - pilnveido prasmi analizēt informāciju un uzņemties atbildību. 	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma rādītājiem; - attīsta prasmi izmantot informāciju kvalitātes un drošuma noteikšanai; - apzinās patērētāju ietekmes uz ražotājiem veidošanos un nozīmi.
Patērētāju tiesības un pienākumi	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par ilgtspējīgu preču marķējumu; - pilnveido prasmi samazināt sadzīves atkritumu daudzumu; - attīsta apzinātu un atbildīgu attieksmi pret videi draudzīgu produktu patēriņu; - attīsta izpratni un mācās aizstāvēt savas patērētāja tiesības. 	<p>Skolēns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attīsta izpratni par patēriņa ietekmi uz sabiedrības procesiem; - attīsta prasmi analizēt patērētāja rīcību; - pilnveido prasmi analizēt informāciju un izmantot savas patērētāja tiesības ikdienas dzīvē; - aktīvi un atbildīgi iesaistās sabiedrībā norisošajos procesos.

Programmas saturs ir veidots integrētām mācībām patērētājiizglītības apguvei, kas ir viens no mācīšanās visaptverošajiem veidiem. Tas balstās uz skolēnu vajadzībām un interesēm, saistot to ar skolēna ikdienas dzīvi, vēlmēm un praktisko pielietojumu (dzīves un mācību satura kopsaistība – dzīves pieredze – dzīvei), rosinot skolēnus veikt patstāvīgi zināšanu pārņemšanu un sekmēt pašizglītību, skolēnu izpratnes saikni starp indivīdiem un sabiedrību. Dž.Knaps (*Knapp,1990*) uzskata, ka patērētājiizglītība attīsta kritisko domāšanu, kas palīdz efektīvāk izpildīt patērētāja funkcijas tirgū, nodrošina patērētāja dzīves prasmju attīstību, rada pašpārliecinātību un neatkarību, veicina stabilas vērtību sistēmas izveidi, kā arī sekmē dzīves kvalitātes uzlabošanu. Tas, savukārt, palielina sabiedrības apmierinātību jau esošajā ekonomiskajā sistēmā (*Langrerh,1979*), pie kam Dž.Knaps uzsver, ka „informēts patērētājs kļūs par apmierinātu patērētāju” (*Knapp, 1990*).

Par pamatu tiem tiek ņemta uz skolēna darbību orientēta pieeja (*Asoodeh, Zarepour,2012, Katane,2005, Paisi Lazarescu,2013,*) lai palīdzētu viņiem kļūt kritiskiem un apzinīgiem sava dzīves veida izvēlē tā, lai patēriņš nodrošinātu ikviena pamatvajadzības, attīstītu cilvēka iespējas, nodrošinātu sociālo atbildību un ilgtspējību.

Mācību saturs tiek plānots atbilstoši klašu līmeņiem 8. un 9.klasei. Apgūstot tēmu „Patērētāju vajadzības un uzvedība”, 8.klasē skolēni iegūst zināšanas par individuālajām un sabiedrības vēlmēm un vajadzībām, to atšķirībām un ietekmi uz personīgo patērētāja uzvedību lēmumu pieņemšanas procesā. Pusaudži attīsta prasmi respektēt citu cilvēku un sabiedrības vajadzības, iegūst prasmes organizēt personisko finansiālo līdzekļu plānošanu un vadīšanu, kas balstās uz vajadzību un resursu sabalansētību. Skolēniem tiek piedāvāta iespēja pilnveidot iecietīgu attieksmi pret citu indivīdu vēlmēm un vajadzībām un analizēt savu vajadzību ietekmi uz personīgo dzīvi.

Savukārt 9.klases skolēniem tiek dota iespēja attīstīt zināšanas un izpratni par izvēli un resursu ierobežotību, kā arī pilnveidot prasmi diskutēt par izvēles ietekmi uz sabiedrībā norisošajiem procesiem. Mācību procesā skolēni pilnveido prasmi analizēt savas izvēles sekas vides un sociālā kontekstā.

Dažādie apguves līmeņi saistīti ar to, ka 8.klasē uzsvars tiek likts uz skolēna personīgajām vajadzībām un dzīvi, bet 9.klasē uz sabiedrībā norisošajiem procesiem un skolēna izvēles sekām saistībā ar vidi un sociālo kontekstu.

Patērētājs, apzinājis savas vēlmes un vajadzības, kā arī izanalizējis izvēles iespējas, realizē vajadzību apmierināšanu, veicot pirkumus, kurus ietekmē daudzi faktori. Viens no būtiskākajiem ietekmētājiem ir personīgais finansiālais stāvoklis, tāpēc patērētājiizglītības saturā tiek iekļauta tēma „Personīgo resursu vadīšana”, kuras ietvaros 8.klases skolēniem tiek dota iespēja mācīties budžeta sastādīšanas un pārvaldīšanas principus un apgūt prasmi plānot personīgos finansu

līdzekļus. Bez tam skolēni mācību procesā attīsta apzinātu un atbildīgu attieksmi pret resursu izlietojumu, kas veicina virzību uz ilgtspējīgu attīstību.

Šīs tēmas ietvaros, ievērojot pēctecības principu, skolēni 9.klasē attīsta izpratni par personīgo finanšu līdzekļu vadīšanas nepieciešamību un attīsta prasmi ierobežot nelietderīgu resursu izmantošanu, kā arī apzinās un novērtē naudu kā vērtību.

Ņemot vērā dažādos apguves līmeņus, 8.klases mācību saturā tiek uzvērta personīgā budžeta plānošanas nepieciešamība, bet 9.klasē skolēnu uzmanība tiek pievērsta resursu vadīšanas būtībai.

Programmas saturs ietver tēmu „Patērētāji tirgū”, kuras apguves procesā 8.klasē skolēni attīsta izpratni par patērētāju ietekmējošajiem aspektiem, mācās noteikt sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz personīgajām vēlmēm un vajadzībām, pilnveido prasmi analizēt informāciju un uzņemties atbildību. Savukārt 9.klasē skolēniem tēmas ietvaros tiek dota iespēja attīstīt zināšanas un izpratni par preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma rādītājiem, pilnveidot prasmi izmantot informāciju kvalitātes un drošuma noteikšanai un apzināt patērētāju ietekmes uz ražotājiem veidošanos un nozīmi.

Satura apguves dažādie līmeņi parāda, ka 8.klasē uzsvars tiek likts uz skolēna prasmi analizēt personīgo patēriņu ietekmējošo informāciju, savukārt 9.klasē uz preču drošuma analīzi un skolēnu prasmi iesaistīties sabiedriskajos procesos.

Veicinot skolēnu izpratni par ilgtspējīgu attīstību un līdzdalību sabiedrībā norisošajos procesos, patērētājiizglītības saturā tiek iekļauta tēma „Patērētāju tiesības un pienākumi”. Šīs tēmas ietvaros 8.klases skolēniem tiek dota iespēja attīstīt zināšanas un izpratni par ilgtspējīgu preču marķējumu un pilnveidot prasmi samazināt sadzīves atkritumu daudzumu. Pusaudži mācību procesā attīsta apzinātu un atbildīgu attieksmi pret videi draudzīgu produktu patēriņu, kā arī mācās aizstāvēt savas patērētāja tiesības.

Savukārt 9.klases skolēni šīs tēmas apguves procesā attīsta izpratni par patēriņa ietekmi uz sabiedrības procesiem, pilnveido prasmi analizēt patērētāja rīcību un tās sekas, analizēt informāciju un izmantot savas patērētāja tiesības ikdienas dzīvē, kā arī, balstoties uz iegūtajām zināšanām, veicināt ilgtspējīgu attīstību, aktīvi un atbildīgi iesaistīties uz tirgus ekonomiku orientētā sabiedrībā.

Analizējot dažādos apguves līmeņus, redzam, ka 8.klasē uzmanība tiek pievērsta individuālā patēriņa ietekmi uz apkārtējo vidi, bet 9.klasē tiek uzsvērta skolēna kā patērētāja rīcības ietekme uz sabiedrībā norisošajiem procesiem. Cilvēka prioritāšu vai uzskatu maiņas rezultātā arī mācīšanās process kļūst transformatīvāks: ikvienam ir iespēja kritiski pārdomāt jebkuru dzīves situāciju un kritiskās domāšanas rezultātā mainās uzskati par sevi un apkārtējo pasauli

(Fišers,2005, Marin, Halpern,2011, Popil,2011, Rubene,2008). Rezultātā skolēns progresē, kļūst patstāvīgāks un kritiski domājošāks kā indivīds, kurš ir apzinīgs un pārliecināts par sabiedrības apstākļiem un norisēm, pozitīvi noskaņots un gatavs nepārtraukti meklēt jaunas pieejas un nozīmes (Mezirow,1991).

Patērētājizglītības pamatā ir doma, ka mūsdienās lielāks uzsvars jāliek uz mācīšanās procesu, uz pētījumiem un problēmu risināšanu, uz izlasītā jēgas izpratni, uz spriestspējas izmantošanu rakstot, uz prasmi mācīties un patstāvīgu mācīšanās iemaņu attīstīšanu (Fišers,2005). Patērētājizglītības procesā skolēns piedalās, izvēlas, konstruē zināšanas un veido pieredzi ar skolotāja palīdzību. Skolotāja un skolēna efektīva mijiedarbība ietver ārējos resursus (mācību vide, līdzekļi, ar kuru palīdzību ārējā vai iekšējā iedarbībā notiek pāreja no mērķa uz reālu rezultātu) un iekšējos resursus (skolotāja un skolēnu motivāciju personības un pašattīstības veidošanās procesā), objektīvos faktoros, kas nosaka mācību sasniegumu efektivitāti (standarti, programmas, mācību līdzekļi, skolotāja un skolēna darbība, mācību metodes un paņēmieni, skolēnu izziņas darbība) un subjektīvos faktoros - skolotāju profesionalitāte, pedagogiskās kultūras līmenis, savstarpējo attiecību līmenis, radošās izaugsmes iespējas (Kuliša,2010).

2.2.3.1. Mācību metodes patērētājizglītības satura intergrētā apgūvē

I.Žogla (2001) norāda, ka mācības ir mērķtiecīgi organizēts divpusējs vienots mācīšanās un mācīšanas, pieredzes pārmantošanas process, kurā skolotājs palīdz skolēnam bagātināt mācīšanos, lai viņš sasniegtu savas individuālās attīstības iespējami augstu intensitāti, veidotu nepārtrauktas pašizglītības un pašaudzināšanas prasmi.

Patērētājizglītība ir starpdisciplināra, kuras koncepcijas var tikt iekļautas tādos mācību priekšmetos kā ekonomika, civilzinības, matemātika, bioloģija, ķīmija, valodas, biznesa studijas un mājas ekonomika (Consumer Education: A Blueprint for Action,1996). Patērētājizglītības mācību saturā uzsvars tiek likts uz veselības, vides un sociālo, kā arī drošuma u.c. aspektiem. Uzmanība tiek pievērsta arī tam, kā tehnoloģijas un jauni fakti var izmainīt patērētāju rīcību, viņu saimnieciskās darbības sekas un ietekmi uz apkārtējo vidi. Pusaudzīem jābūt informētiem, kā darbojas mūsdienīgs mārketingu un pārdošanas tehnikas, lai celtu viņu prasmi būt informētiem par patērētāju izvēli un lai viņi spētu ieņemt neatkarīgu pozīciju, veicot pirkumus un maksājumus, dzīvojot mūsdienu sabiedrībā un integrējoties mūsdienu sociālajā vidē (Danilāne,Ļubkina,2006).

UNESCO starptautiskās komisijas ziņojumā „Izglītība 21.gadsimtam” uzsvērts, ka pāreja uz 21. gadsimtu kā informācijas sabiedrību rada reālu vajadzību pēc faktu un likumsakarību apvienošanas un sistematizēšanas, lai nodrošinātu tādējādi ātrāku, precīzāku to uztveri,

iegaumēšanu, praktisko lietojamību (*Eiropas Baltā grāmata,1998*). Patērētāji izglītības satura apguves mērķis ir sasniedzams, patērētāji izglītības tēmas apgūstot integrēti visā pamatizglītības mācību procesā.

Vispārējā izglītībā mācību sistēma vērsta uz skolēna mācīšanos, kuras gaitā viņš gūst daudzveidīgu mācīšanās pieredzi – mācās izpildīt, atklāt vai risināt uzdevumus. Mācību organizācijā tiek akcentēts skolēna patstāvīgais un pētnieciskais darbs, kā arī mācību satura integrācija.

Mācību satura integrācijas problēmas vēl pirms eksperimentālās un teorētiskās psiholoģijas ir mēģinājuši risināt pedagogi V.Ratke (1571-1635), J.A.Komenskis (1592-1670), Ž.Ž.Ruso (1712- 1778), J.H.Pestalocijs (1746 -1827) u.c. Latvijā pētījumus par mācību satura integrāciju ir veikuši zinātnieki I.Žogla, R.Andersone, Z.Čehlova, Z.Grinpauks, A.Karule, Z.Anspoka u.c. Pētot zinātnieku teorijas par integrācijas procesu, redzam, ka mācību satura integrācija ir viena no aktualitātēm un izglītības programmu pilnveides ceļiem, piem., K.Lake (*Lake, www.nwrel.org*) norāda, ka integrēta programma un tās saturs tiek uzskatīts par starpdisciplināru, kas sagatavo skolēnus mācībām mūža garumā.

Analizējot integrēto mācību visaptverošu vides zinību saturu, tiek uzvērts, ka ķermeņa un dvēseles duālisms ir pamanāms arī izglītībā. Cilvēka empīriskā pasaule ir iedalīta zināšanās, sajūtās un motoriskās darbībās. Taču skolu praksē mācību priekšmeti, zināšanas, emocijas un praktiskās nodarbības ir viens no otra atdalīti. Tas parādās arī zināšanu objektivizēšanā, iekšējās pieredzes atdalīšanā no ārējās pieredzes, iekšējās nozīmības pastāvēšanas noliegšanā un aizmiršanā (*Karpjoki,1999*).

Mūsdienās viens no skolu reformu uzdevumiem ir dažādu jaunu mācību disciplīnu integrācijas meklējumi (*Aisyah,2013; Compton, Davis,2010; Ellerani, Gentile,2013; Koehler et al.,2007; Mishra, Koehler,2006; Osman et al.,2013*). Mācību satura integrācijas problēmas un to realizācijas aktualitāti pastiprina neapmierinoša mācību satura saskaņošana starp mācību priekšmetiem, palielināts skolēnu noslogojums, nepieciešamo integrēto mācību programmu un metodisko līdzekļu trūkums, kā arī citi faktori. Mācību satura, metožu, formu, līdzekļu un citu faktoru integrācija sekmē skolēnu un skolotāju sadarbību dažādu problēmu risināšanā. Tas ir kompleks mācību un audzināšanas uzdevumu risinājums caur sistematizētām zināšanām, mērķtiecīgumu to apgūvē, izzināšanas interešu paaugstināšanos mācību procesā, kas veicina nepieciešamo mācību formu un metožu dažādošanu skolā (*Burleson,2005; Ellerani, Gentile,2013; Flanagan, Jacobsen,2003; Godwin - Jones,2011, Mishra, Koehler,2006, Ndura, Nimuraba,2013*).

Patērētājizglītības satura integrācijas pamatā ir doma, ka skolēns varēs labāk integrēties sabiedrībā, jo viņš būs apguvis zināšanu kopumu kā vienotu veselumu, tādēļ pedagoģiskais process objektīvi satur arī nepieciešamību pēc integrācijas mācību darbā (*Voroncova,2001*).

Lielākajā daļā pasaules valstu (Norvēģija, Zviedrija, ASV, Krievija, Japāna u.c.) patērētājizglītība nav atsevišķs mācību priekšmets, bet tās saturs tiek integrēts citu priekšmetu apgūvē, kas dod iespēju secināt, ka patērētājizglītība ir starpdisciplināra nozare un tās saturā ir tēmas gan no sociālajām (finansu jautājumi), gan eksaktajām (vides jautājumi), kā arī humanitārajām (patērētāju tiesības) zinātnēm.

Patērētājizglītības satura integratīvais aspekts mācību procesā nosaka mācīšanās daudzpusīgo raksturu, kur īpašs uzsvars tiek likts uz skolēnu aktīvu iesaistīšanu mācību procesā, risinot ikdienas jautājumus un problēmas. Tā nav tikai zināšanu nodošana, bet arī darbības spēju attīstīšana un sabiedrības, kurā patērētāji atrodas, izpratne.

Promocijas darba ietvaros akcentējam, ka patērētājizglītības satura apguves process ir balstīts uz ilgspējīgas attīstības izglītības procesu un sociālo mācīšanos.

Sociālās mācīšanās procesā tiek izvirzīti četri galvenie elementi (*Wals,2009*): komunikācija (kalpo kā sociālās mācīšanās priekšnoteikums); sadarbība (var atklāt spriedzi starp vienprātību un pretrunīgumu); darbība un pārdomas. Tas nosaka, ka patērētājizglītības mācīšanās procesa transformācijai skolēnu mācīšanās procesā ir izmantojamas specifiskas mācību metodes, kuras atbilst sociālās mācīšanās teorijai un sociālās mācīšanās galvenajiem elementiem:

- aktīvās mācību metodes, kur mācīšanās notiek darbībā (*Moreno,2007; Reiner et al.,2009, Riischoff,2009, Rubana,2004; Schnotz, Rasch,2005; Дьюи,2000*), pamatojoties uz skolēnu sadarbību un komunikāciju;
- pētnieciskās metodes (problēmuzdevumu risināšana) un gadījumu analīze (*Fišers, 2005, Green et al.,2007, Kalnin,2009, Koehler et al.,2007*), kas dod iespēju aktīvā darbībā atklāt pretrunas indivīdu viedokļos, kas balstīti uz katra individuālajām vēlmēm, vajadzībām un izpratni par to īstenošanu;
- CLIL (Content and Language Integrated Learning) (*Brewster,2004; Drake,2004; Marsh,1994, Marsh, Lange,2000*) ļauj integrēt dažādu līmeņu programmas, dažādu saturu un dod iespēju bagātināt mācību saturu, formas un kvalitāti;
- darbs ar informācijas avotiem (*Audi, Gouia-Zarrad,2013, Burlerson,2005, Compton, Davis,2010, Flanagan, Jacobsen,2003, Godwin - Jones,2011, Mishra, Koehler,2006, Štikāne, Ušča,2013*), veicot gadījumu analīzi, lietojot palīgīdzekļus (telefons, masu mēdiji, dators, I-pad, I-phone utml.), novērtēt, izdarīt secinājumus un izmantot iegūto pieredzi jaunās ar patērētāja ikdienas dzīvi saistītās situācijās.

Mācību metožu izvēli nosaka stundas mērķi, uzdevumi un saturs, tomēr, izdarot izvēli, skolotājs ņem vērā arī skolēnu sagatavotību, interesi un savstarpējās attiecības.

Patērētājizglītības mācību procesā, izmantojot aktīvās mācību metodes (grupu darbs, lietišķās spēles u.c.) ir iespējams attīstīt skolēnu patstāvīgu domāšanu un prasmi vērtēt, spējas uzklaut un respektēt citu cilvēku viedokļus (*Ndura, Nimuraba,2013, Pimapunsri et all,2010*), prasmi izmantot esošo un iegūt jaunu pieredzi (*Jarvis et.al.,2003, Schnotz, Rasch,2005, Žogla,2001*), kā arī veicināt atbildību par individuālo patērētāja rīcību mainīgos ekonomiskajos un sociālajos apstākļos.

Mācību stundās, kurās tiek izmantotas pētnieciskās metodes (problēmu uzdevumu risināšana, gadījumu analīze, ekskursija, projekts), ir iespējams sistematizēt esošās un iegūt jaunas zināšanas (*Bybee et al.,2005, Dolmans et al.,2005, McKeown,2002, Merrill,2007, Moreno,2007, Дьюи,2000*), rast izpratni par patērētājizglītības tēmām, parādīt zināšanu praktisko nozīmi un iespējas pielietot tās ikdienas dzīvē.

Problēmu uzdevumu risināšanas metodes izmantošana ļauj mācīšanas procesu transformēt skolēnu mācīšanās procesā, kas izpaužas kā skolēnu aktīva līdzdalība mācību stundas norisē (skat. 2.14.tab.).

2.14.tabula

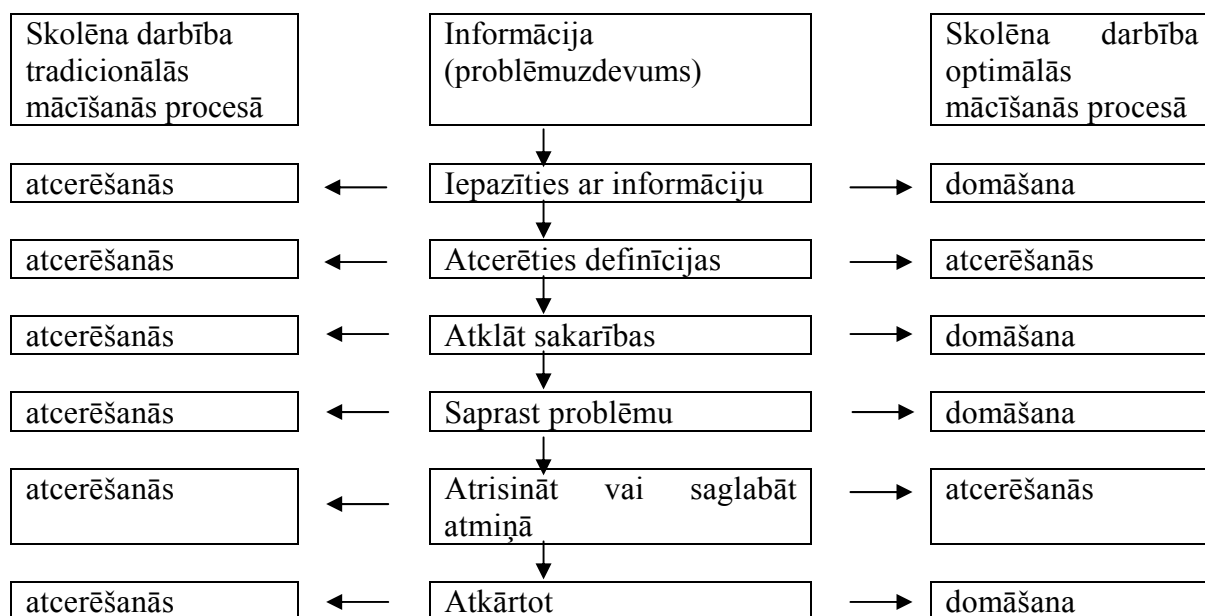
Tradicionālās mācību metodes un problēmu uzdevumu risināšanas metodes atšķirības

(*Mažeikienē&Lenkauskaitē,2011*)

Tradicionālā metode	Problēmu uzdevumu risināšanas metode
Analizējamais teorētiskais saturs maz saistīts ar reālo dzīvi.	Skolēni mācās pielāgot zināšanas reālajai dzīvei.
Skolēni – informācijas lietotāji.	Skolēni – informācijas radītāji.
Skolotājs jautā, skolēns atbild.	Skolēni ierosina jautājumus un meklē atbildes.
Skolēni mācās balstoties uz norādītajiem resursiem.	Skolēni mācās no paša izvēlētiem resursiem.
Skolēni pasīvi klausās lielas grupas ietvaros.	Skolēni darbojas nelielā grupā, risinot kopīgi izvirzītu problēmu, veicot gadījumu analīzi.
Skolēni mācās no skolotāja.	Skolēni mācās viens no otra.
Skolēni mācībās savstarpēji konkurē.	Skolēni mācās sadarbojoties.
Skolēni mācās, lai nokārtotu eksāmenu.	Skolēni mācās izmantot iegūtās zināšanas nezināmās situācijās.
Skolēni mācās faktus.	Skolēni saskata iegūto zināšanu praktisko pielietojumu un ilgtspējību.
Skolēni parasti lieto mācību grāmatas.	Skolēni izmanto dažādus informācijas avotus.

Līdz ar to varam secināt, ka problēmu uzdevumu risināšanas metode ir piemērota patērētājizglītības satura apguvei, jo ļauj skolēniem ne tikai attīstīt sadarbības un informācijas

analīzes prasmes, bet arī iemācīties izmantot iegūtās zināšanas un risināt dažādas ar patērētāja rīcību saistītas problēmas ikdienas dzīvē. Šīs metodes izmantošanas procesā skolēns aktīvi piedalās domājot (optimālā mācīšanās), nevis tikai atceroties (tradicionālā mācīšanās) (Kalnin,2009), kas atspoguļots 2.15.attēlā.



2.15.att. Optimālā mācīšanās un tradicionālā mācīšanās (pēc Kalnin,2009)

Pamatojoties uz J.R.Kalniņa (Kalnin,2009), R.Fišera (Fišers,2005) teorijām, varam secināt, ka problēmu uzdevumu risināšanas metodes pielietošana mācību procesā ļauj:

- attīstīt skolēnu prasmes: problēmu risināšanas prasmi, pētniecisko prasmi, domāšanas un spriešanas prasmi, novērošanas, jautājumu ierosināšanas un hipotēžu radīšanas prasmi; vērtēšanas prasmi, prasmi plānot un domāt uz priekšu;
- radīt skolēniem iespēju mācīties un domāt patstāvīgi, padarīt mācības svarīgas un mērķtiecīgas, attīstīt skolēnu pašpārliecību un lietpratību;
- ietvert darbu grupās un vairot mijiedarbības prasmi, sekmēt valodas lietošanas pieredzi;
- veidot saistību ar visām mācību nozarēm, sagādāt spēku pārbaudi un motivāciju.

Balstoties uz R.Fišera (2005) teorijām, varam secināt, ka problēmu uzdevumu risināšana patērētājizglītības mācību procesā dod iespēju skolēnam radīt pārliecību, ka viņa pētījumi un izdarītie secinājumi ir nozīmīgi, un veicināt skolēna mācību sasniegumu patērētājizglītībā attīstību. Tā skolotājam dod iespēju novērtēt skolēnu spējas rast risinājumus saskarē ar grūtībām patērētāja darbībā, kas parāda skolēnu prasmi izmantot patērētājizglītības satura apguves laikā apgūtās zināšanas.

Problēmuzdevumu risināšanā patērētājiizglītībā var tikt izmantota TRIZ teorija. TRIZ (no krievu valodas “Теория решения изобретательских задач”) tiek tulkota kā “Iz gudrojumuuzdevumu risināšanas teorija” (Альтшуллер,1991), kuras mērķis ir palīdzēt skolēniem apgūt paņēmienu, ar kuru palīdzību ir iespējams rast risinājumus darbībai līdz šim nezināmās situācijās. Autori (Альтшуллер, Шапиро, 1956, Гин, Кавтрев, 2010) piedāvā problēmuzdevumu risināšanas procesu skolā veidot trijos posmos – ideju bankas veidošana, ideju analīze un rezultātu analīze.

Lai atrisinātu problēmuzdevumu patērētājiizglītībā, skolēnu darbība, balstoties uz TRIZ teoriju (Альтшуллер, Шапиро, 1956, Гин, Кавтрев, 2010), tiek sadalīta vairākos etapos:

1. Sagatavošanās darbam. Šajā etapā skolēni tiek iepazīstināti ar uzdevuma nosacījumiem, kas viņiem jāformulē saviem vārdiem tradicionālā formā: dots (kas?); jānoskaidro (kas?).
2. Nosacījumu analīze. Skolēni analizē uzdevuma nosacījumus un atbild uz jautājumiem: Kurš ir uzdevuma pamatobjekts? No kādām daļām vai elementiem tas sastāv? Kādi objekti atrodas tam apkārt un ar kuriem veidojas mijiedarbība? Kādi procesi notiek objektā un tam apkārt? Šajā darbības posmā skolēniem uzdevums nav jārisina, bet pēc iespējas precīzāk jānoskaidro uzdevuma nosacījumi.
3. Hipotēžu izvirzīšana. Šī etapa galvenais mērķis – izvirzīt hipotēzes. Mērķa sasniegšanai tiek analizēta dažādu (mehānisko, akustisko, siltuma, elektrisko, magnētisko, elektromagnētisko, kodolaktīvo, ķīmisko un bioloģisko) faktoru ietekme uz objektu.
4. Hipotēžu atlase. Skolēni no izvirzītajām hipotēzēm izvēlas vairāk ticamās un atbilstošās, izvietojot tās atbilstoši ticamības pakāpei. Ja skolēniem nav izdevies formulēt hipotēzes, vēlams dziļāk analizēt uzdevuma nosacījumus un iegūt papildus informāciju.
5. Hipotēžu pārbaude. Šajā etapā skolēni var veikt eksperimentu vai arī izdarīt atbilstošus aprēķinus, faktu analīzi, kas apliecinātu izvirzītās hipotēzes pareizību.

