

მდგრადი წარმოება და მოხმარება



გარემოსდაცვითი და აგრორული განათლება სკოლაში

დამხმარე სახელმძღვანელო ზოგადი განათლების საბაზო და საშუალო
საფეხურის მასწავლებლებისთვის



გარემოს დაცვისა და სოფლის
მეურნეობის სამინისტრო



სსიპ გარემოსდაცვითი
ინფორმაციისა და
განათლების ცენტრი



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia

NIRAS

თბილისი
2026

სახელმძღვანელო შექმნილია ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული პროექტის „საქართველოში გარემოს დაცვისა და კლიმატის ცვლილების წინააღმდეგ ბრძოლის მხარდაჭერა“ ფარგლებში, საერთაშორისო კომპანიის NIRAS და გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის მიერ.

სახელმძღვანელო შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი. შესაძლოა, რომ იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირის შეხედულებებს.

ყველა უფლება დაცულია. ნაშრომის ხელახალი გამოცემა დასაშვებია მხოლოდ არაკომერციული და საგანმანათლებლო მიზნებისთვის საავტორო უფლების მქონე სუბიექტის წერილობითი ნებართვითა და წყაროს ზუსტი მითითებით.

სახელმძღვანელოს შექმნაზე მუშაობდა:

მანანა რატიანი - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი, UNECE განათლება მდგრადი განვითარების მმართველი კომიტეტის დამკვირვებელი

„სახელმძღვანელო შემუშავდა სსიპ „გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის“ ორგანიზაციული და ინსტიტუციური ხელშეწყობით.“

სახელმძღვანელო ელექტრონულად ხელმისაწვდომია ვებ-გვერდებზე:

WWW.ELIBRARY.MEPA.GOV.GE

WWW.EIEC.GOV.GE

წინასიტყვაობა

სახელმძღვანელო „გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლება სკოლაში“ (საბაზო და საშუალო საფეხურის მასწავლებლებისთვის) - გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის მიერ დაწესებული გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლების ხელშემწყობი პოლიტიკის გაგრძელებას წარმოადგენს. მისი მიზანია, მოსწავლეებს უზიდავოს უკეთესი და მდგრადი სამყაროს შექმნისკენ. იგი შლის ზღვარს გარემოსდაცვით და აგრარულ თეორიულ ცოდნასა და პრაქტიკას შორის, მკითხველს ეხმარება ადამიანის ქმედებებსა და ჩვენი პლანეტის ჯანმრთელობას შორის კავშირების სიღრმისეულ გაგებაში.

სახელმძღვანელო მწვავე გლობალური გამოწვევების გადასაჭრელად მოსწავლეებს აუცილებელ ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს შესძენს. კლიმატის ცვლილების, ბიომრავალფეროვნების, ნარჩენების მართვის, ენერგორესურსების, წყლის, ოკეანის კონსერვაციის, მდგრადი მოხმარების, ცირკულარული ეკონომიკის, მდგრადი სოფლის მეურნეობის, მიწათსარგებლობისა და მდგრადი ქალაქების საკითხების შესწავლით, მოსწავლეები საჭირო კომპეტენციებით აღიჭურვებიან ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მისაღებად და მდგრადი მომავლისკენ პასუხისმგებლიანი მოქმედებების განსახორციელებლად.

გარემოსდაცვითი, აგრარული განათლება და მდგრადობა ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირშია. ბოლო წლების განმავლობაში მდგრადობის კონცეფცია სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება, რადგან მთელ მსოფლიოში ადამიანები უფრო მეტად აცნობიერებენ საზოგადოებისა და ეკონომიკური საქმიანობის გავლენას ბუნებრივ გარემოზე და მის უარყოფით შედეგებს. მდგრადობის მისაღწევად შეუცვლელია ინდივიდების როლი. მიზნის მისაღწევად აუცილებელია, ყველამ საკუთარი წვლილი შეიტანოს ეკომეგობრული პრაქტიკული უნარ-ჩვევების პოპულარიზაციაში. სახელმძღვანელოში განხილულია ის სფეროები, რომლებზეც ზრუნვა ძალზედ მნიშვნელოვანია.

„გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლება სკოლაში“ წარმოადგენს დინამიური შინაარსის დამხმარე რესურსს VII-XII კლასის მასწავლებლებისთვის, რომელიც შემუშავებულია, რათა სკოლის საბაზო და საშუალო საფეხურის მოსწავლეებმა სიღრმისეულად გააცნობიერონ გარემოსდაცვითი და აგრარული საკითხები, იგრძნონ მოტივაცია, თავად გადადგან ნაბიჯები გარემოზე ზემოქმედების შესამცირებლად და გლობალურ გამოწვევებზე საპასუხოდ.

იმისათვის, რომ სახელმძღვანელოდან მიღებული ცოდნა იყოს პრაქტიკული და ცხოვრებაში გამოსაყენებელი, პროგრამის „გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლება სკოლაში“ თითოეული თემატური ერთეული აერთიანებს თეორიასა და პრაქტიკულ სავარჯიშოებს. აქ მრავლად შეხვედებით პროექტზე დაფუძნებულ ისეთ სასწავლო იდეებსა და ანალიტიკურ აქტივობებს, რომლებიც მოსწავლეთა ასაკსა და ინტერესს ითვალისწინებს. სახელმძღვანელო დატვირთულია რეალური მაგალითებით, მათი შესწავლა ავითარებს კრიტიკულ აზროვნებას და პრობლემის გადაჭრის უნარს.

რესურსი დაეხმარება მასწავლებლებს ეროვნული სასწავლო პროგრამით განსაზღვრული პრიორიტეტული მიმართულებებისა და გარემოს დაცვის საკითხების სწავლებაში.

მოცემული მრავალფეროვანი მასალა განკუთვნილია, როგორც საბაზო და საშუალო საფეხურის მასწავლებლებისთვის, ისე მოსწავლეებისათვის. წიგნში მოცემული ინტერაქტიული სწავლებები და პრაქტიკული მაგალითები მოსწავლეებს აქტიურ, თანამედროვე გამოწვევებზე ინფორმირებულ, გლობალურ მოქალაქეებად ჩამოყალიბებას შეუწყობს ხელს და ისინი შეძლებენ, გაუმკლავდნენ ყოველდღიურ გარემოსდაცვით გამოწვევებსა და პრობლემებს.

სარჩევი

მდგრადი წარმოება და მოხმარება	5
ბუნებრივი რესურსები	6
როგორ ითვლიან ეკოლოგიურ ნაკვალევს?	9
მოხმარება და ჯანმრთელობა	12
სწრაფი მოდის ინდუსტრია	13
წარმოება და მოხმარება გლობალიზაციის ეპოქაში	16
მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის გავრცელება	18
მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის ადაპტაცია და მიღება	20
კულტურათა ჰომოგენიზაცია	21
წარმოებისა და მოხმარების ტრანსფორმაცია	22
შეამოწმე შენი ცოდნა	23
აქტივობები წარმოება-მოხმარებაზე	24
ეკოლოგიური ნაკვალევის გამოთვლა	25
მალთუსიანელებისა და ანტიმალთუსიანელების ხედვები	26
მოდის ინდუსტრიის დილემა	28
შოპოპოლიზმი და ჯანსაღი სავაჭრო ჩვევები	29
დისკუსია თემაზე - ნიშნავს თუ არა მდგრადი განვითარება ბევრ რამეზე უარის თქმას?	32
რესურსების სახეცვლილება მოპოვებიდან მოხმარებამდე	33
მასობრივი ტურიზმი - სწრაფად მზარდი ინდუსტრია	34
გამოყენებული ლიტერატურა	36

მდგრადი წარმოება და მოხმარება



სურათი 1

„მდგრადი წარმოება და მოხმარება“ არის რესურსების რაციონალური გამოყენების, განახლებადი ენერჯის, მდგრადი ინფრასტრუქტურის, ძირითად სერვისებზე ხელმისაწვდომობის, ღირსეული სამუშაო ადგილებისა და უბრალოდ, ყველასთვის უკეთესი ცხოვრების წინაპირობა. მისი განხორციელებით მიიღწევა განვითარების საერთო გეგმები, ეკონომიკური კონკურენციის გაძლიერება და სიღარიბის შემცირება, რის შედეგადაც, სამომავლოდ იკლებს ეკონომიკური, გარემოსდაცვითი და სოციალური ხარჯებიც.

მსოფლიოში, განსაკუთრებით კი, აღმოსავლეთ აზიაში, იზრდება ბუნებრივი რესურსების მოხმარება. პარალელურად, ეს ქვეყნები ცდილობენ ჰაერის, წყლისა და ნიადაგის დაბინძურებასთან დაკავშირებული პრობლემების მოგვარებას.

მდგრადი მოხმარება და წარმოება მიზნად ისახავს „ნაკლებით მეტის და უკეთესად კეთებას“: ცხოვრების დონის ამღობვა შესაძლებელია რესურსების გამოყენების, გარემოს დეგრადაციის, დაბინძურების შემცირებით და გარემოზე ზემოქმედების შემარბილებელი ფაქტორების გამოყენებით. ამასთანავე, ყურადღება უნდა მიექცეს მიწოდების მთელ ჯაჭვს წარმოებიდან - საბოლოო მოხმარებამდე.

გასული საუკუნის ეკონომიკურ და სოციალურ პროგრესს თან ახლდა გარემოს დეგრადაცია, რომელმაც საფრთხე შეუქმნა იმ ბუნებრივ სისტემებს, რომლებზეც დამოკიდებულია ჩვენი განვითარება და გადარჩენა. სწორედ მაღალი მოხმარების გამო, ბუნებრივი რესურსები არარაციონალურად გამოიყენებოდა, უგულვებელყოფილი იყო გარემოსდაცვითი სტანდარტები. მეტი მოხმარება გაიგივებული იყო ქვეყნების სიძლიერესა და პროგრესთან. დღეს გარემოსდაცვითი ცნობიერება ჩვენი ცხოვრების ნაწილი ხდება, იგი აისახება ქვეყნების პოლიტიკაზე, იჭრება განათლებაში, წარმოებაში, სახელმწიფო შესყიდვებში. აქტუალურია მწვანე შესყიდვების დანერგვა, რამაც უნდა შეამციროს რესურსდამოკიდებულება და დაზოგოს ბუნებრივი რესურსები.

მსოფლიოში საზოგადოებრივი დოვლათი არათანაბრადაა განაწილებული. მსოფლიოს მოსახლეობის უმეტესობა მოიხმარს საჭიროზე ნაკლებს. შესაძლებელია, შეიქმნას ისეთი მსოფლიო, რომელშიც თითოეულ ინდივიდს აუცილებელი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების საშუალება ექნება. ასევე, შესაძლებელია მოხმარების ისეთი მოდელის დანერგვა, რომელიც შემდგომ თაობებს ბუნებრივ რესურსებს შეუნარჩუნებს. საჭიროა ბუნებრივი რესურსების უფრო ეფექტური გამოყენება და ტოქსიკური ნარჩენების გონივრული განკარგვა. რაციონალურ მოდელზე გადასასვლელად, დახმარება უნდა გაეწიოს მოხმარების დაბალი მაჩვენებლის მქონე ქვეყნებს.

არსებობს რესურსების მოხმარების მრავალი ასპექტი, რომელსაც მარტივი ცვლილებებით შეუძლია, დიდი გავლენა მოახდინოს მთლიანად საზოგადოებაზე. წარმოების ხარჯების შემცირება, ნარჩენების მართვა და კვების სისტემების ეფექტურობის გაზრდა ხელს შეუწყობს გარემოს მდგრადობას. დღეს, მოსავლის აღების შემდეგ, 13.8% საკვები ტრანსპორტირების, შენახვისა და გადამამუშავების დროს იკარგება, რაც წელიწადში 400 მილიარდი დოლარის დანაკარგია. ამით მწარმოებელი არა მხოლოდ შემოსავალს კარგავს, არამედ აბინძურებს გარემოს. საკვების ღპობით

ატმოსფეროში მეტი სათბური აირი გაიფრქვევა. ასევე, მსგავსი დანაკარგები დიდ სხვაობასა და სოციალურ უსამართლობას წარმოშობს, რადგან მილიარდამდე ადამიანი შიმშილობს ან არასრულფასოვნად იკვებება.

ჩვენ მიერ წყლის დაბინძურების ტემპი უფრო მაღალია, ვიდრე ბუნების მიერ მისი გაწმენდის, რაც დიდი პრობლემაა, რადგან ადამიანისთვის გამოსაყენებლად წყლის ისედაც მცირე ნაწილია ვარგისი. მომავალში წყლის რესურსების გაწმენდა ბევრად უფრო დიდ დროსა და ფინანსურ დანახარჯებთან იქნება დაკავშირებული.

ბუნებრივი რესურსები

დედამიწა ჩვენთვის ცნობილი ერთადერთი პლანეტაა, სადაც მილიონი წელია, სიცოცხლე სტაბილურად არსებობს. ეს იმ ნივთიერებების დამსახურებაა, რომელთა ერთობლიობაც სიცოცხლის სხვადასხვა ფორმის არსებობასა და შენარჩუნებას განაპირობებს. მათ ბუნებრივ რესურსებად მოიხსენიებენ.

ბუნებრივი რესურსები - ბუნებრივი გარემოს შემადგენელი ბუნებრივი ელემენტებია, რომლებსაც იყენებენ განვითარების მოცემულ ეტაპზე საზოგადოების მატერიალურ მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად. ისინი ბუნებრივად გვხვდება გარემოში და გამოიყენება ადამიანების მიერ სხვადასხვა მიზნისთვის. ეს რესურსები მოიცავს ჰაერს, წყალს, მიწას, ტყეებს, მინერალებსა და ველურ ბუნებას. ისინი აუცილებელია ადამიანის არსებობისთვის, განვითარებისთვის და გადამწყვეტ როლს თამაშობს საზოგადოების ეკონომიკურ, სოციალურ და გარემოსდაცვით კეთილდღეობაში.

