

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

ΜΕ ΘΕΜΑ:

**« ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΣΤΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΣΤΗΝ
ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ»**



ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΚΟΥΤΡΑ ΘΕΑΝΩ

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

**κ. Αποστολόπουλος Κωνσταντίνος, Καθηγητής (Επιβλέπων
Καθηγητής)**

κ. Σδράλη Δέσποινα, Λέκτορας

κ. Γκούσια- Ρίζου Μαρία, Λέκτορας

ΑΘΗΝΑ 2010

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στις μέρες μας, τα τοπικά, τα περιφερειακά αλλά και τα παγκόσμια περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν οδηγήσει τις κοινωνίες σε πολλά σοβαρά αδιέξοδα. Γι' αυτό και η επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων είναι πλέον επιτακτική. Η ευαισθητοποίηση του κοινωνικού συνόλου και ιδιαίτερα των εφήβων πραγματοποιείται με ενεργητικές μορφές διδασκαλίας για τον επαναπροσδιορισμό της σχέσης ανθρώπου φύσης. Με αυτό τον τρόπο οι έφηβοι διαμορφώνουν νέες αντιλήψεις για το περιβάλλον, αποκτούν περισσότερο φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές και συνειδητοποιούν την ατομική τους ευθύνη.

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση του βαθμού που το πρόγραμμα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης επιδρά στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων και του βαθμού ευαισθητοποίησης των εφήβων καταναλωτών και πώς αυτό αντικατοπτρίζεται στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Από την έρευνα προέκυψε ότι το πρόγραμμα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης έχει επιδράσει στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων, καθώς έχουν αναπτύξει φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά.

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση ιδρύθηκε ως απάντηση στο διαρκώς επιδεινούμενο πρόβλημα της οικολογικής καταστροφής, του οποίου ένα μεγάλο ποσοστό οφείλεται στα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα των ανεπτυγμένων χωρών και ένα άλλο ποσοστό της οικολογικής επιβάρυνσης στην αλόγιστη καταναλωτική συμπεριφορά του σύγχρονου ανθρώπου μέσω της κατασπατάλησης των φυσικών και ενεργειακών πόρων. Με δεδομένο το γεγονός ότι τα νεαρά άτομα βρίσκονται στην εφηβεία διαμορφώνουν τον χαρακτήρα και την προσωπικότητα τους, δεχόμενοι την επιρροή πολλών παραγόντων οι οποίοι έμμεσα επιδρούν και στην καταναλωτική τους συμπεριφορά, π.χ. οικογενειακό περιβάλλον, σχολείο, φίλοι, διαδίκτυο κ.α.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τη διερεύνηση του βαθμού και του τρόπου που το πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης αντικατοπτρίζεται στην καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων συμμετείχαν συνολικά 195 μαθητές από την περιοχή της Καρδίτσας και συγκεκριμένα από την πόλη της Καρδίτσας.

Από την έρευνα προέκυψε, ότι οι έφηβοι έχουν περιβαλλοντική συνείδηση και έχουν αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά, αγοράζοντας προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί, μη ρυπαίνοντας το περιβάλλον, και μη αντικαθιστώντας τακτικά τα αντικείμενά τους με καινούργια, καθώς θεωρούν πως η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον. Αυτή η οικολογική καταναλωτική συμπεριφορά οφείλεται κυρίως στις γνώσεις που έχουν αποκομίσει για το περιβάλλον από το σχολείο, από την οικογένειά τους, τα Μ.Μ.Ε, και το Διαδίκτυο. Οι καταναλωτικές δαπάνες των εφήβων επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τη διαφήμιση, το εμπορικό όνομα, και από τον κοινωνικό περίγυρο. Επομένως, το πρόγραμμα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης έχει επιδράσει σε μεγάλο βαθμό στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων. Όμως για να υπάρξουν ορατά αποτελέσματα στην καταναλωτική συμπεριφορά των νέων ανθρώπων, πρέπει να υπάρχει συνεχής περιβαλλοντική εκπαίδευση. Επίσης οι έφηβοι θα πρέπει να ενημερώνονται συνεχώς για την εξέλιξη και την επιδείνωση των οικολογικών προβλημάτων, καθώς και να συμμετέχουν σε μεγαλύτερο ποσοστό στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες προκειμένου, να κατανοούν και καταπολεμούν τα τοπικά και κατ' επέκταση παγκόσμια οικολογικά προβλήματα.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα πτυχιακή μελέτη, με θέμα «Οι επιπτώσεις της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων στην πόλη της Καρδίτσας» διεξήχθη με σκοπό την ολοκλήρωση των προπτυχιακών μου σπουδών στο τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. Μέσω του παρακάτω συνοπτικού κειμένου θα ήθελα να ευχαριστήσω μια σειρά ατόμων που με στήριξαν και με βοήθησαν να πετύχω τον στόχο μου.

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Αποστολόπουλο, ο οποίος ήταν επιβλέπων καθηγητής μου στη διάρκεια διεξαγωγής της πτυχιακής μελέτης και ο οποίος δέχτηκε να μου αναθέσει το συγκεκριμένο θέμα έρευνας. Επίσης, τα άλλα δύο μέλη της τριμελούς επιτροπής, την κ. Σδράλη και την κ. Γκούσια για την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχαν σε όλη τη χρονική διάρκεια της έρευνας.

Ακόμη δηλώνω τις ευχαριστίες μου στους γυμνασιάρχες του 1ου και του 4ου Γυμνασίου Καρδίτσας που μου έδωσαν την άδεια να μοιράσω τα ερωτηματολόγια στους μαθητές της Α΄ και Β΄ Γυμνασίου, καθώς και τους ίδιους τους μαθητές που τα συμπλήρωσαν.

Κλείνοντας, ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ στους γονείς μου, που με στήριξαν οικονομικά και ηθικά σε όλη τη χρονική διάρκεια των σπουδών μου.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη.....	σελ.1
Ευχαριστίες.....	σελ.3
Εισαγωγή.....	σελ.7
Κεφάλαιο 1- Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί.....	σελ.11
Κεφάλαιο 2- Θεωρητικό Πλαίσιο- Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας.....	σελ.13
2.1. Ιστορική Εξέλιξη της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης.....	σελ.13
2.2. Αίτια Γένεσης της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης.....	σελ.14
2.3. Εφαρμογή της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στα σχολεία.....	σελ.16
2.4. Η Έννοια του Περιβάλλοντος στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση.....	σελ.18
Κεφάλαιο 3- Κατανάλωση, Περιβάλλον και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση.....	σελ.24
3.1. Κατανάλωση και Περιβάλλον.....	σελ.24
3.2. Αειφόρος Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση.....	σελ.25
3.3. Καταναλωτική Συμπεριφορά των Εφήβων.....	σελ.28
Κεφάλαιο 4- Εφηβεία.....	σελ.32
4.1. Χαρακτηριστικά της Εφηβείας.....	σελ.32
4.2. Παράγοντες που επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά των εφήβων.....	σελ.32
4.2.1. Φυσική Ανάπτυξη.....	σελ.32
4.2.2. Ψυχολογικοί Παράγοντες.....	σελ.33
4.2.3. Το Φύλο.....	σελ.34
4.2.4. Κοινωνικοί Παράγοντες.....	σελ.35
4.2.5.Οικογένεια.....	σελ.35
4.2.6.Η Κοινωνική τάξη.....	σελ.36
4.2.7. Φίλοι- Συμμαθητές.....	σελ.38
Κεφάλαιο 5- Κατανάλωση.....	σελ.40