TRIZ metodes izmantošana patērētājiizglītībā ļauj konkretizēt problēmu, izcelt tās pamatā esošo pretrunu, un piedāvāt ideāla gala rezultāta iegūšanai piemērotus instrumentus.

Patērētājiizglītības mācību procesā tiek izmantota gadījumu analīzes metode. Viena no gadījumu analīzes būtiskām iezīmēm ir nepārtraukts zināšanu gūšanas un prasmes tās pielāgot mainīgām situācijām attīstīšanas process, ko ir iespējams nodrošināt, izvēloties atbilstošus gadījumus šīs metodes izmantošanai. (Ammerman, Gawel, et.al.,2012) Gadījuma analīzes metodes izmantošana mācību procesā ļauj mācīšanas procesu transformēt skolēnu mācīšanās procesā, kas

balstās uz situāciju modelēšanu, skolēnu atbildības attīstību un ļauj attīstīt skolēnu mācību sasniegumus.

Pirms gadījumu analīzes uzsākšanas tiek plānota pētījuma loģika (Gillham,2001), lai skolēni nenovirzītos no teorijas un analizējamās situācijas satura attiecībām, tiek izvēlēti piemēroti datu savākšanas un apkopošanas veidi, kā arī izklāstītas secinājumu un vispārinājumu sakarības (skat. 2.15.tab.).

2.15.tabula

Gadījumu analīzes loģika (pēc Gillham,2001)

Pētījuma apraksts	Pētījuma darbība	Pētījuma rezultāts
Pētījums tiek sākts ar hipotēzes izvirzīšanu.	Hipotēzes pārbaude hipotēze tiek pārbaudīta - vai nu apstiprināta, vai noliegta.	Teorētiskās analīzes vispārinājums.
Analīze tiek veikta, balstoties no gadījuma faktiem uz teorijām.	Teoriju ģenerēšana (teorētiskās nostādnes tiek veidotas atbilstoši dotās situācijas apstākļiem).	Teorija (konceptiju izvirzīšana).
Darbība notiek no analizēta gadījuma uz modelētu situāciju analīzi.	Realitātes vispārinājums (aktuālas problēmas vai gadījuma analīze, salīdzinot ar zināmiem gadījumiem).	Prasme rīkoties, pamatojoties uz analizētajiem gadījumiem.
Katra gadījuma analīze tiek veikta, balstoties uz atbilstošiem faktiem un teorijām.	Gadījuma sintēze (gadījuma sintēze tiek veikta no faktiem un teorētiskām nostādnēm).	Gadījuma (re)konstrukcija.

Šī metode iekļaujama patērētājiizglītības satura apguves procesā, jo tās izmantošana dod iespēju attīstīt skolēnu:

- prasmi analizēt informāciju un sintezēt problēmu risināšanas iespējas (Atkinson et al.,2013; Green et al.,2007; Koehler et al.,2007; Merrill,2007; Spronk,1999);
- spēju pieņemt konstruktīvus, pamatotus un atbildīgus lēmumus, veicot patērētāja ikdienas darbības (Green et al.,2007; Koehler et al.,2007);
- spēju nepārtraukti un aktīvi darboties mūsdienu mainīgajos ekonomiskajos, politiskajos un sociālajos apstākļos (Orvis et al.,2008; Pimapunsri et all,2010);
- patērētāja rīcības pašanalīzes spējas, attieksmes, pārlicību un atbildību;
- saskarsmes prasmes, spējas sazināties un klausīties (Ho,2008, Lintz,2008; Moreno,2007; Riischhoff,2009; Reiner et al.,2009; Schnotz, Rasch,2005);
- toleranci pret citu kultūru, rasu un reliģiju pārstāvjiem, viņu vajadzībām un uzvedību (Ho,2008, Lintz,2008).

Patērētāji izglītības saturs ir integratīvs, tāpēc tā apguves procesā ir iespējams lietot satura un valodas integrētas mācīšanās metodes (CLIL - Content and Language Integrated Learning). Tā ir metode, kad kāda daļa no mācību satura tiek apgūta kādā no svešvalodām. Tā tiek izmantota ar dubultu mērķi – mācīties kādu tēmu un reizē svešvalodu. Patērētāja darbības analīzei un plānošanai nozīmīgs ir darbs ar informāciju (*Marsh, 1994; Marsh, Lange, 2000*).

CLIL metode ļauj integrēt dažādu līmeņu programmas, dažādu saturu, un te ir iespējama:

- multidisciplināra integrācija, kad pati tēma tiek analizēta, piemēram, viena priekšmeta ietvaros;
- starpdisciplināra integrācija, kas paredz starpdisciplināru prasmju integrāciju, piemēram, personīgo resursu plānošanas apguvi, izmantojot resursus angļu valodā;
- transdisciplināra integrācija, kas nozīmē, ka mācību saturs tiek organizēts, atsaucoties uz jautājumiem un problēmām, ko sagatavo paši skolēni, un darbība tiek risināta praktiskā līmenī (*Drake, 2004*).

CLIL metode, kā, piemēram, uz problēmu balstīta mācīšanās, savā filozofijā ir tuva konstruktīvisma pieejai (*Bruner, 1996; Philips, 2000, Piažē, 2002*), kas dod iespēju bagātināt mācību saturu, formas un kvalitāti. Konstruktīvisma filozofija veicina aktīvu skolēnu iesaistīšanos mācību procesā, dot iespējas skolēniem, lai radītu zināšanas paši, kas tika izmantots arī patērētāji izglītības satura apgūvē (*Brewster, 2004*).

Pasaules ekonomiskajā, kultūras, tehnoloģiskajā vienotībā un daudzveidībā pāreja uz informācijas sabiedrību ir modernās pasaules raksturīgākā iezīme. Divdesmit pirmā gadsimta izglītība ietver dinamisku mācīšanos, kas ir sarežģīta ar fiksēto un daudzveidīgo virtuālo telpu mijiedarbību (*Schamroth Abrams, Rowsell, 2011*). Būtiska loma informācijas plūsmu un mācību darba organizācijas maiņā ir IT integrētai ieviešanai izglītībā – skolēniem jāapgūst spēja radoši plānot savu darbību, tajā skaitā mācīšanās darbību un rezultātu pašanalīzi, kas prasa jaunu prasmju apguvi. Zināšanu radīšana, glabāšana, izmantošana un plūsmu vadīšana ir svarīga un jauna mūsdienu izglītības aktualitāte uz zināšanām bāzētā ekonomikā (*Siemens, 2005; Kozma, Voogt, Pelgrum, 2002; EC working group C, 2004*).

21. gadsimtā sākušies vairāki pārmaiņu procesi izglītībā. Eiropas Padome 2000. gada martā Lisabonā formulēja ES galvenos uzdevumus, bet 2002. gadā tika izvirzīts mērķis līdz 2010. gadam Eiropai kļūt par pasaules līderi izglītības kvalitātē, uzsverot modernās tehnoloģijas. Tā sasniegšanai tika dotas četras Eiropas Komisijas (EK) rekomendācijas: iekļaut IT politiku ilglaicīgos izglītības mērķos; nodrošināt jaunus izglītības atbalsta servissus; pilnvarot un gatavot izglītības vadītājus pārmaiņām; veikt pētījumus, izstrādāt jaunus indikatorus un monitorēt to pārmaiņas (*EC working group C, 2004*).

Informācijas tehnoloģijas nodrošina jaunu mācību metožu ieviešanu mācību procesā, plašākas informācijas ieguves un apstrādes iespējas, kā arī mācību procesa pielāgošanas iespējas katra skolēna individuālajām īpašībām un darbības tempam (*Audi, Gouia-Zarrad,2013, Burleson,2005, Compton, Davis,2010, Flanagan, Jacobsen,2003, Godwin - Jones,2011, Mishra, Koehler,2006, Štikāne, Ušča,2013*). Informācijas tehnoloģijas lietojamas kā līdzeklis, jo ne tikai datorprasmju apguve, kas nepieciešama skolēnam, bet arī prasmes darbā ar internetu, blogiem jeb emuāriem, e-vidēm, *wiki* u. c. – visu, kas domāts kopdarbībai un rezultātu koplietošanai un alternatīvām e-studiju un e-mācību mācīšanās vadības sistēmām, kā piemēram: *MOODLE, BlackBoard, WebCT, Lotus Notes and Panel Discussion, Sakai, Classfronter, Edu2.0, D2L8, eCollege, ATutor, Scholar360, TeleTOP, ANGEL Learning* u. c.

Informācijas tehnoloģijas izglītības saturā tiek iekļautas sekojošos veidos:

1. informācijas tehnoloģijas kā apguves objekts;
2. informācijas tehnoloģijas kā moderna mācību vide;
3. informācijas tehnoloģijas kā absolūti nepieciešama izglītības procesa komponente(*Sataki,1998*).

Patērētājizglītības mācību procesā noderīgas ir ideju bankas un zināšanu bāzes, īpaši grupu darba organizēšanai. Tradicionālā gadījumā tiek izmantots milzīgs daudzums visdažādāko materiālu – dažāda formāta papīra loksnes, krāsas, flomasteri, līm materiāli, piespraudes, šķēres, lineāli u.c., tāpēc radītie materiāli parasti paliek uz papīra, un vēlāk tos grūti izmantot, apkopot un analizēt. Rietumu izglītības resursi piedāvā specializētas programmatūras – ērtu un iespējām bagātu lietotņu mācību procesa racionālai organizēšanai (*Stafeckis,2013*).

Izmantojot informācijas tehnoloģijas mācību procesā, skolēnam rodas iespēja darboties mūsdienu prasībām atbilstošās nodarbībās, kas rada pastiprinātu interesi par mācību vielu, palielina zināšanu noturīgumu, veido laika ietaupījumu, kā arī attīsta patstāvīgas prasmes informācijas atlasei un analīzei, kas ir būtisks faktors patērētājizglītības satura apguvē.

J.Kapenieks, balstoties uz Fišera (*Fisher et al., 2006*) atziņām, noteicis, ka informācijas tehnoloģiju izmantošana mācību procesā veicina:

- 1) zināšanu radīšanu, kas izpaužas kā ideju adaptācija un attīstīšana, modelēšana, kā arī izpratnes reprezentēšana;
- 2) izziņas paplašināšanos, kas veidojas, piekļūstot dažādiem resursiem, atrodot nepieciešamo informāciju, kā arī rakstot, radot darbu un prezentējot to ar artefaktu un datorriku starpniecību;
- 3) komunikācijas pilnveidi un kopienas izpratni, ko veido komunikācija un koplietošana, aktivitāšu konteksta paplašināšana un iesaistītās kopienas paplašināšana lokālos un globālos līmeņos;

4) iesaistīšanos, kas izpaužas kā līdzdalība pētniecībā un spēlēs, riska un nenoteiktības apstiprināšana, darbs ar interaktivitāšu dažādām dimensijām un reakcija uz neatliekamām vajadzībām (Kapenieks,2013).

Interneta vides sekmīgai izmantošanai mācību stundās B.Dodžs (Dodge,2007) un T.Marčs (March, 2007) ir izstrādājuši WebQuest mācību modeli. Tas ir vispārīgs paraugs, kurā ir norādes par skolēnu projektu darba sagatavošanu un norisi. Skolēni mācību stundu laikā, vadoties pēc skolotāja izstrādāta apraksta:

- iepazītas ar dotajiem uzdevumiem, tos konkretizē,
- aktualizē un sistematizē zināšanas,
- plāno veicamos darbus un sadala pienākumus,
- strādā ar norādītajiem informācijas avotiem, tai skaitā interneta informāciju: to sameklē, klasificē, analizē un apkopo prezentācijas veidā,
- veikumu prezentē klasē.

WebQuest mācību modelis nosaka, ka mācību procesā tiek radītas situācijas, kurās skolēni, patstāvīgi veic informācijas meklēšanu, analīzi, novērtēšanu un interpretēšanu. (Dodge, 2007)

WebQuest mācību modelis piedāvā izmantot problēmisko mācīšanos. Mācību modeļa autori (Dodge,2007, March,2007) norāda, ka šādi mācības iespējams padarīt patstāvīgas, aizraujošas, radošas un atbilstošas katra vēlmēm. Skolēni strādā darba grupās. Uz skolēnu sadarbību balstītais mācību modelis labi iekļaujas ierastajā mācību procesā skolā, tāpēc to var uzskatīt par interneta informācijas izmantošanas pamatmodeli. Līdztekus mācību satura apguvei, tas attīsta mūsdienu sabiedrībā tik noderīgās skolēnu zināšanas, prasmes un līdzdalību, sekmē patērētājizglītības satura apgūšanu.

Tādā veidā IT patērētājizglītības satura apguves procesā sekmē prasmju situāciju analīzē un patstāvīgu lēmumu pieņemšanā pilnveidi, kā arī apzinātas un atbildīgas attieksmes veidošanos pret sabiedrībā norisošajiem procesiem, iesaistoties tajos. Tāpēc promocijas darba ietvaros tika izstrādāti uzdevumi patērētājizglītības programmas aprobācijai, izmantojot datorprogrammas un interneta tīklā pieejamos materiālus (skat. 15.piel.), kuri izmantojami individuālam darbam (diferencēta mācīšanās dod iespēju skolēnam izvēlēties savu mācīšanās tempu, saņemt objektīvu zināšanu un prasmju vērtējumu, pat izvēlēties mācīšanās laiku un vietu), darbam ar klasi/grupu/auditoriju, zināšanu pārbaudei, rezultātu automatiskai apstrādei, trenējošām programmām, spēlēm.

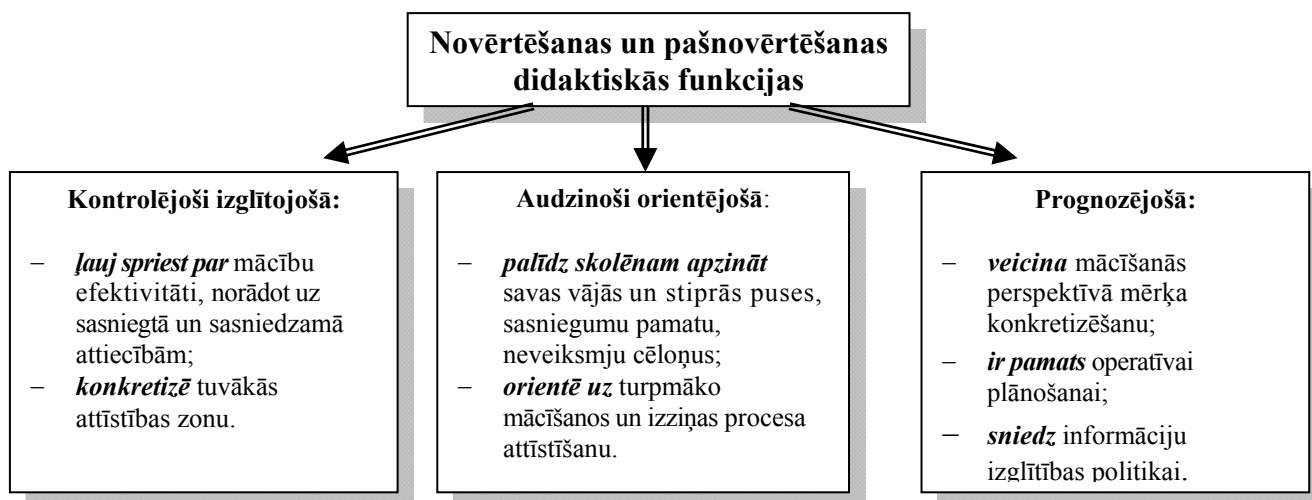
2.2.3.2. Skolēnu mācību sasniegumu vērtēšana un kritēriji patērētāji izglītībā

Izglītības kvalitātes un efektivitātes veicināšana ir ES izvirzīto izglītības mērķu 2020.gadam pamatā. Šis jautājums šaurākā nozīmē ietver izglītības rezultātu uzlabošanu obligātās izglītības posmā, jo sevišķi attiecībā uz lielu daļu pusaudžu ar nepietiekamu lasītprasmi un nepietiekamām zināšanām matemātikā un dabaszinību mācību priekšmetos. Plašākā mērogā tas saistīts ar skolēnu sagatavošanu līdzdalībai sabiedrībā norisošajos procesos 21. gadsimtā (*Eurydice, Eiropas izglītības sistēmu informācijas tīkls, 2010*).

Viens no personības izaugsmes rādītājiem skolā ir mācību sasniegumi, ko var definēt kā rezultātu mērķtiecīgam mācību procesam (*Phan, 2008, Sacher, 2001, Šūmane, 2012*).

Mācību sasniegumu vērtēšana ir integrēta mācību procesa sastāvdaļa skolēna zināšanu, prasmju, attieksmju, kā arī mācību sasniegumu attīstības dinamikas noteikšanai un izglītības procesa pilnveidei. (*MK noteikumi Nr.530, 2013*).

I.Žogla (*2001*) norāda, ka didaktiskā procesa subjekta, t. i. skolēna raksturojums ir aplūkojams potenciāli – mācoties viņš apgūst patstāvību un iemācās pašregulēt savu darbību, saskarsmi un uzvedību sabiedrībā. Tas ir pedagoģiskā procesa mērķis. Mācības tādēļ nevar norobežoties ar tradicionālām novērtēšanas formām, pašnovērtēšanas pieredze iekļaujas mācīšanās prasmju struktūrā, un skolotāja novērtēšana ir līdzeklis šīs pieredzes apgūšanai un objektīvs rādītājs pašnovērtējuma salīdzināšanai (skat. 2.16. att.).



2.16.att. Novērtēšanas un pašnovērtēšanas didaktiskās funkcijas (pēc Žogla, 2001)

Skolēnu mācību sasniegumu vērtēšanas mērķis ir veikt objektīvu skolēna sasniegumu raksturojumu, kas veicina katra skolēna dzīvei būtisko zināšanu un prasmju apguvi un izpratni par

personīgajiem mācīšanās panākumiem. R.Garleja (2006) piedāvā skolēna vērtēšanu pēc spējām uzņemt atbildību un sociālās lomas kultūras un politikas telpā, kas vienlaicīgi raksturo arī skolēna sociālo kompetenci.

Patērētājizglītības starptautiskajā projektā Dolceta ir piedāvāts patērētājizglītības vērtēšanā izmantot etalonus jeb atskaites punktus, kas atspoguļoti 2.16.tabulā.

2.16.tabula

Patērētājizglītības etaloni (COBACE, 2001)

Patērētājizglītības attīstības etaloni	<ul style="list-style-type: none"> ▶ tiek nodrošināts minimālais patērētājizglītības satura standarts; ▶ skolēni iesaistās patērētājizglītības satura analizē un vērtēšanā; ▶ vērtēšana ir daļa no programmas prasībām.
Mācīšanas / mācīšanās etaloni	<ul style="list-style-type: none"> ▶ jebkurā laikā tiek nodrošināta atgriezeniskā saite; ▶ dažādos veidos tiek nodrošināta skolēnu savstarpējā sadarbība un sadarbība ar skolotāju; ▶ tiek pielietotas dažādas mācību metodes; ▶ mācību metodes tiek balstītas uz sadarbības veicināšanu, nevis informācijas sniegšanu.
Patērētājizglītības struktūras etaloni	<ul style="list-style-type: none"> ▶ skolēniem iesaka noteikt savu motivācijas līmeni un uzzināt, vai šis kurss būtu viņiem noderīgs un interesants; ▶ uz skolēnu jautājumiem tiek sniegtas precīzas un ātras atbildes; ▶ skolēnu vajadzības tiek risinātas un dokumentētas.
Vērtēšanas etaloni	<ul style="list-style-type: none"> ▶ mācīšanas / mācīšanās process tiek vērtēts; ▶ lai nodrošinātu satura skaidrību un atbilstību, regulāri tiek izskatīti paredzamie mācību rezultāti.

Patērētājizglītības etaloni ir izmantojami visā satura apguves procesā. Patērētājizglītības procesā tiek vērtēti ne tikai skolēnu sasniegumi, bet arī pats mācīšanas/mācīšanās process, kurā nodrošinot atgriezenisko saikni, ir iespējams koriģēt vērtēšanas kritērijus.

Promocijas darba ietvaros piedāvātās programmas ieviešanai tika izdalīti skolēna mācību sasniegumu novērtēšanas posmi, kuri var kalpot par pamatu skolotāju darbībai vērtēšanas procesā patērētājizglītībā. (skat. 2.17.tabulu).

Mācību sasniegumu novērtēšanas posmi patērētājiizglītībā

Novērtēšanas posmi	
1. Sagatavošanās novērtēšanai	1) mācību darbu plānošana; 2) iepazīšanās ar mācību priekšmeta standarta prasībām; 3) dažāda līmeņa mācību mērķu un uzdevumu izvirzīšana.
2. Informācijas vākšana	1) skolēnu vajadzību noskaidrošana; 2) skolēnu sagatavotības līmeņa novērtēšana; 3) vērtēšanai nepieciešamo mācību uzdevumu vākšana, to grupēšana.
3. Spriedumu veidošana	1) iegūtās informācijas vērtēšana pēc izvēlētajiem kritērijiem; 2) skolēna attīstības dinamikas ievērošana vērtējumā; 3) skolēna individuālo īpatnību ievērošana vērtējumā.
4. Lēmuma pieņemšana	1) vērtējoša secinājuma ar būtiskākajiem atzinumiem izdarīšana; 2) vērtējuma korekcijas un tās izpildes darba plānošana; 3) jaunu uzdevumu izvirzīšana novērtēšanas darba uzlabošanai.

Skolēnu mācību sasniegumu vērtēšanā tiek izmantoti dažādi instrumenti un metodes, kuras var atšķirties pēc nozīmīguma un kurām var būt iekšējs vai ārējs, formatīvs vai summatīvs raksturs. Skolās mācību sasniegumu vērtēšana ir mācīšanas un mācīšanās procesa būtiska sastāvdaļa, un tāpēc ir arī nozīmīgs nosacījums izglītības kvalitātes uzlabošanā (*Eurydice, Eiropas izglītības sistēmu informācijas tīkls, 2010*).

Eiropas Komisijas izstrādātajā Mūžizglītības memorandā (2005) noteikts, ka izglītībai efektīvi un plašā mērogā jānodod aizvien lielāks apjoms tādu zināšanu, kas nemitīgi attīstās, kā arī prasmes, kas piemērotas civilizācijai, ko vada zināšanas, jo tas būs pamats iemaņām, ko lietos nākotnē. Izglītībai reizē jānodrošina orientieri sarežģītajā pasaulē, kas nemitīgi mainās. Tādā nākotnes skatījumā vairs nepietiek katru bērnu tikai apgādāt ar zināšanu krājumu. Izglītībai jābūt organizētai saskaņā ar četriem mācīšanās balstiem (mācīties zināt, mācīties darīt, mācīties dzīvot kopā, mācīties būt), kas ir ES valstu galvenās prasības mūsdienu izglītībai, jātiecas katru cilvēku virzīt atklāt, atrast un bagātināt savu jaunrades potenciālu, atrast tās bagātības, kas slēpjas katrā cilvēkā (*Delors et al., 2001*). Rezultātā skolēniem tiek radītas iespējas veidot patstāvīgu un atbildīgu patēriņu un līdzdarboties uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā ekonomiskās krīzes situācijā.

Balsoties uz F.Uzunovas (2006) pētījumiem, var secināt, ka skolēna personīgā patērētājiizglītība parāda viņa zināšanas, prasmi un attieksmi, kas pamatizglītībā var sasniegt trešo personīgās atbildības līmeni. Tas izpaužas kā patstāvīga, atbildīga un apzināta lēmuma pieņemšana un aktīva līdzdalība sabiedrības procesos, kas balstīta uz viņam nozīmīgām individuālām vajadzībām.

Patērētāji izglītības satura apguves novērtēšanai ir izmantojami U.Zollera (*Zoller,2000*) piedāvātie skolēna izziņas darbības līmeņi (skat. 2.18.tab.), kas atspoguļo skolēna darbību zināšanu apgūvē un lietošanā uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā.

2.18.tabula

Skolēna izziņas darbības līmeņi (pēc Zoller,2000)

Izziņas darbības līmenis	Skolēna darbības raksturojums
Reproduktīvais līmenis	Skolēns apgūst zināšanas, atceras faktus, jēdzienus, atpazīst, iegaumē, nolasa, sameklē informāciju. Lieto iegūtās zināšanas un prasmes pēc dotā parauga.
Interpretējošais līmenis	Apgūst prasmes lietot zināšanas standartsituācijās, atlasa svarīgāko, apraksta, paskaidro saviem vārdiem, atrisina standartuzdevumus, iegūst praktiskās darbības prasmes.
Produktīvais līmenis	Veic radošas un analītiski vērtējošas darbības, pamato, pierāda savas rīcības cēloņus, modelē iespējamās situācijas, izvērtē, izspriež, argumentē savu rīcību un tās sekas, risina problēmas.

Pedagoģijas zinātnieku U.Zollers (*Zoller,2000*), I.Žogla (*Žogla,2001*), E.Krastiņa, A.Pipere (*Krastiņa,Pipere,2004*) teoriju un patērētāji izglītības satura ieviešanas analīzes rezultātā varam izvirzīt skolēna mācību sasniegumu kritēriju - zināšanas un izpratne, prasme lietot zināšanas patērētāji izglītībā - vērtēšanas trīs līmeņus:

Reproduktīvas zināšanas un izpratne, reproduktīva prasme – skolēns zina patērētāji izglītības jēdzienus, spēj identificēt tos informācijas avotos. Skolēns lieto iegūtās zināšanas un prasmes pēc parauga standartsituācijās.

Interpretējošas zināšanas un izpratne, interpretējoša prasme – skolēns prot lietot iegūtās zināšanas standartsituācijās (iepirkšanās, pakalpojumu izmantošana) un izmanto zināšanas un prasmes, balstoties uz paraugu, jaunās nestandarta situācijās.

Produktīvas zināšanas un izpratne, produktīva prasme – skolēns izmanto iegūtās zināšanas un prasmes nestandarta situāciju atrisināšanā, spēj paskaidrot savas rīcības iemeslus un analizēt tās sekas.

Zinātnieki (*Mager,1991, Žogla,1994*) uzskata, ka skolēnu emocijas ir tieši saistītas ar viņu attieksmi pret mācībām. Jo augstāki ir mācību sasniegumi skolēniem un pozitīvāki vērtējumi, jo pozitīvāka ir viņu attieksme pret mācībām, un darbība ir indivīda atbilde konkrētā situācijā, paužot attieksmi pret ārējo pasauli (*Daniela,2009*).

A.Špona jēdzienu „attieksme” definē kā integrētu personības īpašību, kas veidojas no apgūtajām zināšanām, iegūtās pieredzes, pārdzīvojuma un izpaužas vērtībās, mērķos, ideālos un normās (*Špona,2001*).

Balstoties uz zinātnieku pētījumiem (*Daniela,2009, Špona,2001, Žogla,1994*) un patērētājizglītības satura analīzi, skolēnu mācību sasniegumu patērētājizglītībā kritērija attieksmes novērtēšanai tika izvirzīti 2 veidi:

- paradumu attieksme, kas veidojas, sistemātiski vingrinoties un uzkrājot pieredzi. Skolēns apzinās un respektē ne tikai personīgi nozīmīgas parādības, bet arī apkārtējo cilvēku un sabiedrības viedokli;

- pašregulēta attieksme attīstās individuālās darbības analīzes, novērtēšanas un koriģēšanas procesā. Skolēns analizē personīgo uzvedību saistībā ar sabiedrībā norisošajiem sociālajiem, politiskajiem un ekonomiskajiem procesiem.