ბუნებრივი რესურსების ამოწურვა მნიშვნელოვანი საფრთხეა კაცობრიობისთვის, რადგან შეიძლება გამოიწვიოს გარემოს დეგრადაცია, ბიომრავალფეროვნების დაკარგვა და ცხოვრების ხარისხის გაუარესება. მაგალითად, ტყეების გაჩეხვას მოსდევს ნიადაგის ეროზია, წყალდიდობა და სხვადასხვა სახეობის ჰაბიტატების დაკარგვა. წყლის რესურსების გადაჭარბებულმა ექსპლუატაციამ შეიძლება, გამოიწვიოს გვალვა, წყლის დეფიციტი, ნიადაგის დამლაშება თუ დაბინძურება. წიაღისეულის ამოწურვა და რესურსების დეფიციტი გლობალური ეკონომიკის რეცესიის საფუძველია.

რესურსები მრავალფეროვანია, რაც დიდი რაოდენობით, მაგრამ არათანაბრად არის განაწილებული დედამიწაზე: ზოგ ქვეყანას უხვად აქვს, ზოგს კი - შეზღუდულად. ბუნებრივი რესურსების კარგად გააზრება უზრუნველყოფს ამ რესურსების სწორად მართვას ყველგან, სადაც ისინი მოიპოვება.



სურათი 2

ბუნებრივი რესურსების კლასიფიკაცია

ბუნებრივი რესურსების კლასიფიკაციის სხვადასხვა მიდგომა არსებობს. ყველაზე ხშირად მათ ყოფენ წარმოშობის, ხელმისაწვდომობისა და განვითარების მიხედვით.

წარმოშობის მიხედვით გვაქვს ბიოტური და აბიოტური რესურსები:

- ბიოტური რესურსები (სიტყვა „ბიო“ სიცოცხლეს ნიშნავს) არის ორგანული, ბუნებრივი რესურსები, ცოცხალი ორგანიზმები - მცენარეთა და ცხოველთა ყველა სახეობა, მიკროორგანიზმები, წიაღისეული საწვავი და ა.შ.
- აბიოტურ რესურსებში შედის არაცოცხალი, არაორგანული ბუნებრივი რესურსები: წყალი, ჰაერი, ნიადაგი, ქანები, მინერალები და ა.შ.

ხელმისაწვდომობის მიხედვით, გვაქვს განახლებადი და არაგანახლებადი რესურსები:

- განახლებადი რესურსები არის ის, რისი შევსებაც შესაძლებელია დროთა განმავლობაში, როგორცაა მზის ენერჯია, ქარის ენერჯია, წყალი და ტყეები. ეს რესურსები აუცილებელია მდგრადი განვითარებისთვის, რადგან მათი გამოყენება, ამოუწურავი მარაგის გამო, მომავალი თაობებისთვისაცაა შესაძლებელი. თუმცა, უნდა ითქვას, ტერმინი „ამოუწურავი“ ხშირად მის არასწორად გააზრებას იწვევს. რადგან ადამიანის უგუნურ ქმედებას ეს რესურსიც შეუძლია, გამოყენებისთვის უვარგისი გახადოს, მისი დაბინძურებით და არარაციონალური გამოყენებით.
- არაგანახლებადი რესურსები ამოწურვადია, რადგან მათ ჩამოყალიბებას მილიონობით წელი სჭირდება და შევსება შეუძლებელია. ასეთ რესურსს განეკუთვნება წიაღისეული საწვავი(მაგ: ქვანახშირი, ნავთობი და გაზი) და მინერალები (მაგ: ოქრო, სპილენძი და რკინა). მათმა ზედმეტმა ექსპლუატაციამ შეიძლება გამოიწვიოს რესურსების ამოწურვა, გარემოს დეგრადაცია და ეკონომიკური ვარდნა.

ბუნებრივი რესურსების კლასიფიკაცია განვითარების საფუძველზე:

- პოტენციური რესურსები: ეს არის რესურსები, რომლებიც ცნობილია, რომ არსებობს, არ არის რაოდენობრივად განსაზღვრული და მათი გამოყენება შესაძლებელია შემდგომი პერიოდისთვის (მაგ.: ქარი, ბირთვული მინერალები).
- ქარის ენერჯია არსებობს გარკვეულ რაიონებში, მაგრამ ჯერ-ჯერობით აქტიურად არ გამოიყენება ენერჯიის გამომუშავებისთვის.
- დაჯავშნილი რესურსები: ეს არის ბუნებრივი რესურსები, რომლებიც იდენტიფიცირებული და რაოდენობრივად დადგენილია, მაგრამ არ იყენებენ, რადგან დაცულია მომავალი გამოყენების მიზნით, მაგალითად, მდინარეები.
- საფონდო რესურსები: ეს არის რესურსები, რომლებიც აღმოჩენილია და რაოდენობრივად განსაზღვრული, მაგრამ მისი მოხმარებისგან თავს იკავებენ არასაკმარისი ტექნოლოგიების გამო, მაგალითად, წყალბადი.
- რეალური რესურსები: ეს არის რესურსები, რომლებიც აღმოჩენილია, რაოდენობრივად განსაზღვრულია, ტრადიციულად მოიხმარდნენ და დღესაც გამოიყენებენ(მაგ.: ნედლი ნავთობი, ტყე).

ბუნებრივი რესურსების კიდევ ერთი კლასიფიკაცია ეფუძნება მათ ეკონომიკურ ღირებულებას და ისინი შეიძლება დაიყოს სამ კატეგორიად: ენერგორესურსები, ლითონის რესურსები და არალითონური რესურსები. ენერგეტიკული რესურსების რიცხვშია: ნახშირი, ნავთობი, ბუნებრივი აირი და ბირთვული ენერჯია, ხოლო ლითონის რესურსებია: ოქრო, ვერცხლი, სპილენძი და რკინა. რაც შეეხება, არალითონურ რესურსებს, ესენია: ქვიშა, ხრეში, კირქვა და თიხა.

ზოგადად, ბუნებრივი რესურსები აუცილებელია კაცობრიობის არსებობისა და განვითარებისათვის. ადამიანები მათ იყენებენ სხვადასხვა მიზნისთვის, როგორცაა ენერჯიის წარმოება, საკვები და წყალი, სამშენებლო მასალები და სამრეწველო წარმოება. მათი კონსერვაცია და მიზანმიმართული გამოყენება გადამწყვეტია საზოგადოებების გრძელვადიანი კეთილდღეობისთვის.

ხშირ შემთხვევაში, ბუნებრივი რესურსების გამოყენება არაგონივრულია და იწვევს მათ ამოწურვას, გარემოს დეგრადაციასა და ბიომრავალფეროვნების კარგვას. მაგალითად, წიაღისეული საწვავის გადაჭარბებული გამოყენება, როგორცაა ქვანახშირი და ნავთობი, სათბურის გაზების გამოყოფის, კლიმატის ცვლილებისა და ჰაერის დაბინძურების მიზეზი ხდება. გადაჭარბებული თევზაობა და ნადირობა იწვევს ბუნებაში პოპულაციების ამოწურვას; ხოლო ტყეების განადგურება და მიწათსარგებლობის ცვლილება კი - სხვადასხვა სახეობის ჰაბიტატების დაკარგვასა და ნიადაგის ეროზიას, გაუდაბურებას.

აქედან გამომდინარე, გადამწყვეტია ბუნებრივი რესურსების დაცვა რაციონალური და მდგრადი გამოყენებით. ეს ნიშნავს მათი მოხმარების კონსერვაციასთან დაბალანსებას, რათა ხელმისაწვდომი გახდეს მომავალი თაობებისთვისაც. მდგრადი გამოყენება გულისხმობს პრაქტიკას, რომელიც ამცირებს ნარჩენებს, დაბინძურებას და ზოგავს რესურსებს.



როგორ ითვლიან ეკოლოგიურ ნაკვალევს?

ეკოლოგიური ნაკვალევი - ეს არის ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდისა (WWF) და გლობალური ნაკვალევის ქსელის მიერ შემუშავებული კონცეფცია, რომლის თანახმადაც, გამოითვლება ბიოლოგიურად პროდუქტიული მიწისა და წყლის ის რაოდენობა, რომელიც საჭიროა ამა თუ იმ ქვეყანაში ან ტერიტორიაზე დასახლებული ადამიანების რესურსებზე მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად და ამ რესურსების გამოყენების შედეგად მიღებული ნარჩენებისა თუ დაბინძურების შთანთქმისა და გარდაქმნისათვის. გამოთვლა ხდება ერთ სულ მოსახლეზე. ქვეყნების უმრავლესობას აქვს ეკოლოგიური დეფიციტი.



სურათი 3

გლობალური ნაკვალევის ქსელი ყოველწლიურად აფასებს თითოეული ქვეყნისა და დედამიწის ეკოლოგიური დავალიანების დღეს. 2020 წელს ეს დღე ოყო 29 ივლისს. მოცემული თარიღიდან მოსახლეობა უკვე იმ რესურსების გამოყენებაზე გადადის, რომლებიც ვეღარ ასწრებს თვითაღდგენას.

ამავე მონაცემით, კაცობრიობას საარსებოდ 1 დედამიწა აღარ ყოფნის და 1,75 სჭირდება. იმის მიხედვით, რამდენ რესურსს მოიხმარს, რამდენ ემისიასა და ნარჩენს წარმოქმნის და თუ როგორია მისი ბიოპროდუქტიულობა, სხვადასხვა ქვეყანას ეს დღე განსხვავებულ დროს უწევს. მაგალითისთვის, აშშ-ს საკუთარი რესურსები 14 მარტისთვის უკვე ამოწურული აქვს, ავსტრალიას - 22 მარტისთვის, ყატარს - 9 თებერვლისთვის, საქართველოს - 25 სექტემბრისთვის, ინდონეზიას კი 18 დეკემბრისთვის, ანუ, მისი ნაკვალევი ქვეყნებს შორის საუკეთესოა.

2021 წელს განსხვავებული ტენდენცია დავინახეთ. პანდემიამ შეზღუდა მოსახლეობის მობილობა, საგრძნობლად შემცირდა საერთაშორისო გადაზიდვები და ტურიზმი, საზღვრების გადაკვეთა, ბიზნეს მოგზაურობები და შიდა გადაადგილებები, რამაც ნახშირორჟანგის ნაკვალევი

წინა წელთან შედარებით 14,5%-ით შეამცირა. ეს ფაქტი სასიხარულო იქნებოდა, გაუმჯობესება პანდემიის დროებით შეზღუდვებს რომ არ გამოეწვია და ის მოსახლეობისა და ქვეყნების გარემოსადმი პასუხისმგებლიანი დამოკიდებულების შედეგი ყოფილიყო.

გლობალური ნაკვალევის ქსელის შეფასებით, თუკი განახლებადი რესურსების გამოყენების ზრდა კვლავ გაგრძელდება, 2050 წლისათვის კაცობრიობას დასჭირდება 2-3-ჯერ მეტი რესურსი, ვიდრე პლანეტა გამოიმუშავებს.

კონსუმერიზმი მეოცე საუკუნის მეორე ნახევარში გააქტიურდა და მალე ადამიანის ცხოვრების ყველა სფეროს განუყოფელ ნაწილად იქცა. გარდაიქმნა როგორც პოლიტიკა, ისე ეკონომიკა და კულტურა. კონსუმერიზმი არის იდეოლოგია, რომელიც ადამიანებს სულ უფრო მეტი საქონლის, პროდუქციისა თუ სერვისის შეძენისა და მოხმარებისკენ უბიძგებს. ეს არის ერთგვარი ინდუსტრიული საზოგადოების წესრიგი, რომელშიც უამრავი პროდუქციის/სერვისის ყიდვა-გაყიდვა ხდება.

კონსუმერიზმის ზეგავლენა ადამიანებზე ძალიან მნიშვნელოვანია. ხშირად დიდი რაოდენობის საქონლისა და სერვისის გასაყიდად კომპანიები წარმატებით იყენებენ საზოგადოებაში არსებულ გენდერულ და კლასობრივ სტრუქტურებს. ამის ნათელი მაგალითია მზარდი პოპულარულობის მარკეტინგული სტრატეგია, რომელიც გულისხმობს მომხმარებლისთვის სულ უფრო მეტი გენდერულად სპეციფიკური პროდუქციის შეთავაზებას (დაწყებული ჰიგიენური საშუალებებით ან საბავშვო წიგნებითა და სათამაშოებით, დამთავრებული ისეთი პროდუქციით, როგორცაა სალექტი რეზინები ქალებისა და მამაკაცებისათვის, ბავშვებისთვის განკუთვნილი ტანსაცმლისა და სხვა საქონლის ფერი (გოგონებისთვის ვარდისფერი, ბიჭებისთვის - ცისფერი)). ასეთი მიდგომა არასაჭირო პროდუქციის გაყიდვას უწყობს ხელს. დღეს ქალები ხშირად ექცევიან სხვადასხვა რეკლამის ტყვეობაში, რისი ზემოქმედებითაც გარკვეული ქცევისა თუ მოდური ტენდენციის მიმდევრები ხდებიან, რაც მათ განსაკუთრებული გენდერული როლების მორგებას ავალდებულებს. ქალებისთვის სილამაზის გარკვეული სტანდარტების დაწესება, რეკლამების დახმარებით კონკრეტული სურვილის გაღვივება, მნიშვნელოვნად ზრდის პარფიუმერული საქონლის, პლასტიკური ქირურგიის, სერვისისა თუ სხვა სახის პროდუქციის გაყიდვებს. შესაბამისად, სამომხმარებლო ბაზარი ყოველთვის ცდილობდა საზოგადოებაში არსებული სტერეოტიპებისა და დამოკიდებულებების გამოყენებას, რათა მეტი პროდუქცია ეწარმოებინა და გაესაღებინა.

შეიძლება, ითქვას, დამღუპველია დამოკიდებულება, მატერიალური საჭიროებების გაზვიადებისა, როდესაც მოხმარება არათუ ცხოვრების ნაწილად, არამედ მთავარ მიზნად თუ აზრად გადაიქცევა. თანამედროვე სამყაროში ოსტატურმა მარკეტინგმა უპრეცედენტო სიმაღლეებს მიაღწია. რასაც გვთავაზობენ და ვყიდულობთ, ყოველთვის არ გვჭირდება.

