

Κίνητρα ανάπτυξης φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς και η αξιοποίησή τους (Βασιλική Λάττα, Παιδαγωγός)

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

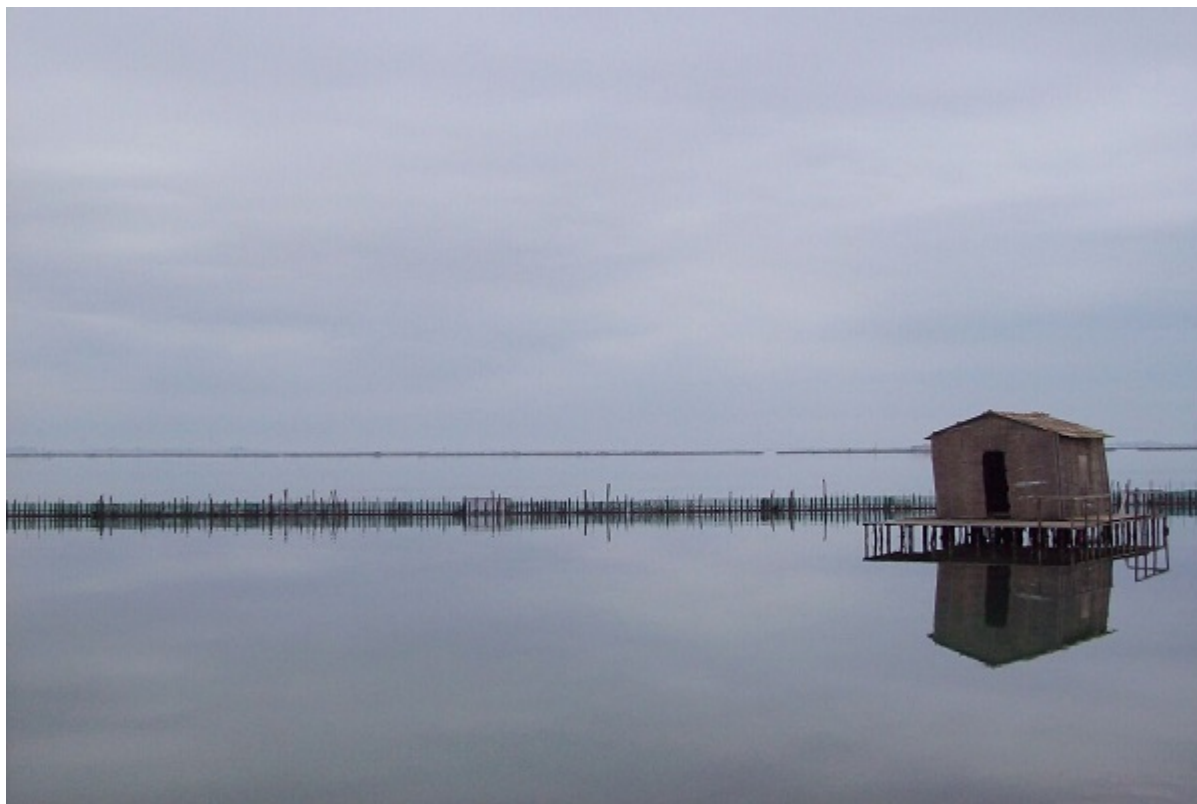


[Προηγούμενη δημοσίευση: <http://www.pemptousia.gr/?p=152404>]

Προσαρμογή ενός μηνύματος στο κοινό

Το κοινωνικό μάρκετινγκ ερευνά τις αξίες και αντιλήψεις και εστιάζει σε αυτές, οι οποίες είναι πιο πιθανό να ενεργοποιήσουν τα άτομα προς τον συγκεκριμένο στόχο της έκφρασης, δηλαδή, φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς. Αυτές οι αξίες και αντιλήψεις του κοινού είναι πιθανό να διαφέρουν από αυτές, που χαρακτηρίζουν τους διοργανωτές των εκστρατειών (καμπάνιες). Ο στόχος είναι η υιοθέτηση στάσεων και συμπεριφορών φιλικών προς το περιβάλλον. Δεν ενδιαφέρει το κοινωνικό μάρκετινγκ, εάν οι άνθρωποι θα χρησιμοποιούν, λόγου χάρη, ποδήλατα, επειδή πραγματικά επιθυμούν να προστατέψουν το περιβάλλον ή επειδή απλώς απολαμβάνουν να διατηρούν τη φυσική τους κατάσταση ή επειδή δυσκολεύονται στην εύρεση θέσης στάθμευσης. Από τη στιγμή που μια συγκεκριμένη συμπεριφορά έχει μια πληθώρα από διαφορετικά οφέλη, η έρευνα, που γίνεται πάνω στο κοινό,