Promocijas darba ietvaros, balstoties uz patērētājizglītības konceptuālā ietvara, sociālās mācīšanās teoriju un izglītības ilgtspējīgai attīstībai kopsakarību izpēti, kas atspoguļota darba 1.nodaļā, kā arī pamatizglītības standartu analīzi, patērētājizglītības satura apguves un skolēnu mācību sasniegumu vērtēšanas iespēju analīzi, ir noteikti skolēnu mācību sasniegumu vērtēšanas kritēriji un līmeņi, kas redzami 2.19.tabulā.

2.19.tabula

8.-9.klases skolēnu mācību sasniegumu novērtēšanas kritēriji un līmeņi patērētājizglītībā

Patērētāji-izglītības satura tēma	Kritērijs	Līmenis	Raksturojums
Patērētāju vajadzības un uzvedība	Zināšanas un izpratne	reproduktīvas	Skolēns zina kas ir patērētājs, izprot vēlmju un vajadzību atšķirības.
		interpretējošas	Izprot izvēles nepieciešamību un resursu ierobežotības problēmu.
		produktīvas	Zina un izprot efektīvas un atbildīgas preču un pakalpojumu izmantošanas nepieciešamību.
	Prasme	reproduktīva	Prot atšķirt savas vajadzības no vēlmēm.
		interpretējoša	Prot analizēt vēlmju un vajadzību atšķirības dažādās situācijās.
		produktīva	Analizē un plāno personīgo uzvedību vēlmju un vajadzību apmierināšanā.
	attieksme	paraduma attieksme	Respektē citu cilvēku vajadzības.
		pašregulēta attieksme	Analizē savas vajadzības, to ietekmi uz personīgo un tuvākās sabiedrības dzīvi un novērtē savas izvēles sekas vides un sociālā kontekstā.

2.19.tabulas turpinājums

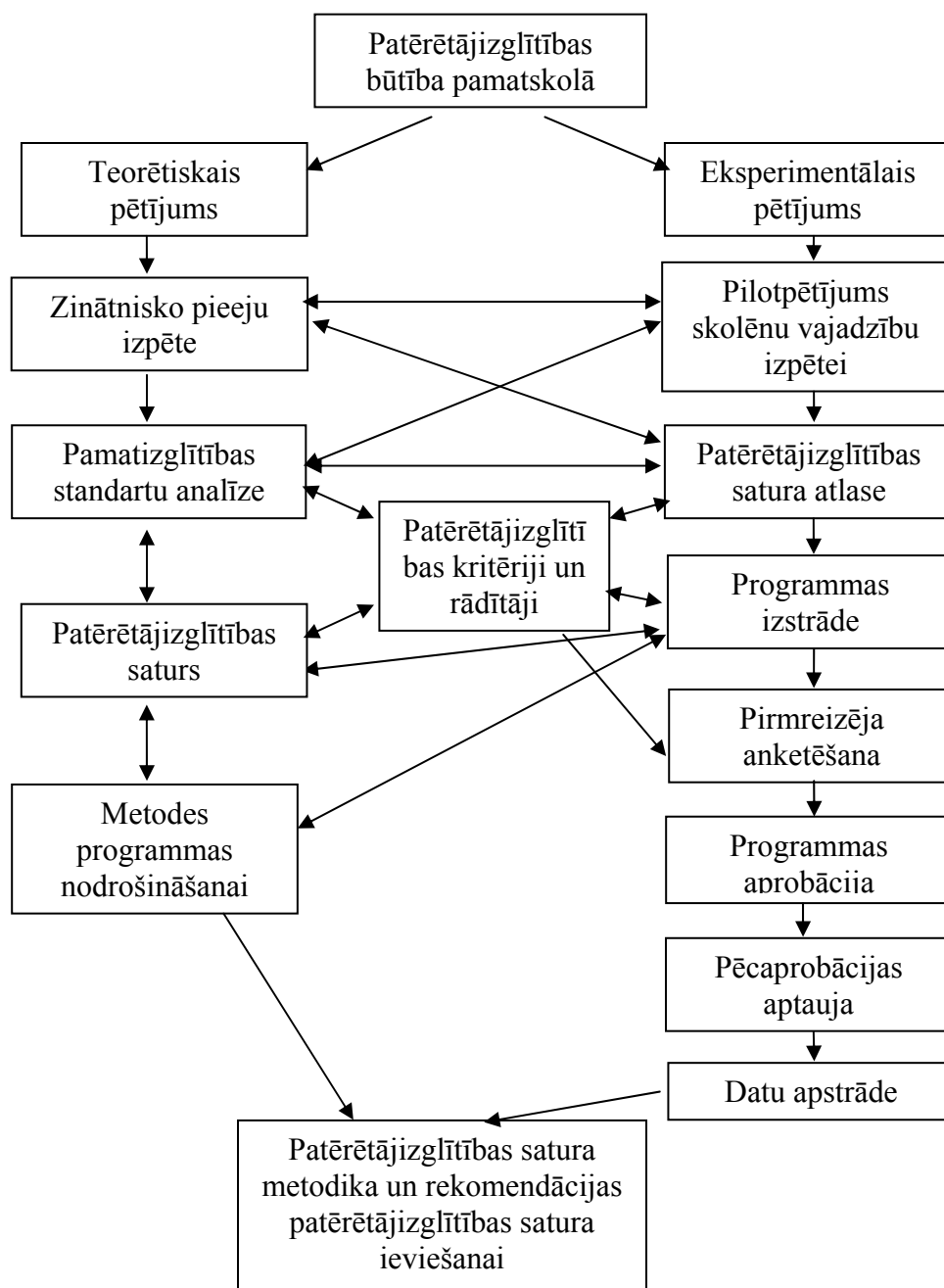
Personīgo resursu vadīšana	Zināšanas un izpratne	reproduktīvas	Izprot budžeta plānošanas nepieciešamību.
		interpretējošas	Zina budžeta plānošanas pamatprincipus.
		produktīvas	Zina kā ierobežot resursu nelietderīgu izlietošanu.
	Prasme	reproduktīva	Prot pēc dota parauga sastādīt ģimenes budžetu.
		interpretējoša	Prot sastādīt personīgo finansu plānu, balstoties uz doto paraugu.
		produktīva	Spēj plānot nākotni un uzņemties atbildību par personīgo finansiālo resursu izlietošanu.
	attieksme	Paraduma attieksme	Respektē personīgos finansu līdzekļus.
		Pašregulēta attieksme	Attīsta apzinātu un atbildīgu attieksmi pret resursu izlietojumu, apzinās un novērtē naudu kā vērtību.
	Patērētāji tirgū	Zināšanas un izpratne	reproduktīvas
interpretējošas			Zina un izprot patērētāju ietekmējošos aspektus.
produktīvas			Zina un izprot preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma rādītājus.
Prasme		reproduktīva	Prot pastāstīt par savām simpātijām un antipātijām preču izvēlē.
		interpretējoša	Prot noteikt sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz personīgajām vēlmēm un vajadzībām.
		produktīva	Prot izmantot informāciju kvalitātes un drošuma noteikšanai.
attieksme		paraduma attieksme	Apzinās, ka patērētāji var ietekmēt to, kā preces tiek piedāvātas tirgū.
		pašregulēta attieksme	Apzinās personīgo atbildību, izvēloties preces un pakalpojumus, novērtē, plāno un organizē savu rīcību atbilstoši ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem.
Patērētāju tiesības un pienākumi		Zināšanas un izpratne	reproduktīvas
	interpretējošas		Zina un izprot ilgtspējīga preču marķējuma būtību.
	produktīvas		Izprot personīgās rīcības ietekmi uz sabiedrībā norisošajiem procesiem
	Prasme	reproduktīva	Prot šķirot sadzīves atkritumus
		interpretējoša	Prot samazināt sadzīves atkritumu daudzumu
		produktīva	Prot identificēt konkrētas patērētāja uzvedības rezultātus un novērtēt izmaksas, salīdzinot šīs uzvedības nepieciešamību
	attieksme	paraduma attieksme	Apzinās rūpniecības un mājsaimniecības radītos draudus videi.
		pašregulēta attieksme	Ir pārliecināts labas vai sliktas apkalpošanas vai produkcijas komentēšanā, aktīvi un atbildīgi iesaistās sabiedrībā norisošajos procesos, veicinot videi draudzīgu produktu patēriņu, rūpējoties par drošumu un izmantojot patērētāja tiesības ikdienā.

Izstrādātie vērtēšanas kritēriji un līmeņi ir attiecināmi gan uz 8., gan 9.klases skolēnu mācību sasniegumiem. Ņemot vērā patērētājizglītības mācību satura plānojumu vērtēšanas procesā, skolēnu mācību sasniegumi 8.klasē var būtiski atšķirties no 9.klases skolēnu mācību sasniegumiem. 8.klases skolēnu mācību sasniegumi lielākoties var nerasniegt vērtēšanā izvirzīto produktīvo līmeni, bet 9.klasē šis mācību sasniegumu novērtēšanas līmenis parāda skolēnu prasmi iesaistīties uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules ekonomiskās krīzes situācijā.

3. PATĒRĒTĀJIZGLĪTĪBAS APGUVĒ PAMATSKOLĀ: SATURA ĪSTENOŠANA UN PĀRBAUDE

3.1. Eksperimentālā pētījuma vispārīgās nostādnes un organizācija

Pētījuma aktualitāti nosaka tas, ka joprojām Latvijā nav izstrādāts mūsdienu sociāli ekonomiskajiem apstākļiem piemērots patērētājizglītības saturs, kas orientēts uz skolēna individuālās patērētājizglītības attīstību. Promocijas darba „Patērētājizglītības būtība pamatskolā” izstrādes posmi atspoguļoti 3.1.attēlā.



3.1. att. Promocijas darba „Patērētājizglītība pamatskolā” izstrādes posmi

Promocijas darba pamatā ir sociālās mācīšanās teorijas un ilgtspējīgas attīstības izglītības analīze patērētājiizglītībā, uz ko balstoties ir izstrādāts patērētājiizglītības saturs, piedāvātas mācību procesā izmantojamās mācību metodes un veikts darbības pētījums.

Darbības pētījums ir praktisks pētījums kādas izglītības problēmas atrisināšanai, kurā iesaistās indivīdi kā sociālo grupu locekļi. Pētījuma mērķis ir atrast veidus, kā uzlabot mācību procesu, kā rezultātā tiek izveidoti praktiski ieteikumi pedagogiem (*Geske, Grīnfelds, 2006, Mārtinsone, 2011*).

Darbības pētījums ir ciklisks process (*Harts, Bonds, 1995*), kurā tiek diagnosticēta problēma, meklētas tās atrisināšanas iespējas, izstrādāta un īstenota problēmas novēršanas programma un novērtēti rezultāti. Promocijas darba ietvaros veiktais pētījums tika organizēts vairākos posmos:

1.posms - pilotpētījums skolēnu vajadzību izpētei. Pilotpētījums veikts 2007.gadā Eiropas Sociālā fonda projekta “Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārīzglītojošā skolā” (Līgums Nr. 2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/ APK/ 3.2.5.2./ 0097/0160) ietvaros, kurā piedalījās 310 vispārīzglītojošo skolu skolēni no Latgales reģiona piecu rajonu 15 skolām;

2.posmā - laika periodā no 2008.-2009.gadam - veikta patērētājiizglītības satura atlase, izstrādāta patērētājiizglītības programma „Patērētājiizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājiizglītības veidošanai pamatskolā” (turpmāk Programma), noteikti kritēriji skolēnu sasniegumu vērtēšanai patērētājiizglītībā.

3.posms - 2012.gada septembrī - Programmas pirmsaprobācijas periods: skolēnu mācību sasniegumu patērētājiizglītībā pirmreizēja pārbaude, veicot anketēšanu (skat. 11.piel.), kurā piedalījās 80 Viļānu vidusskolas 8.-9.klašu skolēni.

4.posmā - laika posmā no 2012.gada septembra līdz 2013.gada maijam - veikta Programmas aprobācija Viļānu vidusskolas 8.-9.klasēs un skolēnu anketēšana aprobācijas vidusposmā ar mērķi diagnosticēt skolēnu mācību sasniegumu patērētājiizglītībā dinamiku. Veikta Programmas ekspertvērtēšana.

5.posms - 2013.gada maijā - pēcaprobācijas anketēšana ar mērķi noskaidrot skolēnu mācību sasniegumu patērētājiizglītībā līmeni pēc noteiktajiem kritērijiem un rādītājiem.

6.posms - laika periodā no 2013.gada maija līdz 2013.gada decembrim - iegūto datu apstrāde, secinājumu un ieteikumu izstrāde.

Promocijas darba rezultātā ir izstrādāta un aprobēta patērētājiizglītības satura ieviešanas programma „Patērētājiizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājiizglītības veidošanai

pamatskolā”, kas ietver sevī metodes un rekomendācijas pamatizglītības skolēna kā patērējoša pilsoņa izglītības pilnveidei un līdzdalībai uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules ekonomiskās krīzes situācijā.

Pētījumā iegūto datu apstrādei un analīzei SPSS datu apstrādes programmā tika izmantotas sekojošas metodes:

- Manna – Vitnija U – tests (*Mann – Whitney U*) – neparametriska metode divu neatkarīgu izlašu salīdzināšanai un atšķirību noteikšanai;
- Kendella korelācija (*Kendall's tau – b*), kas ir neparametriska metode sakarību noteikšanai;
- Frīdmana tests (*K-related samples; Friedman*) – neparametriska metode pazīmes salīdzināšanai vairāk nekā divās atkarīgās izlasēs. Lai analizētu skolēnu sasniegumu dinamiku, tika salīdzinātas skolēnu atbildes pētījuma sākumā, vidusposmā un pētījuma beigās;
- Vilkoksona tests (W) izmantots pazīmes salīdzināšanai divos mērījumos, kas veikti vienai un tai pašai izlasei. Lai analizētu programmas aprobācijas rezultātus, tika salīdzināti skolēnu sasniegumi pētījuma sākumā un beigās.

Pētījuma rezultātu analīze sniegta 3.2.nodaļā, kura veidota atbilstoši izvirzītajiem kritērijiem: zināšanas un izpratne, prasme un attieksme. Nodaļas apakšnodaļas ietver sevī pētījuma analīzi, ņemot vērā atšķirīgu patērētājiizglītības satura plānojumu pa klašu grupām, bet kopēju vērtēšanas kritēriju un līmeņu attiecināšanu gan uz 8., gan 9.klases skolēnu mācību sasniegumiem.

3.2. Patērētājiizglītības satura ieviešanas pētījuma rezultātu analīze atbilstoši izvirzītajiem kritērijiem

3.2.1. Skolēnu zināšanu kvalitāte patērētājiizglītības satura apgūvē

Promocijas darba ietvaros noteikts, ka viens no skolēnu sasniegumu mērīšanas kritērijiem ir viņu zināšanas un izpratne. Zināšanas ir sistēmiski iegūta informācija, atziņu kopums, ko cilvēks ieguvījis mācoties, darba pieredzē, pētniecībā, ir mācību procesā uztvertās informācijas asimilēšanas rezultāts, iegūstot teorētiskās un faktu zināšanas (*Eiropas komisija,2008, Šūmane,2012*).

Skolēnu zināšanu kvalitātes noteikšanas līmeņi ir redzami 3.1.tabulā.

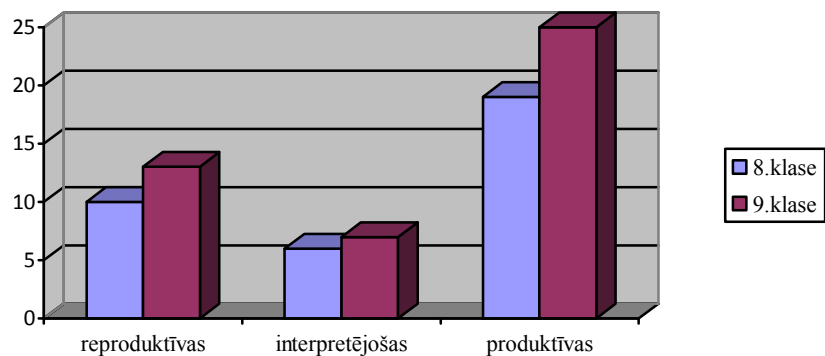
Skolēnu zināšanu kvalitātes noteikšanas līmeņi

Kritērijs	Patērētājizglītības satura tēma	Līmeņi
Zināšanas un izpratne	Patērētāju vajadzības un uzvedība	<p><i>Reproduktīvas zināšanas un izpratne:</i> skolēns zina kas ir patērētājs, izprot vēlmju un vajadzību atšķirības.</p> <p><i>Interpretējošas zināšanas un izpratne:</i> skolēns izprot izvēles nepieciešamību un resursu ierobežotības problēmu.</p> <p><i>Produktīvas zināšanas un izpratne:</i> zina un izprot efektīvas un atbildīgas preču un pakalpojumu izmantošanas nepieciešamību.</p>
	Personīgo resursu vadīšana	<p><i>Reproduktīvas zināšanas un izpratne:</i> izprot budžeta plānošanas nepieciešamību.</p> <p><i>Interpretējošas zināšanas un izpratne:</i> zina budžeta plānošanas pamatprincipus.</p> <p><i>Produktīvas zināšanas un izpratne:</i> zina, kā ierobežot resursu nelietderīgu izlietošanu.</p>
	Patērētāji tirgū	<p><i>Reproduktīvas zināšanas un izpratne:</i> zina, ka ražotāji reklamē preces un pakalpojumus.</p> <p><i>Interpretējošas zināšanas un izpratne:</i> zina un izprot patērētāju ietekmējošos aspektus.</p> <p><i>Produktīvas zināšanas un izpratne:</i> zina un izprot preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma rādītājus.</p>
	Patērētāju tiesības un pienākumi	<p><i>Reproduktīvas zināšanas un izpratne:</i> zina, kas ir videi draudzīga produkcija, izprot, ka patērētājam ir noteiktas tiesības un pienākumi.</p> <p><i>Interpretējošas zināšanas un izpratne:</i> zina un izprot ilgtspējīga preču marķējuma būtību.</p> <p><i>Produktīvas zināšanas un izpratne:</i> izprot personīgās rīcības ietekmi uz sabiedrībā norisošajiem procesiem.</p>

Skolēnu zināšanu un izpratnes patērētājizglītībā analīzei pētījuma pirmsaprobācijas anketēšanā, aprobācijas vidusposma un pēcaprobācijas anketās tika uzdoti jautājumi par skolēnu individuālo patēriņu, patērētāju uzvedību ietekmējošajiem faktoriem, budžeta plānošanu un videi draudzīgu produkciju ilgtspējības kontekstā (skat. 10.piel.).

Skolēnu zināšanas un izpratne tēmā „Patērētāju vajadzības un uzvedība”

Pētījuma pirmsaprobācijas posmā veiktās anketēšanas, kura notika Viļānu vidusskolā 8.-9.klasēu skolēnu vidū, rezultātu analīze parāda, ka skolēnu zināšanas un izpratne par personīgo patēriņu 44 respondentiem ir novērtējamas kā produktīvas, 13 skolēniem – interpretējošas, savukārt 24 skolēnu zināšanas atbilst reproduktīvam zināšanu līmenim (skat.3.2.att.).



3.2.att. Skolēnu zināšanas par personīgo patēriņu pirmsaprobācijas posmā

Pusaudži uzskata, ka patērē vai nu tikai pirmās nepieciešamības preces un nedaudz ilglietošanas preces, vai arī preces un pakalpojumus nepatērē nemaz. Tikai 44 aptaujātie atzīst, ka patērē daudz un dažādas preces un pakalpojumus, kas parāda, ka 36 skolēni neatzīst un neapzinās sevi kā preču un pakalpojumu aktīvus patērētājus, un līdz ar to neveicina ilgtspējīgu attīstību.

Analizējot skolēnu zināšanas un izpratni par patērētāja vajadzībām un uzvedību, tika noteikts, ka pastāv būtiskas korelācijas ($p=0.005$) starp skolēnu izpratni par personīgo patēriņu un zināšanām par izvēli, ko parāda Kendella korelācija (skat. 18.piel. 1.att.). Tas apstiprina pilotpētījuma, kurš tika veikts 1.posmā un aprakstīts promocijas darba 2.2.2.nodaļā, rezultātu analīzē izdarītos secinājumus, ka skolēni, izdarot izvēli, galvenokārt vadās no savām vēlmēm, neanalizējot vajadzības, citu cilvēku vēlmes un neņemot vērā citus faktorus.

Promocijas darba ietvaros tika veikta izstrādātās Programmas aprobācija. Skolēniem tika piedāvāti dažādi uzdevumi personīgā patēriņa izvērtēšanai, kā arī izpratnes veidošanai par vēlmju un vajadzību atšķirībām. (skat. uzdevuma paraugu un 12.piel.)

Uzdevuma paraugs

Cilvēks bez gaisa var dzīvot 3 sekundes, bez ūdens- 3 dienas un bez ēdiena 3 nedēļas.

Sagrupē zemāk dotās lietas, priekšmetus un parādības atkarībā no to izmantošanas rezultāta. Šīs lietas tev var sniegt: gaisu, ūdeni, pārtiku, pajumti vai jauku laika pavadīšanu. Kuras no tām ir vēlamas un kuras nepieciešamas Tavā ikdienas dzīvē?

Niršanas aprīkojums, piepūsts balons, vanna, sulas krūze, ūdens pudele, mašīna, saule, augļi, zivis ezerā, dārzs, lietussuns, ziedi, polietilēna plēve, telts, velosipēds, kompass, spogulis, stikla pudele, zāģis, pārtikas veikals, ferma, smiltis, mežs, koks, ķieģeļi, akmeņi, dators, zīmulis, MP3 atskaņotājs, lāpsta, brilles papīra dvieļi, volejbola bumba, piepūšamā laiva.

Uzdevumu izpildes laikā skolēniem tika dota iespēja analizēt savas vēlmes un vajadzības, veidot izpratni par to atšķirībām, izvēles nepieciešamību un resursu ierobežotības problēmu, kas var palīdzēt skolēniem izprast efektīvas un atbildīgas preču un pakalpojumu izmantošanas nepieciešamību, kas uzskatāms par ilgtspējīga patēriņa pamatu.

Darbības rezultātu noskaidrošanai tika veikta atkārtota skolēnu anketēšana aprobācijas vidusposmā un pēc aprobācijas posmā. Iegūto datu analīze, izmantojot Frīdmana testu, ļauj veikt salīdzināšanu un izdarīt secinājumus, ka skolēnu zināšanas un izpratne par patērētāju vajadzībām un uzvedību, ko raksturo personīgais patēriņš, ir uzlabojusās, ko parāda vidējo rādītāju dinamika (skat. 3.2.tab.).

3.2.tabula

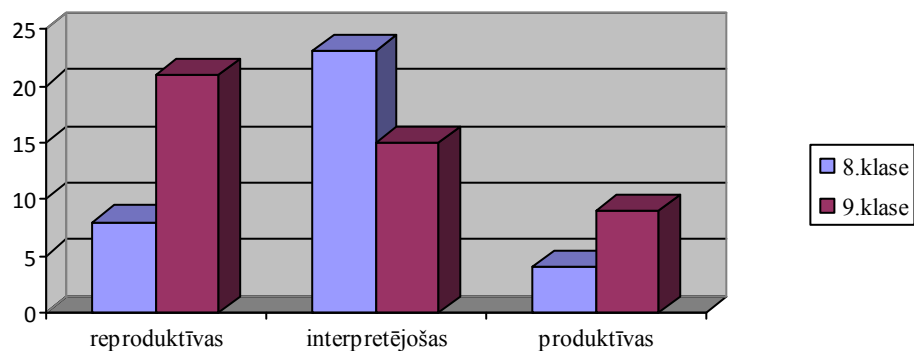
Frīdmana testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai

	Mean Rank
Skolēnu zināšanas un izpratne par personīgo patēriņu pētījuma sākumā	1,62
Skolēnu zināšanas un izpratne par par personīgo patēriņu pētījuma vidusposmā	2,01
Skolēnu zināšanas un izpratne par par personīgo patēriņu pētījuma beigās	2,38

Tas ļauj izdarīt secinājumu, ka skolēnu zināšanu un izpratnes par patērētāju vajadzībām un vēlmēm attīstība ļauj skolēniem analizēt un atbildīgi izvērtēt personīgo patēriņu ilgtspējības kontekstā.

Skolēnu zināšanas un izpratne tēmā „Personīgo resursu vadīšana”

Promocijas darba ietvaros analizēts skolēnu mācību sasniegumu kritērijs zināšanas un izpratne tēmā „Personīgo resursu vadīšana”. Neskatoties uz to, ka personīgo finanšu analīze ir iekļauta pamatizglītības mācību priekšmetā „Sociālās zinības”, promocijas darba pilotpētījumā un pirmsaprobācijas anketēšanā tika noskaidrots, ka skolēni joprojām neizprot ģimenes budžeta plānošanas nepieciešamību, nezina finanšu līdzekļu taupīšanas un nelietderīgas resursu izlietošanas ierobežošanas iespējas, ko parāda pirmsaprobācijas anketēšanas rezultāti (skat. 3.3.att.).



3.3.att. Skolēnu zināšanas un izpratne par finansu līdzekļu taupīšanas un nelietderīgas resursu izlietošanas ierobežošanas iespējām

Analizējot attēlā atspoguļotos rezultātus, varam secināt, ka tikai 14 respondenti zina un izprot finansu līdzekļu plānošanas un pārvaldīšanas iespējas, savukārt 29 aptaujātie pusaudži zina, ka budžets ir jāplāno, bet to nedara, kā arī neiesaistās ģimenes budžeta plānošanā. Pētījumā atklājās, ka galvenokārt 9.klases skolēni nepiedalās finansu plānošanas procesā, uz ko norāda skolēnu skaits ar reproduktīvām zināšanām (21 skolēns). Tas, iespējams, ir skaidrojams ar to, ka šis temats ir iekļauts Sociālo zinību priekšmetā 8.klasē, taču skolēni neapgūst zināšanas vajadzīgajā kvalitātē. Savukārt 8.klases skolēniem tika konstatētas interpretējošas zināšanas un izpratne, kas norāda uz to, ka, lielākoties, viņi spēj sastādīt budžeta plānojumu, izmantojot skolotāja piedāvāto paraugu, kā arī pielietot to standartsituācijās.

Tas apstiprina promocijas darba 1.nodaļā aprakstītā patērētājiizglītības konceptuālā ietvara un pilotpētījumā iegūto datu analīzes rezultātā izdarītos secinājumus par nepieciešamību skolēniem rast iespēju attīstīt zināšanas un izpratni par personīgo resursu vadīšanu, finansu līdzekļu plānošanu, taupīšanas un nelietderīgas izmantošanas ierobežošanas iespējām.

Programmas aprobācijas laikā Viļānu vidusskolā skolēniem tika piedāvātas lietišķās spēles, datorprogrammas un interneta lietotnes, kas izmantojamas finansu līdzekļu plānošanai (skat. paraugu un 13.piel.).

Uzdevuma paraugs

Ģimenes budžets šajā mēnesī sastāda 500 LVL. Izmantojot doto interneta lietotni, sastādi pirkumu sarakstu vienam mēnesim, iekļaujot tajā visus veiktos un veicamos pirkumus! Analizē vai visi pirkumi veikti vajadzību apmierināšanai, kuras preces vai pakalpojumus varēja nepirkt, cik daudz līdzekļu ir iztērēts un cik daudz līdzekļu varēja ietaupīt, ja netiktu nopirkta vēlamās preces?