გაზრდილი მოხმარება დიდ პრობლემას უქმნის გარემოს განადგურებას. არავინ დავობს იმაზე, რომ ადამიანს ესაჭიროება სხვადასხვა საბაზისო პროდუქცია, მაგრამ მარკეტინგული ხრიკების გავლენით, ადამიანები ყიდულობენ არასაჭირო პროდუქციასაც, ხარჯავენ თანხებს, რითაც რესურსების არაგონივრულ გამოყენებას უწყობენ ხელს. ეს უკვე აღარ არის მხოლოდ მოთხოვნის დაკმაყოფილება. მარკეტოლოგები, ფაქტობრივად, მიგვითითებენ, რა და რამდენი უნდა მოვიხმაროთ. ჩვენზე მოქმედებს ქუჩის სარეკლამო ბილბორდები, ტელევიზია, ინფორმაციის ნაკადი, რაც ადვილად გვაქცევს გავლენების ქვეშ - ვმუშაობთ, იმიტომ, რომ სასურველი ნივთი შევიძინოთ, უახლესი მოდელებით განვაახლოთ ელექტრომომწყობილობები, არ ჩამოვრჩეთ მოდის უკანასკნელ სიახლეებს.

ჩვენს მისწრაფებებს რეკლამები ასაზრდოებენ. მათში გამოყენებულია ბედნიერი წყვილის, ოჯახის, ბავშვის, ცნობადი სახეების გამოსახულებები, რაც გვაფიქრებინებს, რომ ეს ის ნივთია, რომელიც დამენმარება გავხდე უკეთესი/უფრო ლამაზი/მოდური/სასურველი/ბედნიერი. ამის დასაძლევად, კარგად უნდა გვესმოდეს, რეალურად რა არის ბედნიერება და როგორ შეიძლება მისი მიღწევა. ეს კი გულისხმობს საკუთარი თავის, სურვილების, ემოციების, შესაძლებლობების უკეთ გაცნობიერებას.

ამდენად, ადამიანის ჩამოყალიბება ინფორმირებულ მომხმარებლად, დაენმარება გარემოსა და საზოგადოებას, გახდეს უფრო მდგრადი.

უნდა გავაცნობიეროთ, რომ რესურსების მოხმარების უზარმაზარმა ზრდამ მდიდარ ქვეყნებში უკვე გამოიწვია უზარმაზარი დაშორება მდიდრებსა და ღარიბ ადამიანებს შორის. როგორც ამბობენ, „მდიდრები უფრო მდიდრდებიან და ღარიბები - ღარიბდებიან“. მსოფლიო რესურსების 59% მოიხმარა მოსახლეობის უმდიდრესმა 10%-მა. ხოლო ყველაზე ღარიბმა 10%-მა მოიხმარა მსოფლიო რესურსების მხოლოდ 0,5%.

თუკი ფინანსურ მარტივ კალკულაციას ჩავატარებთ, აღმოვაჩინებთ ხარჯვის ტენდენციების პრობლემურობას და გავიგებთ, როგორ შეიძლება ამ ფულისა და რესურსების უკეთ გამოყენება. შეფასებულია, რომ მხოლოდ 6 მილიარდ აშშ დოლარს შეუძლია მოაგვაროს საბაზისო განათლების პრობლემა მთელ მსოფლიოში. კიდევ 22 მილიარდი დოლარი უზრუნველყოფს პლანეტის ყველა ადამიანს სუფთა სასმელი წყლით, საბაზისო ჯანდაცვითა და ადეკვატური კვებით.

ეს თანხები არ არის მიუწვდომელი. მაგალითად, ყოველწლიურად ევროპელები 11 მილიარდ დოლარს ხარჯავენ ნაყინზე, რაც საკმარისი იქნებოდა პლანეტაზე ყველა ბავშვის ორჯერ აღზრდისთვის, მისი კვების, განათლების, ჯანმრთელობის უზრუნველსაყოფად.

მხოლოდ ევროპაში დაახლოებით 50 მილიარდი დოლარი იხარჯება სიგარეტზე, ხოლო დაახლოებით 400 მილიარდი - ნარკოტიკებზე მთელ მსოფლიოში. ხარჯების სამართლიანად გადანაწილების შემთხვევაში, ჩვენ შეგვიძლია, გარდამტეხი ცვლილებები შევიტანოთ სიღარიბის ზღვარს მიღმა მყოფი ბავშვების ცხოვრებაში.



მოხმარება და ჯანმრთელობა

კვლევები აჩვენებს ძლიერ კავშირს თანამედროვე სამომხმარებლო კულტურის აღმავლობასა და სიმსუქნის საგანგაშო მაჩვენებლებს შორის, რომელსაც მთელ მსოფლიოში ვაწყდებით, რაც არცაა გასაკვირი, თუ გავითვალისწინებთ, რომ კონსუმერებში სწორედ ამას ნიშნავს – გამოვიყენოთ რაც შეიძლება მეტი და არა იმდენი, რამდენიც გვჭირდება. ეს ქმნის დომინოს ეფექტს საზოგადოებაში: ჭარბი მიწოდება სიმსუქნის წინაპირობაა, რაც, თავის მხრივ, იწვევს შემდგომ კულტურულ და სოციალურ პრობლემებს.

მსოფლიოში სიმსუქნის მაჩვენებლების მატებასთან ერთად სამედიცინო მომსახურება სულ უფრო და უფრო იზრდება. მაგალითად, შეერთებულ შტატებში, ერთ სულ მოსახლეზე სამედიცინო ხარჯები დაახლოებით 2500 დოლარით მეტია ჭარბი წონის ადამიანისთვის, ვიდრე ჯანმრთელი წონის ადამიანებისთვის.

ჯანმრთელობის მსოფლიო ორგანიზაციის შეფასებით, ზრდასრული ადამიანის კვების საშუალო დღიურმა ნორმამ უნდა შეადგინოს არანაკლებ 2400-2500 კილოკალორია. მცირედი სხვაობაა ქალისა და მამაკაცისთვის საჭირო კალორიებს შორის, ასევე, ასაკის მიხედვითაც გვხვდება განსხვავებები. მნიშვნელობა ენიჭება საქმიანობის ტიპსაც - დიდი ფიზიკური დატვირთვით მომუშავე ადამიანები მეტ კალორიებს საჭიროებენ. არ უნდა დაგვავიწყდეს, ასევე, ბუნებრივი ფაქტორებიც. სიცხვეში ორგანიზმის გასათბობად ადამიანს მეტი კალორია ესაჭიროება. თუ დღიურმა ნორმამ შეადგინა 1800 კილოკალორიაზე ნაკლები, ეს უკვე არასრულფასოვანი კვების მაჩვენებელია, ხოლო 1000 კილოკალორია კრიტიკული ზღვარია, რაც სრულ შიმშილს ნიშნავს. თუმცა მხოლოდ კალორიები არ განაპირობებს კვების რაციონის სრულფასოვნებას. კვების აუცილებელი პირობაა ყოველდღიური რაციონის ბალანსირებული შედგენილობა. კერძოდ, გასათვალისწინებელია ცილების, ცხიმებისა და ნახშირწყლების განსაზღვრული რაოდენობა. თუ რომელიმე მათგანი ნაკლებია ნორმაზე, კვება უკვე არასრულფასოვნად ითვლება.

რუკა გვიჩვენებს მიღებული საკვების გლობალურ კანონზომიერებას. ყველაზე მეტი, დღეში 3500 კალორიაზე ზევით, მოიხმარება აშშ-ში, დასავლეთ ევროპის რიგ ქვეყნებში. ამის საპირისპიროდ, დღიურ 2000 კალორიაზე ნაკლებს ითვისებენ აფრიკის მთელ რიგ ქვეყნებში, მონღოლეთსა და ავღანეთში. ამ უკიდურესობების გარდა, შედარებით მაღალი მოხმარებით დანარჩენი განვითარებული ქვეყნები: კანადა, ავსტრალია, ახალი ზელანდია, ევროპის ქვეყნების უმეტესობა გამოირჩევა, ჩრდილო აფრიკასა და ჩინეთთან ერთად.



სურათი 4

სწრაფი მოდის ინდუსტრია

სწრაფი მოდის ინდუსტრია სათბურის აირების გამოყოფის ერთ-ერთი მთავარი წყაროა, რაც დედამიწაზე ტემპერატურის მომატებისა და კლიმატის ცვლილების მნიშვნელოვან გამომწვევ მიზეზად ითვლება. სწრაფი მოდა ტანსაცმლის იაფად და სწრაფად წარმოებას გულისხმობს.

მისი მთავარი ამოცანაა, გაიმეოროს ცნობილი ადამიანებისა თუ დიზაინერის სტილი და მომხმარებელამდე რაც შეიძლება ჩქარა მიიტანოს ახალი ტრენდები. სწრაფი წარმოება თავისთავად მოქმედებს დამზადებული სამოსის ხარისხსა და იმ პროცესებზე, რაც თან ახლავს ტანსაცმლის წარმოების ინდუსტრიას.

სწრაფი მოდის ბიზნესმოდელი მე-20 საუკუნის ბოლოს ჩამოყალიბდა და სწორედ ისაა პასუხისმგებელი იმაზე, რომ დიდი რაოდენობის დაბალხარისხიან ტანსაცმელზე მოთხოვნა უპრეცედენტოდ გაიზარდა. ტანსაცმლის მნიშვნელოვანი ნაწილი დღეს მხოლოდ მოკლევადიანი მოხმარების მიზნით იქმნება. შედეგად, იკლებს წარმოებული პროდუქტის ხარისხი, მისი მასობრივად მოხმარების დონე კი იმატებს. ეს, თავის მხრივ, უზიდავს მოდის ინდუსტრიას, წარმოების პროცესში დიდი რაოდენობით გამოიყენოს ბუნებრივი რესურსები.

გარდა იმისა, რომ იაფი ტანსაცმელი სწრაფად ზიანდება, ადამიანის ჯანმრთელობისა და გარემოსთვის მავნე საღებავით იღებება, რომელიც ზედაპირული წყლების საშუალებით ოკეანეებში ჩაირეცხება ხოლმე. რამდენიმე გარეცხვის შემდეგ ასეთი პროდუქცია ფორმასა და ფერს ჰკარგავს. გადაყრილი ტანსაცმელი ჯერ ნაგავსაყრელზე ხვდება, შემდეგ მისი მიკრობოჭკოვანი ფრაგმენტები - ზღვაში, სადაც ჯერ თევზის, ბოლოს კი ადამიანის საკვებ ჯაჭვში აღმოჩნდება.

ამზადებენ და მათი წარმოების გარემოზე ზეგავლენა მაღალია. მარტო „ზარა“ წელიწადში 840 მილიონ ტანსაცმელს კერავს 6000-ზე მეტი მაღაზიისთვის მსოფლიოს მასშტაბით. 2020 წელს ე.წ. „სწრაფი მოდის“ ბაზრის მთლიანი ღირებულება 25.09 მილიარდ დოლარს შეადგენდა, 2021 წლის ბოლოსთვის - 30.58 მილიარდს, 2025 წელს კი თითქმის 40 მილიარდს მიაღწევს.



სურათი 5

ტანსაცმლის მოხმარების მაჩვენებლით ევროპაში ბრიტანეთი ლიდერობს; აქ ერთ სულ მოსახლეზე 26,7 კილოგრამი სამოსი მოდის. გერმანიაში ეს მაჩვენებელი 16.7 კილოგრამია, დანიაში - 16, იტალიაში - 14.5, ჰოლანდიაში - 14, ხოლო შვედეთში - 12.6 კილოგრამი.

ტანსაცმელზე ხელმისაწვდომობის გამო, დღეს მსოფლიოში ყოველწლიურად, დაახლოებით, 80 მილიარდი ახალი სამოსი იკერება. ეს კი 400%-ით მეტია, ვიდრე 20 წლის წინ. ბრიტანელები ბევრად მეტ ახალ ტანსაცმელს ყიდულობენ, ვიდრე რომელიმე სხვა ერის წარმომადგენლები ევროპაში. ამასთან, ისინი ორჯერ მეტი რაოდენობის ტანისამოსს ყიდულობენ, ვიდრე თუნდაც ათი წლის წინ.

აუდიტის ანგარიშის თანახმად, შარშან ბრიტანეთში მომხმარებელმა 235 მილიონი ტანსაცმელი გადაყარა, მათი რეცხვის გამო 700,000 ბოჭკო შეუერთდა გამდინარე წყალს, ხოლო მოდის ინდუსტრიის მუშაობის შედეგად, ატმოსფერულ ჰაერში 1,2 მილიარდი ტონა ნახშირორჟანგი გაიფრქვა. ამასთან, ბრიტანელების გარდერობში გამოუყენებლად 30 მილიარდი დოლარის ღირებულების ტანსაცმელი ინახება.

განვითარებად ქვეყნებში, ტექსტილის დამუშავების დროს, დაახლოებით 79 000 000 000 კუბურ მეტრ წყალს მოიხმარენ. მაგალითად, ერთი ბამბის მაისურის წარმოებისთვის საჭიროა 3 000 ლიტრი, ერთი ჯინსის შარვლის დამზადებას 3781 ლიტრი წყალი სჭირდება, დაახლოებით იმდენივე, რასაც ერთი ადამიანი ოთხი წლის განმავლობაში მოიხმარდა.

სწრაფი მოდის ბრენდები ძირითადად ბანგლადეშში, ინდოეთში, ჩინეთში, ინდონეზიასა და ვიეტნამში მუშაობს. ტექსტილის წარმოების ეს მიდგომა ითვალისწინებს შრომის ექსპლუატაციას: უმეტესად დასაქმებულები არიან ქალები და ბავშვები, რომლებიც მუშახელის 90%-ს წარმოადგენენ. მათი სამუშაო დრო უჰაერო, ბნელ ოთახებში, დღეში 12-20 საათია. 2013 წელს, დაკაში (ბანგლადეში) ჩამოინგრა 8-სართულიანი ტექსტილის ქარხანა „რანა პლაზა“, რამაც 1134 მუშაკი იმსხვერპლა, უმეტესობა ქალები და ბავშვები. მათი ხელფასი თვეში 50 დოლარს შეადგენდა. ეს ერთ-ერთ ყველაზე დიდი ინდუსტრიული ინციდენტი იყო.

წყლის მნიშვნელოვანი დაბინძურების კიდევ ერთი წყაროა ის სასუქები, რომელიც ბამბის მოყვანისას გამოიყენება. სწრაფი მოდა ბამბას ბევრად დიდი რაოდენობით მოიხმარს, ვიდრე ეს წარსულში ხდებოდა, შედეგად კი, გამოყენებული სასუქების რაოდენობა არნახულად იზრდება.