5.1. Προσδιορισμός της έννοιας της κατανάλωσης και της Συμπεριφοράς του καταναλωτή.....σελ.40	
5.2. Τα κίνητρα της Κατανάλωσης.....σελ.41	
5.2.1. Ενδογενή κίνητρα.....σελ.41	
5.2.2. Εξογενή κίνητρα.....σελ.42	
5.2.3. Οικονομικοί Παράγοντες Προσδιορισμού της Κατανάλωσης.....σελ.42	
Κεφάλαιο 6- Κατανάλωση και οι Επιπτώσεις στο Περιβάλλον.....σελ.44	
6.1. Γενικά.....σελ.44	
6.2. Η κατανάλωση και οι επιπτώσεις στο περιβάλλον.....σελ.44	
Κεφάλαιο 7- Μεθοδολογία.....σελ.50	
7.1. Η σημασία της έρευνας.....σελ.50	
7.2. Προσδιορισμός προβλήματος και Στόχοι της Έρευνας.....σελ.51	
7.3. Επιλογή μεθόδου συλλογής στοιχείων.....σελ.53	
7.4. Προσδιορισμός πληθυσμού, δείγματος και γεωγραφική κάλυψη της έρευνας.....σελ.54	
7.5. Δημιουργία και κωδικοποίηση ερωτηματολογίου.....σελ.54	
Κεφάλαιο 8- Αποτελέσματα έρευνας.....σελ.57	
8.1. Παρουσίαση Συχνοτήτων των κυριότερων μεταβλητών.....σελ.57	
8.2. Παρουσίαση Συσχετίσεων των κυριότερων μεταβλητών.....σελ.73	
8.2.1 Φύλο και προβληματισμός των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος.....σελ.73	
8.2.2 Φύλο και βαθμός στον οποίο οι έφηβοι θεωρούν ότι ευθύνονται ατομικά για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.....σελ.74	
8.2.3 Φύλο και συμμετοχή εφήβων σε περιβαλλοντικές δράσεις στα πλαίσια του σχολείου.....σελ.76	

8.2.4 Ηλικία των εφήβων και βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές τους.....σελ.77	
8.2.5 Φύλο και πηγές από τις οποίες προέρχονται οι γνώσεις των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος.....σελ.78	
8.2.6 Φύλο και προσπάθεια των εφήβων να προστατεύσουν το περιβάλλον με την αγορά προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί.....σελ.80	
8.2.7 Φύλο και κριτήρια με τα οποία οι έφηβοι καταναλώνουν.....σελ.81	
8.2.8 Φύλο και βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων.....σελ.83	
Συμπεράσματα.....σελ.85	
Επίλογος.....σελ.89	
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....σελ.90	
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....σελ.95	
Βιβλιογραφία.....σελ.105	

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τοπικά, περιφερειακά και παγκόσμια περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν οδηγήσει τις κοινωνίες σε πολλά σοβαρά αδιέξοδα ζητήματα. Πλέον, η επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων είναι αναγκαία, γι' αυτό και ο ρόλος όλου του κοινωνικού συνόλου, των ενηλίκων, της πολιτείας και των εφήβων είναι καθοριστικός. Η ευαισθητοποίηση του κοινωνικού συνόλου, επιτυγχάνεται με την ενημέρωσή του για τα περιβαλλοντικά θέματα. Η ενημέρωση των εφήβων πραγματοποιείται με ενεργητικές μορφές διδασκαλίας. Με αυτό τον τρόπο οι έφηβοι συνειδητοποιούν ποιοι παράγοντες επιβαρύνουν το περιβάλλον, τους κινδύνους, τις συνέπειές τους, αλλά και το ρόλο που έχουν στην επίλυση των προβλημάτων.

Με την εκπαίδευση είναι εφικτός ο επαναπροσδιορισμός της σχέσης ανθρώπου- φύσης, με απώτερο στόχο την προστασία του περιβάλλοντος. Σύμφωνα με το Fein (1996) ο επαναπροσδιορισμός της σχέσης ανθρώπου-φύσης επιτυγχάνεται στο πλαίσιο της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Ο ρόλος της οικογένειας, του κοινωνικού περίγυρου, των μέσων μαζικής ενημέρωσης, και της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης είναι οι παράγοντες που συμβάλουν στη διαμόρφωση νέων αντιλήψεων για το περιβάλλον και για την συνειδητοποίηση της ατομικής ευθύνης του κάθε ατόμου (Cutter & Smith, 2001).

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, είτε ως αυτοτελής θεσμός είτε ενταγμένη στο ευρύτερο εννοιολογικό πλαίσιο της Εκπαίδευσης στο πλαίσιο της Αειφορίας, απαντά με σαφήνεια και πληρότητα στις περιβαλλοντικές, εκπαιδευτικές και παιδαγωγικές προκλήσεις του παρόντος και του μέλλοντος. Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση στην Ελλάδα εδραιώθηκε από το Υπουργείο Παιδείας με το Νόμο 1892/90 (άρθρο 11, παρ.13) όπου εισήχθει στα προγράμματα δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Το 1991, η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση επεκτάθηκε και στα προγράμματα της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Πολλοί ερευνητές (π.χ. Jennings & Norman, 2003, Φλογαίτη, 2006), έχουν ασχοληθεί με την συνεισφορά της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στη διαμόρφωση στάσεων και συμπεριφορών, στην ανάπτυξη σωστών περιβαλλοντικών αντιλήψεων, στην απόκτηση γνώσεων, στην ανάληψη υπευθυνότητας, στην ευαισθητοποίηση και στην οικολογική συνειδητοποίηση των παιδιών.

Η καλλιέργεια των αξιών των μαθητών παράλληλα με την ορθή κατάρτισή τους δημιουργεί μελλοντικά υπεύθυνους πολίτες. Οι αξίες που μεταλαμπαδεύονται στους μαθητές εκφράζονται μέσα από την εκπαιδευτική πολιτική, τις πρακτικές και τα εκπαιδευτικά προγράμματα (Karaber & Hasley, 1977). Με την εσωτερίκευση αυτών των αξιών διαμορφώνεται το περιβαλλοντικό ήθος στους μαθητές, η οικολογική συνείδηση και η αίσθηση της περιβαλλοντικής τους ευθύνης (Tilbourg, 1995). Η περιβαλλοντική εκπαίδευση συνιστά αγωγή του ατόμου για την αειφορία (Φλογαίτη, 2006). Οι αξίες που καλλιεργούνται με την περιβαλλοντική εκπαίδευση, σύμφωνα με τη Φλογαίτη (2006), είναι η αλληλεγγύη, η ελευθερία, η ισότητα, η κοινωνική δικαιοσύνη, η αυτονομία, η υπευθυνότητα, και η ανεκτικότητα. Με την καλλιέργεια της *αλληλεγγύης* οι μαθητές συνειδητοποιούν την ανάγκη συνύπαρξης και όχι κυριαρχίας στη φύση. Με την καλλιέργεια της *αξίας της ελευθερίας*, οι μαθητές γίνονται υπεύθυνα άτομα με ανεπτυγμένη την κριτική τους ικανότητα. Με την καλλιέργεια της *ισότητας και της κοινωνικής δικαιοσύνης* τίθεται σε πρώτο πλάνο το ζήτημα του καταμερισμού των φυσικών πόρων μεταξύ των γενεών. Με την *αυτονομία*, το άτομο αντιλαμβάνεται τη σημασία της ποιότητας ζωής και πώς αυτή επιτυγχάνεται στο πλαίσιο της αειφορίας. Με την καλλιέργεια της ατομικής και συλλογικής *υπευθυνότητας* αυξάνεται η ανθρώπινη ευημερία και διατηρείται η ζωή. Τέλος, με την *ανεκτικότητα* η αντιμετώπιση της περιβαλλοντικής κρίσης θα επέλθει μέσα από δημοκρατικές διαδικασίες.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί *κατά πόσο το πρόγραμμα της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στα σχολεία επιδρά στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων*. Η διερεύνηση των συνεπειών θα συμβάλλει στην εξέταση του *βαθμού που το*

πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ευαισθητοποιεί τους εφήβους καταναλωτές και πώς αυτό αντικατοπτρίζεται στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Οι στόχοι της εργασίας που συνιστούν και τις ερευνητικές υποθέσεις, είναι α) σε ποιο βαθμό το πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ευαισθητοποιεί τους εφήβους καταναλωτές και β) εάν η αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς από το πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης αντικατοπτρίζεται στην καταναλωτική τους συμπεριφορά, δηλαδή τα κριτήρια με τα οποία επιλέγουν τις αγοραστικές τους προτιμήσεις είναι περισσότερο φιλικά πλέον προς το περιβάλλον.