The screenshot shows a web browser window with the URL www.budgetworksheets.org. The page title is "Family Budget Worksheet" and it displays a "Monthly budget for April, 2013 (change)". There are three tables showing budget vs. actual vs. difference for different categories:

Deductions	Budget	Actual	Difference
Savings (to set aside)	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Child Support, Alimony, etc.	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Other	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Total	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Housing	Budget	Actual	Difference
Rent or Mortgage Payment	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Utilities	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Home Insurance & Taxes	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Home Repairs (to set aside)	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Other	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Total	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Debt Payments	Budget	Actual	Difference
Credit Card Payments	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Student Loan Payments	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Other	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00
Total	\$0.00	\$0.00	\$0.00

At the bottom, there is a partially visible table for "Food" with columns for Budget, Actual, and Difference.

8.klases skolēni mācījās sastādīt budžetu un plānot personīgos finansu līdzekļus, savukārt 9.klases skolēni analizēja finansu pārvaldīšanas un nelietderīgas resursu izmantošanas ierobežošanas iespējas. Tā rezultātā tika novērota skolēnu kopējo vidējo zināšanu un izpratnes par patērētājizglītības tēmu „Personīgo resursu vadīšana” attīstība, ko parāda Vilkoksona testa rādītāju analīze (skat. 3.3.tab.)

3.3.tabula

Vilkoksona testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Skolēnu zināšanas un izpratne par personīgo resursu vadīšanu pētījuma beigās - Skolēnu zināšanas un izpratne par par personīgo resursu vadīšanu pētījuma sākumā	Negative Ranks	0 ^a	16,50	66,00
	Positive Ranks	48 ^b	26,28	1209,00
		Ties	32 ^c	
		Total	80	

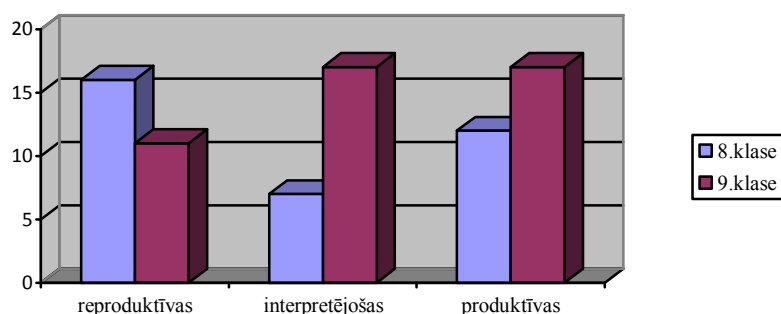
- Skolēnu zināšanas un izpratne par personīgo resursu vadīšanu pētījuma beigās < Skolēnu zināšanas un izpratne par par personīgo resursu vadīšanu pētījuma sākumā
- Skolēnu zināšanas un izpratne par personīgo resursu vadīšanu pētījuma beigās > Skolēnu zināšanas un izpratne par par personīgo resursu vadīšanu pētījuma sākumā
- Skolēnu zināšanas un izpratne par personīgo resursu vadīšanu pētījuma beigās = Skolēnu zināšanas un izpratne par par personīgo resursu vadīšanu pētījuma sākumā

Analizējot iegūtos rezultātus, varam secināt, ka 48 skolēniem zināšanas un izpratne par personīgo resursu vadīšanu ir uzlabojušās, 33 skolēni zināšanas ir nostiprinājuši sākotnējā līmenī.

Tā rezultātā varam izdarīt secinājumu, ka patērētājizglītības saturā tēmas par personisko resursu vadīšanu iekļaušana, ļauj skolēniem attīstīt zināšanas un izpratni par resursu taupīšanas un nelietderīgas izmantošanas ierobežošanas iespējām, kas veicina skolēnu personīgās uzvedības attīstību ilgspējības kontekstā.

Skolēnu zināšanas un izpratne tēmā „Patērētāji tirgū”

Balstoties uz patērētājizglītības konceptuālā ietvara analīzi un pilotpētījumā iegūtajiem datiem, patērētājizglītības programmā tika iekļauta tēma “Patērētāji tirgū”. Tās ietvaros skolēniem tiek piedāvāta iespēja attīstīt zināšanas un izpratni par ražotāju izmantotajiem patērētājus ietekmējošajiem faktoriem (reklāma, cena, kvalitāte, drošums, garantija u.c.), kā arī preču kvalitātes un drošuma rādītājiem (skat. 3.4.att.).



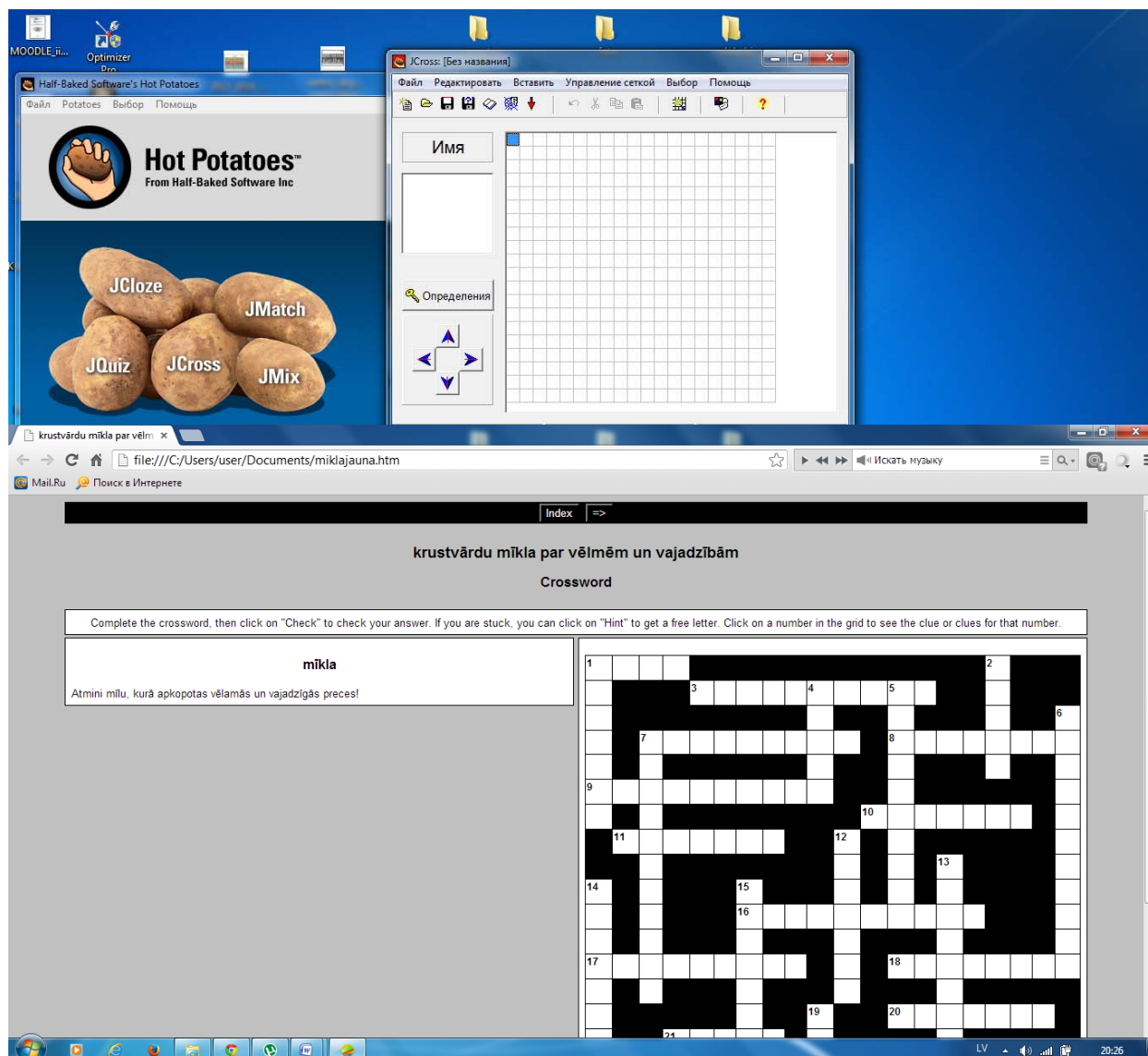
3.4.att. Skolēnu zināšanas un izpratne par patērētāju uzvedību ietekmējošajiem faktoriem

Pirmsaprobācijas pētījuma rezultāti parāda, ka skolēni nosauc tikai vienu vai divus ietekmējošos faktorus, piemēram, preces cena vai reklāma, bet neatzīmē preču kvalitātes, drošuma, garantijas u.c. faktoru nozīmi patērētāju rīcības ietekmēšanā (27 skolēniem ir reproduktīvas un 24 interpretējošas zināšanas un izpratne). Tas apstiprina pilotpētījumā izdarītos secinājumus par nepieciešamību sniegt skolēniem iespējas attīstīt zināšanas un izpratni par preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma nozīmi patērētāja rīcības veidošanā.

Programmas aprobācijas laikā 8.klases skolēni iepazinās un pētīja patērētājus ietekmējošos faktorus (kvalitāte, reklāma, cena, vieta, drošums u.c.), ieguva zināšanas noteikt sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz personīgajām vēlmēm un vajadzībām, bet 9.klases skolēni analizēja informāciju par preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma rādītājiem, izmantojot datorprogrammu „HotPotatoes 6” (skat. paraugu un 14.piel.)

Uzdevuma paraugs

Atlasi informāciju un datorprogrammā „HotPotatoes 6” izveido krustvārdu mīklu ar terminiem, kuri ietekmē Tavu patērētāja darbību, piemēram, reklāma, cena utt. Izvieto to HotPotatoes mājas lapā, lai citi skolēni to varētu aizpildīt!



Uzdevumu izpildes procesā skolēni atlasīja informāciju no dažādiem literatūras avotiem un interneta resursiem, veica patērētāja darbību ietekmējošo faktoru analīzi, kā arī, izmantojot apkopotos materiālus, veidoja krustvārdu mīklu datorprogrammā. Tā rezultātā skolēniem bija iespēja uzlabot zināšanas un izpratni par patērētājus ietekmējošajiem faktoriem un šo ietekmi mazinošiem veidiem, kas kalpo par pamatu uz ilgtspējīgu attīstību virzītas patērētāja uzvedības veidošanai.

Darbības rezultātā, izmantojot Frīdmana testu un veicot salīdzinājumu, redzam, ka skolēnu kopējās zināšanas un izpratne par patērētāju rīcību tirgū ietekmējošajiem faktoriem uzlabojās (skat. 3.4.tab.).

3.4.tabula

Frīdmana testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai

	Mean Rank
Skolēnu zināšanas un izpratne par patērētājus ietekmējošajiem faktoriem pētījuma sākumā	1,42
Skolēnu zināšanas un izpratne par patērētājus ietekmējošajiem faktoriem pētījuma vidusposmā	2,14
Skolēnu zināšanas un izpratne par patērētājus ietekmējošajiem faktoriem pētījuma beigās	2,44

Analizējot pētījuma rezultātus pa klašu grupām, izmantojot Mannna – Vitnija U-testa rezultātus (skat. 3.5.tab.), var secināt, ka 8.klases skolēnu zināšanu un izpratnes novērtējums par preču kvalitāti un drošumu ietekmējošajiem faktoriem salīdzinājumā ar 9.klases skolēnu zināšanu novērtējumu ir zemāks, kas skaidrojams ar Programmā plānoto tematisko sadalījumu starp klašu grupām, kas paredz 8.klasē sniegt skolēniem iespēju attīstīt zināšanas par patērētājus ietekmējošajiem faktoriem (cena, reklāma, sabiedrības viedoklis u.c.), savukārt 9.klasē par preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma kritēriju analīzi.

3.5.tabula

Manna – Vitnija U-testa rezultāti skolēnu zināšanu novērtēšanai

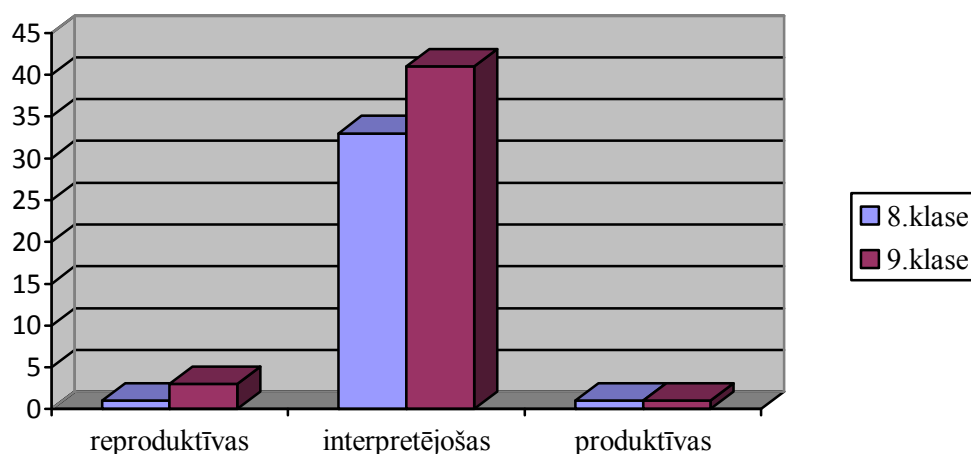
	Klase	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Skolēnu zināšanas par preču un pakalpojumu kvalitāti ietekmējošajiem faktoriem pētījuma beigās	8.klase	35	22,36	782,50
	9.klase	45	54,61	2457,50
	Total	80		

Līdz ar to varam secināt, ka 8.klases skolēni pēc programmas apguves nerasniedz izvirzīto produktīvo zināšanu un izpratnes apguves līmeni patērētājiizglītībā, bet uzrāda interpretējošas zināšanas, jo nav apguvuši preču un pakalpojumu kvalitātes un drošuma noteikšanas kritērijus, kuru analīze tiek piedāvāta 9.klases posmā, un neizprot iespējas, kā patērētājs var ietekmēt ražotājus.

Skolēnu zināšanas un izpratne tēmā „Patērētāju tiesības un pienākumi”

Pamatojoties uz promocijas darbā izpētītajām teorijām par patērētājizglītības saistību ar ilgstspējīgas attīstības izglītības koncepciju (McGregor,2007, Uzunova,2006, Clugston, 2004), kā arī pilotpētījumā iegūtajiem datiem, Programmā tika iekļauta tēma „Patērētāju tiesības un pienākumi”, uzsverot ekoloģiskumu, patērētāju ietekmes uz apkārtējo vidi un sociālajiem procesiem analīzi ilgstspējības aspektā.

Analizējot pirmsaprobācijas pētījuma skolēnu zināšanu un izpratnes par preču ekoloģiskumu noteicošajiem faktoriem novērtējuma datus, varam secināt, ka gan 8.klases, gan 9.klases pusaudži par preces ekoloģiskumu ietekmējošajiem faktoriem lielākoties parāda interpretējošas zināšanas (33 skolēni 8.klasē, 41 skolēns 9.klasē), tikai viens skolēns 8.klasē un viens 9.klasē uzrāda produktīvas zināšanas (skat. 3.5.att.), kas skaidrojams ar nepietiekamu tēmu saistībā ar ekoloģiskumu un vides aizsardzību analīzi ilgstspējības kontekstā pamatzglītības mācību priekšmetos.



3.5.att. Skolēnu zināšanas un izpratne par preču un pakalpojumu ekoloģiskumu ietekmējošajiem faktoriem

Aprobācijas periodā Programmas ietvaros 8.klases skolēniem tika piedāvātas iespējas izpētīt preču marķējumus, analizējot un atlasot videi draudzīgu produkciju, mācīties veidot ilgstspējīgu patēriņu, pētot informāciju par atkritumu samazināšanas iespējām (skat.uzdevuma paraugu un 15.piel.). Savukārt 9.klases skolēni, analizējot informāciju, veidoja izpratni par personīgā patēriņa ietekmi uz sabiedrības procesiem ilgstspējības kontekstā.

Uzdevuma paraugs

Sameklē 5 preču iepakojumus, izgriez no tiem informāciju, kas raksturo preci un tās iepakojumu! Atrodi informāciju un paskaidro apzīmējumus uz preču iepakojumiem! Kuri no piedāvātajiem apzīmējumiem, Tavuprāt, apzīmē, ka prece ir videi draudzīga?



Uzdevuma izpildes rezultātā skolēniem bija iespēja attīstīt zināšanas un izpratni par videi draudzīgas produkcijas ražošanas procesu un marķējumu, kā arī analizēt preču ražošanas procesa ietekmi uz vidi ilgtspējīgas attīstības kontekstā. Tā rezultātā skolēniem attīstījās zināšanas un izpratne, ko izmantojot ir iespējams veicināt apzinātas un atbildīgas attieksmes veidošanos.

Aprobācijas rezultātu analīzei izmantots Vilkoksona tests. Varam secināt, ka ir vērojama 58 skolēnu zināšanu un izpratnes par videi draudzīgas produkcijas izvēli un 73 skolēnu zināšanu un izpratnes par ekomarķējumu ilgtspējības kontekstā attīstība, kas redzams 3.6.tabulā.

3.6.tabula

Vilkoksona testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Skolēnu zināšanas un izpratne par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma beigās - Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma sākumā	Negative Ranks	0 ^a	,00	,00
	Positive Ranks	58 ^b	29,50	1711,00
	Ties	22 ^c		
	Total	80		
Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgtspējīgas attīstības kontekstā pētījuma beigās - Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgtspējīgas attīstības kontekstā pētījuma sākumā	Negative Ranks	0 ^d	,00	,00
	Positive Ranks	73 ^e	37,00	2701,00
	Ties	7 ^f		
	Total	80		

a. Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma beigās < Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma sākumā

b. Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma beigās > Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma sākumā

- c. Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma beigās = Skolēnu zināšanas par videi draudzīgas produkcijas izvēli pētījuma sākumā
- d. Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgspējīgas attīstības kontekstā pētījuma beigās < Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgspējīgas attīstības kontekstā pētījuma sākumā
- e. Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgspējīgas attīstības kontekstā pētījuma beigās > Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgspējīgas attīstības kontekstā pētījuma sākumā
- f. Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgspējīgas attīstības kontekstā pētījuma beigās = Skolēnu izpratne par ekomarķējumu ilgspējīgas attīstības kontekstā pētījuma sākumā

Analizējot skolēnu zināšanas un izpratni tēmā „Patērētāju tiesības un pienākumi”, izmantojot Kendella korelāciju (skat. 18.piel. 2.att.), varam izdarīt secinājumu, ka pastāv ļoti būtiska sakarība ($p=0,001$) starp skolēnu zināšanām par videi draudzīgas produkcijas izvēli un izpratni par ekomarķējumu.

Analizējot kritērija „zināšanas un izpratne” dinamiku Programmas aprobācijas periodā, izmantojot Kendella korelāciju (skat.18.piel.2.att.), varam secināt, ka pastāv:

- ļoti būtiska sakarība ($p=0,010$) starp skolēnu zināšanām par vidi ietekmējošajiem faktoriem un patērētāja rīcību ilgspējības kontekstā;
- statistiski būtiska sakarība starp patērētāja rīcību ilgspējības kontekstā un iesaistīšanos sabiedrībā norisošajos procesos ($r=0,410$, $p=0,040$), kas ļauj izdarīt secinājumu, ka skolēni Programmas apguves rezultātā attīsta zināšanas un izpratni patērētājiizglītībā tādā līmenī, kas ļauj tās pielietot ar patērētāja ikdienas darbībām saistītās situācijās un sekmēt aktīvu un atbildīgu līdzdalību sabiedriskajos procesos.

3.2.2. Kritērija „Prasmes” apguves analīze zināšanu izmantošanas kontekstā

Gatavība apzināti izmantot zināšanas dažādu darbību izpildē ir prasmes, tā ir tādu zināšanu, darbības paņēmieni apguves pakāpe, kas ļauj apgūto izmantot mērķtiecīgā darbībā (*Šūmane,2012, Стоунс,1988,*).

Balstoties uz promocijas darbā analizētajām teorijām (*Wells, Atherton,1998, Kitson,2009, McGregor,2010, Žogla,2001, Garleja,2006*), skolēnu sasniegumu patērētājiizglītībā novērtēšanai izvirzīts kritērijs „prasmes”, kura līmeņi parāda skolēnu prasmi apzināti izmantot iegūtās zināšanas (skat.3.7.tab.).

Kritērija „Prasmes” novērtēšanas līmeņi

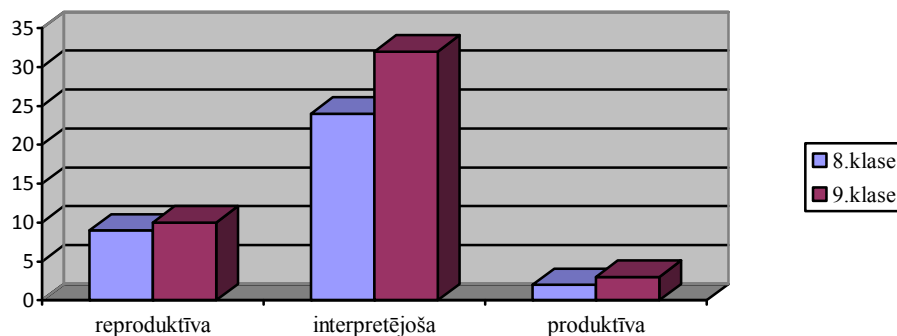
Kritērijs	Patērētājizglītības satura tēma	Līmeņi
Prasme	Patērētāju vajadzības un uzvedība	<i>Reproduktīva prasme:</i> prot atšķirt savas vajadzības no vēlmēm <i>Interpretējoša prasme:</i> prot analizēt vēlmju un vajadzību atšķirības dažādās situācijās. <i>Produktīva prasme:</i> analizē un plāno personīgo uzvedību vēlmju un vajadzību apmierināšanā.
	Personīgo resursu vadīšana	<i>Reproduktīva prasme:</i> prot pēc dotā parauga sastādīt ģimenes budžetu. <i>Interpretējoša prasme:</i> prot sastādīt personīgo finansu plānu, balstoties uz doto paraugu. <i>Produktīva prasme:</i> spēj plānot nākotni un uzņemties atbildību par personīgo finansiālo resursu izlietošanu.
	Patērētāji tirgū	<i>Reproduktīva prasme:</i> prot pastāstīt par savām simpātijām un antipātijām preču izvēlē. <i>Interpretējoša prasme:</i> prot noteikt sabiedrības viedokļa un reklāmas ietekmi uz personīgajām vēlmēm un vajadzībām. <i>Produktīva prasme:</i> prot izmantot informāciju kvalitātes un drošuma noteikšanai.
	Patērētāju tiesības un pienākumi	<i>Reproduktīva prasme:</i> prot šķirot sadzīves atkritumus. <i>Interpretējoša prasme:</i> prot samazināt sadzīves atkritumu daudzumu. <i>Produktīva prasme:</i> prot identificēt konkrētas patērētāja uzvedības rezultātus un novērtēt izmaksas, salīdzinot šīs uzvedības nepieciešamību.

Promocijas darba ietvaros izvirzītā hipotēze paredz skolēna patērētājizglītības īstenošanos, ja patērētājizglītības satura apguves procesā tiek piedāvāta iespēja attīstīt patērētāja prasmi strādāt ar informāciju, lēmumu pieņemšanas prasmi, prasmi plānot, analizēt, uzņemties atbildību u.c.prasmes.

Pētījumā kritērijs „Prasmes” analizēts pirmsaprobācijas un pēcprobācijas posmā katras patērētājizglītības satura tēmas ietvaros ar mērķi noteikt skolēnu prasmes attīstības dinamiku un iegūto zināšanu pielietojumu ar ikdienas dzīvi saistītās situācijās.

Pirmsaprobācijas posmā tika veikta skolēnu anketēšana, lai noskaidrotu pusaudžu prasmi lietot zināšanas ar ikdienas darbībām saistītās situācijās.

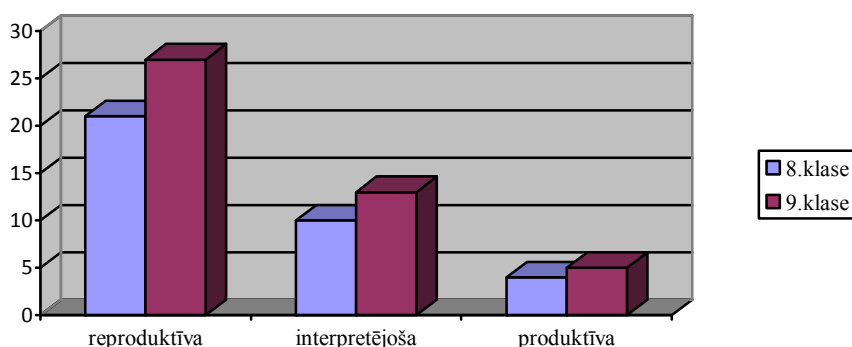
Tēmā „Patērētāju vajadzības un uzvedība”, analizējot skolēnu prasmes līmeņi plānot personīgo patērētāja uzvedību, varam secināt, ka 75 aptaujātie skolēni ikdienā neprot saskatīt atšķirības starp vēlmēm un vajadzībām (reproduktīvs un interpretējošs līmenis) un līdz ar to veido personīgo patērētāja uzvedību, pamatojoties tikai uz personīgajām vēlmēm (skat. 3.6.att.).



3.6.att. Skolēnu prasme analizēt personiskās vēlmes un vajadzības un veidot personīgo uzvedību

Tas apstiprina pilotpētījuma rezultātu analīzes secinājumus (skat.2.2.2.nod.) par nepieciešamību veidot skolēniem prasmi analizēt personīgo uzvedību, ņemot vērā ne tikai personiskās vēlmes, bet arī respektējot citu cilvēku un sabiedrības vajadzības.

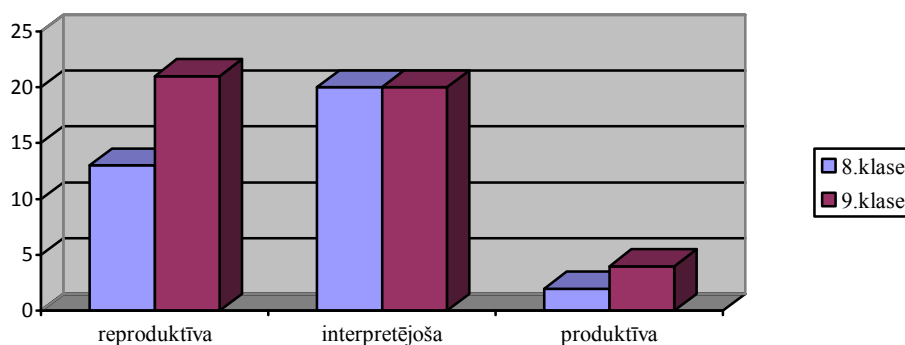
Kritērija „prasmes” novērtēšana tika veikta arī tēmā „Personīgo resursu vadīšana”. Analizējot skolēnu prasmi sastādīt personīgo budžetu un pārvaldīt personīgos finansu resursus pētījuma pirmsaprobācijas posmā, varam secināt, ka skolēni lielākoties prot plānot personīgo budžetu, balstoties uz iepriekš pildītu paraugu (reproduktīva prasme – 48 skolēni; interpretējoša prasme – 23 skolēni), un 9 respondenti uzrāda produktīvu prasmes līmeni (skat. 3.7.att.), kas nozīmē, ka tikai šie skolēni spēj plānot nākotni un uzņemties atbildību par personīgo resursu vadīšanu.