მზარდი მოხმარების გამო, ტანსაცმელი აღარ მზადდება ბუნებრივი ქსოვილებისაგან, როგორებიცაა - ბამბა, აბრეშუმი და მატყლი, რადგან ბუნებრივი ქსოვილებისგან შეკერილი ტანსაცმლის ფასი გაცილებით მაღალია. მათ ნაცვლად, წარმოების პროცესში გამოიყენება პოლიესტერი და გენმოდიფიცირებული ბამბა, რომლებიც ტოქსიკური საღებავებით იღებება, არ არის ბიოდეგრადირებადი და, შესაბამისად, გადაყრილი ტანსაცმელი ხშირად ხანგრძლივ კვალს ტოვებს ჩვენს პლანეტაზე. სინთეტიკური ქსოვილები ჩვენი ტანსაცმლის 72%-ს შეადგენს, მათ გახრწნას კი შეიძლება 200 წელიც კი დასჭირდეს. გარდა ამისა, პოლიესტერისგან დამზადებული ტანსაცმლის სარეცხ მაქანაში გარეცხვის დროს, წყალში მიკრო-პლასტიკის ნაწილაკები ხვდება, რომელიც წყალს აბინძურებს და, საბოლოოდ, ჩვენს ოკეანეებს უერთდება. 2017 წლის ბუნების დაცვის საერთაშორისო კავშირის (IUCN)

სურათი 6

კვლევამ დაადგინა, რომ ოკეანეებში პოლიესტერის ტანსაცმლის გარეცხვისგან 35% მიკრო-პლასტიკის რჩება. მსოფლიო ერთიანდება, რათა 2030 წლისთვის დაასრულოს პლასტიკის ნარჩენებით დაბინძურება. საქართველოში 2018 წლიდან აკრძალულია პლასტიკის პარკების გამოყენება.

მოდის სფეროს წარმომადგენლები, სიტუაციის გამოსასწორებლად, გარკვეული ნაბიჯების გადადგმას ცდილობენ, მაგალითად, H&M ბოიკოტს უცხადებს წარმოებაში ბრაზილიური ტყავის გამოყენებას, რადგან ტყავის მწარმოებელი ინდუსტრია ამაზონის ტყის განადგურებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. სხვა ისეთი ბრენდები კი, როგორებიცაა - Adidas, Stella McCartney და Patagonia, ახალი კოლექციის შესაქმნელად აქტიურად იყენებენ ნარჩენ პროდუქტებს.

სწრაფი მოდის ჩასანაცვლებლად ალტერნატივა მდგრადი მოდაა, მასთან ერთად კი - მეორეული და საქველმოქმედო მაღაზიები, ტანსაცმლის გადამუშავება და გადაკეთება, გაყიდვა ან გაჩუქება. რაც სწრაფი მოდის ბევრმა ბრენდმა გადამუშავება დაიწყო, ძველ ტანსაცმელს „ახალი სიცოცხლე“ შესძინა. თუმცა გარემოსდაცველები მათ ე.წ. „გრინვოშინგში“ ადანაშაულებენ და ამბობენ, რომ ეს ზღვაში წვეთია, რადგან მათივე წარმოებული ტანსაცმლის 85% კვლავაც ნაგავსაყრელებზე ასრულებს სიცოცხლეს.

ტექსტილის წარმოების შესამცირებლად გადადგმული ნაბიჯი ახალ და იაფასიან ტანსაცმლის ყიდვაზე უარის თქმაა. სანამ რამის ყიდვას გადაწყვეტთ, დაფიქრდით, რამდენად ხშირად ჩაიცვამთ შენაძენს. თუ მხოლოდ რამდენჯერმე ჩასაცმელად ყიდულობთ, მაშინ აჯობებს, მასზე უარი თქვათ. ტანსაცმლისთვის სოცოცხლის გახანგრძლივება სასარგებლოა როგორც პლანეტისთვის, ასევე, თქვენი ბიუჯეტისთვის.

თუ გონივრული არჩევნის გაკეთება გვსურს, სანამ ტანსაცმელს შევიძინებთ, უნდა გავარკვიოთ, კონკრეტული ბრენდი როგორ ანადგურებს გაუსაღებელ პროდუქციას და რა ზომებს მიმართავს, რომ მომხმარებელმა პროდუქტი სწრაფად არ გადააგდოს. ასევე მნიშვნელოვანია, აგზავნიან თუ არა ბიზნესის მესვეურები გაუსაღებელ საქონელს განვითარებადი ქვეყნების დასახმარებლად.



გლობალიზაცია კომპლექსური და წინააღმდეგობრივია. ზოგი მეცნიერი მას ეკონომიკურ ასპექტში განიხილავს, ზოგი – პოლიტიკურ ქრილში. სინამდვილეში, გლობალიზაცია გაცილებით ფართო მნიშვნელობის მოვლენაა და პოლიტიკურსა და ეკონომიკურთან ერთად, სოციალურ და კულტურულ ფაქტორებსაც მოიცავს. მისი შეფასებისას არ შეიძლება, ისეთი ერთმნიშვნელოვანი ცნებებით შემოვიფარგლოთ, როგორებიცაა „კარგი“ და „ცუდი“. გლობალიზაციის პროცესი ერთ-ერთი ყველაზე ძლევამოსილი პროცესია კაცობრიობის ისტორიაში. მან მრავალი ქვეყნის საერთაშორისო სტატუსი, ადგილი და გავლენა შეცვალა. ტექნოლოგიების განვითარებამ, განსაკუთრებით კი – ინტერნეტმა, ერთსა და იმავე საწყის პოზიციაზე დახია ყველა ქვეყანა და ხელახლა ჩართო ისინი საყოველთაო მართონში. თითქოს მნიშვნელობა დაკარგა მანამდე არსებულმა კულტურულმა თუ ისტორიულმა წარსულმა, პოლიტიკურმა გავლენებმა და ა.შ., თუმცა უწინარესად სწორედ პოლიტიკურად გავლენიან და ეკონომიკურად დაწინაურებულ ქვეყნებს აღმოაჩნდათ თანხები საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განსავითარებლად, რამაც ინტერნეტი მოსახლეობისთვის უფრო ხელმისაწვდომი გახადა და ეს სახელმწიფოები უფრო მეტად დააწინაურა. შედეგად, კიდევ უფრო გაიზარდა მანძილი მდიდრებსა და ღარიბებს შორის. თუმცა ახალ თამაშში სწრაფად განვითარებადი ეკონომიკის სახელმწიფოებიც ჩაერთნენ, რომლებიც გზას განვითარებული ქვეყნებისკენ წარმატებით იკვალავენ. „Globe“ ინგლისური სიტყვა და გლობუსს ნიშნავს, ხოლო „global“ – მსოფლიოს, გლობალურს. ტერმინ „გლობალიზაციის“ წარმოშობა უკავშირდება ამერიკელი სოციოლოგის რობერტსონის სახელს, რომელმაც იგი 1983 წელს გამოიყენა სტატიაში. ამ ცნებას მრავალნაირად განმარტავენ:

- საერთაშორისო სავალუტო ფონდის ვერსიით, ეს არის ქვეყნებს შორის ურთიერთობის გაფართოება მთელ მსოფლიოში მომსახურების, საქონელბრუნვისა და კაპიტალბრუნვის ზრდისა და მრავალფეროვანი ტრანზაქციების შედეგად, ტექნოლოგიების სწრაფი გავრცელების ფონზე.
- ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) ვერსიით – ქვეყნებს შორის ურთიერთობათა გაფართოება, რაც განაპირობებს ვაჭრობის, ფინანსების, ადამიანებისა და იდეების ინტეგრაციის ზრდას მთელ გლობალურ ბაზარზე.
- პიტერ ჰაგეტის მიხედვით – პროცესი, რომლის შედეგადაც მსოფლიოს ერთ წერტილში მიღებული გადაწყვეტილებები, თუ მოვლენები და აქტივობები, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მოშორებით მცხოვრებ მოსახლეობაზე/თემებზე.

საბოლოო ჯამში, გლობალიზაციას ერთმნიშვნელოვანი განმარტება არ გააჩნია; მას ხშირად აიგივებენ ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული იდეების გავრცელებასთან და ერევათ გაერთოვაროვნებაში.

განვითარებულ ქვეყნებში უფრო მაღალკომპეტენტური, უნარებიანი, კაპიტალინტენსიური (კაპიტალტევადი), პროდუქტიული მოსახლეობა ცხოვრობს. ამავე ქვეყნებს ჰყავთ ძლიერი სამხედრო ძალები და ყველაზე მაღალი რესურსების, საქონლის, მოხმარების დონით ხასიათდებიან.

განვითარებად ქვეყნებს კი დიამეტრულად განსხვავებული ტენდენციები ახასიათებთ: დაბალი კომპეტენციის სამუშაო ძალები, შრომატევადი დარგების განვითარება, ნედლი პროდუქციის მოპოვება (გადამუშავების გარეშე), სუსტი არმია და ეკონომიკა.

ამ ორ, ერთმანეთისგან ძლიერ დაშორებულ პოლუსს შორის არიან გარდამავალი ქვეყნები, რომლებიც არცერთ ზემოთ აღწერილ მახასიათებლებს სრულად არ აკმაყოფილებენ.



სურათი 7

პირველ ჯგუფს ეკუთვნის: ევროპის, ჩრდილოეთი ამერიკის განვითარებული ქვეყნები, იაპონია, ავსტრალია; გარდამავალ ქვეყნებს – აღმოსავლეთი ევროპა, ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნები; სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის, ლათინური ამერიკის, ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნების უმეტესობა განვითარებადი. ტრანსპორტის განვითარებამ გლობალიზაციის პროცესის დარქარებას შეუწყო ხელი, რაც კარგად ჩანს ნახაზზე, რომელიც <https://www.flightradar24.com>-დან არის, ამ საიტზე ვიზიტის შემთხვევაში თქვენ ნახავთ, თუ რამდენი თვითმფრინავია ამ წუთას ჰაერში.



მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის გავრცელება

მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის გავრცელება, რომელსაც კულტურის დიფუზიის სახელითაც მოიხსენიებენ, გულისხმობს კონსუმერიზმის გავრცელებას განვითარებული ქვეყნებიდან განვითარებად ქვეყნებში. ეს არის პროცესი, რომელიც მიმდინარეობს რამდენიმე ათეული წლის განმავლობაში და მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ადამიანების ცხოვრებაზე, მათ სამუშაოსა და სამომხმარებლო სფეროზე.

კულტურის დიფუზია არის კულტურის, გამოცდილების, ცხოვრების წესის, სარწმუნოებისა და იდეების გავრცელება ერთი საზოგადოებიდან მეორეში. ეს მაშინ ხდება, როდესაც სხვადასხვა კულტურის ადამიანები ურთიერთობენ ერთმანეთთან, ვაჭრობის, მიგრაციის ან კომუნიკაციის სხვა ფორმების მეშვეობით. კულტურული დიფუზია საუკუნეების განმავლობაში ხდებოდა და მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა ადამიანების ცხოვრების, მუშაობისა და მოხმარების წესის ჩამოყალიბებაში.

მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის გავრცელება შეიძლება რამდენიმე ფაქტორს მივაწეროთ:

ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი არის გლობალიზაცია, რამაც ხელი შეუწყო საქონლის, მომსახურებისა და ინფორმაციის გადინებას საზღვრებს გარეთ. ამან ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს გაუადვილა ახალ ბაზრებზე შესვლა და მათი მოქმედების გაფართოება, რასაც, ასევე, მოჰყვა ცხოვრების წესის ცვლილებაც.

დიფუზიის კიდევ ერთი მიზეზია ურბანიზაცია - ხალხის კონცენტრაცია ქალაქებში, რამაც შექმნა მოთხოვნა საქონელსა და ისეთ მომსახურებაზე, რომელსაც შეუძლია დააკმაყოფილოს ქალაქის მოსახლეობის მზარდი საჭიროებები. ურბანიზაციამ მიიზიდა ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რომლებიც ინვესტიციებს ქალაქებში ახორციელებდნენ, სადაც ადამიანები უფრო კონცენტრირებულად სახლობენ. ქალაქის ცხოვრების წესი კი განსხვავდება ტრადიციული წესებისგან.

კულტურის დიფუზიის ერთ-ერთი განმაპირობებელი ფაქტორი ვაჭრობაა. საქონლისა თუ მომსახურების ერთმანეთთან გაცვლით, ადამიანები ცვლიან იდეებს, რაც მათ რწმენა-წარმოდგენებსაც ასხვავებებს. მაგალითად, აბრეშუმის გზამ, რომელიც აკავშირებდა აღმოსავლეთსა და დასავლეთს, ხელი შეუწყო საქონლისა და იდეების გაცვლას ჩინეთსა და ხმელთაშუა ზღვის სამყაროს შორის. ამ გაცვლამ გამოიწვია ბუდიზმის გავრცელება ინდოეთიდან ჩინეთში და ბერძნული ფილოსოფიის გავრცელება აღმოსავლეთში.

კულტურული დიფუზიის კიდევ ერთი მიზეზი არის მიგრაცია. როდესაც ადამიანები მიგრირებენ ახალ ადგილებში, მათ თან მიაქვთ თავიანთი კულტურა, სარწმუნოება, ენა. ამან შეიძლება გამოიწვიოს ახალი კულტურის მიღება ან არსებულის გარდაქმნა. მაგალითად, ევროპელების მიგრაციამ ამერიკაში გამოიწვია ქრისტიანობის გავრცელება და მკვიდრი ამერიკელების მიერ ჯერ ახალი ცხოვრების წესის უარყოფა, ხოლო შემდეგ ნელ-ნელა მისი მიღება.

ტექნოლოგიებისა და კომუნიკაციის განვითარება კიდევ მეტად აჩქარებს კულტურული დიფუზიის პროცესს. მაგალითად, მე-15 საუკუნეში სტამბის გამოგონებამ გამოიწვია ცოდნისა და იდეების გავრცელება მთელ ევროპაში. დღეს ინტერნეტი და სოციალურმა მედიამ გაუადვილა ადამიანებს იდეებისა და კულტურის გაზიარება საზღვრებს გარეშე.

