

Τι συμβάλλει στην ανάπτυξη περιβαλλοντικής παιδείας; (Βασιλική Λάττα, Παιδαγωγός)

/ [Πεμπτούσια· Ορθοδοξία-Πολιτισμός-Επιστήμες](#)



[Προηγούμενη δημοσίευση: <http://www.pemptousia.gr/?p=150280>]

Όπως αποδεικνύουν έρευνες, που έχουν διεξαχθεί, οι άνθρωποι τείνουν να υιοθετούν περιβαλλοντικές συμπεριφορές περισσότερο, όταν γνωρίζουν τις αρνητικές συνέπειες, που επιφέρει ένα περιβαλλοντικό πρόβλημα και όταν θεωρούν, ότι έχουν μερίδιο ευθύνης στο να αλλάξουν τη δυσάρεστη κατάσταση. Προς αυτήν την κατεύθυνση μπορούν να συμβάλουν μακροπρόθεσμες εκπαιδευτικές δραστηριότητες, οι οποίες προωθούν την περιβαλλοντική παιδεία και μάλιστα περισσότερο από τις επικοινωνιακές δραστηριότητες, οι οποίες προάγουν μια συμπεριφορά.

Οι ενήλικοι μαθητές θεωρούνται ένα ιδανικό κοινό για μια τέτοια πρόκληση. Έχουν μια αίσθηση του εαυτού τους, ποιοι είναι, τι σκοπούς έχουν και τι επιθυμούν να αλλάξουν κι έχουν βιώσει αρκετές εμπειρίες, οι οποίες έχουν συμβάλει στην αυτοπραγμάτωσή τους. Επιπροσθέτως, κινητοποιούνται από τις πληροφορίες εκείνες, οι οποίες θα τους βοηθήσουν να επιλύσουν τα προβλήματα και είναι

καθοδηγητές του εαυτού τους μιας και συνεχίζουν να μαθαίνουν, εάν η εμπειρία είναι ικανοποιητική. Οι ενήλικες, που είναι ενήμεροι για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος, ενδιαφέρονται να γνωρίσουν τις νέες τεχνικές που θα συνεισφέρουν στη μείωση της ανθρώπινης επίδρασης στον πλανήτη.



Φωτο: Σπύρος Δρόσος

Θεωρητικές και πειραματικές έρευνες, ακόμη, έχουν οδηγήσει στο συμπέρασμα, πως υπάρχουν μεταβλητές, οι οποίες είναι υπεύθυνες για την οικοδόμηση περιβαλλοντικής παιδείας. Τρεις κατηγορίες μεταβλητών λειτουργούν συντονισμένα, προκειμένου να παρακινήσουν κάποιον να προβεί σε υπεύθυνες ενέργειες απέναντι στο περιβάλλον. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι βασικές μεταβλητές, οι οποίες συνιστούν απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη περιβαλλοντικής παιδείας. Σε αυτήν συγκαταλέγεται η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, η οποία αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο για την επίτευξη του στόχου. Έχει μεγάλη συνάφεια με τις μελλοντικές συμπεριφορές, αφού συνιστά μέτρο των βιοσφαιρικών και αλτρουιστικών αξιών (Monroe, 2003).

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι μεταβλητές κυριότητας, οι οποίες εξατομικεύουν τα περιβαλλοντικά θέματα. Ειδικότερα, αφορούν στη σε βάθος γνώση των περιβαλλοντικών θεμάτων και την προσωπική επένδυση σε θέματα, τα οποία έχουν οικοδομηθεί με βάση προηγούμενη δραστηριότητα ή εκτεταμένη γνώση. Αυξάνει, συνεπώς, την αίσθηση της υποχρέωσης (προσωπική νόρμα), η οποία θα οδηγήσει στη δράση. Στην τρίτη κατηγορία ανήκουν οι μεταβλητές

ενδυνάμωσης, οι οποίες προσφέρουν στους ανθρώπους την αίσθηση, ότι μπορούν να λάβουν δράση, που θα βοηθήσει στην επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων. Πιο συγκεκριμένα, η αντιληπτική ικανότητα στην ανάληψη δράσης, η γνώση των στρατηγικών δράσης, το σημείο ελέγχου και η πρόθεση για δράση συνιστούν τις βασικές μεταβλητές αυτής της κατηγορίας (Monroe, 2003).

Η ανάπτυξη της περιβαλλοντικής παιδείας θα πρέπει να επιτρέπει στους ανθρώπους να λαμβάνουν τις κατάλληλες αποφάσεις τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Οι δεξιότητές τους να αναζητούν πληροφορίες, να συγκρίνουν απόψεις και να καθορίζουν την καταλληλότερη περιβαλλοντικά δράση θα πρέπει να ενεργοποιούνται σε κάθε πιθανό πλαίσιο. Η ενίσχυση των βιοσφαιρικών αξιών, η αίσθηση της προσωπικής υποχρέωσης, η προσωπική επένδυση και η αντιληπτική ικανότητα θα πρέπει να αυξάνουν τις πιθανότητες εφαρμογής των παραπάνω δεξιοτήτων.