3.7.att. Skolēnu prasmes plānot un pārvaldīt personīgo budžetu līmenis pētījuma sākumposmā

Patērētājizglītības tēmā „Patērētājs tirgū”, pētot skolēnu prasmi analizēt informāciju par ražotāju ietekmi uz patērētāju, preču kvalitāti un drošumu, tika izdarīti secinājumi, ka informāciju

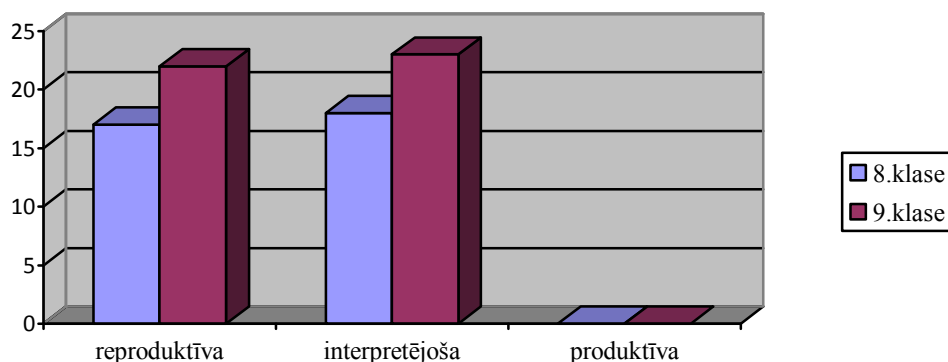
reproduktīvi prot izmantot 34 skolēni, interpretējoši 40 skolēni, bet produktīvi – 6 skolēni (skat. 3.8.att.).



3.8.att. Skolēnu prasme analizēt informāciju preču kvalitātes noteikšanai pētījuma sākumposmā

Tas parāda nepieciešamību patērētājiizglītības mācību procesā izmantot tādas mācību metodes, ar kuru palīdzību skolēni ne tikai apgūst nepieciešamās zināšanas, bet arī iemācās izmantot un analizēt nepieciešamo informāciju dažādās ar ikdienas dzīvi saistītās situācijās.

Promocijas darba ietvaros pētījuma pirmsaprobācijas posmā tika noskaidrota skolēnu prasme samazināt sadzīves atkritumu daudzumu, identificēt konkrētas patērētāja uzvedības rezultātus un novērtēt izmaksas, salīdzinot šīs uzvedības nepieciešamību. Neskatoties uz to, ka par atkritumu problēmu tiek runāts un diskutēts vairākos pamatizglītības mācību priekšmetos (Dabaszinības, Sociālās zinības, Ģeogrāfija u.c.), rezultāti rāda, ka skolēnu prasmes šajā patērētājiizglītības jomā ir reproduktīvas 42 respondentiem un interpretējošas 38 pusaudžiem, neviens no aptaujātajiem skolēniem nav apguvis prasmi identificēt un analizēt patērētāja rīcības sekas ilgtspējības kontekstā produktīvā līmenī (skat. 3.9.att.).



3.9.att. Skolēnu prasme identificēt patērētāja rīcības sekas

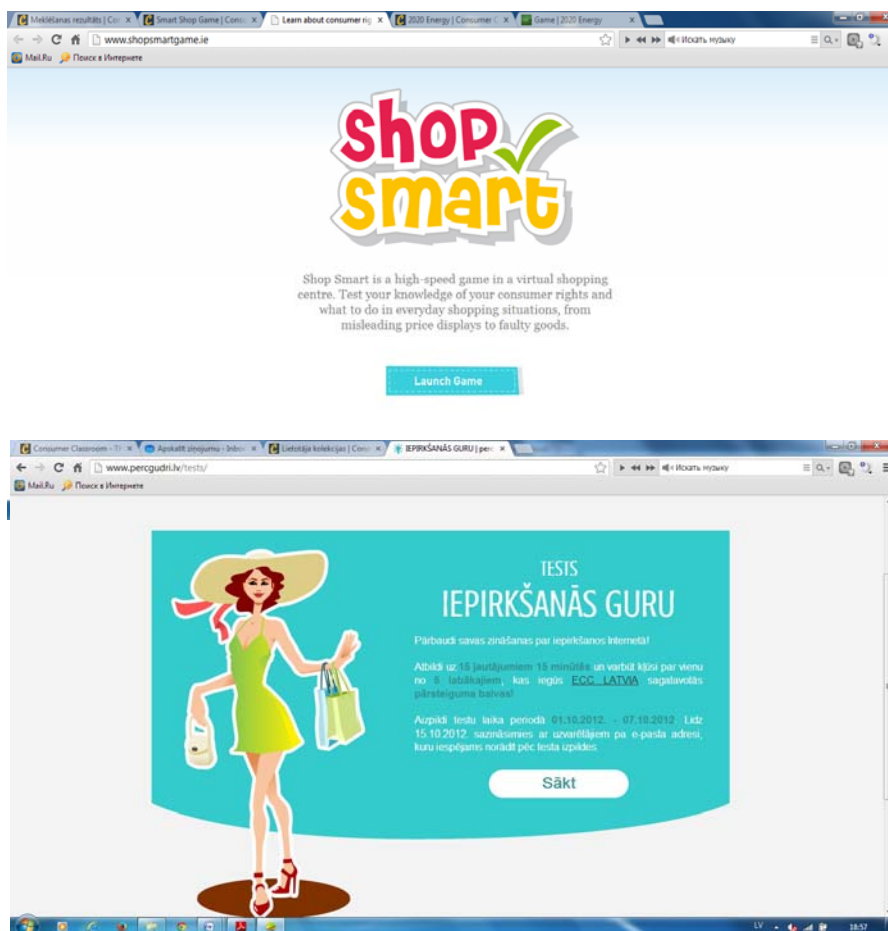
Tas apstiprina promocijas darbā analizēto zinātnieku teoriju (*Uzunova,2006, Wells,1998, Steffens,1995, McGregor,2010*) un pilotpētījumā iegūto datu analīzes rezultātus par nepieciešamību patērētājiizglītības mācību procesā radīt iespēju skolēniem attīstīt prasmi analizēt ekoloģiskumu, personīgo patēriņu un tā ietekmi uz apkārtējo vidi un sabiedrībā norisošajiem procesiem ilgtspējības kontekstā.

Promocijas darba ietvaros izstrādātās programmas aprobācijas laikā skolēniem tika dota iespēja darboties un veidot prasmes, izmantojot dažādas mācību metodes (gadījumu analīze, problēmuizdevumu risināšana u.c.), informācijas avotus un tehnoloģijas (telefons, masu mēdiji, dators, I-pad, I-phone u.tml.).

Aprobācijas noslēgumā skolēniem tika piedāvāts izpildīt vairākus uzdevumus (skat. uzdevuma paraugu un 16.piel.), kuru rezultāti tika izmantoti Programmas efektivitātes noteikšanai, salīdzinot tos ar pirmsaprobācijas anketēšanas rezultātiem.

Uzdevuma paraugs

Izpildi spēles nosacījumus, kuru atradīsi interneta adresē: www.shopsmartgame.ie (angļu valodā) vai www.percgudri.lv (latviešu valodā)!



Lai izpildītu dotā uzdevuma nosacījumus, skolēniem bija jāizmanto gan iegūtās zināšanas un izpratne par patērētāja uzvedību ietekmējošajiem faktoriem, iepirkšanos, informāciju uz preču etiķetēm utt., gan jāmeklē papildus informācija kā rīkoties dažādās ar patērētāja ikdienas darbībām saistītās situācijās. Tas skolēniem ļāva attīstīt prasmes analizēt, pieņemt apzinīgus un atbildīgus lēmumus, aizstāvēt savu viedokli, balstoties uz izpētīto informāciju un faktiem, kā arī apzināties un prast izmantot patērētāju tiesības un pienākumus, kas ir būtisks priekšnoteikums izglītota, apzinīga un atbildīga patērētāja uzvedības veidošanā uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā.

Analizējot skolēnu prasmes analizēt un plānot personīgo uzvedību vēlmju un vajadzību apmierināšanā dinamiku, izmantojot Vilksoksona testu (skat. 3.8.tab.), var secināt, ka 47 aptaujātie skolēni savas prasmes ir uzlabojuši, bet 33 skolēniem tās ir nostiprinājušās iepriekšējā līmenī.

3.8.tabula

Vilksoksona testa rezultāti skolēnu prasmes attīstības noteikšanai

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Skolēnu prasme analizēt personīgo uzvedību pētījuma sākumā - Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma beigās	Negative Ranks	0 ^a	,00	,00
	Positive Ranks	47 ^b	24,00	1128,00
	Ties	33 ^c		
	Total	80		

a. Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma beigās < Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma sākumā

b. Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma beigās > Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma sākumā

c. Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma beigās = Skolēnu prasmes analizēt personīgo uzvedību pētījuma sākumā

Rezultāti liecina, ka skolēni pēc Programmas aprobācijas prot identificēt personīgās vēlmes un vajadzības, ir attīstījuši prasmi plānot individuālo uzvedību vajadzību apmierināšanas procesā, ņemot vērā ne tikai personīgās, bet arī citu cilvēku un sabiedrības vajadzības.

Patērētājizglītības tēmā „Personīgo resursu vadīšana”, pētot skolēnu prasmes plānot nākotni un uzņemties atbildību par personīgo finansiālo resursu izlietošanu attīstību patērētājizglītības satura apguves procesā, izmantojot Vilksoksona testu (skat. 3.9.tab.), var secināt, ka prasme plānot un pārvaldīt personīgos finansu līdzekļus ir attīstījusies 55 no pētījumā iesaistītajiem skolēniem, savukārt 25 respondentiem tā ir nostiprinājusies iepriekšējā līmenī.

Vilkoksona testa rezultāti skolēnu prasmes dinamikas noteikšanai

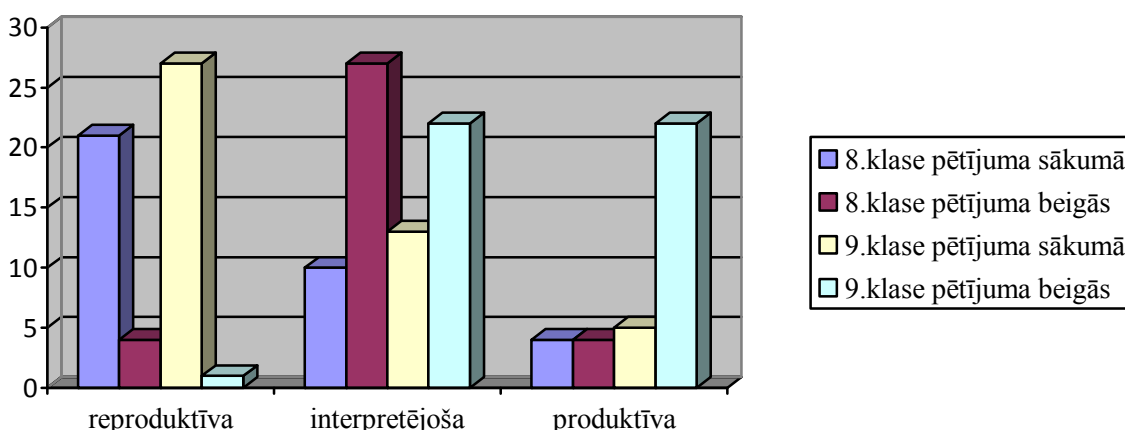
Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma beigās - Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma sākumā	Negative Ranks	0 ^a	,00	,00
	Positive Ranks	55 ^b	28,00	1540,00
	Ties	25 ^c		
	Total	80		

a. Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma beigās < Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma sākumā

b. Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma beigās > Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma sākumā

c. Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma beigās = Skolēnu prasme plānot un pārvaldīt personīgo budžetu pētījuma sākumā

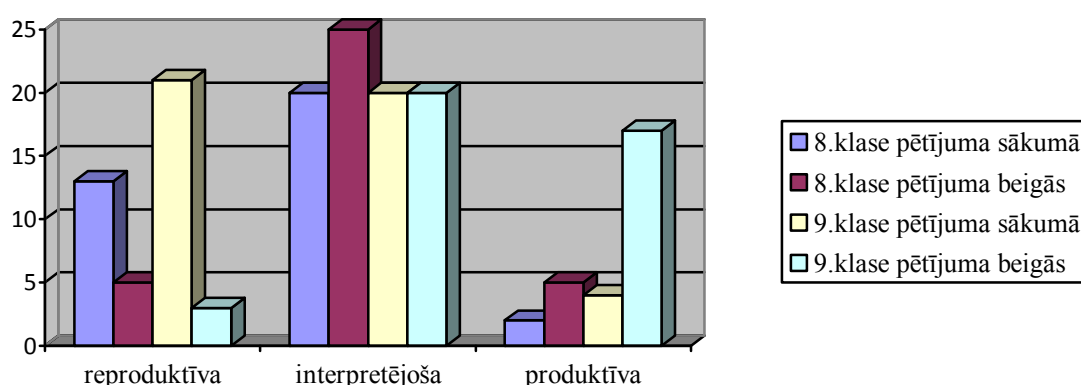
Nemot vērā pētījuma sākumā un beigās uzrādītos rezultātus, varam secināt, ka patērētājizglītības satura apguves rezultātā 9.klases skolēniem būtiski attīstījusies prasme plānot nākotni un uzņemties atbildību par līdzekļu izlietojumu (skat. 3.10.att.), ko parāda skolēnu skaita ar reproduktīvu prasmes līmeni samazināšanās un skolēnu skaita ar produktīvas prasmes līmeņa palielināšanās.



3.10.att. Skolēnu prasmes plānot personīgo finansu nākotni dinamika

Savukārt 8.klases skolēnu skaits ar produktīvu prasmes līmeni nav mainījies Programmas aprobācijas rezultātā, kas skaidrojams ar patērētājizglītības satura sadalījumu pa klašu līmeņiem un izvirzītajiem kopējiem mācību sasniegumu novērtēšanas kritērijiem.

Tēmā „Patērētājs tirgū” tika pētīta skolēnu prasme analizēt informāciju par ražotāju ietekmi uz patērētāju, preču kvalitāti un drošumu dinamiku. Varam secināt, ka 8.klases skolēnu skaits ar reproduktīvas prasmes līmeni ir samazinājies, bet interpretējoša prasme ir attīstījusies lielākam skaitam pētījumā iesaistīto skolēnu (skat. 3.11.att.). 8.klasē ir pieaudzis skolēnu skaits ar attīstītu produktīvu informācijas analīzes par ražotāju ietekmi un preču kvalitāti prasmes līmeni. Pētījuma rezultāti rāda, ka 9.klases skolēniem produktīvas prasmes līmenis ir palielinājies, savukārt skolēnu skaits ar reproduktīvu prasmes līmeni ir būtiski samazinājies.



3.11.att. Skolēnu prasme analizēt informāciju par ražotāju ietekmi uz patērētāju un preču kvalitāti

Rezultātu analīze apstiprina patērētājizglītības satura apguves lomu skolēnu prasmes analizēt informāciju un pieņemt atbildīgus lēmumus ar ikdienas dzīvi saistītās situācijās attīstībā. Savukārt, analizējot skolēnu prasmes dinamiku uzņemties atbildību par pieņemtajiem lēmumiem un noteikt savas rīcības sekas, izmantojot Vilksoksona testu (skat. 3.10.tab.), var secināt, ka 60 skolēniem prasmes ir attīstījušās, bet 20 skolēniem tās ir nostiprinājušās iepriekšējā līmenī. Skolēnu prasmes patērētājizglītības satura apguves procesā nav samazinājušās.

3.10.tabula

Vilksoksona testa rezultāti skolēnu prasmes attīstības noteikšanai

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma beigās - Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma sākumā	Negative Ranks	0 ^a	,00	,00
	Positive Ranks	60 ^b	30,50	1830,00
	Ties	20 ^c		
	Total	80		

- a. Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma beigās < Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma sākumā
- b. Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma beigās > Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma sākumā
- c. Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma beigās = Prasme identificēt patērētāja rīcības sekas pētījuma sākumā

Tēmas “Patērētāju tiesības un pienākumi” ietvaros iegūtie rezultāti ļauj izdarīt secinājumus, ka 8.klases skolēni Programmas apguves laikā attīsta prasmi samazināt sadzīves atkritumu daudzumu, noteikt videi draudzīgas preces, pētīt un analizējot marķējumu, savukārt 9.klases skolēni pilnveido prasmi analizēt informāciju un izmantot to ar ikdienas dzīvi saistītās situācijās, kā arī attīsta prasmi analizēt patērētāja rīcību vides, sociālā un ilgtspējas kontekstā.

Līdz ar to varam izdarīt secinājumu, ka patērētāji izglītības satura apguves procesā skolēns ne tikai iemācās rīkoties standartsituācijās, bet arī viņam tiek dota iespēja attīstīt prasmi analizēt savas rīcības cēloņus un sekas vides un sabiedrības ilgtspējības aspektā. To apstiprina arī veiktā statistisko datu analīze, izmantojot Kendella korelāciju, kas parāda, ka pastāv

- statistiski būtiska sakarība starp skolēnu zināšanām par personīgo patēriņu un prasmi analizēt savu uzvedību ($r=0.649$, $p=0.050$) (skat. 19.piel. 1.att.), starp zināšanām un izpratni par videi draudzīgas produkcijas izvēli un prasmi identificēt patērētāja rīcības sekas ($r=0.391$, $p=0.050$) (skat. 19.piel. 2.att.);
- ļoti būtiskas korelācijas starp skolēnu zināšanām un izpratni par personīgo resursu vadīšanu un prasmi plānot un pārvaldīt personīgo budžetu ($r=0.369$, $p=0.001$) (skat. 19.piel. 3.att.);
- maksimāli būtiska sakarība starp skolēnu zināšanām un izpratni par patērētājus ietekmējošajiem faktoriem un prasmi analizēt informāciju ražotāju ietekmi uz patērētājiem ($r=0.482$, $p=0.000$) (skat.19.piel. 4.att.).

3.2.3. Apzinātas un atbildīgas attieksmes pilnveidošanās patērētāji izglītības satura ieviešanas rezultātā

Skolēnu mācību sasniegumu vērtēšanā būtiska nozīme ir attieksmei, kas veidojas dzīves darbības pieredzes, zināšanu apguves, pārdzīvojuma un gribas piepūles vienībā un izpaužas vērtībās, mērķos, ideālos (Špona, 2004, Šūmane, 2012).

A.Avotiņa (2010) uzskata, ka attieksmes ir mainīgas un nav izmērāmas, jo ietver sevī emocionālās izpausmes. Tomēr pedagogijā tieši šīm kategorijām tiek pievērsta arvien lielāka uzmanība un tiek atzīta to arvien spēcīgāka ietekme uz mācībām.

Skolēnu attieksmes novērtēšanai patērētājizglītībā ir izmantojami vērtēšanas līmeņi, kas redzami 3.11.tabulā.

3.11.tabula

Skolēnu attieksmes patērētājizglītībā vērtēšanas līmeņi

Kritērijs	Patērētājizglītības satura tēma	Līmeņi
Attieksme	Patērētāju vajadzības un uzvedība	<i>Paraduma attieksme:</i> respektē citu cilvēku vajadzības. <i>Pašregulēta attieksme:</i> analizē savas vajadzības, to ietekmi uz personīgo un tuvākās sabiedrības dzīvi un novērtē savas izvēles sekas vides un sociālā kontekstā.
	Personīgo resursu vadīšana	<i>Paraduma attieksme:</i> respektē personīgos finanšu līdzekļus. <i>Pašregulēta attieksme:</i> attīsta apzinātu un atbildīgu attieksmi pret resursu izlietojumu, apzinās un novērtē naudu kā vērtību.
	Patērētāji tirgū	<i>Paraduma attieksme:</i> apzinās, ka patērētāji var ietekmēt to, kā preces tiek piedāvātas tirgū. <i>Pašregulēta attieksme:</i> apzinās personīgo atbildību, izvēloties preces un pakalpojumus, novērtē, plāno un organizē savu rīcību atbilstoši ilgspējīgas attīstības pamatprincipiem.
	Patērētāju tiesības un pienākumi	<i>Paraduma attieksme:</i> apzinās rūpniecības un mājsaimniecības radītos draudus videi. <i>Pašregulēta attieksme:</i> ir pārliecināts, ka labas vai sliktas apkalpošanas vai produkcijas komentēšanā, aktīvi un atbildīgi iesaistās sabiedrībā norisošajos procesos, veicinot videi draudzīgu produktu patēriņu, rūpējoties par drošumu un izmantojot patērētāja tiesības ikdienā.

Attīstoties apzinātai attieksmei pret īstenību, pusaudžu uzvedībā manāmi pastiprinās apzināta pozitīva attieksme pret mācību darbu. Savā mācību darbībā viņi pamazām pāriet uz jaunu augstāko pakāpi, kas saistīta ar jaunu attieksmi pret dziļām zināšanām, kuras iegūst personisku jēgu. Visbūtiskāko lomu pusaudžu pozitīvas attieksmes veidošanā pret mācību procesu veic prasmīga mācību satura organizācija: saistība ar dzīvi un praksi, emocionālās mācības, pusaudžu izziņas darbības organizēšana, kas dod iespēju pārdzīvot patstāvīgu atklājumu prieku. (*Špona, Čamane, 2009*)

Pētījumā tika izmantota problēmuzdevumu risināšanas metode, kas ļauj transformēt mācīšanas procesu skolēnu mācīšanās procesā, kā arī novērtēt skolēnu attieksmes līmeni katrā no patērētājizglītības tēmām (skat. uzdevuma paraugu un 17.piel.)

Uzdevuma paraugs

Anna vēlas iegādāties jaunu I-pad. Meitene izpētīja, ka, lai tajā klausītos mūziku un skatītos filmas, ir nepieciešams pievienot tam atmiņas karti. Palīdzi Annai veikt izvēli, ņemot vērā drošības noteikumus un finanšu taupīšanas iespējas! Neaizmirsti par noteiktajiem kvalitātes rādītājiem un ražotāju noteiktajiem ierobežojumiem!

Lai atrisinātu problēmuzdevumu patērētājiizglītībā, skolēnu darbība, balstoties uz TRIZ metodi, tika sadalīta vairākos etapos: sagatavošanās darbam; nosacījumu analīze; hipotēžu izvirzīšana, atlase un pārbaude.

Darba laikā skolēni veica uzdevuma nosacījumu izpēti, analīzi, galvenā pētāmā objekta izpēti un tā mijiedarbību ar apkārtējiem objektiem. Pusaudzī analizēja I-pad piedāvājumu veikalos, internetveikalos, citos interneta resursos, tam pievienojamās papildierīces, atmiņas lielumu un citus tehniskos rādītājus. Darba rezultātā skolēni izveidoja sarakstu, kurā uzrādīja I-pad tehniskos datus un iespējamo iegādes vietu. Tas ļāva attīstīt skolēnu prasmi izvirzīt atlases kritērijus, atbilstoši tiem atrast, analizēt un sistematizēt iegūto informāciju, kas kalpo par pamatu pusaudžu kā patērētāju apzinātas un atbildīgas uzvedības attīstībai ar ikdienu saistītās situācijās.

Bez tam problēmuzdevuma risināšanas gaitā tika izpētīti drošības rādītāji, ražotāja noteiktie ierobežojumi, likumdošanas normas, kas attiecas uz tehnoloģiju ietekmi uz cilvēka veselību un dzīvību. Analīzes rezultātā skolēni pārveidoja iepriekšizveidoto sarakstu, atbilstoši drošības kritērijiem (no mazāk bīstamā uz bīstamāko). Normatīvo dokumentu izpēte patērētājiizglītībā deva iespēju skolēniem veicināt izpratni par patērētāja tiesībām un pienākumiem, tā rezultātā veicinot apzinātu un aktīvu līdzdalību sabiedrībā norisošajos procesos.

Ņemot vērā uzdevuma nosacījumus, tika veikta arī finanšu resursu taupīšanas iespēju analīze, kā rezultātā skolēnu izveidotais saraksts vēlreiz tika mainīts, ņemot vērā visus ietekmējošos faktoros. Problēmuzdevuma risināšanas process ļāva skolēniem attīstīt prasmi apzināt personīgo vajadzību apmierināšanas iespējas, ņemot vērā apkārtējo cilvēku un sabiedrības vajadzības, kā arī patērētājiizglītības satura apguves procesā tika attīstīta skolēna atbildīga un apzināta rīcība ar finanšu līdzekļiem, kas ir būtiska nelietderīgas resursu izlietošanas ierobežošanai un ilgtspējīga patēriņa attīstībai.

TRIZ metodes izmantošana patērētājiizglītībā ļāva konkretizēt problēmu, izcelt tās pamatā esošo pretrunu, un piedāvāt ideāla gala rezultāta iegūšanai piemērotus instrumentus (labākā cena, kvalitāte, tirdzniecības vieta, patērētāja attieksme un tiesības).

Ņemot vērā attieksmju mainīgo raksturu, promocijas darbā skolēnu attieksmes tika mērītas pētījuma noslēgumā, kam tika noteikti divi attieksmes līmeņi:

- paraduma attieksme, kas izpaužas kā iegūto zināšanu un prasmju demonstrēšana ar patērētāja ikdienas dzīvi saistītās situācijās;
- pašregulēta attieksme ir skolēnu aktīva un atbildīga izpausme, komunikācija, līdzdalība sabiedrībā norisošajos procesos.

Līdz ar to, analizējot dažādu un plašu informāciju, skolēni parādīja savas zināšanas un izpratni informāciju tehnoloģiju jomā, iepirkšanās vietas izvēlē, kā arī finansu pārvaldīšanas aspektā. Bez tam skolēniem bija iespēja demonstrēt savas prasmes ar patērētāja dzīvi saistītās situācijās, kas atbilst skolēnu paraduma attieksmes līmenim, kā arī attieksmju līmeni paaugstināt līdz pašregulētai attieksmei, attīstot komunikāciju, informācijas analīzes prasmi, faktoru vērtēšanas prasmi, kā arī prasmi analizēt personīgo rīcību finansu, vides un ilgtspējības kontekstā.

Skolēnu atbildīgas attieksmes veidošanai patērētāji izglītības procesā, kas izpaužas kā apzināta personīgā patēriņa, vajadzību un pieejamo resursu analīze, izvēloties preces un pakalpojumus, novērtēšana, plānošana un savas rīcības organizēšana atbilstoši ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem, tika izmantots WebQuest mācību modelis problēmu uzdevuma risināšanai (skat. uzdevuma paraugu).

Uzdevuma paraugs

Pēdējo 100 gadu laikā planētas iedzīvotāju skaits ir palielinājies vairāk kā četras reizes un turpina pieaugt ar lielu ātrumu. Šajā sakarā cilvēkiem var rasties vairākas problēmas: kur dzīvot, ko ēst un vai pietiks resursu?

Pamatojoties uz WebQuest mācību modeli, skolēniem tika piedāvāts uzdevums, izmantojot problēmisko mācīšanos: izpētīt planētas iedzīvotāju skaita pieauguma dinamiku un izvietojumu kontinentos, rast pārapsūdzīvotības problēmas iespējamus risinājumus un Ekoloģiskās pēdas nospieduma izmaiņas.

Uzdevuma izpildei pusaudži tika sadalīti grupās, kurām jārod atbildes uz sekojošiem problēmjautājumiem:

- Cik cilvēku dzīvos uz planētas 2050.gadā? Šīs prognozes izteikšanai, jāveic iedzīvotāju skaita izmaiņu izpēte pēdējos 200 gados, tā jāattēlo grafikā. Jāsniedz komentārs.
- Ko apzīmē plankumi iedzīvotāju blīvuma kartē? Izpētīt un atrast reģionus kartē ar dažādu iedzīvotāju blīvumu. Noskaidrot iedzīvotāju blīvuma dažādības iemeslus.
- Ko nozīmē ekoloģiskās pēdas nospiedums? Izpētīt kas ir Ekoloģiskā pēda, ko nozīmē tās nospiedums. Cik lielu nospiedumu rada katrs pasaules iedzīvotājs dažādos planētas reģionos? Rast risinājumu Ekoloģiskās pēdas nospieduma samazināšanai.

- Ekoloģiskā saimniekošana. Izveidot prezentāciju par ekoloģisko saimniekošanu, ietverot tās pamatprincipus, 10 aktīvākās valstis šajā jomā. Komentēt ekoloģiskas saimniekošanas iemeslus un sekas.

Promocijas darba aprobācijas gaitā skolēni veidoja prasmi līdzvērtīgi sadalīt darbu visiem grupas dalībniekiem, veidot domu karti, kurā sistematizēta prezentējamā informācija un norādīti atbildīgie par darbu veikšanu, kas veicināja katra grupas dalībnieka individuālo atbildību par grupas kopējo darbu un līdz ar to sekmēja indivīda kā patērētāja individuālo atbildību, veicot ar ikdienas dzīvi saistītas darbības.