კულტურული დიფუზიის ერთ-ერთი მაგალითია ამერიკული პოპულარული კულტურის გავრცელება მთელს მსოფლიოში. ამერიკული ფილმები, მუსიკა და მოდა პოპულარული გახდა ბევრ ქვეყანაში, რამაც გამოიწვია ამერიკული სტილის კონსუმერიზმის მიღება. მაგალითად, ჰოლივუდში გადაღებული ფილმების პოპულარობამ გამოიწვია ამერიკული კულტურული ღირებულებებისა და ნორმების დამკვიდრება (მიმბაძველობა) მთელ მსოფლიოში.

კულტურული დიფუზიის კიდევ ერთი ნიმუშია იოგას გავრცელება დასავლეთში, რომელიც მიიღეს, როგორც ვარჯიშისა და დასვენების ფორმა. იოგას გავრცელებამ განაპირობა ახალი სტილისა და პრაქტიკის განვითარება, რომელიც აერთიანებს როგორც აღმოსავლური, ისე დასავლური კულტურის ელემენტებს.

კულტურული დიფუზიის დადებითი ეფექტები	კულტურული დიფუზიის უარყოფითი ეფექტები
იდეებისა და რწმენის გაცვლა იწვევს კულტურულ გამდიდრებას და მრავალფეროვნებას	შეიძლება გამოიწვიოს ტრადიციული კულტურული პრაქტიკისა და რწმენის ეროზია
იწვევს ახალი ტექნოლოგიებისა და პრაქტიკის მიღებას, რომლებიც აუმჯობესებენ ადამიანების ცხოვრებას	შეიძლება გამოიწვიოს ერთი კულტურის მეორეზე დომინირება
ხელს უწყობს სხვადასხვა კულტურას შორის ურთიერთგაგებას, მიმღობასა და ტოლერანტობას	შეიძლება გამოიწვიოს კულტურული მრავალფეროვნების დაკარგვა და კულტურათა ჰომოგენიზაცია

ცხრილი 1

როგორც ხედავთ, კულტურის დიფუზია ბუნებრივი და უწყვეტი პროცესია, რომელიც საუკუნეების განმავლობაში მიმდინარეობს. მისი გავლენები დაჩქარდა და გაფართოვდა მოსახლეობის მობილობასა და განვითარებასთან ერთად სხვადასხვა კულტურის ადამიანებს შორის ურთიერთობით, ვაჭრობით, მიგრაციით და კომუნიკაციის მრავალი სხვა ფორმით. კულტურულ დიფუზიას აქვს როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი ეფექტი და მნიშვნელოვანია ორივეს გააზრება, რათა შევავსოთ მსოფლიო კულტურათა სიმდიდრე და მრავალფეროვნება, გავუფრთხილდეთ მას.



მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის ადაპტაცია და მიღება

გლობალიზაციამ ამავედროულად მოიტანა ეკონომიკური კარგახსნილობა, რასაც მოჰყვა მასობრივი სამომხმარებლო კულტურა. მის გავრცელებასთან დაკავშირებით, ხშირად გამოიყენება ორი ძირითადი ტერმინი: „შეგუება - ადაპტაცია“ და „მიღება“. ახალი პროდუქტებისა თუ პრაქტიკის დანერგვისა და გავრცელების ეს ორი გზა რეალურად განსხვავდება ერთმანეთისგან.

ადაპტაცია ეხება პროცესს, რომლითაც კულტურა ცვლის ან არეგულირებს არსებულ პრაქტიკას ახალი პროდუქტების ან პრაქტიკის ჩართვის გზით. ეს შეიძლება მოიცავდეს როგორც თავად პროდუქტების, ისე მოხმარების არსებული ჩვევების შეცვლას. მაგალითად, იაპონიაში მაკდონალდსისა და KFC-ს სწრაფი კვების ქსელების დანერგვამ განაპირობა მენიუში ისეთი ახალი ელემენტების დამატება, რომლებიც ერგებოდა ადგილობრივ გემოვნებას - მაგალითად, ტერიაკის ბურგერი და კრევეტების სენდვიჩები. იგივე მოხდა არაერთ ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოში - სამარხვო მენიუს შემოტანით.

მეორეს მხრივ, სამომხმარებლო კულტურის მიღება გულისხმობს პროცესს, რომლითაც კულტურა სრულად შეითვისებს და გააერთიანებს სიახლეს არსებულ რეალობაში. მაგალითად, ჯინსის, როგორც მოდური და გავრცელებული სიახლის, მიღებამ მსოფლიოს მრავალ კულტურაში განაპირობა მათი უცვლელად დამკვიდრება ჩაცმის ტრადიციულ სტილში.

ზოგიერთ შემთხვევაში კულტურული ადაპტაცია, შეიძლება, განპირობებული იყოს ტრადიციულისა და არსებული ღირებულებების შენარჩუნების სურვილით, ხოლო სხვა შემთხვევებში, შეიძლება, განპირობებული იყოს წმინდად პრაქტიკულობის თვალსაზრისით, რაც მოხერხებულობას ან ფასს გულისხმობს. მასობრივი სამომხმარებლო კულტურა შეიძლება, თანამედროვეობის ან დასავლური კულტურის მიბაძვის სურვილითაც დამკვიდრდეს ან მხოლოდ კონკრეტული პროდუქტის ან პრაქტიკის პოპულარობასა და მის მიმზიდველობას აღნიშნავდეს.

კულტურული ადაპტაციისა და მიღების მაგალითებს მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის სხვადასხვა სფეროში ვაწყდებით. მაგალითად, კვების დარგში - შეერთებულ შტატებში სუშის პოპულარულ საკვებად დამკვიდრებამ გამოიწვია სუშის ახალი, „ამერიკული“ ვერსიების შემუშავება, რომელმაც მოითხოვა მანამდე „არატრადიციული“ ინგრედიენტების - ავოკადოსა და ნალეების ყველის დამატება. იმავედროულად, იაპონიაში სტარბაქსის დანერგვამ გამოიწვია ქსელის მენიუს ადაპტაცია და საკურას არომატული სასმელებით გამდიდრება.

ტანსაცმლის მოდის სფეროში დასავლური სტილის დამკვიდრება ყველაზე თვალსაჩინო ტენდენციაა მსოფლიოს მრავალ კულტურაში. მაგალითად, ინდოეთში, ტრადიციული სარი ადაპტირებულია დასავლური სტილის ყაიდაზე, უფრო მორგებულ სილუეტთან, ხოლო ჩინეთში ამავე სტილის სამოსის პოპულარობამ განაპირობა ახალი სუბკულტურის განვითარება, რომელიც ცნობილია, როგორც „ჩინური ჰიპსტერები“.

საბოლოო ჯამში, განსხვავებები ადაპტაციასა და მიღებას შორის ასახავს კომპლექსურ გზებს, რომლითაც კულტურები ერთმანეთთან ურთიერთობენ და რეაგირებენ სიახლეებზე. ზოგიერთი კულტურა ცვლილებების მიმართ გაცილებით მდგრადი აღმოჩნდება ხოლმე და მეტად ინარჩუნებს არსებულ ტრადიციულ გამოცდილებას. სხვები, პირიქით, სიახლეების მიმართ უფრო გახსნილი არიან და ინტენსიურად იყენებენ ახალ პროდუქტებსა და პრაქტიკას.



სურათი 8

საზოგადოებებსა და რეგიონებს შორის კულტურული განსხვავებების წაშლის პარალელურად, მომხმარებელთა შორის პრიორიტეტებისა და გემოვნების მსგავსება იწვევს გლობალური სამომხმარებლო კულტურის განვითარებას, როდესაც მთელ მსოფლიოში ადამიანები იზიარებენ მსგავს სურვილებსა და მისწრაფებებს მატერიალური სიკეთეების მიმართ. ეს გლობალური სამომხმარებლო კულტურა ხშირად განპირობებულია დასავლური სტილის სამომხმარებლო ღირებულებების - ინდივიდუალიზმისა თუ მატერიალიზმის პროპაგანდით, რომლებიც გამყარებულია რეკლამითა და მასმედიით.

კულტურათა ჰომოგენიზაციას მნიშვნელოვანი ზემოქმედება შეუძლია როგორც საქონლისა და მომსახურების წარმოებაზე, ასევე მის მოხმარებაზე. წარმოების თვალსაზრისით, კულტურული ჰომოგენიზაცია მოქმედებს უფრო სტანდარტიზებული და ერთიანი წარმოების პროცესების განვითარებაზე, რადგან კომპანიები ცდილობენ, შექმნან ადვილად გასაყიდი პროდუქტები, მაქსიმალურად გაზარდონ თავიანთი ეფექტურობა და შეამცირონ ხარჯები, რაც, თავის მხრივ, იწვევს ხარისხითა და დიზაინით ერთგვაროვანი საქონლის წარმოებას.

მოხმარების თვალსაზრისით, კულტურულმა ჰომოგენიზაციამ შეიძლება გამოიწვიოს უფრო ერთიანი და გლობალური ბაზრის განვითარება, როდესაც ადამიანებს მთელ მსოფლიოში აქვთ წვდომა ერთმანეთის მსგავს პროდუქციასა და მომსახურებაზე. თუ მანამდე არჩევანი შეზღუდული იყო მხოლოდ ადგილობრივი წარმოების საქონლით, ახლა მომხმარებელს ხელი მიუწვდება უფრო ფართო ასორტიმენტზე, გაცილებით მაღალი ხარისხის მრავალფეროვან პროდუქტებსა თუ სერვისებზე. თუმცა ეს არჩევანი უფრო მეტად ჰომოგენიზებული და სტანდარტიზებულია.

წარმოებისა და მოხმარების ჰომოგენიზაციას აქვს როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი შედეგები. დადებითი მხარეა, ის რომ ერთიანი გლობალური ბაზრის განვითარებას შეუძლია გამოიწვიოს ეფექტიანობის გაზრდა, დაბალი ხარჯები და მომხმარებლებისთვის მეტი არჩევანი, თუ მრავალფეროვნება. ჰომოგენიზაციის უარყოფით მხარედ კი შეიძლება მივიჩნიოთ კულტურული მრავალფეროვნების დაკარგვა და ტრადიციული ღირებულებების ეროზია. გარდა ამისა, ჰომოგენიზაციის დროს ხშირად ადგილობრივი მცირე მეწარმეები და ბიზნესი ვეღარ უწევს კონკურენციას დიდ ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს, რომლებიც ხდებიან დომინანტები გლობალურ ბაზარზე.

რამდენადაც გლობალიზაცია განაგრძობს ჩვენი სამყაროს ფორმირებას, კულტურული ჰომოგენიზაციის სარგებელის გასაზრდელად, კულტურული მრავალფეროვნების, ტრადიციული პრაქტიკის შენარჩუნებისა და დაცვის მიზნით, აუცილებელი ხდება გზების პოვნა.

როგორც გავიგეთ, წარმოებისა და მოხმარების პრაქტიკა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ჩვენს პლანეტაზე და მის რესურსებზე. ბუნებრივი რესურსების ჭარბი მოხმარება, ეკოლოგიური ნაკვალევის გაზრდა, რაც იწვევს ბუნების დეგრადაციას, გამაფრთხილებელი ნიშნებია იმისა, რომ ჩვენი ძალისხმევა უნდა მივმართოთ მდგრადობისკენ. ამისთვის მნიშვნელოვანი ცვლილებები უნდა შევიტანოთ არსებულ წარმოებისა და მოხმარების ჩვევებში.

არამდგრადი მოხმარების ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი მამოძრავებელი ფაქტორია კონსუმერიზმი. ჭარბი მოხმარება გვიბიძგებს ვიყილოთ და მოვიხმაროთ მეტი, რაც განაპირობებს ჭარბ წარმოებას, ნარჩენებსა და გარემოს დეგრადაციას. თუმცა, შეგვიძლია გადავდგათ ნაბიჯები ჩვენი კონსუმერიზმის შესამცირებლად, უფრო მდგრადი მოხმარების დასამკვიდრებლად.

კონსუმერიზმის შემცირების ერთ-ერთი გზაა, პრიორიტეტი მივანიჭოთ არა მატერიალურ საკუთრებას, არამედ აქცენტები გადავიტანოთ გამოცდილების დაგროვებაზე. იმის ნაცვლად, რომ ვიყილოთ მეტი ნივთი, ჩვენ შეგვიძლია გავეცნოთ ახალ კულტურებს, მეტად შევიმეცნოთ საკუთარი თავი, გავაცნობიეროთ, რა გვანიჭებს სიხარულსა და კმაყოფილებას, გავიჩინოთ შესაბამისი ინტერესები, გავატაროთ დრო საყვარელ ადამიანებთან ერთად, დავისვენოთ ბუნებაში და გავიფართოვოთ თვალსაწიერი. უნდა ყოველმხრივ ვეცადოთ, ჩვენი ინტერესები ისე დავიკმაყოფილოთ, რომ გარემოსთან ვიყოთ ჰარმონიაში.

მომხმარებლობის შემცირების კიდევ ერთი გზაა, პრიორიტეტი მივანიჭოთ ხარისხს და არა რაოდენობას. იმის ნაცვლად, რომ ვიყილოთ ბევრი უხარისხო ნივთი, რომელიც საჭიროებს ხშირად გამოცვლას, ჩვენ შეგვიძლია მაღალი ხარისხის, ხანგრძლივი გამოყენების, ნაკლები ეკოლოგიური ზიანის მომტანი შენაძინები გავაკეთოთ, რაც გულისხმობს მდგრადი, განახლებადი მასალებისგან დამზადებული პროდუქტების შექმნას და ისეთი კომპანიების მხარდაჭერას, რომლებიც პრიორიტეტს ანიჭებენ ეთიკურ და მდგრად წარმოებას.

სანამ რაიმეს შევიძენდეთ, კარგი იქნება, ვკითხოთ საკუთარ თავს, აუცილებელია, თუ არა მისი ყიდვა და ამ გადაწყვეტილების მიღებისას, გავითვალისწინოთ ჩვენი ქმედების გავლენა გარემოზე.

სასურველია, მხარი დავუჭიროთ საზოგადოებაში ისეთ ინიციატივებს, რომლებიც ხელს უწყობენ მდგრადი მოხმარების პრაქტიკის დანერგვას - ნარჩენების შემცირებას, ან ადგილობრივი მწარმოებლების წახალისებას.

წარმოება-მოხმარების შემცირება გადამწყვეტი ნაბიჯია მდგრადობის მისაღწევად და გარემოს დეგრადაციის შესარბილებლად. ჩვენი, როგორც მომხმარებლის, ქცევების გაცნობიერებითა და შეცვლით, შეგვიძლია, შევქმნათ უფრო მყარი მომავალი საკუთარი თავისა თუ შემდეგი თაობებისთვის.