δύναται να καθορίσει, ποιο όφελος είναι περισσότερο σημαντικό για τον καθένα. Σε αντιδιαστολή με αυτό, ένα πρόγραμμα, που είναι σχεδιασμένο να καλλιεργήσει την περιβαλλοντική παιδεία, δεν θα θεωρούσε επιτυχία το να χρησιμοποιεί κανείς ποδήλατο μόνο και μόνο επειδή του προσφέρει σωματική ευεξία (Monroe, 2003).



Φωτο: Σπύρος Δρόσος

Παροχή πληροφοριών

Ο ρόλος της πληροφόρησης στην αλλαγή συμπεριφοράς είναι πολύπλοκος. Μολονότι κάποιοι ισχυρίζονται, πως η πληροφόρηση από μόνη της δεν μπορεί να κινητοποιήσει κάποιον στο να υιοθετήσει μια νέα συμπεριφορά, αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός, πως η έλλειψη της πληροφόρησης συνιστά εμπόδιο στην αλλαγή συμπεριφοράς. Κατά γενική ομολογία, μια γενική γνώση είναι καθοριστικής σημασίας στη διαμόρφωση αξιών και στάσεων περιβαλλοντικής υπευθυνότητας. Ακόμη, η χρησιμότητα της πληροφόρησης διαφαίνεται, στο ότι μπορεί να ενημερώσει για τα οφέλη, που έχουν αποκομίσει, όσοι τόλμησαν να αλλάξουν στάση απέναντι στο περιβάλλον καθώς και για τα αποτελέσματα αυτής της επιτυχίας. Αυτή η ενημέρωση μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο τόσο στην τυπική εκπαίδευση όσο και στα άτυπα μέσα.

Προκειμένου η πληροφόρηση να είναι επιτυχής, θα πρέπει να ακολουθείται μια συγκεκριμένη διαδικασία, η οποία να έχει ισχυρό αντίκτυπο στο κοινό, στο οποίο απευθύνεται. Με άλλα λόγια, τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούνται πρέπει να

είναι ισχυρά, οι πηγές αξιόπιστες, τα θέματα σχετικά, το μήνυμα ξεκάθαρο, οι περισπασμοί λίγοι και οι συγκρίσεις ευνοϊκές. Δεν ενδείκνυται η στρατηγική που ακολουθούν οι διαφημίσεις, καθώς θεωρείται παρακινδυνευμένο το ότι δεν παρουσιάζουν ξεκάθαρα το μήνυμα αλλά ακολουθούν μια «περιφερειακή» πορεία. Έτσι, οι άνθρωποι είναι πιθανό, λόγω χάρη, να αγοράσουν μια διαφορετική μάρκα από τη διαφημιζόμενη απλά και μόνο επειδή οι ατάκες που χρησιμοποίησαν για να την προωθήσουν ήταν άσχετες με το προϊόν. Αντίθετα με αυτό, και όπως προαναφέρθηκε, για να είναι μια στρατηγική αποτελεσματική και να αποτελέσει έναυσμα για αλλαγή συμπεριφοράς, θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από ζωντανές και αξιόπιστες περιγραφές, έτσι ώστε το μήνυμα, που θέλει να περάσει στο κοινό να γίνεται εύκολα κατανοητό και να εμπνέει όσους έρχονται σε επαφή με αυτό (Monroe, 2003).