Στο πρώτο μέρος (κεφάλαια 2 έως 6) της εργασίας γίνεται η θεωρητική θεμελίωση της εργασίας, η περιγραφή της εξέλιξης της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης και Αγωγής τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, καθώς και η εφαρμογή της στη σύγχρονη κοινωνία. Προσεγγίζονται οι συνέπειες της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στην κατανάλωση και στην αειφορία και διερευνάται η σχέση περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και καταναλωτικής συμπεριφοράς εφήβων. Συγκεκριμένα, τεκμηριώνεται η αναγκαιότητα της περιβαλλοντικής επιμόρφωσης των εφήβων καταναλωτών και καταγράφονται οι επιδράσεις της.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, αναπτύσσονται δηλαδή ο σκοπός, οι στόχοι της έρευνας, η συλλογιστική, τα ερωτήματα, οι υποθέσεις της, ο δειγματικός πληθυσμός και το ερευνητικό εργαλείο. Στη συνέχεια, αναφέρεται η διαδικασία της διεξαγωγής, από τη συλλογή έως τη συγκέντρωση και την επεξεργασία του υλικού, καθώς επίσης διατυπώνονται και οι περιορισμοί της έρευνας.

Στο όγδοο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση, η ανάλυση ο κριτικός σχολιασμός των αποτελεσμάτων. Σκοπός του ερευνητικού μέρους είναι η διερεύνηση των επιπτώσεων του προγράμματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων. Δηλαδή, ο στόχος είναι να διαπιστωθεί εάν η εφαρμογή των προγραμμάτων της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά και κατ' επέκταση την αγοραστική συμπεριφορά των εφήβων καταναλωτών.

Ακολουθεί το κεφάλαιο το οποίο περιλαμβάνει τα συμπεράσματα και παρουσιάζεται περιληπτικά το ουσιώδες νόημα όλων των κεφαλαίων καθώς και ένας σύντομος σχολιασμός μερικών μεταβλητών που μελετήθηκαν κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της έρευνας.

Τα παραρτήματα περιέχουν το ερωτηματολόγιο στο οποίο βασίστηκε η μελέτη καθώς επίσης και το σύνολο των πινάκων που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση των συχνοτήτων και των συσχετίσεων των κυριότερων μεταβλητών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: - ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ

Η εκπαίδευση, είναι η διαδικασία της θεσμοθετημένης κοινωνικοποίησης του ατόμου, η οποία συντελείται αρχικά μέσω του σχολείου και μέσω της δια βίου εκπαίδευσης. Η δια βίου εκπαίδευση συνίσταται στη μετάδοση γνώσεων και στην μετάδοση των βασικών κοινωνικών αξιών, των κανόνων και των ρόλων, καθώς και στην ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων που να επιτρέπουν στο κοινωνικοποιούμενο άτομο την επιτυχή ένταξή του στην εκάστοτε κοινωνική πραγματικότητα.

Βέβαια, η εκπαίδευση συνίσταται στο να οδηγήσει το νεαρό άτομο στην ικανότητα να έχει αυτοκατευθυνόμενη δράση, μέσα στα πλαίσια μιας δεδομένης ηθικής τάξης. Η εκπαίδευση διαφοροποιείται από την αγωγή καθώς με την αγωγή σύμφωνα με τον Μαρκαντώνη (1986), επιδιώκεται η γενικότερη πολιτιστική-εκπαιδευτική πραγματικότητα μιας εθνικής ή υπερεθνικής κοινότητας, καθώς και η διαμόρφωση της προσωπικότητας του ατόμου. Ενώ, με την εκπαίδευση επιδιώκονται και οι στόχοι της παιδείας αλλά σε πιο θεσμοποιημένο συστηματικό τρόπο. Κατ'ουσίαν, η αγωγή στοχεύει στην ψυχοκοινωνική και πνευματική ολοκλήρωση του ανθρώπου, ενώ η εκπαίδευση έρχεται να υπηρετήσει το σκοπό αυτό μέσα από τους θεσμούς της σύγχρονης κοινωνίας (Καζεπίδης, 1991, σελ.105).

Το «περιβάλλον» είναι το σύνολο όλων των εξωτερικών συνθηκών που περιβάλλουν ένα σύστημα, έναν οργανισμό, μια κοινότητα ή ένα αντικείμενο (Φλογαΐτη, 1998). Δηλαδή, το περιβάλλον είναι το σύνολο όλων των εξωτερικών αβιοτικών ή βιολογικών παραγόντων που περιβάλλουν και επηρεάζουν έναν οργανισμό ή ένα σύστημα οργανισμών. Η σχέση του ανθρώπου και της φύσης είναι διαλεκτική, και αυτό γιατί ο άνθρωπος, διαμορφώνει και δημιουργεί καινούργιες φυσικές συνθήκες. Αυτή η συνεχής αλληλεπίδραση ανθρώπου-φύσης έχει ως αποτέλεσμα την ιστορική διαμόρφωση της φύσης. Ο άνθρωπος στηρίζει τη βιολογική του ύπαρξη στη φύση. Αντλεί πόρους από τη φύση, χρησιμοποιεί για την καθημερινή του επιβίωση είτε αγαθά που προέρχονται απευθείας από τη φύση είτε πρώτες ύλες για να παρασκευάσει δευτερεύοντα προϊόντα απαραίτητα για την κάλυψη των

πρωταρχικών αλλά και των δευτερευόντων αναγκών του και αναζητά ψυχική ξεκούραση εντός της. Αυτή η διαλεκτική σχέση ανθρώπου-φύσης δείχνει ότι μεταξύ τους υπάρχει μια δυναμική συνεχής αλληλοπροσδιοριζόμενη κίνηση (Βλάχου, 1998).

Η διαλεκτική σχέση ανθρώπου-φύσης αποκλείει την αναγωγή της διαμόρφωσης του ανθρώπου στα φυσικά στοιχεία και των φυσικών στοιχείων στον άνθρωπο. Τα οικολογικά προβλήματα οφείλονται μόνο στην ύπαρξη κάποιων φυσικών απόλυτων ορίων, στην τεχνολογική πρόοδο και τη βιομηχανική ανάπτυξη καθ'αυτή, στην αύξηση του πληθυσμού ή την άπληστη ανθρώπινη φύση. Όπως επίσης οφείλονται σε συνδυασμό πολλών διαφορετικών και αντιφατικών διαδικασιών επηρεάζοντας και τη φύση. Τέλος τα οικολογικά προβλήματα οφείλονται σε φυσικές και κοινωνικές διαδικασίες (Βλάχου κ.ά., 1995, σελ.164-65).

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, σύμφωνα με τη διάσκεψη της Στοκχόλμης (5-16/6/1972), έχει εξέχουσα σημασία για την αντιμετώπιση της περιβαλλοντικής κρίσης. Η έννοια συνίσταται στη διαμόρφωση μιας νέας στάσης ως προς το περιβάλλον, από τα άτομα, τις επιχειρήσεις και τις κοινωνίες τόσο μεμονωμένα όσο και συλλογικά. Αυτό επιτυγχάνεται με σχέδια και μέτρα για την περιβαλλοντική αξιολόγηση και την περιβαλλοντική διαχείριση (Φλογαΐτη, 1998).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ- ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1. Ιστορική εξέλιξη Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Π.Ε.)

Διεθνώς, η καθιέρωση της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ξεκίνησε κατά τη δεκαετία του 1960, λόγω του διευρυμένου ενδιαφέροντος για τον περιορισμό των καταστροφικών συνεπειών από τις επεμβάσεις του ανθρώπου στο περιβάλλον. Όμως, ήδη από το τέλος του 19ου και τις αρχές του 20ου αιώνα είχαν αναπτυχθεί στην Αμερική και την Ευρώπη η «Μελέτη της Φύσης» και οι «Ανθρωπιστικές Σπουδές». Και οι δύο κινήσεις είχαν παρόμοιους στόχους και επιδίωκαν την εξοικείωση των μαθητών με τη φύση και την αγροτική ζωή, την ανάπτυξη γνώσεων σχετικών με το περιβάλλον, ευαισθητοποίησης και δεξιοτήτων (Παπαδημητρίου, 2004).

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, καθιερώθηκε στη Διάσκεψη της Στοκχόλμης (5-16/6/1972), όπου αναγνωρίστηκε από την διεθνή κοινότητα η ανάγκη να προωθηθεί ως απάντηση στο ολοένα επιδεινούμενο οικολογικό πρόβλημα του πλανήτη. Στη Διάσκεψη αυτή συζητήθηκαν τα παγκόσμια περιβαλλοντικά προβλήματα (όπως ρύπανση αέρα, νερού και εδάφους, υποβάθμιση και εξάντληση των φυσικών πόρων, ανισορροπία στη βιόσφαιρα) και πώς αυτά τα προβλήματα συνδέονται με την ανθρώπινη δραστηριότητα στις αναπτυγμένες και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Τα προβλήματα δεν σχετίζονται μόνο με τα κράτη από τα οποία δημιουργήθηκαν, αλλά επηρεάζουν περισσότερα του ενός κράτους, ανεξάρτητα από το από πού προέρχονται.