შეამოწმე შენი ცოდნა



1. ახსენით, რა კავშირია მოხმარებასა და წარმოებას შორის.
2. რა პრობლემები შეიძლება გამოიწვიოს ბუნებრივი რესურსების გამოლევა? რა როლს თამაშობს კვლევა და ინოვაცია ამ პროცესში?
3. ახსენით ბუნებრივი რესურსების კლასიფიკაციის სხვადასხვა მიდგომა - წარმოშობის, ხელმისაწვდომობის, განვითარებისა და ეკონომიკური ღირებულების მიხედვით.
4. რას ნიშნავს „ეკოლოგიური ნაკვალევი“, რა ინფორმაციას იძლევა და როგორ შეიძლება მისი გამოყენება ბუნებრივ გარემოზე უარყოფითი გავლენების შესამცირებლად?
5. რა გავლენა აქვს მოხმარების მაღალ მაჩვენებელს ადამიანის ჯანმრთელობაზე?
6. როგორ ცვლის მოდის ინდუსტრია ბუნებრივ გარემოს? რა შეიძლება მოვიმოქმედოთ ამ პრობლემის მოსაგვარებლად?
7. რა როლი მიუძღვის მასობრივი სამომხმარებლო კულტურის განვითარებას გარემოს დეგრადაციაში?
8. რა მიმართულებით უნდა წარიმართოს წარმოებისა და მოხმარების ტრანსფორმაცია, რომ ნაკლებად დავაზარალოთ ბუნებრივი გარემო?
9. ამერიკელი აქტივისტი ელდრიჯ კლივერი ამბობს, თუ შენ არ ხარ პრობლემის მოგვარების ნაწილი, მაშინ თავად ხარ პრობლემა. როგორ შეგიძლიათ, ახსნათ ეს გამონათქვამი? როგორია ინდივიდის როლი წარმოება-მოხმარების შემცირებაში?



აქტივობები წარმოება-მოსმარებაზე

აქტივობების სირთულის ცხრილი

მდგრადი წარმოება და მოსმარება							
აქტივობა/ კრიტერიუმი	ეკოლოგი- ური ნაკვა- ლევის გამოთვლა	მალთუსიანე- ლების და ანტიმალთუ- სიანელების ხედვები	მოდის ინდუსტრიის დილემა	შოპოპო- ლიზმი და ჯანსალი სავაჭრო ჩვევები	დისკუსია თემაზე - „ნიშნავს თუ არა მდგრადი განვითარება ბევრ რამეზე უარის თქმას?	რესურსე- ბის სახეცვლი- ლება მოპოვე- ბიდან მოსმარე- ბამდე	მასობრივი ტურიზმი - სწრაფად მზარდი ინდუსტრია
აქტივობის ტიპი	პრაქტიკ- ული	ინფორმა- ციული	შერეული	შერეული	ინფორმა- ციული	ინფორმა- ციული	ინფორმა- ციული
ხანგრძლივობა	მოკლევადიანი	მოკლევადიანი	საშუალო- ვადიანი	მოკლევადიანი	მოკლევადიანი	მოკლევადიანი	მოკლევადიანი
მატერიალური რესურსები	არ სჭირდება	არ სჭირდება	მინიმალური	მინიმალური	არ სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება
დამატებითი ინფორმაცია	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება
სივრცის მოწყობა	არ სჭირდება	არ სჭირდება	სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება

ცხრილი 2



დედამიწა კრიზისშია - კრიზისს იწვევს ჩვენი ყოფითი ქცევები, რომლითაც გარემოს ვაყენებთ ზიანს, ვაზინძურებთ მას, ვჩვენავთ ტყეებს, მოვინმართ განუსაზღვრელი რაოდენობით რესურსებს, ატმოსფეროში სათბური აირების დაგროვებით ხელს ვუწყობთ კლიმატის ცვლილებას.

ჩვენი ეკოლოგიური ნაკვალევი წარმოადგენს დედამიწის იმ ტერიტორიას, რომელიც დაკავებული გვაქვს საკუთარი ცხოვრების წესით. პირადი ეკოლოგიური ნაკვალევი აღწერს, თუ რამდენი მიწაა საჭირო ერთი ადამიანისთვის რესურსის მოხმარების დასაკმაყოფილებლად. ეკოლოგიური ნაკვალევი განსხვავდება ნახშირბადის ნაკვალევისგან, იმით, რომ გარდა ნახშირბადისა, იგი მოიცავს სხვა სათბურ გაზებსაც.

განსავითარებელი კომპეტენციები: წიგნიერება, გარემოსდაცვითი ცნობიერება, დაგეგმვა როგორ გამოითვლება ეკოლოგიური ნაკვალევი?

ეკოლოგიური კვალი იზომება გლობალური ჰექტრის ერთეულში, ან მოკლედ, გჰა-ში (gha). გაანგარიშება მოიცავს სხვადასხვა ფაქტორს: მაგალითად, ტანსაცმლისა და საკვების წარმოებას, ნარჩენების გატანას, ენერჯის მოხმარებასა და ნახშირორჟანგის ემისიებს. მიღებული შედეგის შედარებისას მსოფლიოს ან რეგიონის ბიოლოგიურ შესაძლებლობებთან, განიხილება ტერიტორიის უნარი, აღადგინოს ის, რასაც ხალხი მოიხმარს და შეითვისოს მათი ნარჩენები. თუ ქვეყნის ეკოლოგიური ნაკვალევი აღემატება მის ბიოპოტენციალს, ე.ი. უფრო მეტი ბუნებრივი რესურსი იხარჯება, ვიდრე ქვეყანას შეუძლია დამოუკიდებლად აღადგინოს. გლობალური მასშტაბით, ამას ხშირად გამოსახვენ კაცობრიობის მიერ მოხმარებული „დედამიწების რაოდენობით“, რაც დღეს უკვე 1,7 დედამიწაა!

როგორ უნდა შევაჩეროთ ყოველივე ეს?

ამისთვის მსოფლიო ველური ბუნების ფონდმა შექმნა ელექტრონული კალკულატორი <https://footprint.wwf.org.uk/#/>.

თუკი პასუხს გასცემთ საიტზე განთავსებულ კითხვებს, პირველ ნაბიჯს გადადგამთ ცვლილებებისკენ.

არსებობს ქართულენოვანი გამარტივებული ნახშირბადის კალკულატორი, რომელიც წარმოადგენს შეგეგმვით, თუ რა გავლენას ახდენს ჩვენი ყოფითი ქცევები გარემოზე, კერძოდ, ატმოსფეროში ნახშირორჟანგის გამოფრქვევაზე (eecgeo.org). ის ნახშირბადის ნაკვალევს ითვლის.

ინსტრუქცია აქტივობისთვის:



- დაიყავით ჯგუფებად.
- შეავსეთ და გაეცანით კალკულატორის თითოეულ კითხვასთან დაკავშირებით რეკომენდაციებს.
- შეარჩიეთ თქვენი გამოსასწორებელი სფეროები და, რეკომენდაციების საფუძველზე, შექმენით ერთთვიანი სამოქმედო გეგმა.
- იმოქმედეთ გეგმის მიხედვით და აწარმოეთ დღიური, აღწერეთ სირთულეები, რომლებიც გეგმის განხორციელებისას შეგეგმნათ.
- ერთი თვის შემდეგ შეიკრიბეთ ერთად და მოაწყვეთ განხილვა, თუ რა შესრულდა და რა - ვერა. მზად ხართ თუ არა, მომავალში უფრო მდგრადი გახადოთ თქვენი ცხოვრება.
- დაგეგმეთ ღონისძიება, რომელზეც თანასკოლელებს, სხვადასხვა ჯგუფს გაუზიარებთ თქვენს გამოცდილებას.

მალთუსიანელებისა და ანტიმალთუსიანელების ხედვები

რესურსები შეიძლება იყოს დაყოფილი ორ მსხვილ ერთეულად - ბუნებრივი და ადამიანური. ბუნებრივი რესურსები ბუნებაში მოიპოვება და რადგანაც მათ ადამიანი იყენებს, გარკვეული ფასიც გააჩნია. საინტერესოა, რომ ადამიანს შესწევს უნარი, ნებისმიერი, თუნდაც განახლებადი რესურსი, თვისებრივად გამოლიოს ან დაბინძურების გამო გამოუსადეგარი გახადოს, ან - მოხმარებამ გადააჭარბოს მის თვითაღდგენის უნარს, რითაც რესურსის დეგრადაცია გამოიწვიოს.

მოსახლეობის მატებასთან ერთად გაჩნდა მოსაზრებები, რომ მოსახლეობის ასეთი ზრდის პირობებში არსებობისთვის საჭირო რესურსები საკმარისი აღარ იქნებოდა სანიტარულ-ჰიგიენური პირობების გაუმჯობესებისა და მასობრივი იმუნიზაციის შემოღების შემდეგ მსოფლიო მოსახლეობის რაოდენობა განსაკუთრებულად სწრაფად გაიზარდა. ამ ფაქტორებმა შეამცირა სიკვდილიანობა ახალშობილებსა და უფროსებში სიცოცხლის ხანგრძლივობამაც შესამჩნევად მოიმატა. როგორც ექსპერტები ამბობენ, 8 მილიარდი (მსოფლიოს მოსახლეობის დღევანდელი რაოდენობა) არ არის ზედა ზღვარი და 2050 წლისთვის მოსალოდნელია ამ რიცხვმა 9 მილიარდს გადააჭარბოს.

მოსახლეობის სწორედ ასეთმა მატებამ და სურსათზე მოთხოვნის ზრდამ არაერთი ცნობილი მოაზროვნე დააფიქრა. ამ შესაძლო ლიმიტის შესახებ წერდნენ: კონფუცი, არისტოტელე, პლატონი, მერკანტილისტების სკოლის წარმომადგენლები, მარქსი...

ცნობილი ინგლისელი მეცნიერი, დემოგრაფი და ეკონომისტი თომას მალთუსი ერთ-ერთი იყო, ვინც ამ კავშირებს იკვლევდა. მისი აზრით, მოსახლეობა გეომეტრიული პროგრესიით, ხოლო არსებობის საშუალებები არითმეტიკული პროგრესიით იზრდებოდა. ამ თემაზე მან 1778 წელს გამოაქვეყნა ნაშრომი „ტრაქტატი მოსახლეობაზე“. მალთუსის თეორიას მრავალი მიმდევარი გამოუჩნდა, მიუხედავად იმისა, რომ მას შემდეგ უკვე 250-ზე მეტი წელი გავიდა.

ნეომალთუსიანელთა რიცხვს ეკუთვნის ესტერ ბოსერაპი, რომელიც განმარტავდა:

- მოსახლეობის ზრდა იწვევს ერთ სულზე სასოფლო-სამეურნეო მიწების შემცირებას.
- იზრდება ფასი არაერთ საკვებ პროდუქტზე.
- ჭარბმა თევზის რეწვამ უკვე გამოიწვია მისი მრავალი სარეწაო სახეობის დეფიციტი.
- ნიადაგი საკვები პროდუქტის მოსაყვანად კი აღარ გამოიყენება, არამედ ბიოსაწვავისა და ტექნიკური კულტურის მიღებაზეა გადართული, რაც ასევე ამცირებს საკვებს.
- კლიმატის ცვლილებას უკვე გამანადგურებელი შედეგი აქვს არაერთ აგრომეურნეობაზე მსოფლიოს მასშტაბით.
- მოსახლეობა კვლავ განაგრძობს მატებას განვითარებად ქვეყნებსა და რეგიონებში.
- მაღალ და ახალგანვითარებულ ქვეყნებში იზრდება ხორცზე მოთხოვნა, რაც აძლიერებს დედამიწაზე უარყოფით ზემოქმედებას. ამ მოსაზრებებს არ იზიარებენ მალთუსის იდეის მოწინააღმდეგეები, რომლებსაც ანტიმალთუსიანელებად მოიხსენებენ. ისინი რესურსოპტიმიზტებადაც არიან ცნობილი.

მათი აზრით, ისტორიაში გვექონია არაერთი გარდამტეხი მომენტი, როდესაც ინოვაციების, გამოგონებებისა და ახალი ტექნოლოგიებისა თუ პროცესების ინტენსიფიკაციით, კაცობრიობამ ღირსეულად შეძლო, თავი გაერთმია მოსახლეობის ზრდის გამოწვევისთვის. ესენია:

- ახალი რესურსების განვითარება ან რესურსების ახალი სიცოცხლე (გადამუშავება, რეციკლირება, რეპარაცია, მეორეული გამოყენება).
- ნაკლებად ეფექტური რესურსების ჩანაცვლება მეტად ეფექტურით, მაგალითად, ენერგოეფექტური და ენერგოდამზოგავი საშუალებების ფართოდ დანერგვა.
- მწვანე ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარება და მასშტაბების არნახული ზრდა.
- კვლევის გამოგონებების მასშტაბების ზრდა და ამ იდეების სწრაფი იმპლემენტაცია.
- სოფლის მეურნეობის სწრაფი განვითარება მეცნიერების დახმარებით - მწვანე რევოლუცია, ინტენსიური სოფლის მეურნეობა, გმო და სხვა. ასევე, კვლევები პესტიციდებისა და სასუქების, სარწყავების, მიწის ოპტიმიზაციისთვის.
- მოხმარების, კონსუმერიზმის შემცირებისკენ გადადგმული ნაბიჯები განვითარებულ ქვეყნებში - ჯანსაღი ცხოვრების წესი, ნაკლები ხორცის მიღება და სხვა ჩვევები.
- ადამიანი მათთვის ყველაზე ღირებული რესურსია, რომელსაც შეუძლია თავი გაართვას ნებისმიერ გამოწვევასა და კრიზისს.

განსავითარებელი კომპეტენციები: გარემოსდაცვითი ცნობიერება, კრიტიკული აზროვნება.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის: 

ნაბიჯი 1 - მოსწავლეებთან ერთად გაეცანით მალთუსიანელებისა და ანტიმალთუსიანელების ხედვებს მოცემულ საკითხზე. მოიძიეთ დამატებითი ინფორმაცია მალთუსიანელებისა და ანტიმალთუსიანელების მოსაზრებებზე;

ნაბიჯი 2 - ჩამოაყალიბეთ და დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრებები რესურსებსა და მოსახლეობას შორის ურთიერთდამოკიდებულების შესახებ;

ნაბიჯი 3 - იმსჯელეთ, მოსალოდნელია თუ არა რესურსების კრიზისი და რა შეიძლება გაკეთდეს პრობლემების შესარბილებლად?