Δημιουργία δέσμευσης και αξιοποίηση κινήτρων

Οι δραστηριότητες, που καταφέρνουν να αποσπάσουν από τους ανθρώπους μια δέσμευση, είτε γραπτώς είτε προφορικώς, αυξάνουν τις πιθανότητες αλλαγής συμπεριφοράς κι αυτό διότι οι άνθρωποι έχουν την τάση να επιθυμούν να συνδέσουν τη συμπεριφορά τους με τις δηλώσεις τους. Ωστόσο, οι άνθρωποι έχουν την τάση να αγνοούν τις πληροφορίες εκείνες, οι οποίες έρχονται σε σύγκρουση με τις συμπεριφορές τους. Είναι σαφές, ότι υπάρχουν άλλες στάσεις, κίνητρα και απόψεις, που ενισχύουν μη περιβαλλοντικές συμπεριφορές. Σύμφωνα με τον Pelletier (1999) υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες αιτιών, οι οποίες εξηγούν την έλλειψη κινητοποίησης απέναντι στην προστασία του περιβάλλοντος και είναι οι εξής: οι στρατηγικές είναι ατελέσφορες, εκλείπει η προσωπική ικανότητα για επιτυχή εκδήλωση της συμπεριφοράς, υπάρχει αδυναμία στη διατήρηση της προσπάθειας, που συντελείται, και αδυναμία στην εκτέλεση της συμπεριφοράς.

Μια εκστρατεία, η οποία θα παρέχει ένα υπόβαθρο σχετικά με την αποτελεσματικότητα της συμπεριφοράς και θα υποστηρίζει τους ανθρώπους, ώστε να ξεκινήσουν αλλά και να συνεχίσουν την προσπάθεια για μια πιο θετική στάση απέναντι στο περιβάλλον, μπορεί να βοηθήσει να ξεπεραστούν τα εμπόδια. Αυτό θα γίνει μέσω τεχνικών, που σχετίζονται με την καλλιέργεια περιβαλλοντικής παιδείας.

Υπάρχουν στρατηγικές, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν προκειμένου να συμβάλουν στην ανάπτυξη περιβαλλοντικής παιδείας. Ειδικότερα, οτιδήποτε μπορεί να προωθήσει την περιβαλλοντική γνώση, να ενισχύσει τις αλτρουιστικές αξίες και ταυτόχρονα να μειώσει τις εγωιστικές αξίες ή να δημιουργήσει πεποιθήσεις για περιβαλλοντική αλλαγή, που θα στηρίζονται σε ισχυρά ερείσματα και θα διαρκέσουν στο χρόνο, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο για την

οικοδόμηση φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς.

Σημαντικές εμπειρίες ζωής

Στη ζωή κάθε ανθρώπου υπάρχουν εμπειρίες, οι οποίες ασκούν έντονη επίδραση στην κοσμοθεωρία του σχετικά με το περιβάλλον, επηρεάζουν τη σταδιοδρομία του και διαμορφώνουν τις ασχολίες του. Τέτοιες εμπειρίες μπορεί να είναι παιδικά βιώματα σε φυσικές περιοχές, η στάση μελών της οικογένειας, τόσο αδελφών όσο και ενηλίκων, οι οποίοι έθεταν το περιβάλλον σε προτεραιότητα ή το αντίθετο. Ακόμη, τέτοιες εμπειρίες συνιστούν η συμμετοχή σε φιλοπεριβαλλοντικές οργανώσεις, βιώματα από την καταστροφή ή την απώλεια ενός φυσικού περιβάλλοντος καθώς και η σχολική εκπαίδευση με τις ευκαιρίες που παρείχε για ανάληψη δράσης αναφορικά με το περιβάλλον.

Σημαντικότερη στρατηγική για την ανάπτυξη περιβαλλοντικής παιδείας, όπως προκύπτει από διάφορες έρευνες που έχουν διεξαχθεί, θεωρείται η επαφή των παιδιών με το φυσικό περιβάλλον. Τα παιδιά, τόσο των αγροτικών όσο και των αστικών περιοχών, από μικρή ακόμα ηλικία πρέπει να έχουν την ευκαιρία να παίζουν, να εξερευνήσουν και να διασκεδάσουν στο φυσικό κόσμο. Με αυτόν τον τρόπο, θα έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν αισθήματα συμπάθειας για τα ζώα και να εξοικειωθούν με τα φυσικά σημεία. Μακροπρόθεσμα, η σχέση, που θα έχουν αναπτύξει με το φυσικό περιβάλλον, είναι πολύ πιθανό να οδηγήσει σε περιβαλλοντικά υπεύθυνες συμπεριφορές.

(συνεχίζεται)