Οι βασικοί άξονες της Διάσκεψης της Στοκχόλμης (5-16/6/1972), αφορούσαν αφενός την ανάγκη διακρατικής αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών προβλημάτων, αφετέρου την αναγνώριση της ανάγκης για το δίκαιο καταμερισμό των φυσικών πόρων του πλανήτη και ίσων απολαβών από τις πηγές (Φλογαΐτη, 1998).

Σύμφωνα με τη διάσκεψη της Στοκχόλμης (5-16/6/1972), η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση προωθεί μια νέα στάση απέναντι στο περιβάλλον, στα άτομα, στις επιχειρήσεις και στις κοινωνίες. Στα πλαίσια της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης προτείνεται ένα συγκεκριμένο σχέδιο δράσης: α) ως προς το σχεδιασμό του ανθρώπινου περιβάλλοντος στην κατεύθυνση της ποιότητας, β) ως προς τη διαχείριση των φυσικών πόρων, γ) ως προς τον έλεγχο των παραγόντων ρύπανσης, δ) ως προς την βελτίωση της θεματολογίας της εκπαιδευτικής διαδικασίας, ε) ως προς την κοινωνική φιλο-περιβαλλοντική άποψη, ζ) ως προς τις πληροφοριακές και πολιτισμικές πλευρές των περιβαλλοντικών θεμάτων, και η) ως προς την ανάπτυξη και το περιβάλλον. Οι άξονες δραστηριοποίησης του σχεδίου αφορούσαν στην περιβαλλοντική αξιολόγηση, στη περιβαλλοντική διαχείριση και τα μέτρα στήριξης για την πραγματοποίηση των δύο προηγούμενων αξόνων (Φλογαΐτη, 1998).

2.2. Αίτια γένεσης της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης (Π.Ε.)

Η ανάγκη για Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Αγωγή, είναι αποτέλεσμα του οικολογικού κινήματος της δεκαετίας του 1960 για την αντιμετώπιση της οικολογικής κρίσης. Ως κυριότερες αιτίες που αναφέρονται συχνά για την εμφάνιση των οικολογικών προβλημάτων είναι η αύξηση του πληθυσμού και η αστικοποίησή του, η εκβιομηχάνιση σε συνάρτηση με την τεχνολογία και ο καταναλωτισμός.

Τα τελευταία χρόνια, η αύξηση του πληθυσμού επιδρά αρνητικά στην οικολογία. Η διεύρυνση των παραγωγικών δυνατοτήτων της οικονομίας έχει εντείνει τη χρησιμοποίηση του φυσικού κεφαλαίου της οικονομίας για την ικανοποίηση των αυξημένων παραγωγικών αναγκών της (Tietenberg., 2001, τομ.Ι)¹. Ταυτόχρονα, η αύξηση της παραγωγής έχει αυξήσει και την απόρριψη καταλοίπων στο περιβάλλον

¹ Σύμφωνα με τον Dr.Nakis Sadik, διευθυντή του Ταμείου για τον πληθυσμό του ΟΗΕ, «οι επιλογές που θα κάνουμε στα επόμενα δέκα χρόνια θα καθοδηγήσουν την αύξηση του πληθυσμού για μεγάλο διάστημα του επόμενου αιώνα (...) θα καθοδηγήσουν κατά πόσο η βλάβη του περιβάλλοντος θα επιταχυνθεί ή θα επιβραδυνθεί (...) ίσως ακόμη και θα καθορίσουν το μέλλον της γης ως κατοικίας του ανθρώπου (αναφέρεται από τον Tietenberg, 2001, τομ.Ι, σελ.151).

διαταράσσοντας με αυτό τον τρόπο τη φέρουσα ικανότητα του περιβάλλοντος για αποδόμησή τους (Βλάχου, 2001, Κώττης, 1994) .

Επιπλέον με την αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, η *αστικοποίηση* και η μεγάλη συγκέντρωση του πληθυσμού στα αστικά κέντρα έχει αυξήσει την συγκέντρωση μεγάλου αριθμού καταναλωτών σε χωρικά περιορισμένη περιοχή. Η δόμηση στις αστικές περιοχές είναι πυκνή και το πράσινο είναι περιορισμένο, οι δρόμοι ασφαλτόστρωτοι και η κυκλοφοριακή συμφόρηση μεγάλη, ενώ ο πολεοδομικός σχεδιασμός πολλές φορές παρεμποδίζει τον κανονικό ρυθμό λειτουργίας και εξέλιξης των κλιματικών συνθηκών. Ως εκ τούτου, η αστικοποίηση έχει εντείνει τη χωρική συγκέντρωση ρύπανσης και απορριμμάτων, καθώς επίσης τα προβλήματα ρύπανσης, την αισθητική υποβάθμιση, τη συμφόρηση και την απώλεια χρόνου, και εν γένει τη χειροτέρευση της ποιότητας ζωής σε οικολογικούς όρους (Βλάχου, 2001, Μπράουν και Γιάκομπσον, 1990., Κώττης, 1994).

Η *ταχεία εκμηχάνιση*, σε συνδυασμό με την τεχνολογική πρόοδο, έχει συμβάλει σημαντικά στη δημιουργία οικολογικών προβλημάτων. Η βιομηχανική παραγωγή χρησιμοποιεί ως πρώτες ύλες μεγάλες ποσότητες φυσικών πόρων και συνθηκών, οι οποίοι δεν αναπαράγονται εύκολα στη φύση και σε ορισμένες περιπτώσεις και καθόλου, π.χ το πετρέλαιο, ενώ παράλληλα ρυπαίνει, πολλές φορές ανεπανόρθωτα, το περιβάλλον (Βλάχου, 2001, Κώττης, 1994).

Τέλος, η *υπερκατανάλωση* εξαντλεί τους φυσικούς πόρους, καταστρέφοντας παράλληλα το περιβάλλον.

Επομένως, ο στόχος της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης είναι αφενός η ευαισθητοποίηση των ατόμων ως προς τα περιβαλλοντικά θέματα και η συνειδητοποίηση της περιβαλλοντικής τους ευθύνης, και αφετέρου η δημιουργία ενός νέου τρόπου συνύπαρξης κοινωνίας και φύσης, σε τοπικό, εθνικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο (Φλογαΐτη, 1998).

2.3. Εφαρμογή Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στα σχολεία

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση εφαρμόζεται σε σχολεία πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, βάσει των υπουργικών αποφάσεων και των ετήσιων ερμηνευτικών εγκυκλίων του Υπουργείου Παιδείας. Τα τελευταία χρόνια οι εκπαιδευτικοί της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης συνεργάζονται με εκπαιδευτικούς και μαθητές διαφορετικών σχολικών μονάδων, συμμετέχοντας σε σχολικά προγράμματα στο πλαίσιο του θεσμού της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Έτσι δημιουργήθηκαν τα Δίκτυα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, όπου συμμετέχουν σχολεία Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, παιδαγωγικές ομάδες των Κέντρων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, Περιβαλλοντικές Οργανώσεις και άλλοι φορείς. Κάθε σχολικό πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στη Δευτεροβάθμια εκπαίδευση αποτελεί μια ολοκληρωμένη εκπαιδευτική διαδικασία πεντάμηνης τουλάχιστον χρονικής διάρκειας (Κούσουλας, 2008).

Τα σχολικά προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης διαμορφώνουν μια «καινοτομία», και ένα διαφορετικό τρόπο οργάνωσης της σκέψης με την οποία προσεγγίζεται το περιβάλλον. Συγκεκριμένα, επιδιώκεται να κατανοήσει το άτομο, να ερμηνεύσει και να σταθεί κριτικά και δημιουργικά απέναντι στις σχέσεις του ανθρώπου με το οικοκοινωνικό του περιβάλλον. Γι' αυτό και τα προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ούτε υποδεικνύονται ούτε αντιγράφονται, αλλά σχεδιάζονται και διαμορφώνονται «εν τω γίνεσθαι» (διδακτικό και μαθησιακό) από τους εκπαιδευτικούς και τους μαθητές που συμμετέχουν σ' αυτά. Τα προγράμματα βασίζονται στην αγάπη για το περιβάλλον ως σύστημα ζωής και στην αναγνώριση της αναγκαιότητας για τη διαμόρφωση ενός οικολογικού πολιτισμού στον πλανήτη (Κούσουλας, 2008).