მოდის ინდუსტრიის დილემა

განსავითარებელი კომპეტენციები: სოციალური პასუხისმგებლობა, დაკვირვება, ანალიზი, ლონისძიების დაგეგმვა, კომუნიკაციის უნარი.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის:



ნაბიჯი 1 - მოსწავლეებთან ერთად გაეცანით ინფორმაციას სამომხმარებლო თეორიებსა და ჩვევებზე, საჭიროების შემთხვევაში მოიძიეთ დამატებითი ინფორმაცია.

ნაბიჯი 2 - გამართეთ დისკუსია მცირე ჯგუფებში, თუ რამდენად ხშირად აწყდებით მსგავს ჩვევებს თქვენს და ირგვლივ მყოფთა საქციელში.

ნაბიჯი 3 - ამის შემდეგ გაიხსენეთ თითოეული ქცევითი ტიპის შესაბამისი მაგალითი და იმსჯელეთ, თუ როგორ შეიძლება მათი დაძლევა, რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას? ახსენით თქვენი არჩევანი.

ნაბიჯი 4 - გადახედეთ საკუთარ გარდერობს და დაადგინეთ, რომელი ნივთები იყიდეთ გააზრებული და რომელი - იმპულსურად ან ზედმეტად გაქვთ თუ არა ნივთები, რომლებიც არც კი ჩაგიცვამთ.

ნაბიჯი 5 - ამის შემდეგ დაფიქრდით, რატომ იყიდეთ ეს ჩასაცმელი და როგორ გრძნობდით თავს მის ყიდვამდე, ყიდვისას და ყიდვის შემდეგ. რომელ თეორიას ან სამომხმარებლო ჩვევას შეუძლია საუკეთესოდ ახსნას ყიდვის მიზეზები?

ნაბიჯი 6 - სთხოვეთ მოსაწავლეებს შეავსონ ტესტი - არიან თუ არა შოპოპოლიკი. უპასუხონ კითხვებს. თუ მათ უმეტესობას დადებით პასუხს გაგცემთ, საჭიროა სასწრაფო ზომების მიღება სიტუაციის შესაცვლელად. კითხვები:

- რამდენად პასუხისმგებლიანი მყიდველი ხართ?
- გაძლევთ შვებას საყიდლებზე სიარული, როცა გაზრახვებული ან იმედგაცრუებული ხართ?
- დაუგეგმავ ხარჯებს თუ შეუქმნია პრობლემები თქვენს ცხოვრებაში?
- გაქვთ კონფლიქტები საყვარელ ადამიანებთან შოპინგის საჭიროების გამო?
- შოპინგის დროს გრძნობთ თუ არა ამაღლებულ განწყობას, ხართ თუ არა ეიფორიაში?
- შოპინგის შემდეგ გრძნობთ, რომ ახლახან დაასრულეთ რაიმე მძიმე, ძალისგამომცლელი საქმე?
- შოპინგის შემდეგ ოდესმე გრძნობთ თავს დამნაშავედ ან უხერხულად იმის გამო, რაც გააკეთეთ?
- ხშირად ყიდულობთ ნივთებს, რომლებსაც არასოდეს იყენებთ ან ატარებთ?
- ხშირად ფიქრობ ფულზე?

ნაბიჯი 7 - მოსწავლეებთან ერთად განიხილეთ თემა, რეკლამების გავლენის შესწავლა თანატოლების არჩევანზე, რისთვისაც შეიძლება ჩატაროთ გამოკითხვა.

ნაბიჯი 8 - შექმენით პრაქტიკული სტრატეგიები, რომლებიც დაგეხმარებათ გონივრულად ივაჭროთ და თავიდან აიცილოთ ზედმეტი ხარჯები. ეს შეიძლება იყოს საყიდლების სიის შექმნა, საყიდლებზე წასასვლელად მეწყვილეს შერჩევა, რომელიც იმპულსების მართვაში დაგეხმარებათ, ანალოგიურ ნივთებზე წინასწარ ონლაინ ბაზრის შესწავლა, ბიუჯეტის შედგენა, მასზე მიყოლა და ა.შ.

ნაბიჯი 9 - შექმენით პლაკატები, პრეზენტაციები, ფლაერები, ვიდეოები, ბლოგები მიღებული შედეგების წარმოსაჩინად და გააზიარეთ კლასში. მოაწყვეთ თქვენი შედეგების განხილვა.

შოპოპოლიზმი და ჯანსაღი სავაჭრო ჩვევები

რეკლამა და სოციალური მედია მოზარდობის ასაკიდანვე გავლენას ახდენს ადამიანის სავაჭრო ჩვევებზე. სილამაზის ინდუსტრია და მოდა, ასევე, მოქმედებს პიროვნების ჩამოყალიბებაზე. ზეგავლენა იმდენად დიდია, რომ ადამიანები ხშირად ყიდულობენ იმპულსურად, ყოველგვარი რაციონალური აზრის გარეშე, სჭირდებათ თუ არა ესა თუ ის ნივთი.

ამიტომ მოზარდს ესაჭიროება დახმარება იმთავითვე გონივრული სავაჭრო ჩვევების ჩამოსაყალიბებლად და იმის გასაცნობიერებლად, რომ ჭარბი მოხმარება უარყოფით ზემოქმედებას ახდენს გარემოზე.

სამომხმარებლო ჩვევების ტიპები:

დიდეროტის ეფექტი აღნიშნავს სიტუაციას, როცა ახალ ნივთს ყიდულობთ, მის ფონზე კი ასკვნით, რომ დანარჩენი ძველი ნივთების ნაცვლად უკვე ახალია საჭირო. ეს დაუსრულებელი პროცესია, რადგან ყოველი ახალი ნივთი ოდესმე ძველდება, თქვენ კი მისი ახლით ჩანაცვლების სურვილი მუდამ გექნებათ. ამ სიტუაციას სახელი ფრანგი ფილოსოფოსის, დენის დიდეროტის პატივსაცემად დაერქვა. ის მდიდარი არ ყოფილა, მაგრამ ერთხელაც დიდი თანხა აიღო და ულამაზესი სადედოფლო კაბა იყიდა, რომელიც იმდენად განსხვავებული იყო სხვა ტანსაცმლისგან, რომ ყველაფრის ახლით ჩანაცვლება მოუხდა.

ბენდვაგონის ეფექტს მაშინ ვაწყდებით, როცა ადამიანი რაღაცას იმის გამო ყიდულობს, რომ მოდურია და ყველას აქვს. შეიძლება, სულაც არ უხდებოდეს ან არ შეეფერებოდეს მისი ცხოვრების სტილს, მაგრამ მაინც იხდის ფულს, რათა ტენდენციებს არ ჩამორჩეს.

ნივთები მომავლისთვის - ადამიანებს მოსწონთ პოზიტიური დამოკიდებულება. ამიტომაც არის, რომ ხშირად ტანსაცმელს მომავლისთვის ყიდულობენ, მაგალითად, ფულს იხდიან 2 ზომით პატარა კაბაში და ფიქრობენ, რომ ეს წონაში დაკლების მოტივაციას მისცემს. ან ყიდულობენ ოცნების ფეხსაცმელს, როცა ყოველდღიურად ჩასაცმელი არ აქვთ.

იმპულსური ყიდვა - ცუდი დღე გქონდათ და გადაწყვიტეთ, საყვარელ მაღაზიაში გაგველოთ ან საყიდლებზე წახვედით, რადგან სამსახურში უსიამოვნება შეგემთხვათ. ეს ბუნებრივი რამაა, მაგრამ გაითვალისწინეთ, რომ ასეთი შენაძენით მონიჭებული ბედნიერება მალე გაქრება, ნაყიდი ნივთი კი მიგავიწყდებათ და საკუთარ თავზე გაბრაზდებით, მასში ამდენი ფული რომ ტყუილად გადაიხადეთ.

მარკეტინგული ხრიკები - სასიამოვნო მუსიკა, თბილი ფერები, სახლის არომატი მომხმარებელზე ისე ახდენს გავლენას, რომ ვერც ხვდებიან. ამ სიტუაციაში თავს კომფორტულად გრძნობენ, დაფარული ფანჯრებიდან გარე სივრცე არ ჩანს, დროის აღქმა ეკარგებათ და შოპინგისას იმაზე მეტს ყიდულობენ, ვიდრე გეგმავდნენ.

ფასდაკლებები - ეს ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული მიზეზია, თუ რატომ ყიდულობენ ადამიანები იმას, რაც არ სჭირდებათ. მაღაზიები ხშირად სთავაზობენ ორ ნივთს სამის ფასად ან 50%-იან ფასდაკლებას, რომელიც ერთი დღის განმავლობაში მოქმედებს. მომხმარებელს ჰგონია, რომ ეს საკმაოდ მომგებიანი შემოთავაზებაა, ამიტომაც ყიდულობს იმას, რაც სრულებით არ სჭირდება.

იაფი საქონელი - ფულის დაზოგვის მიზნით, შესაძლოა იმ ნივთის იაფფასიანი ანალოგი იყიდოთ, რაც რეალურად გჭირდებათ. თუმცა, ეს სარგებელიანობა მოჩვენებითია. კარგი ჯინსი წლების განმავლობაში გამოგადგებათ, ცუდი ხარისხის კი - მალე ფორმას დაკარგავს, რის შემდეგაც ისევ ახლის ყიდვა მოგიწევთ.

მონერხებული კონსულტანტი - ბევრმა მაღაზიის კონსულტანტმა იცის, როგორ უნდა დაიმსახუროს მომხმარებლის ნდობა. მას შეუძლია დაგარწმუნოთ, რომ ესა თუ ის ნივთი კარგი არაა და სხვა ბევრად სჯობს. კონსულტანტები მაღაზიაში არსებული ყველა პროდუქტის შესახებ ფლობენ ინფორმაციას, ამიტომაც არ გაუჭირდებათ ისეთი რამის შერჩევა, რაც თქვენს გემოვნებას მოერგება. მათი „წყალობით“ შესაძლოა, შოპინგი ერთის მაგივრად ათი მაისურის ყიდვით დაასრულოთ.

განსავითარებელი კომპეტენციები: სოციალური პასუხისმგებლობა, დაკვირვება, ანალიზი, ღონისძიების დაგეგმვა, კომუნიკაციის უნარი.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის:



ნაბიჯი 1 - მოსწავლეებთან ერთად გაეცანით ინფორმაციას სამომხმარებლო თეორიებსა და ჩვენებებზე, საჭიროების შემთხვევაში მოიძიეთ დამატებითი ინფორმაცია.

ნაბიჯი 2 - გამართეთ დისკუსია მცირე ჯგუფებში, თუ რამდენად ხშირად აწყდებით მსგავს ჩვენებს თქვენს და ირგვლივ მყოფთა საქციელში.

ნაბიჯი 3 - მოიწვიეთ ფსიქოლოგი ან უყურეთ ვიდეოს, რომელშიც ის საუბრობს შოპოპოლიზმის მავნე შედეგებსა და მის დაძლევის გზებზე.

ნაბიჯი 4 - ამის შემდეგ გაიხსენეთ თითოეული ქცევითი ტიპის შესაბამისი მაგალითი და იმსჯელეთ, თუ როგორ შეიძლება მათი დაძლევა, რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას? ახსენით თქვენი არჩევანი.

ნაბიჯი 5 - გადახედეთ საკუთარ გარდერობს და დაადგინეთ, რომელი ნივთები იყიდეთ გააზრებულიად და რომელი - იმპულსურად ან ზედმეტად გაქვთ თუ არა ნივთები, რომლებიც არც კი ჩაგიცვამთ.

ნაბიჯი 6 - ამის შემდეგ დაფიქრდით, რატომ იყიდეთ ეს ჩასაცმელი და როგორ გრძნობდით თავს მის ყიდვამდე, ყიდვისას და ყიდვის შემდეგ. რომელ თეორიას ან სამომხმარებლო ჩვევას შეუძლია საუკეთესოდ ახსნას ყიდვის მიზეზები?

ნაბიჯი 7 - სთხოვეთ მოსაწავლეებს შეავსონ ტესტი - არიან თუ არა შოპოჰოლიკი. უპასუხონ კითხვებს. თუ მათ უმეტესობას დადებით პასუხს გაგცემთ, საჭიროა სასწრაფო ზომების მიღება სიტუაციის შესაცვლელად. კითხვები:

- რამდენად პასუხისმგებლიანი მყიდველი ხართ?
- გაძლევთ შვებას საყიდლებზე სიარული, როცა გაბრაზებული ან იმედგაცრუებული ხართ?
- დაუგეგმავ ხარჯებს თუ შეუქმნია პრობლემები თქვენს ცხოვრებაში?
- გაქვთ კონფლიქტები საყვარელ ადამიანებთან შოპინგის საჭიროების გამო?
- შოპინგის დროს გრძნობთ თუ არა ამაღლებულ განწყობას, ხართ თუ არა ეიფორიაში?
- შოპინგის შემდეგ გრძნობთ, რომ ახლახან დაასრულეთ რაიმე მძიმე, ძალისგამომცლელი საქმე?
- შოპინგის შემდეგ ოდესმე გრძნობთ თავს დამნაშავედ ან უხერხულად იმის გამო, რაც გააკეთეთ?
- ხშირად ყიდულობთ ნივთებს, რომლებსაც არასოდეს იყენებთ ან ატარებთ?
- ხშირად ფიქრობ ფულზე?

ნაბიჯი 8 - მოსწავლეებთან ერთად განიხილეთ თემა, რეკლამების გავლენის შესწავლა თანატოლების არჩევანზე, რისთვისაც შეიძლება ჩატაროთ გამოკითხვა.

ნაბიჯი 9 - შექმენით პრაქტიკული სტრატეგიები, რომლებიც დაგეხმარებათ გონივრულად ივაჭროთ და თავიდან აიცილოთ ზედმეტი ხარჯები. ეს შეიძლება იყოს საყიდლების სიის შექმნა, საყიდლებზე წასასვლელად მეწყვილეს შერჩევა, რომელიც იმპულსების მართვაში დაგეხმარებათ, ანალოგიურ ნივთებზე წინასწარ ონლაინ ბაზრის შესწავლა, ბიუჯეტის შედგენა, მასზე მიყოლა და ა.შ.