Aprobācijas gaitā pusaudžiem tika radītas iespējas attīstīt prasmi atlasīt un apkopot būtiskāko informāciju gan no dotajiem, gan pašu sameklētiem informācijas avotiem, kas veicināja skolēnu kā patērētāju pašregulētas attieksmes veidošanos patērētājizglītības procesā, kas izpaužas kā apzināta personīgā patēriņa, vajadzību un pieejamo resursu analīze, novērtēšana, plānošana un savas rīcības organizēšana atbilstoši ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem (skat.3.11.tab.).

Nodarbību laikā skolēniem tika dots uzdevums veidot prezentāciju par augstākminētajiem problēmjaudājumiem. Prezentējot to, skolēni veidoja prasmi aizstāvēt savu viedokli, balstoties uz izpētīto informāciju un iegūtajiem faktiem, kas ļāva indivīdiem kā patērētājiem, attīstīt prasmi analizēt informāciju un faktus, aizstāvēt savas patērētāja tiesības, pilnveidot spēju iesaistīties sociālajos, ekonomiskajos un politiskajos procesos vietējā, nacionālā un globālā līmenī.

Skolēna attieksmju noteikšanai, ņemot vērā to mainīgo raksturu, tika izmantota Kendella korelācija, analizējot skolēnu prasmi analizēt informāciju un novērtēt faktus, plānot un organizēt individuālo patērētāja darbību, aizstāvēt savas patērētāja tiesības un iesaistīties sabiedriskajos procesos.

Rezultāti parāda, ka pastāv ļoti būtiska statistiska sakarība starp skolēnu zināšanām un prasmi analizēt savas vajadzības un izvēles sekas ($r=0.459$, $p=0.000$) (skat. 3.12.tab.).

Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Patērētāju vajadzības un uzvedība”

Correlations

			Analizē savu vajadzību apmierināšanas sekas	Novērtē savas izvēles sekas
Kendall's tau_b	Analizē savu vajadzību apmierināšanas sekas	Correlation Coefficient	1,000	,459
		Sig. (2-tailed)		,000
		N	80	80
	Novērtē savas izvēles sekas	Correlation Coefficient	,459	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	80	80

Analizējot rezultātus, var izdarīt secinājumu, ka skolēns, apzinot personīgo vajadzību apmierināšanas iespējas, ņem vērā apkārtējo cilvēku un sabiedrības vajadzības, kā arī analizē savu rīcību vides un sociālā kontekstā. Tas norāda, ka patērētāji izglītības procesā tēmas „Patērētāja vajadzības un uzvedība” ietvaros ir iespējams attīstīt skolēnu pašregulētu attieksmi, kas izpaužas kā personīgo vajadzību ietekmes uz sabiedrībā norisošajiem procesiem analīze, kā arī personiskās izvēles seku apzināta un atbildīga izvērtēšana ilgspējības kontekstā.

Skolēnu attieksmes vērtēšanas tēmā „Personīgo resursu vadīšana” rezultāti rāda, ka pastāv būtiska sakarība ($r=0.369$, $p=0.005$) starp skolēnu zināšanām un prasmi plānot personīgo budžetu un naudas kā vērtības apzināšanos un atbildīgu attieksmi (skat.3.13.tab.).

Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Personīgo resursu vadīšana”

Correlations			Apzināta un atbildīga atieksme pret personīgo līdzekļu izlietojumu	Skolēni apzinās naudu kā vērtību
Kendall's tau_b	Apzināta un atbildīga atieksme pret personīgo līdzekļu izlietojumu	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 , 80	,369 ,005 80
	Skolēni apzinās naudu kā vērtību	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,369 ,005 80	1,000 . 80

Analizējot iegūtos datus, varam izdarīt secinājumu, ka patērētāji izglītības satura apguves procesā tiek attīstīta skolēna atbildīga un apzināta rīcība ar finanšu līdzekļiem, kas ir būtiska nelietderīgas resursu izlietošanas ierobežošanai un ilgtspējīga patēriņa attīstībai. Tas atbilst kritērija „attieksmes” noteiktajam veidam – pašregulēta attieksme.

Skolēnu attieksmes vērtēšanai tēmā „Patērētāji tirgū” izmantotās Kendella korelācijas rezultāti rāda, ka pastāv statistiski ļoti būtiska sakarība starp skolēnu atbildību par personīgās izvēles ietekmi uz personīgo dzīvi un tās ietekmi uz sabiedrībā norisošajiem procesiem tuvākajā apkārtnē (pilsētā/pagastā) ($r=0.448$, $p=0.000$), savukārt būtiska sakarība ($p=0.017$) veidojas starp skolēnu atbildību par personisko izvēli un globālā līmenī notiekošiem vides un sociāliem procesiem (skat. 3.14.tab.).

Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Patērētāji tirgū”

			Correlations		
			Apzinās personīgo atbildību pasaulē norisošajos procesos	Apzinās personīgo atbildību pilsetā norisošajos procesos	Apzinās personīgo atbildību iegadājos preces un pakalpojumus
Kendall's tau_b	Apzinās personīgo atbildību pasaulē norisošajos procesos	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 .506 80	,506 ,000 80	,269 ,017 80
	Apzinās personīgo atbildību pilsetā norisošajos procesos	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,506 ,000 80	1,000 ,448 80	,448 ,000 80
	Apzinās personīgo atbildību iegadājos preces un pakalpojumus	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,269 ,017 80	,448 ,000 80	1,000 .000 80

Rezultāti parāda skolēnu atbildīgas pašregulētas attieksmes veidošanos patērētāji izglītības procesā, kas izpaužas kā patērētāja ietekmes uz tirgū piedāvāto preču un pakalpojumu analīze, apzināta personīgā patēriņa, vajadzību un pieejamo resursu izvērtēšana, izvēloties preces un pakalpojumus, plānošana un savas rīcības organizēšana, atbilstoši ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem.

Skolēnu attieksmes vērtēšanas tēmā „Patērētāju tiesības un pienākumi” rezultāti rāda, ka pastāv ļoti būtiska sakarība starp skolēnu prasmi aktīvi aizstāvēt savas patērētāja tiesības, izmantojot videi draudzīgu un drošu preču izvēli, un viņa aktīvu un atbildīgu iesaistīšanos sabiedrībā norisošajos procesos ($r=0.624$, $p=0.000$) (skat. 3.15.tab.).

Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Patērētāju tiesības un pienākumi”

Correlations

			Aizstāv savu viedokli patērētāju tiesību jomā	Aktīvi un atbildīgi iesaistās sabiedrībā norisošajos procesos
Kendall's tau_b	Aizstāv savu viedokli patērētāju tiesību jomā	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 80	,624 80
	Aktīvi un atbildīgi iesaistās sabiedrībā norisošajos procesos	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,624 80	1,000 80

Rezulātu analīze ļauj izdarīt secinājumus, ka patērētāji izglītībā ir iespējams dot skolēnam iespēju, attīstot prasmi aizstāvēt savas patērētāja tiesības, pilnveidot spēju iesaistīties sociālajos, ekonomiskajos un politiskajos procesos mainīgos apstākļos, kas atbilst izvirzītajam pašregulētas attieksmes veidam.

Līdz ar to varam izdarīt secinājumu, ka, aplūkojot patērētāji izglītību kā pedagoģijas sistēmas komponentu, izstrādājot darbības/mācīšanās pedagoģiskās paradigmas realizēšanu, patērētāji izglītības satura apguves procesā, izmantojot mācību metožu dažādošanu un transformējot mācību procesu skolēnu mācīšanās procesā skolēnam tiek dotas iespējas ne tikai attīstīt personīgo patērētāji izglītību un uzlabot savas zināšanas un prasmes tās izmantot, bet arī veidot tādas attieksmes, kas izpaužas kā aktīva un atbildīga līdzdalība uz tirgus attiecībām un ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā mainīgos ekonomiskos apstākļos.

3.2.4. Programmas „Patērētājiizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājiizglītības veidošanai pamatskolā” ekspertvērtējums

Ekspertvērtējuma mērķis ir veikt programmas „Patērētājiizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājiizglītības veidošanai pamatskolā” ekspertvērtēšanu, saskaņā ar izstrādātiem vērtēšanas kritērijiem.

Skolēna individuālās patērētājiizglītības attīstības novērtējums saistīts ar to mērķu sasniegšanu, kurus izvirza pamatizglītības standarts, mūsdienu sabiedrībā norisošie procesi, kā arī mainīgie sociālie, ekonomiskie un vides apstākļi.

Lai novērtētu Programmu, lietderīgi pielietot eksperta vērtējumu. V.Čerepanovs (Черепанов,1989) un A.Orlovs (Орлов,2002) ir raksturojuši pedagoģiskā procesa ekspertu novērtējuma teorētiskos pamatus. Ekspertu vērtējuma metodes tiek definētas kā „darba organizācijas metodes ar speciālistiem-ekspertiem un ekspertu viedokļu apstrādes metodes” (Орлов,2002). Saņemtie ekspertu viedokļi var tikt izteikti kvantitatīvā un/vai kvalitatīvā formā, lai lemjošās personas saņemtu lēmumu pieņemšanai sagatavotu informāciju (Kuliša,2010).

Programmas novērtēšana īstenota vairākos posmos:

- pedagoģiskās ekspertīzes raksturojošo lielumu noteikšana;
- ekspertu kandidātu skaita noteikšana;
- ekspertu izvēle, to kompetences noteikšana;
- ekspertu pētījuma veikšana;
- iegūto rezultātu analīze un apstrāde.

V.Čerepanovs (Черепанов,1989) norāda, ka pārlietu liels ekspertu skaits palielina neprecizitātes novērtēšanā un pazemina rezultātu ticamību. Tā kā Programmas aprobācija notika Viļānu vidusskolā, tad Programmas novērtēšanā tika iesaistīts viens eksperts – skolas direktora vietniece mācību darbā, kurai ir izglītības zinātņu maģistra grāds un ilggadēja pieredze mācību procesa organizēšanā pamatizglītības un vidējās vispārējās izglītības iestādē.

Programmas īstenošanā eksperts piedalījās kā novērotājs un pētījuma norises procesā izveidoja personīgo viedokli par Programmu, balstoties uz izstrādātiem kritērijiem (skat. 3.16.tab.)

**Eksperta vērtējuma par programmu “Patērētājizglītības būtība un saturs skolēna
individuālās patērētājizglītības veidošanai pamatskolā” kritēriji**

Vērtēšanas kritērijs	Vērtēšanas balles
Programmas aktualitāte un novitāte	<p>3 balles – izstrādātā Programma ir aktuāla, oriģināla un perspektīva, kā arī atbilst pamatizglītības standartā izvirzītajiem prioritārajiem virzieniem</p> <p>2 balles – Programma ir interesanta, tajā modernizētas izmantojamās pieejas</p> <p>1 balle – izstrādātā Programma nav prioritārs un pieeja novecojusi</p>
Programmas mērķis un uzdevumi	<p>3 balles – Programmai izvirzītais mērķis un uzdevumi pilnībā atbilst pamaizglītības standartam un skolēnu izglītības vajadzībām</p> <p>2 balles – Programmas mērķis un uzdevumi daļēji atbilst pamaizglītības standartam un skolēnu izglītības vajadzībām</p> <p>1 balle – Programmas mērķi un uzdevumi neatbilst pamaizglītības standartam un skolēnu izglītības vajadzībām</p>
Programmas mācību saturs	<p>3 balles – ietver zināšanas, prasmes un attieksmes skolēnu individuālās patērētājizglītības attīstībai</p> <p>2 balles – neatspoguļo zināšanu, prasmju un attieksmju sastāvu skolēnu individuālās patērētājizglītības attīstībai</p> <p>1 balle – neietver zināšanas, prasmes un attieksmes skolēnu individuālās patērētājizglītības attīstībai</p>
Pedagoģiskie nosacījumi	<p>3 balles – sekmē skolēnu individuālās patērētājizglītības attīstību, radot apstākļus, kas veicina apzinātas un atbildīgas patērētāja uzvedības veidošanos ilgspējības kontekstā</p> <p>2 balles – daļēji sekmē skolēnu individuālās patērētājizglītības attīstību, radot apstākļus, kas veicina apzinātas un atbildīgas patērētāja uzvedības veidošanos ilgspējības kontekstā</p> <p>1 balle – nesekmē skolēnu individuālās patērētājizglītības attīstību</p>
Mācību procesa organizācija	<p>3 balles – mācību procesa organizācija un principi atbilst pamatizglītības procesam</p> <p>2 balles – mācību procesa organizācija un principi daļēji atbilst pamatizglītības procesam</p> <p>1 balle – studiju procesa organizācija un principi neatbilst pamatizglītības procesam</p>
Programmas apgūvē izmantojamās mācību metodes	<p>3 balles – mācību metodes atbilst Programmas saturam un mērķim</p> <p>2 balles – mācību metodes daļēji atbilst Programmas mērķim un saturam, sekmē skolēna individuālās patērētājizglītības attīstību</p> <p>1 balle – mācību metodes neatbilst Programmas mērķim un saturam</p>

Vērtēšanas kritērijs	Vērtēšanas balles
Skolēnu mācību sasniegumu patērētāji izglītībā kritēriji un līmeņi	<p>3 balles – piedāvātie kritēriji un līmeņi dod iespēju novērtēt Programmas realizācijas rezultātus, kas izpaužas kā zināšanas un izpratne, prasmes un attieksmes</p> <p>2 balles – piedāvātie kritēriji un līmeņi daļēji novērtē Programmas realizācijas rezultātus</p> <p>1 balle – piedāvātie kritēriji un līmeņi nedod iespēju novērtēt Programmas realizācijas rezultātus</p>
Programmas praktiskā nozīme	<p>3 balles – piedāvātā Programma ir ieviešama pamatizglītības mācību procesā kā vispārējās izglītības komponente</p> <p>2 balles – Programmas ieviešanai pamatizglītības mācību procesā jāveic tās uzlabošana</p> <p>1 balle - pieprasījums pēc Programmas ir apšaubāms</p>

Eksperta viedoklis tiek atspoguļots eksperta vērtējuma kopsavilkuma lapā (skat. 20. pielikumu). Eksperta vērtējumā tiek vērtētas izstrādātās Programmas stiprās un vājās puses, kā arī norādītas iespējamās problēmas un izteiktas rekomendācijas.

Analizējot eksperta vērtējumu par Programmu, varam secināt, ka:

- Programma ir aktuāla, oriģināla un perspektīva, kā arī atbilst pamatizglītības standartā izvirzītajiem prioritārajiem virzieniem un pusaudžu vecumposmam. Programmai izvirzītais mērķis un uzdevumi atbilst pamatizglītības standarta prasībām un skolēnu vajadzībām patērētāji izglītības jomā.
- Programmas mācību saturs ietver skolēnu individuālajai patērētāji izglītībai atbilstošas zināšanas, prasmes un attieksmes, tomēr tas var tikt pilnveidots un papildināts, iekļaujot patērētāju drošības jautājumus. Eksperts norāda, ka Programmas apguves laikā tiek sekmētas skolēna zināšanas un prasmes apzināta un atbildīga patēriņa veidošanā.
- Vērtējot mācību procesa organizāciju, eksperts norāda, ka patērētāji izglītība ir integrējama citu pamatizglītības mācību priekšmetu saturā, un piedāvātās Programmas mācību procesa organizācija un principi atbilst pamatizglītībai. Eksperts ļoti atzinīgi vērtē promocijas darbā piedāvātās un aprobācijā izmantotās mācību metodes, norādot, ka tās ir mūsdienīgas un aktuālas, saistītas ar informācijas tehnoloģijām un svešvalodu apguvi, kas paaugstina skolēnu konkurētspēju un paplašina izglītošanās iespējas.
- Eksperts norāda, ka ņemot vērā patērētāji izglītības integrēšanu citos pamatizglītības mācību priekšmetos, skolēnu mācību sasniegumus nav iespējams vērtēt, izmantojot vispārpieņemto vērtēšanas sistēmu. Pēc eksperta ieteikuma, izstrādātie vērtēšanas kritēriji ir pārdomāti un būtiski, kas precīzi atspoguļo skolēnu sasniegumus patērētāji izglītībā un izmantojami arī citos mācību priekšmetos.

- Eksperts norāda, ka Programmas īstenošanā var rasties problēma ar skolotāju gatavību darbam ar transdisciplinārām programmām un metodēm. Tas rada nepieciešamību pilnveidot pedagogu profesionālo kompetenci, lai ieviestu jaunās metodes darbā ar skolēniem.

Programma eksperta vērtējumā ir atzīta par aktuālu un tās realizācija pamatizglītības mācību procesā ir iespējama, ja tās saturs tiek integrēts mācību priekšmetu apgūvē, tādējādi neradot papildus slodzi skolēniem.

NOBEIGUMS

Uz zinātniskās literatūras un avotu analīzes pamata par patērētājizglītības būtību un attīstību Latvijas un Eiropas kultūrvidē recesijas apstākļos un balstoties uz humānās pedagoģijas atziņām par skolēna un skolotāja sadarbību mācīšanās procesā, realizēta uz skolēna vajadzību un interešu izpēti balstīta mācīšanas un mācīšanās pieeja (*Lieģeniece,2003, Vigotskis,2002; Žogla, 2001,2006; u.c.*). Mācību procesā integrēts patērētājizglītības saturs, un process vienlaicīgi transformēts no mācīšanas procesā centrā par skolēna mācīšanās procesu (*Barr, Tagg,1995, Harkema, Schout,2008, Kember,2008*).

Pētījuma pamatā ir humānpedagoģijas atziņas par skolēna un skolotāja sadarbību mācīšanās procesā, realizējot uz skolēna vajadzību un interešu ievērošanu balstītu mācīšanās pieeju (*Barr, Tagg,1995; Fišers,2005; Harkema, Schout,2008; Lieģeniece,2003; Maslovs,1970; McCombs, Whisler,1997; McDonald,2002; Popil,2011; Rogers,1995; Šuvajevs,2003; Rifkins,2004; Rubene,2008; Žogla,2001,2006*), patērētājizglītības jēdziena un būtības skaidrojums (*Bannister,Monsma,1980, Hellmann-Tuitert,1999, Langrers,1979, Ļubkina,1997,2000,2004, Thompson,1993, Thoresen,2002, McGregor,2006,2007,2010, Sandlin,2005, Steffens,1995*), ilgtspējīgas attīstības kontekstā, sociālās mācīšanās teorijas un ilgtspējīgas attīstības kopsakarību analīze patērētājizglītībā (*Bandura,1986,1991, Lee,Conroy,Hii,2003, McGregor,2006,2007,2010, Davis,2009; Miller,Kato,2006*), atziņas par personības veidošanos un vajadzībām (*Petrovskis,1982; Eriksons,1998; Feldšteins,1996, Maslovs,1943, Berry,1999, Beļickis,2000*) un cilvēkpotenciāla izpratni sociālajā vidē (*Eriksons,1998; Gudjons,1998; Garleja,2001,2006, Mudriks, 2003*). Šīs metodoloģiskās atziņas veidoja pilnveidotā mācību procesa pamatu, kas ļauj skolotājam radoši izmantot piedāvāto satura integrēšanas paraugu un izraudzīties atbilstīgas mācību metodes.

Promocijas darbā raksturots patērētājizglītības konceptuālais ietvars, veikta skolēnu vajadzību izpēte un noteikts Latvijas kultūrapstākļiem atbilstošs patērētājizglītības saturs un metodoloģiskais pamats tā integrēšanai pamatskolas mācību procesā.

Promocijas pētījums balstīts uz autores 14 gadu pieredzi lektores darbā Rēzeknes augstskolā, tajā skaitā profesionālā bakalaura studiju programmas „Mājturības/mājsaimniecības un biznesa ekonomisko pamatu skolotājs” direktores amatā no 2010.gada līdz 2013.gadam un pētnieces amatā Rēzeknes Augstskolas Personības Socializācijas Pētījumu institūtā kopš 2010.gada un šobrīd. Pieredze gūta, darbojoties ar patērētājizglītības tēmām un pamatizglītības attīstību saistītos starptautiskajos un nacionālas nozīmes projektos kopš 2000.gada:

- 2000-2002 „Nordic-Baltic project. Consumer education curriculum development”
- 2003.-2009 Erasmus COMENIUS project „Consumer Citizenship Network”
- 2006.-2007.g.ESF projekts „Kompetenču pilnveide Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārizglītojošā skolā” Nr.2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/APK/3.2.5.2./0097/0160 konsultante – eksperte. Eiropas Sociālais Fonds
- 2010- 2015 Partnership for Education and Research about Responsible Living (PERL) 1559277-LPP-1-2009-1-NO-ERASMUS-ENWA”.

Līdz ar patēriņa pieaugumu un sabiedrības vajadzību pēc ekonomiskās domāšanas, uzņēmības, kultūras un iniciatīvas veidošanās, spējām pieņemt nestandarta lēmumus dažādās netradicionālās situācijās, rodas nepieciešamība noteikt un integrēt mācību procesā tādu Latvijas kultūrvidei atbilstošu patērētājiizglītības saturu, kas realizē uz skolēna darbību/mācīšanos orientētu pedagoģisko paradigmu, piedāvā skolēniem daudzveidīgu darbību mācību procesā, veidojot skolēna kā patērējoša pilsoņa izglītību un sekmējot viņa līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā ekonomiskās recesijas apstākļos.

Ieviešot patērētājiizglītību Latvijas izglītības sistēmā, balstoties uz citu valstu pieredzi, atbilstošs ir variants, kad, tēmas tiek iekļautas un integrētas citos mācību priekšmetos, lai nepārsologotu mācību procesu, kā rezultātā skolēni ne tikai uzrāda zināšanas un prasmes rīkoties mācību procesa ietvaros, bet arī veido personiskās attieksmes, attīsta prasmi veidot patstāvīgu un apzinātu rīcības izvēli, kas ir mūsdienu izglītības paradigmas pamatā.

Promocijas darbā tika izstrādāti skolēnu mācību sasniegumi (learning outcomes) patērētājiizglītībā sociālās mācīšanās teoriju un izglītības ilgtspējīgai attīstībai kopsakarību kontekstā, kas ir novitāte un rada nepieciešamību izstrādāt programmu skolēna individuālās patērētājiizglītības veidošanai, transformējot mācīšanas procesu skolēna mācīšanās procesā.

Lai sasniegtu izvirzīto mērķi, bija nepieciešams atklāt patērētājiizglītības būtību un attīstību, analizēt tās saturu un konceptuālo ietvaru, apzināt skolēnu vajadzības un pamatizglītības standarta piedāvājumu patērētājiizglītības tēmu apgūvē, noteikt Latvijas kultūrvidei atbilstīgu patērētājiizglītības saturu, izstrādāt patērētājiizglītības programmu un metodoloģisko pamatu, kā arī noteikt kritērijus un līmeņus skolēna mācīšanās sasniegumu un individuālās patērētājiizglītības vērtēšanai.

Promocijas darba teorētiskās un empīriskās izpētes rezultātā formulēti secinājumi, kas iekļauti attiecīgajās sadaļās. Būtiskākie secinājumi par visu pētījumu ir šādi:

1. Rietumeiropas valstīs, patērētājizglītība ir iegājusi posmā, kurš saistās ar patērētāja dzīves kvalitāti jaunā līmenī, resursu sabalansēšanu sakarā ar pasaules ekonomisko krīzi un patērētājizglītības jaunām pieejām, par pamatu ņemot ētiskos principus un patērētāja kultūras veidošanās nepieciešamību pilsoniskās sabiedrības attīstībā, savukārt Latvijā šī attīstība ir daudz lēnāka, kas skaidrojams ar patērētājizglītības un patērētāju drošības jautājumu aktualizēšanos tikai 20.gadsimta 90.gados.
2. „Patērētājizglītība” ir vispārējās izglītības komponents, kas papildina pilsonisko izglītību un sekmē indivīda spēju pārvaldīt savu dzīvi, veicina sabiedrības individuālo, sociālo, ekonomisko un ekoloģisko attīstību. Tas apstiprina promocijas darbā izvirzīto hipotēzi - skolēna patērētājizglītība īstenojas kā vispārējās izglītības komponents, ja ir formulēts, pamatots un iekļauts mācību saturā jēdziens „patērētājizglītība”.
3. Patērētājizglītībā ir svarīgi skatīt patērētāja rīcību ekonomiskā, sociālā un vides ilgtspējības kontekstā, kas pilnveido skolēna izglītību un līdzdalību uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā pasaules finanšu krīzes situācijā.
4. Izmantojot KOPABI pieeju un tajā piedāvātos soļus patērētājizglītībā ir iespējams mācīšanas procesu transformēt skolēna mācīšanās procesā un palīdz skolēniem attīstīt apzinātu un atbildīgu līdzdalību uz tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā. Patērētājizglītība ir ciklisks process, kas turpinās jaunā, augstākā līmenī: no informēšanas uz veicināšanu un tālāk uz skolēna atbildīgu, apzinātu darbību.
5. Skolēni Latvijā nezina un neizprot dažādus patērētājizglītības jautājumus (personīgā patēriņa ietekme uz apkārtējo vidi un sabiedrības procesiem, patērētāja rīcību un preces izvēli ietekmējošie faktori u.c.), kas ietekmē viņu personīgo dzīvi un līdzdalību dažādos procesos, kā arī nespēj uzņemties atbildību par savas darbošanās sekām, tāpēc patērētājizglītības saturā ir jāiekļauj tēmas, kas veicina personisko patēriņa analīzi un attīsta skolēna līdzdalību sabiedrībā norisošajos sociālajos, ekonomiskajos un politiskajos procesos.
6. Latvijas patērētājizglītības saturā nepieciešams iekļaut tēmas, kas dod iespēju pilnveidot skolēna zināšanas, prasmes un attieksmes šādās jomās: patērētāju vajadzības un uzvedība, kas atbilst izglītības ilgtspējīgai attīstībai sabiedrības aspektam; patērētāji tirgū, kas tiek iekļauts ekonomiskajā un vides aspektā; personīgo resursu vadīšana tiek iesaistīta izglītības ilgtspējīgai attīstībai ekonomiskajā aspektā; patērētāju tiesības un atbildība izpaužas patērētāja kultūras aspektā, kurš ir cieši saistīts ar visiem pārējiem izglītības ilgtspējīgai attīstībai aspektiem.

7. Patērētājiizglītības mācīšanas procesa transformācijai skolēnu mācīšanās procesā ir izmantojamas specifiskas mācību metodes, kuras atbilst sociālās mācīšanās teorijai un sociālās mācīšanās galvenajiem elementiem: aktīvās mācību metodes, kur mācīšanās notiek darbībā, pamatojoties uz skolēnu sadarbību un komunikāciju; pētnieciskās metodes (problēmuizdevumu risināšana) un gadījumu, kas dod iespēju aktīvā darbībā atklāt pretrunas individu viedokļos, kas balstīti uz katra individuālajām vēlmēm, vajadzībām un izpratni par to īstenošanu; darbs ar informācijas avotiem, veicot gadījumu analīzi, lietojot palīg līdzekļus (telefons, masu mediji, dators, I-pad, I-phone utml.), novērtēt, izdarīt secinājumus un izmantot iegūto pieredzi jaunās ar patērētāja ikdienas dzīvi saistītās situācijās.
8. Patērētājiizglītības satura apguves procesā tiek attīstīta skolēna atbildīga un apzināta rīcība ar finanšu līdzekļiem, kas ir būtiska nelietderīgas resursu izlietošanas ierobežošanai un ilgtspējīga patēriņa attīstībai; skolēns, apzinot personīgo vajadzību apmierināšanas iespējas, ņem vērā apkārtējo cilvēku un sabiedrības vajadzības, kā arī analizē savu rīcību vides un sociālā kontekstā.
9. Aplūkojot patērētājiizglītību kā pedagoģijas sistēmas komponentu, izstrādājot darbības/mācīšanās pedagoģiskās paradigmas realizēšanu, patērētājiizglītības satura apguves procesā, izmantojot mācību metožu dažādošanu un transformējot mācību procesu skolēnu mācīšanās procesā skolēnam tiek dotas iespējas ne tikai attīstīt personīgo patērētājiizglītību un uzlabot savas zināšanas un prasmes tās izmantot, bet arī veidot tādas attieksmes, kas izpaužas kā aktīva un atbildīga līdzdalība uz tirgus attiecībām un ilgtspējīgu attīstību orientētā sabiedrībā mainīgos ekonomiskos apstākļos.