Οι βασικές αρχές της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση είναι οι εξής:

- Η αντιμετώπιση της οικολογικής κρίσης και η διερεύνηση της προσπάθειας επίλυσης των περιβαλλοντικών προβλημάτων μέσω της εκπαίδευσης.
- Η οικοδόμηση μιας βιώσιμης κοινωνίας με τη διαμόρφωση ατόμων, κοινωνικών ομάδων, νέων στάσεων, νέων αξιών και αναγκαίων δεσμεύσεων.
- Η ανάπτυξη δεξιοτήτων, οι οποίες επαυξάνουν τις δυνατότητες όλων των εμπλεκομένων στην καλύτερη κατανόηση και αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Η δημιουργία και η διαμόρφωση συνθηκών αμφίδρομης επικοινωνίας του σχολείου με την τοπική και την ευρύτερη κοινότητα.
- Η εκμάθηση με νέες μεθοδολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές, που οδηγούν στην αυτενέργεια και τη βιωματική μάθηση (Καλαϊτζίδης & Ουζούνης, 2000).
- Η διαρκής και δια βίου εκπαίδευση πάντοτε προσανατολισμένη στο μέλλον (Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη) (Κούσουλας, 2008).

Ο σχεδιασμός και η εκπόνηση των προγραμμάτων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης βασίζεται σε παιδαγωγικές προσεγγίσεις και διδακτικές στρατηγικές, σύμφωνα με τη διεπιστημονική και τη διαθεματική μελέτη των θεμάτων. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνονται οι στόχοι στο γνωστικό, συναισθηματικό και ψυχοκινητικό επίπεδο, ενώ αναπτύσσεται η αυτενέργεια και η ενεργός συμμετοχής του μαθητή στην κοινωνική αλληλεπίδραση.

2.4. Η έννοια του περιβάλλοντος στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (Π.Ε.)

Το περιβάλλον είναι μια έννοια «κλειδί» που έχει ευρύ επιστημονικό υπόβαθρο. Με κριτήριο τη μορφή της εισερχόμενης ενέργειας, το περιβάλλον διακρίνεται στο φυσικό περιβάλλον (παρθένα οικοσυστήματα και επί πλέον δάση, ποτάμια, θάλασσες, λίμνες, λιβάδια), όπου οι ανθρώπινες δραστηριότητες δεν προκαλούν δυσάρεστες επιπτώσεις, ούτε δομικές και λειτουργικές μεταβολές σ' αυτό, ούτε και στο ευρύτερο περιβάλλον και τροφοδοτείται ενεργειακά μόνο από τον ήλιο.

Οι ανθρώπινες δραστηριότητες του δομημένου περιβάλλοντος (πόλεις, βιομηχανικά συγκροτήματα και έργα υποδομής) προκαλούν δυσάρεστες επιπτώσεις στο ευρύτερο περιβάλλον.

Στο μεικτό περιβάλλον (αγροτικές, δασικές και άλλες διαχειριζόμενες εκτάσεις), όπου οι ανθρώπινες δραστηριότητες προκαλούν δυσάρεστες επιπτώσεις και δομικές και λειτουργικές μεταβολές σ' αυτό και στο ευρύτερο περιβάλλον και τροφοδοτείται ενεργειακά από την ηλιακή ενέργεια και συμπληρωματικά από άλλες μορφές ενέργειας.

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση συνίσταται στην ενημέρωση των περιβαλλοντικών θεμάτων με σκοπό την ευαισθητοποίηση του κοινού και τη δημιουργία στάσεων περισσότερο φιλικών προς το περιβάλλον. Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση δεν είναι ένα συγκεκριμένο μάθημα, το οποίο εντάσσεται στο Αναλυτικό Πρόγραμμα, δεν έχει συγκεκριμένη διδακτέα ύλη και συγκεκριμένες ώρες διδασκαλίας (Φλογαΐτη, 1998).

Σκοπός της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, είναι να εμφυσήσει στον εκπαιδευόμενο την αξία της και ταυτόχρονα να αποκτήσει τις βασικές γνώσεις και ικανότητες για την εφαρμογή της.

Κατ'ουσίαν, η έννοια του περιβάλλοντος στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση έχει ιδιαίτερη σημασία. Στα πλαίσια της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης τα άτομα και οι κοινωνικές ομάδες, συνειδητοποιούν την αξία του περιβάλλοντος ως ενιαίο σύνολο καθώς έρχονται σε επαφή με τα προβλήματα που το ταλανίζουν. Παράλληλα, τα άτομα και οι κοινωνικές ομάδες γνωρίζουν το περιβάλλον στο σύνολό του, τα προβλήματά του και το ρόλο του ανθρώπου μέσα σ' αυτό, καθώς και την ευθύνη του γι' αυτό. Γνωρίζοντας το περιβάλλον και συνειδητοποιώντας την αξία του, τα άτομα και οι κοινωνικές ομάδες αποκτούν στάσεις, κοινωνικές αξίες, ζωηρό ενδιαφέρον για το περιβάλλον και διάθεση για ενεργό συμμετοχή για την προστασία και την βελτίωσή του.

Επιπλέον, τα άτομα αποκτούν τις απαραίτητες δεξιότητες για την επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων και την ικανότητα αξιολόγησης των μέτρων που λαμβάνονται για το περιβάλλον. Τέλος, αναπτύσσουν τη συμμετοχικότητα, και το αίσθημα υπευθυνότητας και αμεσότητας ως προς την επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων (Hungerford & Ramsey, 1989).

Η ταξινόμηση των στόχων που επιδιώκονται στα προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης κατά τον Hungerford (1989) είναι η εξής:

- Η απόκτηση οικολογικών γνώσεων (Ecological Foundation Level), ώστε να είναι ευκολότερη η προσέγγιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων και αναγκών.
- Η εννοιολογική επίγνωση του περιβάλλοντος (The Conceptual Awareness Level), δηλαδή η απόκτηση εξειδικευμένων γνώσεων για τα περιβαλλοντικά θέματα και η συνειδητοποίηση της πολυπλοκότητάς τους και της αναγκαιότητας για ενεργό συμμετοχή για την αντιμετώπιση αρνητικών περιβαλλοντικών καταστάσεων.

- Η ικανότητα για έρευνα (The Investigation and Evaluation Level) και για ερευνητική προσέγγιση των περιβαλλοντικών διαστάσεων.
- Η ανάπτυξη ικανοτήτων για περιβαλλοντική δράση (Environmental Action Skills Level), οι οποίες ενδεχομένως να έχουν και ευρύτερο περιεχόμενο (Hungerford & Ramsey, 1989).

Σύμφωνα με τη Φλογαΐτη (1998), με τη δυναμική σύνδεση των στόχων της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης επιδιώκεται η αλλαγή των στάσεων και των συμπεριφορών των ομάδων απέναντι στο περιβάλλον, με την καλλιέργεια καινούργιων ηθικών, οικονομικών, κοινωνικών και αισθητικών αξιών. Επιπλέον, στοχεύεται η ανάπτυξη των απαραίτητων ικανοτήτων για τη διάγνωση και τη διερεύνηση του προβλήματος και την ανάπτυξη της δυνατότητας μιας συστημικής θεώρησης των πραγμάτων. Τελικός στόχος είναι η διαμόρφωση υπεύθυνων πολιτών, οι οποίοι θα ενεργοποιούνται και θα δρουν αποτελεσματικά στην κατεύθυνση της επίλυσης των περιβαλλοντικών προβλημάτων.

Τα *περιβαλλοντικά προβλήματα* ανάγονται ως μια ιδιαίτερη έννοια στα πλαίσια της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Κάθε πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ασχολείται με ένα υπαρκτό, τρέχον περιβαλλοντικό πρόβλημα και μέσα από την εις βάθος διερεύνησή του προσανατολίζεται και προς την αντιμετώπιση ή την επίλυσή του (Καλαϊτζίδης & Ουζούνης, 2000).

