

Motion till riksdagen

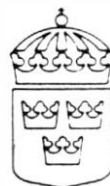
1989/90:Jo99

av Mona Saint Cyr och Ingrid Hemmingsson

(båda m)

med anledning av prop. 1989/90:146

Livsmedelspolitiken



Mot.
1989/90
Jo99

Redan tidigare har konsumentmålet förts in i jordbrukspolitiken–livsmedelspolitiken. I 1985 års beslut talades inte bara om livsmedel av god kvalitet till rimliga priser. Där framhölls också, att konsumentmålet innehåller många målsättningar, som rör hygien, pris, mångfald samt kost- och hälsoaspekter.

När nu prisregleringen av jordbruksvaror föreslås slopad, erinrar propositionen om att regleringen inte stimulerat till produktutveckling av nya varor. Nu har sålunda nåtts en vändpunkt, där konsumenternas val skall styra produktionen. Konsumenterna skall kunna göra välgrundade val mellan livsmedel av olika slag, där de kan ta hänsyn till smak, ursprung, produktionsätt och förädlingsgrad. Livsmedelspolitiken är bara en del av en vidare konsumentpolitik, konstaterar statsrådet, som anser, att den behöver kompletteras av andra konsumentinriktade insatser.

På den marknad, som frammålas och som utmärkts av konkurrens, mångfald och nya produkter, behöver konsumentrollen uppmärksammas. I Sverige har inga spontana konsumentorganisationer vuxit fram som i andra länder. I Sverige har den socialdemokratiska staten påtagit sig en förmyndarroll även gentemot den svenska konsumenten, som framställts som svag och beroende av statsmaktens överbeskydd i form av såväl lagstiftning som offentlig kontroll. I andra länder har konsumenterna en stark ställning i ett flertal organisationer med bred förankring. Organisationerna är politiskt obundna och arbetar med konsumentskydd, konsumentinformation och konsumentutbildning. I Sverige har inte bara livsmedelspriserna stigit utan jämförelse med andra länder. Här har också skattetrycket på mindre än tio år stigit med hela 7 procentenheter. I Sverige har statsmakten skurit ner undervisningen vad gäller kunskap om livsmedel samt avskaffat hemkonsulenterna utan att sätta något i deras ställe. Samtidigt uppfostras pojkar och flickor till lika yrkesverksamma liv, där hushållsarbetet förutsättes delas och jämställdhetsaspekter uppmuntras.

Det är därför oerhört viktigt, att den unga konsumenten – pojke som flicka – i tid blir en medveten konsument. Dagens storkonsumenter är just ungdomar. Det är därför mer nödvändigt än någonsin tidigare med utbildning i konsumentfrågor, både vad gäller ekonomin och kostens betydelse för hälsan. Utbildning i dessa frågor bör successivt integreras i undervisningen

redan från lägstadiet för att mogna upp i hemkunskapsundervisning och gymnasieskolans utbildning.

I stället har i dag – trots ett ökat utbud av alltmer förädlade produkter från en allt vidare internationell marknad – kravet på kunskaper om kost och hälsa minskat. Tidigare krävdes t.ex. bestämda förkunskaper för vissa läraryrken. Detsamma gällde värdeutbildningen i hela dess bredd, inklusive den kommunala omsorgen. Denna defensiva utveckling är att beklaga, särskilt när det gäller utbildningar, som leder till yrken som på ett naturligt sätt kan föra kunskapen vidare i kontakter med barn och ungdom. Det handlar här både om att åstadkomma medvetenhet och ett konkret tänkande samt om en direkt kunskapsinhämtning.

Länens hushållningssällskap som fört idén med hemkonsulenter vidare i vår tid skulle kunna leasa ut tjänster, där skolans behov inte kan tillgodoses internt. Temadagar kan läggas in i schemat. Radio och TV kan nyttjas i undervisningen i ökad utsträckning. Nya möjligheter ges och nya förutsättningar uppstår i och med kabel-TV liksom med närradions utbyggnad. Med fria sändningsrätter skulle än fler insatser kunna göras.

Kunskap gör nämligen medborgarna till konsumenter, redo att ta ansvar och initiera utveckling. Manga kunniga, vetgiriga konsumenter stimulerar idérika, ambitiösa och seriösa producenter. Tillsammans bildar de ett styrkehälte av sändare–mottagare. Ett sadant ansvarsfullt samspel gynnar hela samhället och utvecklar välfärden till allas gagn. Det är vi alla, som är marknadskrafterna.

En avreglerad marknad, fri konkurrens, nya produkter och företag liksom kunniga konsumenter förutsätter en förstärkning av konsumentrollen. Grunden för denna är kunskap. Det ligger i det allmännas intresse att svara för en sådan grundutbildning såväl i den allmänna skolan som inom viss yrkesutbildning. Detta behov bör därför snarast ses över för omedelbara åtgärder. Vi föreslar därför en utredning enligt motionens intentioner.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

att riksdagen hos regeringen begär en utredning för att tillgodose behovet av en grundutbildning som stärker den nya konsumentrollen.

Stockholm den 8 maj 1990

Mona Saint Cyr (m)

Ingrid Hemmingsson (m)