ნაბიჯი 10 - შექმენით პლაკატები, პრეზენტაციები, ფლაერები, ვიდეოები, ბლოგები მიღებული შედეგების წარმოსაჩენად და გააზიარეთ კლასში. მოაწყვეთ თქვენი შედეგების განხილვა.



დისკუსია თემაზე - ნიშნავს თუ არა მდგრადი განვითარება ბევრ რამეზე უარის თქმას?

მდგრადი ცხოვრების სტილი სულაც არ გულისხმობს სრულ უარს საყიდლებისა თუ საჭიროებების დაკმაყოფილებაზე. ამის ნაცვლად, ეს ნიშნავს რაიმეს შექმნისას შეგნებულ და სწორ გადაწყვეტილებებს, გათვალისწინებას, თუ რას ვყიდულობთ, რამდენად გრძნობს გარემოსდაცვით პასუხისმგებლობას მწარმოებელი, რამდენად ხანგრძლივი დროის მანძილზე შევძლებ პროდუქციის მოხმარებას. მდგრადი ცხოვრების წესის დამკვიდრება ნიშნავს, გავითვალისწინოთ გარემოს დამოკიდებულება ჩვენს არჩევანზე და გადავდგათ კონკრეტული ნაბიჯები უარყოფითი გავლენის შესამცირებლად. მოხმარებაში ისეთი პროდუქტების პრიორიტეტს, რომლებსაც აქვთ მინიმალური ზემოქმედება გარემოზე.

განსავითარებელი კომპეტენციები: ინფორმაციის მოძიებისა და დამუშავების, ანალიტიკური, კვლევითი უნარები, კრიტიკული აზროვნება, პოზიციის არგუმენტირება, საჯარო გამოსვლა, კომუნიკაცია.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის: 

ნაბიჯი 1 - მოსწავლეები დაყავით მცირე ჯგუფებად.

ნაბიჯი 2 - მათთან ერთად შეისწავლეთ თემა სანდო წყაროების - წიგნების, სტატიების, ვებსაიტების, ვიდეოების, პოდკასტის, და ა.შ. გამოყენებით და აუცილებლად მიუთითეთ ისინი.

დისკუსიის წარმართვისთვის წინასწარ მოიფიქრეთ არგუმენტები და შესაძლო კონტრარგუმენტები.

ნაბიჯი 3 - ლოგიკური სტრუქტურით დააღაგეთ თქვენი არგუმენტები და მტკიცებულებები. შეგიძლიათ დაინმაროთ სქემები, გრაფიკული ორგანიზატორები, აზრობრივი რუკები.

ნაბიჯი 4 - მოამზადეთ პრეზენტაციები. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ჩანიშვნები, სანიშნე ბარათები, სლაიდები, პლაკატები ან სხვა ვიზუალური საშუალებები. დარწმუნდით, რომ თქვენი პრეზენტაცია არის ნათელი, ლაკონიური და დამაჯერებელი.

ნაბიჯი 5 - წარადგინეთ თემა, განიხილეთ ჯგუფებში და წესების დაცვით გამართეთ დისკუსია.

ნაბიჯი 6 - დისკუსიის შემდეგ შეაჯამეთ აქტივობა.



რესურსების სახეცვლილება მოპოვებიდან მოხმარებამდე

აღიწეროს რესურსების სახეცვლილება მოპოვებიდან მოხმარებამდე. ეს შეიძლება გაკეთდეს ხორბლის მაგალითზე – რა ეტაპებს გაივლის იგი, ვიდრე პურ-ფუნთუშეულად იქცევა და მივირთმევთ, ასევე – საწვავის ან ალტერნატიული რესურსის ელექტროენერგიად გარდაქმნის მაგალითების მიხედვით.

ნებისმიერი რესურსის სახეცვლილების გზის შესწავლა, სრული ინფორმაციის მოპოვება, მის წარმოებაზე დახარჯული შრომისა და რესურსების გააზრება, მნიშვნელოვანია, რათა უფრო გონივრულად მოვექცეთ იმ ნივთებს, პროდუქტებს, საკვებს, რომლებსაც ყოველდღიურ ცხოვრებაში ვიყენებთ. ამგვარი დავალებების წყალობით, მოსწავლეები გაიფართოვებენ თვალსაწიერს, სხვა თვალთ შებედავენ ყოველდღიურ საკვებსა თუ პროდუქციას, დააფასებენ შრომას, რომელიც დაიხარჯა ნედლეულიდან მის გასაყიდ პროდუქციად გარდაქმნამდე და უფრო გონივრულად მოიხმარენ მას.

განსავითარებელი კომპეტენციები: ინფორმაციის მოძიების, კვლევის, პრეზენტაციის უნარები.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის: 

ნაბიჯი 1 - მოსწავლეებთან ერთად გაეცანით სტატიას „ყავის გზა მარცვლიდან ფინჯნამდე“.

ნაბიჯი 2 - გაეცანით დოკუმენტურ ფილმს „წარმოებიდან მოხმარებლამდე“ (მაგ: <http://storyofstuff.org/movies/>).

ნაბიჯი 3 - იმსჯელეთ, თუ რა შრომა და რესურსი (წყალი, ლითონური, არალითონური, საწვავი) იხარჯება პროდუქციის წარმოებიდან მოხმარების ეტაპამდე მისასვლელად.

ნაბიჯი 4 - იმსჯელეთ, როგორ დაიზოგება რესურსები თუ უფრო ხშირად გამოვიყენებთ ადგილობრივად წარმოებულ პროდუქციას.

ნაბიჯი 5 - აირჩიეთ ჯგუფში ერთი პროდუქტი და მოამზადეთ პრეზენტაცია მის გზაზე - მოპოვებიდან მოხმარებამდე.

ნაბიჯი 6 - შექმენით პლაკატები, პრეზენტაციები, ფლაერები, ვიდეოები, ბლოგები მიღებული შედეგების წარმოსაჩენად და გააზიარეთ კლასში. მოაწყვეთ თქვენი შედეგების განხილვა.

მასობრივი ტურიზმი - სწრაფად მზარდი ინდუსტრია

მასობრივი ტურიზმი არის სწრაფად მზარდი ინდუსტრია, რომელიც დაკავშირებულია მთელ რიგ გარემოსდაცვით პრობლემებთან. კონკრეტული მაგალითისთვის განვიხილოთ ბალის კუნძულის შემთხვევა, რომელიც პოპულარული ტურისტული ადგილია ინდონეზიაში.



სურათი 9

როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ტურისტებისთვის. ბალის ბუნებრივი სილამაზე, კულტურული მემკვიდრეობა და მეგობრული ხალხი მას უნიკალურ და მიმზიდველ ადგილად აქცევს ვიზიტორებისთვის.

ბალი მდებარეობს მცირე ზონდის კუნძულების ჯგუფში, კუნძულ იავასა და ლომბოკს შორის. ბალი ინდონეზიის ერთ-ერთი პროვინციაა (დედაქალაქია დენპასარი), რომელიც ცნობილია თავისი მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობით, ულამაზესი პლაჟებითა და მწვანე ტყეებით. კუნძულზე, დაახლოებით, 4,3 მილიონი ადამიანი ცხოვრობს. ბალის ეკონომიკა დიდად არის დამოკიდებული ტურიზმზე, რომელიც მისი მთლიანი შიდა პროდუქტის 80%-ზე მეტს შეადგენს. ტურიზმი ბალიში 1970-იან წლებში განვითარდა და მას შემდეგ იგი პოპულარულია როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ტურისტებისთვის.

სწორედ მასობრივი ტურიზმის გამო ბალი მრავალი პრობლემის წინაშე დგას, მათ შორის გარემოს დეგრადაცია, ნარჩენების მართვის საკითხები და წყლის დეფიციტი. კუნძულის ეკონომიკისა და ცხოვრების წესის გრძელვადიანი მდგრადობის უზრუნველსაყოფად საჭიროა გარემოსდაცვითი გამოწვევების მოგვარება.

მასობრივი ტურიზმის ეკოლოგიური პრობლემები ბალიზე:

- ნარჩენების მართვა: ბალიზე მოსახლეობის მაღალი სიმჭიდროვისა და ტურისტების მზარდი რაოდენობის გამო წარმოიქმნება ნარჩენების დიდი რაოდენობა. ნარჩენების მართვის სათანადო ინფრასტრუქტურის, ნაგავსაყრელების ნაკლებობამ გამოიწვია ქუჩების დანაგვიანება, რაც უარყოფითად აისახება გარემოზე, მათ შორის ჰაერისა და წყლის დაბინძურებაზე და ზიანს აყენებს ველურ ბუნებას.
- წყლის დეფიციტი: ტურისტების მიერ წყალზე დიდი მოთხოვნის გამო, ბალი განიცდის მტკნარი წყლის ნაკლებობას. სასტუმროების, აუზებისა და რესტორნების მზარდმა რაოდენობამ გამოიწვია კუნძულის წყლის რესურსების გაზრდილი მოპოვება, ეს კი საფრთხეს უქმნის მიწისქვეშა წყლებს, მდინარეებსა და ტბებს.
- ტყეების განადგურება: ტურისტული ინდუსტრიის გაფართოების გამო ადგილობრივი ხელისუფლება და ბიზნესი ტერიტორიებს ტყეებისგან ასუფთავებს, მათ ადგილზე კი ახალ სასტუმროებს, გოლფის მოედნებსა და ტურიზმთან დაკავშირებულ სხვა ინფრასტრუქტურას ავითარებს. აღნიშნული იწვევს ველური ბუნების დაკარგვას და უარყოფით გავლენას ახდენს კლიმატის ცვლილებაზე.
- მარჯნის რიფის დეგრადაცია: ბალი არის მსოფლიოს ულამაზესი მარჯნის რიფების სახლი, მაგრამ მასობრივმა ტურიზმმა გამოიწვია ამ მყიფე ეკოსისტემების დაზიანება. ტურისტების მხრიდან სხვადასხვა აქტივობა, როგორცაა სნორკელინგი, დაივინგი და ნავით გასეირნება, ფიზიკურ ზიანს აყენებს რიფებს, ხოლო მზისგან დამცავი საშუალებებისა და სხვა ქიმიკატების მოხმარებამ კიდევ უფრო შეუწყო ხელი ამ ეკოსისტემების დეგრადაციას.

აღნიშნული პრობლემები უარყოფითად აისახება გარემოზე, ველურ ბუნებასა და ადგილობრივ მოსახლეობაზე. მდგრადი ტურისტული პრაქტიკის დანერგვა და ამ გარემოსდაცვითი საკითხების გადაწყვეტა მნიშვნელოვანია ბალის ტურიზმის გრძელვადიანი პერსპექტივის უზრუნველსაყოფად და კუნძულის უნიკალური ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის დასაცავად.

განსავითარებელი კომპეტენციები: ინფორმაციის მოძიებისა და დამუშავების, ანალიტიკური, კვლევითი უნარები, კრიტიკული აზროვნება, პრობლემის გადაჭრა, კომუნიკაცია.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის: 

ნაბიჯი 1 - სთხოვეთ მოსწავლეებს ბალის მაგალითზე დაყრდნობით, იმსჯელონ მასობრივი ტურიზმის ინდუსტრიის მიერ წარმოქმნილ პრობლემებსა და მათი გადაჭრის გზებზე.

ნაბიჯი 2 - საკითხის პირველად განხილვის შემდეგ დაყავით ისინი მცირე ჯგუფებად და გადაწყვიტეთ, რა დამატებითი ინფორმაციის მოძიება დასჭირდებათ დავალების შესასრულებლად

ნაბიჯი 3 - მათთან ერთად შეისწავლეთ თემა სანდო წყაროების (წიგნები, სტატიები, ვებსაიტები, ვიდეოები, ფორუმებზე ტურისტების გამოხმაურებები) გამოყენებითა და სავალდებულო მითითებით.

ნაბიჯი 4 - თითოეული განხილული გარემოსდაცვითი პრობლემისათვის ეცადეთ, იპოვოთ შერბილების მექანიზმები.

ნაბიჯი 5 - ლოგიკურად დაალაგეთ თქვენი არგუმენტები და მტკიცებულებები.

ნაბიჯი 6 - მოამზადეთ ვიზუალურად გამომხატველი, ნათელი, ლაკონიური და დამაჯერებელი პრეზენტაციები.

ნაბიჯი 7 - ერთმანეთს გაუზიარეთ მოსაზრებები და გამართეთ კლასში დისკუსია მას შემდეგ, რაც თითოეული ჯგუფი წარადგენს საკუთარ დასკვნებს. საინტერესოა გადაწყვეტილებების შედარება, რამდენად მრავალფეროვანია პრობლემების გადაჭრის გზები.

რეკომენდაცია:

აქცენტები უნდა გაკეთდეს მდგრადი ტურისტული პრაქტიკის დანერგვაზე, პასუხისმგებლობების განაწილებასა და მდგრადი ტურიზმის პოპულარიზაციაზე.

დისკუსიის შემდეგ შეაჯამეთ აქტივობა და დაფიქრდით, რა ისწავლეთ ბალის შემთხვევის გაანალიზებისას, რამდენად შეიძლება ერთი მაგალითის განზოგადება.



გამოყენებული ლიტერატურა:

1. 170 daily actions to transform our world, 2019
2. Education for Sustainable Development Goals: learning objectives, UNESCO, 2017
3. The future of the jobs, WEF, 2020
4. მდგალი განვითარების მიზნები - თეორიიდან პრაქტიკამდე, მანანა რატიანი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2022
5. მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება, გზამკვლევი მწარმოებლისთვის, 2021
6. საქართველოს მზაობის შეფასება ევროკავშირის მწვანე შეთანხმების მიმართ, ევროკავშირი საქართველოსთვის, 2022
7. <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>
8. https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
9. <https://www.unglobalcompact.org/>
10. <https://www.oxfam.org/en/5-shocking-facts-about-extreme-global-inequality-and-how-even-it>
11. <https://www.sustainability.ge/business-sustainability/>
12. <https://mepa.gov.ge/>
13. <https://www.ecoschools.global/working-wit-the-sdgs>
14. <https://ed.ted.com/earth-school>
15. <https://www.globalschoolsprogram.org/>
16. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