Κατ' ουσίαν, τα περιβαλλοντικά προβλήματα προκύπτουν από «τις πιέσεις που ασκεί η ανθρώπινη δραστηριότητα στα οικοσυστήματα και τους πόρους» (Ράπτης, 2000). Τα σύγχρονα περιβαλλοντικά προβλήματα προκαλούνται από τις ανθρώπινες παρεμβάσεις στο περιβάλλον και είναι αποτέλεσμα των επιλογών και του τρόπου ζωής του σύγχρονου ανθρώπου. Ως περιβαλλοντικά προβλήματα αναφέρονται όχι μόνο τα προβλήματα τα οποία έχουν προκύψει από διαταραχές και δυσλειτουργίες των συστημάτων υποστήριξης της ζωής αλλά και τα ποικίλα κοινωνικά προβλήματα τα οποία έχουν τις ρίζες τους στη διάρρηξη της βιολογικής και διαλεκτικής σχέσης του ανθρώπου με τη φύση (Φλογαΐτη & Λιαράκου, 2005).

Με την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, προσεγγίζονται ποικιλοτρόπως τα προβλήματα και αναδεικνύεται η σημαντικότητα των ανθρώπινων σχέσεων και των επιλογών. Επίσης, προσεγγίζεται και ο τρόπος με τον οποίο αυτές σχετίζονται με τα περιβαλλοντικά προβλήματα και εξερευνούνται όλοι οι εναλλακτικοί τρόποι επίλυσης τους ενώ διαμορφώνονται οι κατάλληλες συνθήκες οι οποίες θα εγγυώνται τη μη επανεμφάνισή τους (UNESCO- UNEP, 2000).

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση ως εκπαιδευτική διαδικασία, επομένως, προσανατολίζεται στην επίλυση περιβαλλοντικών προβλημάτων και στοχεύει στην ανάπτυξη των κατάλληλων δεξιοτήτων για την αντιμετώπισή τους. Η αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων επιτυγχάνεται με την ενεργό εμπλοκή των μαθητών στη διερεύνηση των προβλημάτων στα πλαίσια ενός προγράμματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Παπαδημητρίου, 2005). Με την ενασχόληση με τα περιβαλλοντικά προβλήματα τα παιδιά κατανοούν την πολυδιάστατη και πολύπλοκη φύση τους, τα αίτια δημιουργίας τους (κοινωνικά, οικονομικά, πολιτικά, πολιτισμικά), αλλά και το ρόλο και την ευθύνη του ανθρώπινου παράγοντα ως προς αυτά (Φλογαΐτη & Λιαράκου, 2005). Η παραπάνω διαδικασία επιτυγχάνεται με την συλλογή πληροφοριών από το εκπαιδευτικό υλικό των δικτύων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης το οποίο είναι πρόγραμμα με Βιο διάφορες δραστηριότητες όπου πραγματοποιούνται στα προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης που επιτρέπουν στα παιδιά να παρατηρούν, να ερμηνεύουν, να πειραματίζονται, να διατυπώνουν υποθέσεις, να ελέγχουν τις μεταβλητές, να συλλέγουν πληροφορίες, να οργανώνουν και να ταξινομούν δεδομένα, να προβληματίζονται, να προτείνουν, να επιχειρηματολογούν, να επικοινωνούν και να συνεργάζονται (Δημητρίου, 2005).

Οι παραπάνω δεξιότητες καλλιεργούνται σταδιακά και σε διαβαθμισμένα επίπεδα, με απώτερη επιδίωξη την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης, των εφήβων η οποία ανήκει στην ανώτερη κλίμακα των νοητικών ικανοτήτων. Η καλλιέργεια της κριτικής σκέψης στα παιδιά προχωρά πέρα από την οικοδόμηση ενός γνωστικού σχήματος που συνδέεται με το υπό διερεύνηση πρόβλημα. Αναφέρεται, κυρίως, στην ικανότητα των παιδιών να αναλύουν και να συνθέτουν την αποκτηθείσα γνώση και να

καταλήγουν μέσω του επαγωγικού συλλογισμού σε συμπεράσματα, τα οποία θα είναι σε θέση να χρησιμοποιούν σε παρόμοιες περιστάσεις, αιτιολογώντας κάθε φορά τις επιλογές τους με επιχειρήματα (Katz & Chard, 2004).

Οι τρόποι με τους οποίους αναπτύσσονται οι δεξιότητες των μαθητών από τους καθηγητές είναι με την εμπλοκή - ενασχόληση των μαθητών με τα ίδια τα περιβαλλοντικά προβλήματα και την συνειδητοποίηση της ευθύνης τους προς αυτά. Δηλαδή, οι δεξιότητες αναπτύσσονται με μια «διαδικασία αναστοχασμού» των μαθητών (Carr & Kemmis, 2000), για την εμπλοκή τους στα περιβαλλοντικά προβλήματα. Άλλωστε, σύμφωνα με την κριτική κοινωνική επιστημονική προσέγγιση σημασία δεν έχουν οι τεχνικές λύσεις των προβλημάτων, αλλά η συνειδητοποίηση των προβλημάτων από τους ίδιους τους συμμετέχοντες και η ενεργός δραστηριοποίησή τους για την επίλυσή τους (Ματσαγγούρας, 1997).

Στο πλαίσιο της παιδαγωγικής εκπαίδευσης, η μάθηση προσανατολίζεται στη δράση, δηλαδή στη «συνειδητή απόφαση για την ανάληψη μιας σειράς ενεργειών οι οποίες στοχεύουν στην επίλυση του προβλήματος ή των προβλημάτων που έχουν διαπιστωθεί» (Jensen & Schnack, 1997).

Στα προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, τα παιδιά συμμετέχουν και σε συγκεκριμένες δράσεις επίλυσης προβλημάτων πολύπλοκης και αντιφατικής μορφής (Harlen & Eggleston, 1990). Τα πολυσύνθετα περιβαλλοντικά προβλήματα πλανητικής εμβέλειας, όπως για παράδειγμα το φαινόμενο του θερμοκηπίου, επιδέχονται και πολυσύνθετη αντιμετώπιση. Για να μπορέσει το παιδί να κατανοήσει μέρος της επίλυσης των προβλημάτων, θα πρέπει τα προβλήματα «να γίνονται στο πλαίσιο του εφικτού και να ξεκινούν κυρίως από τοπικό επίπεδο πριν γενικευτούν στην πλανητική τους διάσταση» (Αναστασάτος, 2005).

Λόγου χάρη, το παιδί ξεκινά από μια αλλαγή η οποία αφορά τον προσωπικό τρόπο ζωής του, όπως ο περιορισμός της σπατάλης ενέργειας με την ορθολογική χρήση του αυτοκινήτου και των οικιακών ενεργειοβόρων συσκευών. Μέσα από την κατανόηση των διαφορετικών διαστάσεων του ιδίου προβλήματος σε διαφορετικές

κλίμακες, ο μαθητής είναι σε θέση δρώντας τοπικά, να συμβάλει αποτελεσματικά στην αντιμετώπιση του προβλήματος σε παγκόσμιο επίπεδο, (ΠΕΕΚΠΕ, 2004, 4-19).

Με την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, οι μαθητές αναζητώντας λύση στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα, γίνονται πιο υπεύθυνοι πολίτες, ενστερνίζονται τα προβλήματα του περιβάλλοντος ως προσωπική τους υπόθεση και βελτιώνουν την αυτοπεποίθησή τους, καθώς επίσης ενδυναμώνονται ως αυριανοί πολίτες (Hungerford & Volk, 1990).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

3.1. Κατανάλωση και περιβάλλον

Τα τελευταία χρόνια η υπερκατανάλωση έχει αυξήσει τις απαιτήσεις και τις ανάγκες, οδηγώντας σε αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων, σε επιδείνωση των παγκόσμιων οικολογικών προβλημάτων και τελικά σε καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος. Η υπερκατανάλωση, επομένως, επιταχύνει την καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, τη ρύπανση και την εξάντληση των ενεργειακών πηγών. Για την υπερβάλλουσα παραγωγή καταναλωτικών αγαθών χρησιμοποιούνται μεγάλες ποσότητες ενέργειας. Επιπλέον, η διοχέτευση των αερίων προϊόντων της καύσης στην ατμόσφαιρα δημιουργεί προβλήματα ρύπανσης (ατμοσφαιρική ρύπανση, φαινόμενο του θερμοκηπίου, τρύπα του όζοντος κ.λπ) (Αραβαντινός κ.α., 1999). Η ατμοσφαιρική ρύπανση, το φαινόμενο του θερμοκηπίου, η αύξηση της θερμοκρασίας και η τρύπα του όζοντος στην ατμόσφαιρα έχουν επιπτώσεις στο περιβάλλον, στη βιοποικιλότητα και κυρίως στην ανθρώπινη υγεία.