Tas ļauj izdarīt secinājumu, ka promocijas darbam izvirzītā hipotēze - skolēna patērētājiizglītība īstenojas kā vispārējās izglītības komponents, ja ir analizēts patērētājiizglītības saturs pamatizglītības standartā, kas piedāvā skolēniem atbilstīgu darbību, ietver skolēnu vajadzību izpēti, patērētāja prasmi strādāt ar informāciju, lēmumu pieņemšanas un līdzdalības veidošanai uz ilgtspējīgu attīstību un tirgus attiecībām orientētā sabiedrībā ekonomiskās recesijas ietekmē; izstrādāti patērētājiizglītības kritēriji un līmeņi, ko apzina un izmanto skolotājs un skolēns mācību sasniegumu novērtēšanā – apstiprinājās.

Promocijas darbā veiktā teorētiskās literatūras un avotu analīze un empīriskais pētījums ļāva izveidot un pamatot:

- patērētājiizglītības programmu „Patērētājiizglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētājiizglītības veidošanai pamatskolā” un metodoloģisko pamatu tās integrēšanai pamatizglītībā, kas ietver Latvijas kultūrvidei atbilstošas patērētājiizglītības tēmas un

- mācību metodes: CLIL (satura un valodu integrēta mācīšanās), problēmuzdevumu risināšana, gadījumu analīze, darbs ar informācijas avotiem u.c.;
- skolēnu mācību sasniegumu patērētājiizglītībā vērtēšanas kritērijus (zināšanas un izpratne, prasme lietot zināšanas un attieksme) un līmeņus (reproduktīvas, interpretējošas, produktīvas zināšanas un izpratne; reproduktīva, interpretējoša, produktīva prasme; paraduma, pašregulēta attieksme);
 - ieteikumus skolotājiem patērētājiizglītības satura integrēšanai pamatizglītības mācību procesā.

Formulēti hipotētiski pieņēmumi turpmākiem pētījumiem:

- līdz šim zinātnieki ir pētījuši gan uzņēmības veidošanu skolēniem, gan patērētāja uzvedību un rīcības modeļus un attieksmi, taču nav pētīta specifisko patērētāja – uzņēmēja attieksmju veidošanās mācību procesā. Tas ir aktuāls jautājums mūsdienu sociāli ekonomiskajos apstākļos un rada nepieciešamību veikt padziļinātus pētījumus šinī jomā;
- pētījums apliecināja nepieciešamību pētīt skolotāju sagatavotību patērētājiizglītības integrēšanai vispārējās izglītības saturā

Balstoties uz veikto pētījumu, ir formulēti ieteikumi skolotājiem. To galvenais saturs ir:

- veidojot mācību pamatizglītības mācību priekšmetiem saturu, noskaidrot un ņemt vērā skolēnu intereses un vajadzības, izmantojot tās skolēniem aktuālu un personīgi nozīmīgu tematu izvēlē un personīgo mācību sasniegumu apzināšanā un attīstībā;
- rosināt skolēnus ieteikt uzdevumu risināšanas veidus un pētījumu metodes, kas dod iespēju skolēniem sajūst savu nozīmību, rast gandarījumu par paveikto, apziņu par iegūto zināšanu un prasmju pielietojamību ar patērētāja rīcību saistītās situācijās ikdienas dzīvē;
- skolēni labprāt iesaistās pētījumos mācību procesa laikā, tāpēc skolotājam svarīgi organizēt mācīšanos darot, izmantojot aktīvās mācīšanās, pētnieciskās un ar informācijas tehnoloģiju izmantošanu saistītās mācību metodes;
- plānojot mācību procesa norisi, izmantot mācību priekšmetu transdisciplināritāti, ko ir iespējams panākt, izmantojot satura un valodas integrēto mācību metodi (CLIL), apvienojot mācību priekšmeta apgūvē gan priekšmeta tematu, gan patērētājiizglītības jautājumu, kā arī valodas apguvi;

- lai rosinātu pusaudža apzinātu un atbildīgu iesaistīšanos mācību darbībā un sabiedrības procesos, nepieciešams piedāvāt pusaudžiem informatīvo resursu izvēli, nodrošināt pieejamību informācijas tehnoloģijām, izvēloties viņu interesēm un vajadzībām atbilstoša mācība satura izmantošanu mācību procesā.

Pētījuma gaitā atklātās pedagoģiskās likumības formulētas tēzēs aizstāvēšanai:

1. Pamatizglītības mācību priekšmetu standartos iekļautā pilsoniskā izglītība papildināma ar patērētājizglītības tēmām, kas sekmē indivīda spēju pārvaldīt savu dzīvi, veicina sabiedrības individuālo, sociālo, ekonomisko un ekoloģisko attīstību mainīgos apstākļos.
2. Patērētājizglītības satura apguve ir realizējama, balstoties uz detalizēti izstrādātu patērētājizglītības programmu, kas paredz satura integrēšanu pamatizglītības pedagoģiskajā procesā, izmantojot atbilstīgas mācību metodes un realizējot skolēncentrētu pedagoģisko paradigmu.
3. Skolēnu sasniegumu patērētājizglītībā vērtēšanai ir izmantojami kritēriji: zināšanas un izpratne, prasmes un attieksmes. Tas ļauj veikt objektīvu skolēna sasniegumu raksturojumu, kas veicina katra skolēna dzīvei būtisko zināšanu un prasmju apguvi un izpratni par personīgajiem mācīšanās panākumiem.

LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI

1. Aisyah.A.R. (2013). The Development of Working Design through Characterized Technology Pedagogy and Content Knowledge in the Elementary Schools' Instructional. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 103*, pp. 1016 – 1024.
2. Albrehta, Dz. (2001) *Didaktika*. R.: RaKa, 168 lpp.
3. Amanis, I., Ļubkina, V., Lubiņš, D. (1997) Patērētāja darbības modelis mājsaimniecībā mācību satura aprakstīšanai mājas ekonomikā. *Rēzeknes augstskolas konference „Profesionālā pedagoga sagatavošanas problēmas”*, Rēzekne.
4. Ammerman, Ph., Gaweł, A., Pietrzykowski, M., et.al. (2012) *Atvejo analizės metodos verslo mokyme*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe Poznań Bogucki Wydawnictwo Naukowe ul. Górna Wilda 90 61-576. UNI-DRUK. Pieejams: <http://www.adameurope.eu/prj/7401/prd/3/2/Case%20study%20in%20business%20education%20LT.pdf>
5. Andersone, R. (2004) *Pusaudžu sociālo prasmju veidošanās*. R.: RaKa, 83 lpp.
6. Antilla P. (1993) *Kasityon ja muotoilun teoreettiset peruteet*. Minerva-sarjan julkaisu, Porvoo: WSOY.
7. Asoodeh, H.M., Zarepour, M. (2012) The Impact of Student - Centered Learning on Academic Achievement and Social Skills. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol.46, pp.560-564.
8. Atherton,M., Wells, J., Kitson,M. (1999) *A framework for the development of consumer skills and attitudes*. Project report. London.
9. Atkinson, R.K., Renkl, A., Merrill, M.M. (2003). Transitioning from studying examples to solving problems: Effects of self-explanation prompts and fading worked-out steps. *Journal of Educational Psychology*, 95, pp. 774-783.
10. Audi, D., Gouia-Zarrad, R. (2013). A new dimension to teaching mathematics using iPads. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 103*, pp. 51 – 54.
11. Austruma, S. (2012) *Jauniešu vērtības patērētājsabiedrībā Latvijā*. Promocijas darbs doktora zinātniskā grāda iegūšanai pedagogijā. Rēzeknes Augstskola, 198 lpp.
12. Avotiņa, A. (2010) Vidusskolēna kultūrkompetences veidošanās kultūras vēstures mācību procesā. Promocijas darbs pedagogijā. Latvijas Universitāte. Pieejams: <https://luis.lu.lv/pls/pub/luj.fprnt?l=1&fn=F1376109340/Austra%20Avotina%202010.pdf>
13. Bandura, A. (1977) *Social learning theory*. New York: General Learning Press.

14. Bannister,R., Monsma, C. Classification of Concepts in Consumer Education, report funded by the U.S.Department of Education, National Institute for Consumer Education. Easter Michigan University, Ypsilanti, MI 48197.
15. Barr, R.B., Tagg, J. (1995) From Teaching to Learning – A New Paradigm for Undergraduate Education. *Change*, November/December,pp.13-25.
16. Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (1994) *Reflexive modernization*. Cambridge: Polity Press.
17. Beļickis, I.(2000) *Vērtīborientēta mācību stunda*. R.: Raka, 279 lpp.
18. Benn, J. (2005) Formal and informal consumer education responsible choices in an irresponsible world. *Taking responsibility*. Proceedings of the second international conference of The Consumer Citizenship Network, Bratislava
19. Bennets, W., Cross, W., Bloomer, M. (2011) Understanding consumer participation in mental health: Issues of power and change. *International Journal of Mental Health Nursing*. Pp.155-164.
20. Bernsteins, B. (2003) Sociālais slānis, valoda un socializācija. *KentaursXXI*, Nr.30, 85.-101.lpp.
21. Berry, T. (1999) *The Great Work: our into the future*. New York: Bell Tower.
22. Bluka, I., Rubana, I.M. (2002) *Dzīvesprasmju apguve skolā. Metodiskais materiāls*. R.Jāņa sēta, 34 lpp.
23. Bornholt, L.J. (2000) Social and personal aspects of self knowledge: a balance of individuality and belonging. *Learning and Instruction*, Vol.10, Issue 5, pp.415-429.
24. Bourdieu, P. (2004) *Science of Science and Reflexivity*. Polity.
25. Brewster, J. (2004). Content-based language teaching: a way to keep students motivated and challenged? *CATS: The IATEFL Young Learners SIG Publication*, Autumn 2004, pp. 25-28. Pieejams: <http://associates.iatefl.org/pages/materials/ltskills22.doc>
26. Broks A. (2000) *Izglītības sistemoloģija*. R.:RaKa, 173 lpp.
27. Bruner, J.S. (1996) *The Culture of Education*. Cambridge: Harvard University.
28. Burleson, W. (2005). Developing creativity, motivation, and self-actualization with learning systems. *International Journal of Human-Computer Studies*, Volume 63, Issue 4-5, pp. 436 – 451.
29. Bybee, R.W. et al. (2005). *Doing Science: The process of Scientific Inquiry*. Colorado Springs, CO: BSCS Center for Curriculum Development.
30. Clugston, R. (2004) The UN Decade of Education fo Sustainable Development. *SGI Quarterly*, 38, pp.2.-5. [atsauce 23.08.2010] Pieejams: <http://www.sgiquarterly.org>

31. *COBACE* autors: H.Clair – LMU, UK; Martínez-Roca, C. –Suhr’s University College, DK-Haase, E.-EAEA, BE-; Shuh, M. –PÄDAK Wien Bund, AT-, Schlegel-Mathies K. –Univ. Paderborn, DE [atsauce 03.05.2011] Pieejams: <http://www.dolceta.eu>
32. Compton, L., Davis, N. (2010). The impact of and key elements for a successful virtual early field experience. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 10(3), pp. 309-337.
33. *Consumer Education: A Blueprint for Action* (1996) [atsauce 13.02.2012.] Pieejams: <http://www.in.gov/dfi/2392.htm>
34. *Consumer Education. A strategy and framework.* (2004) Published by the Office of Fair Trading. United Kingdom, 14p.
35. Corfman, K.P. (1987) Group decision – making and relative influence whe preferences differ: A conceptual framework. In: *Hirshman E.C., Sheth J. Research in Consumers Behaviour.* Vol.2, Greenwich.
36. Čehlova, Z. (2002) *Izziņas aktivitāte mācībās.* Rīga: RaKa, 136 lpp.
37. Dahl, A.L. (2009) The Financial Crisis and Consumer Citizenship. *Sixth International Conference of the Consumer Citizenship Network*, Berlin. [atsauce 13.02.2012.] Pieejams: <http://iefworld.org/ddahl09b.htm>
38. Daniela, L. (2009) *Skolēni un mācību disciplīna.* R.: RaKa, 224 lpp.
39. Dauge, A. (1928) *Audzināšanas ideāls un īstenība.* Cēsis, Rīga: O.Ipe, 125 lpp.
40. Davis, J.M. (2009) Revealing the research ‘hole’ of early childhood education for sustainability: A preliminary survey of the literature. *Environmental Education Research*, 15, pp. 227-241.
41. Delors, Ž. et al.(2001) *Mācīšanās ir zelts.* UNESCO LNK.
42. Dickson, P.R. (1994) *Marketing Management.* Fort Worth, Texas: The Dryden Press.
43. Dodge, B. (2007) *WebQuest.Org.* San Diego State University.
Pieejams: <http://webquest.org/index.php>
44. Dolmans, D., De Grave, W., Wolfhagen, I., Van der Vleuten C. (2005). Problem-based learning: future challenges for educational practice and research. *Medical Education*; 39, pp. 732–741.
45. Drake (2004), cit. Vilkcienē, L. (2011). *CLIL in Tertiary Education: Does it Have Anything to Offer?*, Kalbų studijos, Nr. 18, p. 111-116.
46. EC working group C. (2004) “ICT in Education and Training”, Progress Report. Implementation of “Education & Training 2010”, Work Programme, Brussels.

47. Eiropas Baltā grāmata: Mācīšana un mācīšanās – ceļš uz izglītotu sabiedrību. (1998) R.:Lielvārds, 88lpp.
48. Eiropas Komisija (2005) *Mūžizglītības memorands*. Latvijas Pieaugušo izglītības apvienība, 26 lpp.
49. Ellerani, P., Gentile, M. (2013). The role of teachers as facilitators to develop empowering leadership and school communities supported by the method of cooperative learning. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 93 , pp. 12 – 17.
50. Empowering Rural Consumer EmRuCo (2007) Patērētāju tiesību aizsardzības programma 2005-2007. gadam. Pieejams: <http://lv.txtshr.com/docs/76/index-3836952.html?page=4>
51. Eriksen, T.B. (2008) How can consumer citizenship education deal with cognitive, emotional, social and economic influences on consumers` capacity? *Assessing Information. The Consumer Citizenship Network Conference Proceedings*. Tallin, pp.206-216.
52. Eriksons, H.E. (1998) *Identitāte: jaunība un krīze*. R.: Jumava, 272 lpp.
53. ESF projekts (2006) Kompetenču paaugstināšana Latgales reģiona skolotājiem jaunā pamatizglītības standarta realizēšanai vispārizglītojošā skolā. Līgums Nr.2006/0088/VPD1/ESF/PIAA/05/APK/3.2.5.2./0097/0160. Rēzekne: RA.
54. *European Consumer Agenda*. (2012) Eiropas Komisija. Pieejams: http://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/planned_ia/docs/2012_sanco_005_consumer_agenda_en.pdf
55. *European Module for Consumer Education: The final report*. (2001) Jyvaaskyla, Finland.
56. Eurydice, Eiropas izglītības sistēmu informācijas tīkls (2010) *Valsts pārbaudes darbi skolēniem Eiropā: mērķi, organizēšana un rezultātu izmantošana*. Valsts izglītības attīstības aģentūra. 108 lpp.
57. Fend, H. (1991) "Soziale Erfolge" im Bildungswesen – die Bedeutung der sozialen Stellung in der Schulklasse. *Schule und Persönlichkeitsentwicklung*. Stuttgart: Enke, s.217-238.
58. Fišers, R. (2005) *Mācīsim bērniem domāt*. R.: Raka, 325 lpp.
59. Fisher, D. (2013) Promoting Sustainable Consumption in Educational Settings. *In U.Schrader et al.(eds.), Enabling Responsible Living*. Springer Verlag Berlin Heidelberg, pp.147-160.
60. Fisher, T., Higgins, C., Loveless, A. (2006). *Teachers Learning with Digital Technologies: A Review of Research and Projects*. Pieejams: www.futurelab.org.uk/litreviews
61. Flanagan, L., Jacobsen, M. (2003). Technology leadership for the twenty-first century principal. *Journal of Educational Administration*, 41 (2), 124-142
62. Flowers, R., Chodkiewicz, A., Yasukawa, K., et.al.. (2001) *What is effective consumer education: A literature review*. Sydney, AU: Australian Securities and Investments

- [http://www.fido.asic.gov.au/asic/pdflib.nsf/LookupByFileName/EffectConEd_report.pdf/\\$file/EffectConEd_report.pdf](http://www.fido.asic.gov.au/asic/pdflib.nsf/LookupByFileName/EffectConEd_report.pdf/$file/EffectConEd_report.pdf)
63. Garleja, R. (2006) *Cilvēkpotenciāls sociālajā vidē*.- R.: RaKa, 200 lpp.
 64. Garleja, R. (2001) *Sociālā uzvedība patērētāja izvēles vadīšanā*. R.: Raka, 180 lpp.
 65. Garleja, R., Vidnere, M. (2000) Psiholoģijas un sociālās uzvedības aspekti ekonomikā. R.RaKa, 318 lpp.
 66. Geidžs, N. L., Berliners, D. C. (1999) *Pedagoģiskā psiholoģija*. R.: Zvaigzne ABC, 662 lpp.
 67. Geske, A., Grīnfelds A. (2006) *Izglītības pētniecība*. R.: LU Akadēmiskais apgāds, 261 lpp.
 68. Gillham, B. (2001) *Case Study Research methods*. London: Continuum.105p.
 69. Godwin - Jones, R. (2011). Emerging Technologies Autonomous Language Learning. *Language Learning&Technology*, 15(3), pp. 4-11.
 70. Green, S., Grant, A., Rynsaardt, J. (2007). Evidence-based life coaching for senior high school students: Building hardiness and hope. *International Coaching Psychology Review*, 2, 24-32.
 71. Gudjons, H. (1998) *Pedagoģijas pamatatziņas*. R.: Zvaigzne ABC, 395 lpp.
 72. Harkema, S., Schout, H. (2008) Incorporating Student-Centred Learning in Innovation and Entrepreneurship Education. *European Journal of Education*, Vol.43, No.4, pp.513-526.
 73. Harts, E., Bonds, M. (1995) *Action Research for Health and Social Care: A Guide to Practice*. Buckingham: Open University Press.
 74. Hawkins, I., et.al.. (1989) *Consumer Behavior: Implications for marketing strategy*.- BPI IRWIN, 796 p.
 75. Hellman-Tuitert, G. (1999) *Promoting Consumer Education in Schools*. Stockholm, Divs, Swedish Consumer Agency.
 76. Ho, Hua-Kuo (2008). *Development of the Integrated Communication Model*. Pieejams: http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchValue_0=ED502682&ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=ED502682
 77. Ingelhart, R. (1997) *Modernisation and Post-modernisation: cultural, economic and Practical Change in 43 societies*. Princeton university Press.
 78. Ivašenko, A. (1998) Cilvēka motivēšana un stimulēšana. *Skolotājs*, Nr 6, 91.lpp.
 79. ISEC (2004) *Noteikumi par Valsts pamatizglītības standartu pamatizglītībā*. Pieejams: www.likumi.lv
 80. Izglītības likums. (1999) R.: RaKa, 15 lpp. Pieejams: <http://www.likumi.lv>

81. IZM rīkojums Nr.766 (2004) *Par pamatizglītības satūra reformas ieviešanu ar 2005. gada 1.septembri.*
82. Jarvis P., Holford, J., Griffin, C. (2003). *The Theory and Practice of Learning.* London & Sterling: Kogan Page.
83. Jeleby, H. (1999) *Consumer Education in the Nordic Countries: proposal of objectives for and content of consumer education in the compulsory school and at upper secondary school level in the Nordic countries.*
84. Jessor, R. (1992) Risk behavior in adolescence: A psychosocial framework for understanding and action. *Developmental Review*, Vol. 12, pp.374-390.
85. Jurgena, I. (2001) *Vispārīgā pedagogija.* R.: SIA Izglītības soļi, 131 lpp.
86. Kalka, R., Mēsene, A. (2004) *Mārketings.* Balta eko, 127 lpp.
87. Kalnin, J.R. (2009) How to overcome Instructional Learning. *Information Technologies, Management and Society*, Vol. 2, No. 2, pp. 35 – 37.
88. Kapenieks, J. (2013) *Izglītības darbības pētījums e-studiju vidē.* Promocijas darbs. R.: RTU, 318 lpp.
89. Kaplan,A, (2010) 2011: Year of the Citizen Consumer. [atsauce 12.05.2012.] Pieejams: http://www.huffingtonpost.com/auren-kaplan/2011-year-of-the-citizen-_b_779606.html
90. Karpijoki, K. (1999) *Patērētāju zinību mērķi, saturs un mācību metodes skolotāju sagatavošanai Latvijā.* Rīga, 80 lpp.
91. Karpova, Ā. (1998) *Personība: teorijas un rādītāji.* R.: Zvaigzne ABC, 223 lpp.
92. Katane, I. (2005) No domāšanas uz darbību. Latvijas asociācija „Domāšanas attīstība”, Dobeles, 6.lpp. Pieejams: pso.lv/Katanesref.doc
93. Katane, I. (2006) *Skola kultūrā un kultūra skolā.* Jelgava: LLU, 135 lpp.
94. Katz, L. (2000) *Engaging children's minds: The project approach* (2nd ed.). Stamford, CT: JAI Press.
95. Kitson,M., Claire, H. and others. (2009) *Teaching Consumer Education. Introduction to Dolceta Module4 for teachers and adult educators.* Brussels, 40 p.
96. Klafki, W.(1998). Schlüsselprobleme und Schlüsselqualifikationen – Schwerpunkte neuer Allgemeinbildung in einer demokratischen Kinder- und Jugendschule. In: *Schule in der Bürgergesellschaft. Demokratisches Lernen im Lebensund Erfahrungsraum der Schule*, s.30-49.
97. Klein, A. (2005) *Kulturpolitik. Eine Einführung.* Wiesbaden.
98. Knapp, J. (1990) The benefits of consumer education. *Advancing the Consumer Interest*,Nr.2 pp.26.-29.

99. Koehler, M.J., Mishra, P., & Yahya, K. (2007). Tracing the development of teacher knowledge in a design seminar: Integrating content, pedagogy, & technology. *Computers and Education*, vol. 49(3), pp. 740-762.
100. Kotler, P., Armstrong, G. (1991) *Principles of Marketing*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 711 p.
101. Kozma R., Voogt J., Pelgrum W., et.al. (2002). Technology, Innovation, and Educational Change: A Global Perspective. A Report of the Second Information Technology in Education Study: Module 2. A Project of the IEA
102. Krastiņa, E., Pipere, A. (2004) *Mācību sasniegumu pašizvērtēšana*. R.: Raka.
103. Krik. S. (2004). *Beurteilung mündlicher Leistungen*. Julius Klinkhart, 162 S.
104. Kuliša, I. (2010) *Topošo viesmīlības nozares menedžeru apkalpošanas kultūras attīstība studijās augstskolā*. Promocijas darbs pedagogijas zinātnes nozarē. Jelgava: LLU.
105. Laiveniece, D. (2003) *Valodas mācības pusaudzīm*. Rīga: RaKa, 395 lpp.
106. Lake, K. *Integrated curriculum*. Pieejams: <http://www.nwrel.org>
107. Langrehr, F.W. (1979) Consumer Education: Does it change students' competencies and attitudes? *Journal of Consumer affairs*, Nr.13 (1), pp.41.-53.
108. Latvijas Izglītības koncepcija. (2006) R.: LR IZM, 32 lpp.
109. Lee, C. K., Conroy, D. M., Hii, C. (2003). The Internet: A consumer socialization agent for teenagers. *ANZMAC Conference Proceedings* (pp. 1708-1715) Adelaide, AU: ANZMAC
110. Leiss, W. (1976) *The Limits of Satisfaction*. Toronto: Toronto University Press.
111. Lekrojs, K.V., Deilija, Dz.M., Miligena, K.B. (2001) *Sociālās prasmes 21.gadsimtam*. R.: Jumava.
112. Lieģeniece, D. (2002) *Ievads androloģijā jeb mācīšanās „Būt” pieaugušo vecumā*. R.: RaKa,
113. Lintz, E. M. A (2008). *Conceptual Framework for the Future of Successful Research Administration*. [atsauce 23.04.2012] Pieejams: http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchValue_0=EJ888527&ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=EJ888527
114. Lubkina, V., Guda, N., Danilane, L. (2005) Active lifestyle – the basis of higher life quality. *World Congress*, Lisbon, Portugal.
115. Lubkina, V. (2000) Examples of consumer education in the process of teacher training in Latvia. *Ways to handle consumer issues in school. Examples of Teacher Training: Nordic – Baltic Conference on Consumer Education in school*. Copenhagen 2001., pp. 43.-47.

116. Lubkina, V. (2004) Socialization in new consumer formation. *CCN I. Scientific conference "Using, choosing or creating the future"*. Paris, UNESCO, Pieejams: <http://www.hihm.no/concit>.
117. Ļubkina, V. (1997) *Skolēnu ekonomiskās izglītošanas iespējas mājturības stundās pamatskolā*. R: Mācību apgāds, 96 lpp.
118. Ļubkina, V. (2001) Tēma "Patērētājzinības" izglītības standartos un RA Pedagoģijas fakultātes Darbmācības katedras zinātniskajā programmā. *Baltijas reģiona valstu integrācijas problēmas ceļā uz Eiropas Savienību: Profesionāla pedagoga sagatavošanas problēmas Eiropas integrācijas procesu kontekstā: Starptautiskās zinātniskās konferences materiāli*. Rēzekne.
119. Mager, R.F. (1991) *Developing attitude toward learning*. California: Kogan Page Ltd, 120 p.
120. March, T. (2007) *Best WebQuests*. Pieejams: <http://bestwebquests.com>.
121. Marin, L.M., Halpern, D.F. (2011) Pedagogy for developing critical thinking in adolescents: Explicit instruction produces greatest gains. *Thinking Skills and Creativity*. Vol.6, pp.1-13.
122. Marsh, D. (1994). *Bilingual Education & Content and Language Integrated Learning*. Paris: *International Association for Cross-cultural Communication, Language Teaching in the Member States of the European Union (Lingua)*, University of Sorbonne.
123. Marsh, D., Lange, G. (2000). *Using Languages to Learn and Learning to Use Languages. TIE-CLIL: Jyväskylä & Milan*. Pieejams: <http://www.tieclil.org/html/products/pdf/1UK.pdf>
124. Maslo, E. (2003) *Mācīšanās spēju pilnveide*. R.: RaKa, 192 lpp.
125. Maslow, A.H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review* 50:370-396.
126. Mažeikienē, N., Lenkauskaitē, J. (2011). *Probleminis mokymasis aukštojoje mokykloje*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla. 146 p.
127. Mācības patērētājzinībās: Gudra izvēle (2007) *Socrates/Grundtvig-2 projekts Patērētāju izglītošanas pilnveide laukos 2004-2007*. Latvijas Praktisko mācību priekšmetu metodiskā apvienība. Jelgava, 194 lpp.
128. Mārtinsons, K. (2011) *Ievads pētniecībā: stratēģijas, dizaini, metodes*. Sast.K.Mārtinsons. Rīga: RaKa, 284 lpp.
129. McCombs, B. L., & Whisler, J. S. (1997). *The learner-centred classroom and school: Strategies for increasing student motivation and achievement*. San Francisco: Jossey-Bass.
130. McDonald, J. (2002) *Teachers Studying Student Work: Why and How? Phi Delta Kappan*, No.84, pp.120-127.