Έχοντας αναπτύξει περιβαλλοντική παιδεία σε ικανοποιητικό βαθμό, κανείς ενδιαφέρεται και είναι ευαισθητοποιημένος για όσα περιβαλλοντικά δρώμενα διαδραματίζονται γύρω του. Βλέποντας, για παράδειγμα, ένα τραυματισμένο ζώο επιθυμεί αυτόματα να το φροντίσει και όχι να το εγκαταλείψει. Ωστόσο, υπάρχει η άποψη, πως πολλές φιλοπεριβαλλοντικές ενέργειες δεν είναι και τόσο ανιδιοτελείς μιας και πολλοί αποσκοπούν στα οφέλη που θα αποκομίσουν από αυτές, π.χ. αναψυχή λόγω της ηρεμίας που επικρατεί σε μια έρημη φύση, ενατένιση και διαλογισμός κ.ά. Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημανθεί, πως μέσα σε ένα σταθερό, ισορροπημένο οικοσύστημα, η υγεία των ανθρώπων δεν θα τίθεται σε κίνδυνο. Με άλλα λόγια, η προστασία του περιβάλλοντος καθιστά τη ζωή τους πιο συναρπαστική, κάτι που αποτελεί ισχυρό κίνητρο για την ανάπτυξη φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών.

Αναμφισβήτητα, η οικογένεια διαδραματίζει και αυτή ουσιαστικό ρόλο στην ανάπτυξη φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς μιας και είναι η πρώτη, που είναι σε θέση, να μεταλαμπαδεύσει αξίες και ιδανικά στους ανθρώπους και να καθορίσει την πρώτη επαφή του ανθρώπου με τη φύση. Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση στη μικρή ηλικία και η ενίσχυσή της από την οικογένεια μπορεί να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις μελλοντικές αποφάσεις των νέων σε σχέση με το περιβάλλον. Όπως είναι γνωστό, οι απόψεις και οι αντιλήψεις διαμορφώνονται σε νεαρή ηλικία και εξαρτώνται άμεσα από το περιβάλλον, στο οποίο τα άτομα ζουν, αναπτύσσονται και εκπαιδεύονται (Ρίζου & Σδράλη, 2016).

Η πιο πειστική και καλά τεκμηριωμένη εργασία στην αλλαγή συμπεριφοράς απέναντι στο περιβάλλον προέρχεται από το χώρο του κοινωνικού μάρκετινγκ, το

οποίο δύναται να προωθήσει μια ιδέα ή συμπεριφορά σε ένα συγκεκριμένο κοινό. Όπως ακριβώς οι έμποροι προϊόντων ερευνούν προσεκτικά τις καταναλωτικές προτιμήσεις, προτού λανσάρουν μια νέα γεύση σόδας ή ένα νέο σχήμα μπισκότου, έτσι και το κοινωνικό μάρκετινγκ ερευνά τη συμπεριφορά του κοινού και διαχωρίζει εκείνους, που ήδη εξασκούν φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά από εκείνους, που δεν το κάνουν. Με τον τρόπο αυτό, έχει τη δυνατότητα να επιλέγει τις κατάλληλες κάθε φορά τεχνικές, προκειμένου το αποτέλεσμα να είναι επιτυχές.

Επιπλέον, με το διαχωρισμό αυτό καθίστανται σαφή τα κίνητρα, οι πεποιθήσεις και τα οφέλη, που ενεργοποιούν κάποιους ανθρώπους και τα εμπόδια που αποτρέπουν κάποιους άλλους από το να δράσουν. Αυτοί οι παράγοντες-κλειδιά ενσωματώνονται, εν συνεχεία, σε εκστρατείες ή άλλα εργαλεία του κοινωνικού μάρκετινγκ. Το τελευταίο χαρακτηρίζεται από μια πληθώρα στρατηγικών, οι οποίες χρησιμοποιούνται, για να περιορίσουν τα εμπόδια, να αυξήσουν τα κίνητρα, να προκαλέσουν δέσμευση, να υποστηρίξουν κοινωνικές νόρμες, να παρέχουν πληροφορίες και να αυξήσουν την επιθυμία για εφαρμογή της προσδοκώμενης συμπεριφοράς. Έρευνες έχουν δείξει, πως ο συνδυασμός πολλών στρατηγικών επιφέρει καλύτερα αποτελέσματα απ' ό,τι κάθε στρατηγική μεμονωμένα.

(συνεχίζεται)