Η λελογισμένη κατανάλωση μπορεί να επιτευχθεί με τη σωστή ενημέρωση των καταναλωτών και την εκπαίδευσή τους. Η UNESCO, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της για την ανάπτυξη της εκπαίδευσης, η οποία θα διαμορφώνει αξίες και στάσεις για ένα βιώσιμο μέλλον της ανθρωπότητας και του πλανήτη, κάλεσε τα κράτη μέλη της UNECE να προγραμματίσουν τις δράσεις τους για τη δεκαετία 2005-2014. Το Υπουργείο Παιδείας διαμόρφωσε τις Περιβαλλοντικές Δράσεις για την Αειφορία οι οποίες στοχεύουν αφενός να καλλιεργήσουν στους μαθητές αξίες και στάσεις που χαρακτηρίζουν τον ενεργό και υπεύθυνο πολίτη και αφετέρου να προωθήσουν μια αμφίδρομη σχέση σχολείου και κοινωνίας (Κούσουλας, 2008).

Σημειώνεται ότι στο πλαίσιο αυτής της δράσης το 2007 επιλέχθηκε ως περιβαλλοντικό θέμα το : «Καταναλωτισμός και Περιβάλλον». Με αυτή τη δράση δόθηκε μεγάλη έμφαση στις προεκτάσεις της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε ατομικό και σε κοινωνικό επίπεδο. Ο τρόπος κατανάλωσης επηρεάζει την υγεία, τη χρήση των φυσικών πόρων, την κατανάλωση ενέργειας, τη διαχείριση των απορριμμάτων και άλλα κοινωνικά ζητήματα (Κούσουλας, 2008).

Σύμφωνα με έρευνα που διενεργήθηκε από τον Φράγκο (2003) και παρουσιάστηκε στο συνέδριο με θέμα: «Ποσοτικές μέθοδοι στη βιομηχανία και στις εμπορικές επιχειρήσεις», οι οικολογικά συνειδητοί καταναλωτές είναι ιδιαίτερα συνειδητοποιημένοι αναφορικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα και τις επιπτώσεις που έχουν στη ζωή και στη υγεία τους. Δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην περιβαλλοντική προστασία, ανακυκλώνοντας, κάνοντας περισσότερο φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές (όπως η επιλογή οικολογικών προϊόντων χαρτιού και απορρυπαντικών, η αγορά βιολογικών φρούτων και λαχανικών). Η επιλογή φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων είναι περιστασιακή στα μικρομεσαία εισοδήματα, καθώς αυτά τα προϊόντα είναι ακριβά με συνέπεια να μην είναι οικονομικώς προσιτά για να καταναλωθούν. Επιπλέον, οι καταναλωτές δεν πετάνε σκουπίδια στο έδαφος, δεν κάνουν πολύ θόρυβο, ενδιαφέρονται να ενημερώνονται για την περιβαλλοντική προστασία και χρησιμοποιούν λιγότερη ενέργεια και νερό. Όμως, δε συμμετέχουν εθελοντικά σε οργανώσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, ούτε δίνουν εισφορές σε αυτού του είδους τις περιβαλλοντικές οργανώσεις.

3.2. Αειφόρος Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση

Η Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη με τα προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης αναπτύσσει την κοινωνική υπευθυνότητα και προωθεί την αλλαγή στάσεων και συμπεριφοράς των ανθρώπων. Με αυτό τον τρόπο οι μαθητές γίνονται ενεργοί και υπεύθυνοι πολίτες. Με το άνοιγμα του σχολείου στην

κοινωνία και με την υλοποίηση κοινών δράσεων γίνονται αλλαγές στον τρόπο ζωής σε ατομικό, οικογενειακό και κοινωνικό επίπεδο (UNESCO, 1997).

Η Αειφόρος εκπαίδευση αναπτύσσει δράσεις που οδηγούν στον περιορισμό των επιπτώσεων στο περιβάλλον, καθώς και στη βελτίωση του επιπέδου της κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας του πληθυσμού διασφαλίζοντας ένα βιώσιμο μέλλον.

Η σύνδεση της εκπαίδευσης με την Αειφόρο Ανάπτυξη είναι σημαντική, αφού συμβάλλει μέσα από τα προγράμματα Π.Ε., δίκτυα και δράσεις σε συνεργασία με τοπικούς και κοινωνικούς φορείς στην καλλιέργεια αειφόρου συνείδησης στην κοινωνία των πολιτών (Παπαζήσης.Χ, Παπαζήσης.Ε, 2007).

Κάθε άτομο συμμετέχει τόσο στις τωρινές συνθήκες, όσο και στη μελλοντική διαχείριση του περιβάλλοντος (κοινωνικού, πολιτιστικού, φυσικού και δομημένου). Ως εκ τούτου, οι αξίες της Αειφορίας αναπτύσσονται επιτυχέστερα μέσω της εκπαίδευσης, της αύξησης της ευαισθητοποίησης και της ενδυνάμωσης των πολιτών για την πρόληψη και εξεύρεση λύσεων στα περιβαλλοντικά προβλήματα. Η εκπαίδευση που προέρχεται από τα προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ή από τα προγράμματα Εκπαίδευσης για την Αειφόρο Ανάπτυξη, διαμορφώνει αξίες, στάσεις και συμπεριφορές και αναπτύσσει την κριτική σκέψη και θεώρηση της πληροφορίας για τη λήψη αποφάσεων και εφαρμογή αειφορικών πρακτικών, μέσα από την ολιστική αντιμετώπιση του κόσμου και την αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων (Tilbury & Cooke, 2005).

Οι στόχοι της Αειφόρου Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, με την προώθηση της αμφίδρομης σχέσης σχολείου και κοινωνίας με κοινές δράσεις συμβάλλει:

- στην ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας σε θέματα περιβάλλοντος,
- στην υποστήριξη των νέων, προκειμένου να αναπτύξουν τέτοιες δεξιότητες σχετικές με τη δημιουργία ενός οικολογικά βιώσιμου μέλλοντος,

- στην ενθάρρυνση των νέων να κάνουν τη διαφορά στην παροχή μιας προοπτικής για τους συνομηλίκους τους σε θέματα περιβάλλοντος,
- στην στήριξη των νέων για ενεργή συμμετοχή στην προστασία του περιβάλλοντος,
- στην προώθηση των νέων να γίνουν φορείς αλλαγής,
- στη δημιουργία ευκαιριών για τους νέους ώστε να παίξουν ένα σημαντικό και ενεργό ρόλο σε ένα οικολογικό και αειφόρο μέλλον,
- στο σχεδιασμό και υλοποίηση περιβαλλοντικών προγραμμάτων στην εκπαίδευση,
- στην επεξήγηση της σημασίας του περιβάλλοντος και της Αειφορίας στους νέους (Παπαζήσης.Ε, Παπαζήση.Χ, 2007).

Σύμφωνα με το Συμβούλιο της Ε.Ε. (2006) η Αειφόρος Ανάπτυξη αποβλέπει στη συνεχή βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης στη Γη προς όφελος τόσο της παρούσας γενιάς όσο και των μελλοντικών γενεών.

Σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη (2002), σκοπός της Αειφόρου Ανάπτυξης είναι η ενσωμάτωση των κοινωνικών, των οικονομικών και των περιβαλλοντικών διαστάσεων της στη χάραξη πολιτικής σε διεθνές, τοπικό και εθνικό επίπεδο. Επίσης επιδιώκεται η καθολική υιοθέτηση μιας ενιαίας, αντιπροσωπευτικής και ευρέως συμμετοχικής προσέγγισής της, καθώς και η μέτρηση της προόδου στην εφαρμογή των στόχων και του σκοπού του Σχεδίου Εφαρμογής του Γιοχάνεσμπουργκ (UNSD, 2002).