131. McGregor, S.L.T. (2010) *Consumer Education as a Site of Political Resistance: 50 Years of Conceptual Evolutions*. Mount Saint Vincent University, Halifax. [atsauce 13.02.2012] Pieejams: <http://www.consultmcgregor.com>
132. McGregor, S.L.T. (2007) Sustainability through vicarious learning: Reframing consumer education. In A.E.J. Wals, *Social learning: Towards a sustainable world* (pp.351-367) Wageningen.
133. McGregor, S.L.T. (2005) Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: A typology of consumer education approaches. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), pp.437-447.
134. McGregor, S.L.T. (1994) What next for Classi? *Advancing the Consumer Interest*, 6(1), 21-25.
135. McKeown, R. (2002). *Toolkit economy education for sustainable development*. Pieejams: <http://www.esdtoolkit.org/>
136. Meikšāne, Dz. (1998) *Psiholoģija mums pašiem*. R.: Raka, 166 lpp.
137. Merrill, M.D. (2007). A Task-centered Instructional Strategy. *Journal of Research on Technology in Education*, 40 (1), 33-50.
138. Mezirow, J. (1991) *Transformative Dimensions of Adult learning*. Jossey-Bass. Inc. San Francisco. California
139. Miķelsone L. (2002) *Mācību metodes sociālajās zinātnēs*. R.:RAKA, 135 lpp.
140. Milts A. (1979) *Harmoniskais un dinamiskais personībā*. R.: Liesma, 147 lpp.
141. Mintz, K., Tal, T. (2013) Sustainability in higher education courses: Multiple learning outcomes. *Studies in Educational Evaluation*. December 2013, 11p.
142. Mishra, P., Koehler, M. J. (2006). Technological Pedagogical Content Knowledge: A framework for integrating technology in teachers' knowledge. *Teachers College Record*, vol.108(6), pp.1017-1054.
143. MK noteikumi Nr 530 (2013) Noteikumi par valsts pamatizglītības standartu, pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem un pamatizglītības programmu paraugiem.
144. Moreno, R. (2007). Optimising learning from animations by minimising cognitive load: Cognitive and affective consequences of signalling and segmentation methods. *Appl Cognit Psychol*; 21, pp. 765-781.
145. National Institute for Consumer Education. (1996) *Consumer Education in the states: A blueprint for action*. Ypsilanti: Eastern Michigan University.
146. Ndura, E., Nimuraba, S.V. (2013). Educating for democracy and social justice to further Burundi's 2025 Vision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. , pp. 714 – 718.

147. Nordic Council of Ministers (2000:599) Consumer Education in the Nordic Countries: Proposal of objectives for and content of consumer education in the compulsory school and at upper secondary school level in the Nordic countries” [atsauce 12.02.2012] Pieejams: <http://www.norden.org/pub/ebook/2000-599.pdf>
148. Nyberg, A., Sto, E. (2000) Is the future yours? *In: Youth sustainable consumption patterns and life styles*. UNEP/UNESCO; Paris, p.7-47.
149. OECD (2009) *Promoting Consumer Education: Trends, Policies and Good Practices*. [atsauce 11.08.2011] Pieejams: <http://www.oecd.org>
150. Orvis, K.A., Horn, D.B., Belanich, J. (2008). The roles of task difficulty and prior videogame experience on performance and motivation in instructional videogames. *Comput Hum Behav* 24, pp. 2415-2433.
151. Osman, K., Hiong, L.C., Vebrianto, R. (2013). 21st Century Biology: An Interdisciplinary Approach of Biology, Technology, Engineering and Mathematics Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 102, pp. 188 – 194.
152. O’Sullivan, E. (1999) *Transformative Learning: Educational Vision for the 21st Century*. Toronto.
153. Paisi Lazarescu, M. (2013) The Teaching Approach from a Pupil-centered Perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol.76, pp. 19-23.
154. Papanek, V. (1971) *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. New York, Pantheon Books.
155. Parsons, T. (1951) *The Social System*. New York.
156. *Patērētāju izglītība: norādījumi skolotājiem*.(2000) R.: Ekonomikas ministrija, 52 lpp.
157. *Patērētāju politikas attīstība Eiropas Savienībā un Latvijā*. (2000) Patērētāju Interesu Aizstāvības Asociācijas materiāli. Rīga.
158. Patērētāju tiesību aizsardzības likums.(1999) Pieejams: <http://www.likumi.lv>
159. *Patērētāju tiesību aizsardzības likumdošana Latvijā un pasaulē*.(2000) R.: Ekonomikas ministrija, 32lpp.
160. Pārruna, T.(1997) Vērtību orientācija audzināšanas procesā. *Skolotājs*, Nr.4, 32. – 36.lpp.
161. *Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca*.(2000) R.: Zvaigzne ABC, 383 lpp.
162. Phan, H. (2008). Achievement goals, the classroom environment, and reflective thinking: A Conceptual framework. *In: Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. Vol 6(3), pp. 571-602 [tiešsaite] http://repositorio.ual.es/jspui/bitstream/10835/561/1/Art_16_269_eng.pdf

163. Philips, D.C. (2000) *Constructivism in education: Opinions and second opinions on controversial issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
164. Piažē, Ž. (2002) *Bērna intelektuālā attīstība*. Rīga: Pētergailis, 318 lpp.
165. Pimapunsri, P., Thongdeelert, C., Provenzale, J., Chewwasung, K., Waren, M., Thepmungkorn, S., Limparungpatanakit, T. Bartfield, T., Ratanachikul, T. (2010). Investigation of Extracurricular Activities on Students' Socialization and Academic Performance. *Journal of Science, Technology, and Humanities, Volume 8 (1)*, pp. 55-61.
166. Popil, I. (2011) Promotion of critical thinking by using case studies as teaching method. *Nurse Education Today*. Vol.31, pp.204-207.
167. Praude, V. (2011) *Mārketings. Teorija un prakse*. SIA Burtene, 348 lpp.
168. Prets, D. (2000) *Izglītības programmu pilnveide: pedagoga rokasgrāmata*. R.:Zvaigzne ABC, 383 lpp.
169. Reiner, S. M., Colbert, R. D. & Perusse, R. (2009). Teacher Perceptions of The Professional School Counselor Role: A National Study. *Professional School Counseling*, 12(5), pp. 324-332.
170. Riemere, I. (2009) Iaicinājums šodienas skolai. Vai esam tam gatavi? *Skolotājs*, Nr.2 13.-18.lpp.
171. Riischoff, B. (2009). Output-oriented language learning with digital media. In *Thomas, M. (2009) Handbook of Research on Web 2.0 and Second Language Learning*, London: Information Science Reference, pp.42-59.
172. Rifkins, Dž. (2004) *Jaunās ekonomikas laikmets*. R.: Jumava, 234 lpp.
173. Robertson, S.L. (2005). Addiction education in the 21st Century: Using mass media in education to bring theories to life. *Journal of Teaching in the Addictions*.
174. Rogers, C.R. (1995) *A Way of being*. New York.
175. Rowe, A. (2006) *Creative Intelligence*. John Wiley&Sons, 174 p.
176. Rubana, I. M. (2004) *Mācīties darot : interaktīvās mācības* . Rīga: RaKa.
177. Rubene, Z. (2008) *Kritiskā domāšana studiju procesā*. R.: LU Akadēmiskais apgāds, 224 lpp.
178. Sacher, W. (2001) Lehr-Lernprozesse mit Medien und originalen Objekten. *Medien machen Schule. Grundlagen, Konzepte und Erfahrungen zur Medienbildung*. Bad Heilbrunn, s.109 – 128.
179. Salīte, I. (2002) Ilgtspējīgas izglītības mērķis skolotāju skatījumā. *Skolotājs*, Nr.5, 4.lpp.

180. Sandlin, J.A. (2005) Culture, Consumption, and Adult Education: Refashioning Consumer Education for Adults as a Political Site Using a Cultural Studies Framework. *Adult Education Quarterly*, Vol.55, No.3, pp.165.-181.
181. Schamroth Abrams, S., Rowsell, J. (2011) Dynamic learning in virtual spaces: producers and consumers of meaning. *I-managers Journal on School Educational Technology*, Vol.7, pp7-13.
182. Schnotz, W, Rasch, T. (2005) Enabling, facilitating, and inhibiting effects of animations in multimedia learning: Why reduction of cognitive load can have negative results on learning. *Educ Tech Res Dev*; 53, pp.47-58.
183. Schwartz, S. H., Bilsky, W. (1990) Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, Nr.58, pp.878-891.
184. Sebastian, C., Bunett, S., Blakemore, S.J. (2008) Development of the self-concept during adolescence. *Trends in Cognitive Sciences*, Vol.12, Issue11, pp.441-446.
185. Segalàs,J., Ferrer-Balas, D., Svanström, M., et.al. (2009) What has to be learned for sustainability? A comparison of bachelor engineering education competences at three European universities. *Sustainability Science*, Vol.4, pp. 17–27.
186. Siemens, G. (2005) *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. Pieejams: <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>
187. Siliņa, Dž. (1996) Vai mācību procesu integrēsim? *Izglītība un Kultūra*. 13.jūnijā, 9.lpp.
188. Sipos,Y., Battisti, B., Grimm, K. (2008) Achieving transformative sustainability learning: Engaging head, hands and heart. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol.9 (1.), pp. 68–86.
189. Skatkins, M. (1983) *Mūsdienu didaktikas problēmas*. R.: Zvaigzne, 18.-36. lpp.
190. Spronk, B. (1999). *Non Formal Education at a Distance: a Framefork for Discussion*. Pieejams: www.col.org/forum/pcfpapers/spronk.pdf
191. Stafeckis, G. *Informācijas tehnoloģijas kā līdzeklis robežsargu profesionālo kompetenču pilnveidē*. Maģistra darbs. Daugavpils, DU.
192. Steffens, H. (1995) Classification of values in consumer education. *NICE-Mail*, No 4, pp. 17-20.
193. Steffens, H. (2007) The Evolution of Consumer Education. *Proceedings of the Seminar on Consumer Education*. Nagoya, Japan, pp.26-30.
194. Suojanen, U. (1994). Theoretical foundations of consumer and entrepreneurial education. In *European Conference on Consumer Education in Schools*, Stockholm 1993.

195. Špona, A. (2001) *Audzināšanas teorija un prakse*. R.:RaKa, 162 lpp.
196. Špona, A. (2004). *Audzināšanas process teorijā un praksē*. Rīga: RaKa, 190 lpp.
197. Špona, A., Čamane, I. (2009) *Audzināšana. Pašaudzināšana*. Rīga: RaKa, 260lpp.
198. Špona, A., Tomsons, V. (1996) *Vērtē studenti*. R.: [b.i.], 22 lpp.
199. Štikāne, S., Ušča, S. (2013). Reformētā izglītības satura ieviešana mācību procesā. *Izglītības reforma vispārīzglītojošajā skolā: Izglītības satura pētījumi un ieviešanas problēmas. 2013. gada zinātnisko rakstu krājums*. Rēzekne, Rēzeknes Augstskola, 85.-93.lpp.
200. Šuvajevs, I. (2003). *Eksistences izgaismojums. Priekšvārds Karla Jaspersa grāmatai „Ievads filosofijā”*. Rīga: Zvaigzne ABC, 5.-21. lpp
201. Šūmane, I. (2012) Pusaudžu mācību sasniegumus veicinoša mācību vide. Promocijas darbs pedagoģijas zinātņu doktora grāda iegūšanai. R.: LU. Pieejams:
<https://luis.lu.lv/pls/pub/luj.fprnt?l=1&fn=F-503355218/Ilze%20Sumane%202012.pdf>
202. *The Bologna Declaration* (1999) Joint declaration of the European Ministers of Education. Boloņa, 1999.g. 19.jūn. Pieejams: http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Main_doc/990719BOLOGNA_DECLARATION.PDF
203. *The Partnership for Education and Research about Responsible Living*. Pieejams: <http://www.perlprojects.org>
204. Thompson, P. (1993)*Eine hesistanische feministische Theorie fur das Alltagsleben*. Kettschau, Irmhild et al.
205. Thorelli, H., Thorelli, S. (1977) *Consumer Information Systems and Consumer Policy*. Cambridge.
206. Thoresen, V.W. (2002) Resource handbook for consumer education. Oslo, Norway: Consumer Council of Norway. Pieejams: http://forbrukerportalen.no/filer/fil_handbook.pdf
207. Tunne, I. (1999) *Jauniešu vērtības*. R.:Raka, 129 lpp.
208. UN ECE (2009) *Learning from each other the UNECE Strategy for Education for Sustainable Development*. Pieejams: <http://www.unece.org/env/esd/Implementation/Publikation/LearningFromEachOther.pdf>
209. UNESCO (2005) Ilgstpējīgas attīstības pamatnostādnes 2008.-2013.gadam. Pieejams: <http://www.unesco.lv/lv/izglitiba/uzdevumi/uzdevumi-4/>
210. UNESCO (1997) Intergovernmental Conference on Environmental Education organized by UNESCO in co-operation with UNEP Tbilisi (USSR) 24–26 October 1977 final report. Pieejams: <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000327/032763eo.pdf>
211. UNESCO (1992) *Agenda 21, The United Nations Program of action from Rio*. UN, New York.

212. UNESCO (b.g.) Education for Sustainable development. Pieejams: <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/>
213. Uzunova, F. (2006) Sustainable future as a shared responsibility of business and governments. *3-rd scientific conference „Taking responsibility”*. Hamara, <http://www.hihm.no/concitu>
214. Ušča, S. Pusaudžu ar valodas traucējumiem komunikatīvās kompetences attīstība internātpamatskolā. Promocijas darbs doktora zinātniskā grāda iegūšanai. Rēzekne, RA.
215. Vassileva, B. (2008) In: *Consumer citizenship education*. Guidelines. 72 p.
216. Vigotskis, L. (2002) *Domāšana un runa*. R.: Eve, 391 lpp.
217. Vogel, G. (1996) *Vorsorge und Nachhaltigkeit im Haushalt eine Wesentliche Kompetenz für mehr umweltorientierung*: Europa: Herausforderungen für die alltagsbewältigung: Gauswirtschaft als Basis für soziale Veränderungen: Internationale Arbeitstagung. Wien.
218. Voroncova, G. (2001) Izglītības integrācijas princips ģimnāzijā. *Skolotājs*, Nr.3, 46.-58 lpp.
219. Vorobjovs, A. (1996) *Psiholoģijas pamati*. Rīga : Mācību apgāds,
220. Vorobjovs, A. (2002) Sociālā psiholoģija. R. : Izglītības soli, 340 lpp.
221. Wals, A.E.J. (2009) Social Learning towards a Sustainable World. Principles, Perspectives, and Praxis.
222. Wells, J., Atherton, M. (1998) Consumer education: Learning for life. *Consumer 21*, pp.15-20.
223. Wells, J. (1997) *Consumer Education in the Classroom*. London, Forbes.
224. What is Consumer Culture? eHow.com [atsauce 14.04.2011] Pieejams: http://www.ehow.com/about_5398788_consumer-culture.html#ixzz1Wmr8ljDS
225. Yrvin, O.E. (1999) *Experience 4: Curriculum development in consumer education* Norway.
226. *Ziemeļvalstu rīcības plāns patērētāju izglītībai skolās 1996.-1999.*(1995.24.10.) Ziemeļvalstu Ministru Padome Vecāko amatpersonu komiteja patērētāju lietās.
227. *Ziemeļvalstu Ministru padomes ziņojums*. (2000) Ziemeļvalstu Ministru Padome.
228. Zoller, U. (2000) Teaching tomorrow's college science courses – Are we getting it right? *Journal of College Science Teaching*, 29, 409-414.
229. Žogla, I. (1994) *Skolēna izziņas attieksme un tās veidošanās*. Rīga: LU, 228 lpp.
230. Žogla, I. (2001) *Didaktikas teorētiskie pamati*. R.:RaKa, 275 lpp.
231. Альтшуллер, Г.С.(1991) *НАЙТИ ИДЕЮ*. Введение в теорию решения изобретательских задач. Новосибирск: Наука.

232. Альтшуллер Г.С., Шапиро Р.Б. (1956) О психологии изобретательского творчества. *Вопросы психологии*. № 6, с. 46-47.
233. Гин, А., Кавтрев, А. (2010) Из опыта обучения решению открытых задач. Pisejams: <http://www.trizway.com/art/search/249.html>
234. Дьюи Дж. (2000) *Демократия и образование*. Москва: Педагогика –пресс.
235. Мудрик, А.В. (2003) *Социальная педагогика*. 4-е изд., доп. Москва : Academia.
236. Орлов, А.И. (2002) *Экспертные оценки*. Москва, 31 с.
237. Петровский, А.В. (1982) *Личность, деятельность, коллектив*. Москва : Политиздат, 255 стр.
238. Сасова, И.А., Аменд, А.Ф. (1988) *Экономическое воспитание школьников в процессе трудовой подготовки* / Под ред. Розова В.К./ М.: Просвещение, 192 стр.
239. Стоунс, Э. (1998). *Психопедагогика*. М. : Педагогика, 471 стр.
240. Фельдштейн, Д.И. (1996) *Психология развивающейся личности: избранные психологические труды*. Москва : Институт практической психологии : Воронеж : НПО «МОДЭК», 512 с.
241. Черепанов, В.С. (1989) *Экспертные оценки в педагогических исследованиях*. Москва: Педагогика, 152 с.
242. Энджел, Д.Ф., Блэкуэлл, Р.Д., Миниард, П.У. (1999) *Поведение потребителей*. – Санкт – Петербург; Москва, 759 стр.
243. Хьелл, Л., Зиглер, Д. (1997) *Теории личности*. Санкт-Петербург, с. 22-23.
244. Ясвин, В. (2001). *Образовательная среда*. М.: Смысл. 366 с.

PROMOCIJAS DARBĀ IEKĻAUTO TABULU UN ATTĒLU SARAKSTS

Tabulas

1.1.tabula Patērētājus izglītojošas organizācijas un tiesību struktūras Lielbritānijā	21
1.2.tabula Patērētāji izglītības mērķi pasaules valstīs.....	22
1.3.tabula Patērētāji izglītību raksturojošie aspekti ekonomiski attīstītā valstī.....	26
1.4.tabula Patērētāji izglītības tipi.....	28
1.5.tabula Patērētāji izglītības 4.tipa – Savstarpējo interešu pieeja – raksturojums.....	29
1.6.tabula Patērētāji izglītības sākumi dažādu valstu vispārējā izglītībā.....	32
1.7.tabula Kopējais un atšķirīgais patērētāji izglītības mērķos, uzdevumos un apgūvē	32
1.8.tabula Pilsoņa - patērētāja lomas apzināšanai svarīgās izglītības tēmas	34
1.9.tabula Patērētāji izglītības problēmas un prioritārie aspekti	34
1.10.tabula Mācību saturā integrējamās patērētāji izglītības tēmas Eiropas Savienības valstīs ..	35
1.11.tabula Uzņēmējdarbības videi atbilstošas patērētāji izglītības tēmas	37
1.12.tabula Patērētāji izglītības konceptuālais ietvars	46
1.13.tabula Patērētāju prasmju un attieksmju attīstības konceptuālais ietvars	47
1.14.tabula Skolēna mācību sasniegumi (learning outcomes) patērētāji izglītībā sociālās mācīšanās teoriju un izglītības ilgtermiņai attīstībai kopsakarību kontekstā	50
2.1. tabula ES mācību priekšmetos integrētās patērētāji izglītības tēmas	52
2.2.tabula Pamatizglītības standartu salīdzinājums	55
2.3.tabula Patērētāji izglītības atbilstība pamatizglītības vispārējiem principiem.....	56
2.4.tabula Mācību priekšmetu jomas „Valodas” mērķu un uzdevumu saikne ar patērētāji izglītību	57
2.5.tabula Mācību priekšmetu jomas „Tehnoloģijas un zinātņu pamati” satura, mērķu un uzdevumu saikne ar patērētāji izglītību.....	58
2.6.tabula Mācību priekšmetu jomas „Cilvēks un sabiedrība” mērķu un uzdevumu saikne ar patērētāji izglītību	59
2.7.tabula Mācību priekšmetu jomas „Māksla” satura, mērķu un uzdevumu saikne ar patērētāji izglītību	60
2.8.tabula Sociālo prasmju apguve dažādās valstīs saistībā ar mācību un audzināšanas mērķiem	66
2.9.tabula Vajadzību apkopojums pēc Antilla	68
2.10.tabula Patērētāja vajadzības, vēlamā atbildība un uzvedība	70
2.11.tabula Patērētāji izglītības satura īstenošanā iesaistītās institūcijas	81
2.12.tabula Patērētāji izglītības didaktiskie soļi	84
2.13.tabula Mācību satura plānojums	86
2.14.tabula Tradicionālās mācību metodes un problēmu uzdevumu risināšanas metodes atšķirības	92
2.15.tabula Gadījumu analīzes loģika.....	95
2.16.tabula Patērētāji izglītības etaloni	100
2.17.tabula Mācību sasniegumu novērtēšanas posmi un etapi patērētāji izglītībā	101
2.18.tabula Skolēna izziņas darbības līmeņi	102
2.19.tabula 8.-9.klases skolēnu mācību sasniegumu novērtēšanas kritēriji un līmeņi patērētāji izglītībā	103
3.1.tabula Skolēnu zināšanu kvalitātes noteikšanas līmeņi	109
3.2.tabula Frīdmana testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai	111
3.3.tabula Vilkoksona testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai	113

3.4.tabula Frīdmana testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai	116
3.5.tabula Manna – Vitnija U-testa rezultāti skolēnu zināšanu novērtēšanai	116
3.6.tabula Vilkoksona testa rezultāti programmas aprobācijas ietekmes noteikšanai	118
3.7.tabula Kritērija „prasmes” novērtēšanas līmeņi	120
3.8.tabula Vilkoksona testa rezultāti skolēnu prasmes attīstības noteikšanai	124
3.9.tabula Vilkoksona testa rezultāti skolēnu prasmes dinamikas noteikšanai	125
3.10.tabula Vilkoksona testa rezultāti skolēnu prasmes attīstības noteikšanai	126
3.11.tabula Skolēnu attieksmes patērētāji izglītībā vērtēšanas kritēriji un līmeņi	128
3.12.tabula Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Patērētāju vajadzības un uzvedība”	132
3.13.tabula Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Personīgo resursu vadīšana”	133
3.14.tabula Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Patērētāji tirgū”	134
3.15.tabula Kendella korelācijas skolēnu attieksmes noteikšanai tēmā “Patērētāju tiesības un pienākumi”	135
3.16.tabula Eksperta vērtējuma par programmu “Patērētāji izglītības būtība un saturs skolēna individuālās patērētāji izglītības veidošanai pamatskolā” kritēriji	137

Attēli

1.1.attēls Patērētāju tiesības	20
1.2.attēls Patērētāji izglītības attīstība Vācijā un Latvijā	25
1.3.attēls Patērētāji izglītības attīstībai izvirzītie uzdevumi Norvēģijā.....	31
1.4.attēls Ekoloģiski orientētas uzņēmējdarbības shēma	36
1.5. attēls Ilgtspējīgas attīstības izglītības un sociālās mācīšanās teorijas aspektu kopsakarības	39
1.6.attēls Pārsona sabiedriskās darbības pamatprincipi	40
1.7. attēls P.Thompson modelis: „Cilvēciskās darbības divas sistēmas”.....	41
1.8. attēls Patērētāji izglītības ieviešanas statistiskais modelis	43
1.9. attēls Patērētāji izglītības ieviešanas dinamiskais (funkcionālais) modelis	43
1.10.attēls KOPABI metodes mācīšanās aplis	44
2.1. attēls Personības veidošanās aspekti	61
2.2.attēls S. H. Švarca motivācijas un vērtību modelis.....	62
2.3.attēls Skolēnu izvēlēto atbilžu procesnuālais sadalījums jautājumā par produkta ekoloģisko īpašību ietekmi uz preces izvēli	72
2.4. attēls Skolēnu izvēlēto atbilžu procentuālais sadalījums jautājumā par cenas ietekmi uz viņu lēmumiem preču izvēlē un iegādē.....	73
2.5.attēls Skolēnu lēmuma pieņemšanu ietekmējošie faktori	73
2.6.attēls Apģērbu izvēli ietekmējošie faktori Latvijas skolēnu atbildēs	74
2.7.attēls Uztura izvēli ietekmējošie faktori Latvijas skolēnu atbildēs	74
2.8. attēls Pusaudžu attieksme pret patērētāji izglītības lomu personīgā dzīvesstila veidošanā ..	75
2.9. attēls Latvijas skolēnu atbildes par attieksmi pret personīgo patēriņu	76
2.10.attēls Skolēnu atbildes par atbildīgajiem cilvēku ikdienas uzlabošanai	77
2.11.attēls Latvijas skolēnu domas par atbildīgajiem sabiedrības labākas nākotnes nodrošināšanā	78
2.12.attēls Skolēnu uzskati par iespējam ietekmēt pasaulē notiekošos procesus	79

2.13.attēls Pusaudzū domas par iespējām ietekmēt dzīvesvietā notiekošos procesus	79
2.14.attēls Patērētāja rīcības posmi lēmuma pieņemšanā	85
2.15.attēls Optimālā mācīšanās un tradicionālā mācīšanās	93
2.16.attēls Novērtēšanas un pašnovērtēšanas didaktiskās funkcijas	99
3.1.attēls Promocijas darba „Patērētājizglītības būtība pamatskolā” izstrādes posmi	106
3.2.attēls Skolēnu zināšanas par personīgo patēriņu pirmsaprobācijas posmā	110
3.3.attēls Skolēnu zināšanas un izpratne par finanšu līdzekļu taupīšanas un nelietderīgas resursu izlietošanas ierobežošanas iespējām	112
3.4.attēls Skolēnu zināšanas un izpratne par patērētāju uzvedību ietekmējošajiem faktoriem ..	114
3.5.attēls Skolēnu zināšanas un izpratne par preču un pakalpojumu ekoloģiskumu ietekmējošajiem faktoriem	117
3.6.attēls Skolēnu prasme analizēt personiskās vēlmes un vajadzības un veidot personīgo uzvedību	121
3.7.attēls Skolēnu prasmes plānot un pārvaldīt personīgo budžetu līmenis pētījuma sākumposmā	121
3.8.attēls Skolēnu prasme analizēt informāciju preču kvalitātes noteikšanai pētījuma sākumposmā	122
3.9.attēls Skolēnu prasme identificēt patērētāja rīcības sekas	122
3.10.attēls Skolēnu prasmes plānot personīgo finanšu nākotni dinamika	125
3.11.attēls Skolēnu prasme analizēt informāciju par ražotāju ietekmi uz patērētāju un preču kvalitāti	126

PATEICĪBAS

Īpašs paldies promocijas darba vadītājai Dr.habil.paed., profesorei Irēnai Žoglai par mērķtiecīgu atbalstu, lietišķu sadarbību un konstruktīviem padomiem promocijas darba tapšanā.

Pateicos darba priekšsaizstāvēšanas recenzentiem Dr.paed., profesorei Tatjanai Koķei un Dr.psyhol. Lūcijai Rutkai par promocijas darba recenzēšanu un konstruktīviem ieteikumiem promocijas darba kvalitātes uzlabošanai.

Paldies Viļānu vidusskolas direktora vietniecei mācību darbā Mg.paed. Nellijai Gudai par nesavtīgu atbalstu un lieliskām idejām promocijas darba tapšanā.

Pateicos Rēzeknes Augstskolas Personības Socializācijas Pētījumu institūta un Dizaina un Amatniecības katedras kolēģiem par atbalstu pētījuma veikšanā.

Izsaku pateicību visiem Latvijas Universitātes Pedagoģijas doktora studiju programmas profesoriem par manas personiskās pilnveides rosināšanu.

Paldies manai mātei Dr.paed., profesorei Veltai Ļubkinai par iedrošinājumu, sapratni, nesavtīgu atbalstu, vērtīgiem padomiem un morālo atbalstu visā promocijas darba tapšanas laikā.

Paldies manai ģimenei, vīram par sapratni, izturību un atbalstu visā promocijas darba tapšanas laikā.