Νευραλγικός τομέας, αναφορικά με την αειφόρο ανάπτυξη είναι η εκπαίδευση, η οποία έχει κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές διαστάσεις. Η εκπαίδευση διαμορφώνει τις συνειδήσεις των μελλοντικών πολιτών. Οι αρνητικές επιπτώσεις από την υποβάθμιση του περιβάλλοντος μέσω της άναρχης δόμησης και της αλόγιστης χρήσης των φυσικών πόρων, της εμπορευματοποίησης των

ανθρώπινων σχέσεων, της διαρροής χρημάτων έξω από την τοπική κοινωνία κ.λπ. καθιστούν απαραίτητη την συμμετοχή των πολιτών σε ένα σύνολο δράσεων. Αυτές οι δράσεις είναι η επιχειρηματική αποτελεσματικότητα, η σωστή διαχείριση των φυσικών πόρων, η συνειδητοποιημένη χρήση νερού και ενέργειας, η μείωση των μεταφορών, η διαχείριση των απορριμμάτων, η βιοποικιλότητα, η μείωση της υπερκατανάλωσης και η κοινωνική υπευθυνότητα. Επομένως, περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δράσεις που αφορούν στη μείωση των επιπτώσεων στο περιβάλλον και δεν χρησιμοποιούν το περιβάλλον ή τη φύση ως ένα εμπορικό εργαλείο.

Η εκπαίδευση μπορεί να συμβάλει στην Αειφόρο Ανάπτυξη. Η Αειφόρος Εκπαίδευση είναι μια οικονομική δραστηριότητα, που ανταποκρίνεται στις ανάγκες των εκπαιδευόμενων, ενώ ταυτόχρονα προστατεύει το περιβάλλον και βελτιώνει το επίπεδο κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας του τοπικού πληθυσμού παρέχοντας ευκαιρίες και διασφαλίζοντας το μέλλον (Hicks & Holden, 1995).

Η Αειφόρος Εκπαίδευση έχει μεγάλη σημασία στην κοινωνική, οικονομική, περιβαλλοντική και πολιτισμική ανάπτυξη μιας περιοχής, μιας χώρας και τελικά ολόκληρου του πλανήτη.

3.3. Καταναλωτική συμπεριφορά εφήβων

Η υπερκατανάλωση είναι ένα φαινόμενο το οποίο παρουσιάζεται σε ενήλικες άλλα και σε ανήλικους. Σήμερα, τα παιδιά και ιδιαίτερα οι έφηβοι αποτελούν περισσότερο από ποτέ, τον κύριο στόχο του μάρκετινγκ, αφού τα προϊόντα οι υπηρεσίες απευθύνονται σ' αυτούς και κατακλύζουν συνεχώς την αγορά. Τις περισσότερες φορές τα παιδιά, και κυρίως οι έφηβοι, γίνονται έρμαιο της διαφήμισης και της μάρκας, αφού τα καταναλωτικά πρότυπα της εποχής επηρεάζουν και επιβάλλουν με τον τρόπο τους την καταναλωτική συμπεριφορά τους. Από την άλλη πλευρά, η βιώσιμη ανάπτυξη (η ανάπτυξη εκείνη που ικανοποιεί τις ανάγκες του

παρόντος, χωρίς να διακυβεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες), που αποτελεί την απάντηση στα περιβαλλοντικά ζητήματα, προϋποθέτει αλλαγές στα καταναλωτικά πρότυπα, στη νοοτροπία, στη συμπεριφορά και στον τρόπο ζωής.

Σύμφωνα με τον Ajzen (2008), η καταναλωτική συμπεριφορά σχετίζεται με τη μνήμη, την επίδραση και το συναίσθημα, την κρίση και την επιλογή, τις δυναμικές των ομάδων. Κατ' ουσίαν, η καταναλωτική συμπεριφορά, και δη των εφήβων, σχετίζεται με δύο είδη επιλογών, την αγορά ή μη ενός αγαθού (δηλαδή την ενέργεια), και την επιλογή του συγκεκριμένου αγαθού (επιλογή μάρκας κ.λπ) (δηλαδή το στόχο, το περιεχόμενο, και το χρόνο).

Η καταναλωτική συμπεριφορά επομένως, σχετίζεται με τα αίτια επιλογής ενός προϊόντος έναντι κάποιου άλλου. Δηλαδή, σχετίζεται με την ενέργεια, το στόχο, το περιεχόμενο, και το χρόνο. Η ενέργεια σχετίζεται με την συνειδητοποίηση της ανάγκης, τη διαθεσιμότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας, την συλλογή των πληροφοριών και την επιλογή του προϊόντος, (Ajzen, 2008).

Η χρησιμοποίηση των αγαθών και των υπηρεσιών για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών είναι απαραίτητη για την επιβίωση, την υγεία, την ασφάλεια και την εν γένει καλή ποιότητα ζωής. Παράλληλα με την κατανάλωση θα πρέπει να διασφαλιστεί το μέλλον. Η κατανάλωση δεν είναι μια απλή οικονομική συναλλαγή, αλλά είναι μια συμπεριφορά, μια στάση και μια έκφραση ζωής με πολλές και σημαντικές διαστάσεις και αντιφάσεις. Διαστάσεις με πραμέτρους οικονομικές, κοινωνικές, πολιτισμικές, ηθικές, ανθρωπιστικές, περιβαλλοντικές. Επισημαίνεται, ότι οι υποκειμενικές ανάγκες καθορίζουν την καταναλωτική συμπεριφορά, η οποία έχει σχέση με τη φιλοσοφία, τις ηθικές αξίες, την παιδεία και την προσωπικότητα του ατόμου. Επίσης είναι σημαντική η εναρμόνιση από νωρίς των αναγκών του ανθρώπου με τις επιθυμίες του ώστε να μην οδηγείται στην υπερκατανάλωση. Να μπορεί να διαχειρίζεται τους οικονομικούς του πόρους και να γνωρίζει την αγοραστική του δύναμη. Να εξασφαλίζει ένα επίπεδο διαβίωσης χωρίς να θυσιάζει το περιβάλλον, να είναι επιλεκτικό άτομο, με κριτική σκέψη απέναντι στις προκλήσεις κυρίως της

διαφήμισης. Να γνωρίζει τις υποχρεώσεις του και να ασκεί τα δικαιώματά του ως υπεύθυνος πολίτης και καταναλωτής (Κούσουλας, 2008).

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, συμβάλλει στη συνειδητοποίηση της σημασίας των ατομικών επιλογών που κάνουν οι έφηβοι και πώς αυτές σχετίζονται με τα περιβαλλοντικά προβλήματα (UNESCO- UNEP, 2000). Η υπερκατανάλωση, η σπατάλη ενέργειας κ.λπ. αποτρέπεται με την ενεργό εμπλοκή των μαθητών (μελλοντικών πολιτών) σε αυτά στα πλαίσια ενός προγράμματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Παπαδημητρίου, 2005). Με την ενασχόληση με αυτά τα περιβαλλοντικά προβλήματα, τα παιδιά κατανοούν τα βαθύτερα αίτια που τα προκαλούν (κοινωνικά, οικονομικά, πολιτικά, πολιτισμικά) και ποιος είναι ο ρόλος και η ευθύνη τους ως προς αυτά, καθώς και πώς επηρεάζουν το περιβάλλον (Φλογαΐτη & Λιαράκου, 2005) .

Στο πλαίσιο της παιδαγωγικής εκπαίδευσης, ο μαθητής προσανατολίζεται στην συνειδητοποίηση της ανάληψης μιας σειράς πράξεων για τη μείωση της υπερβάλλουσας κατανάλωσης (Jensen & Schnack, 1997, 163-178). Λόγου χάρη, ο έφηβος ξεκινά από μια αλλαγή η οποία αφορά τον προσωπικό τρόπο ζωής, όπως ο περιορισμός της σπατάλης με την ορθολογική κατανάλωση. Με αυτό τον τρόπο ο μαθητής συμβάλλει καταλυτικά στην αντιμετώπιση του προβλήματος (ΠΕΕΚΠΕ, 2004, 4-19).

Ως εκ τούτου, οι μαθητές γίνονται πιο υπεύθυνοι πολίτες και ενστερνίζονται ότι η υπερκατανάλωση είναι και προσωπική τους υπόθεση (Hungerford & Volk, 1990).

Ο σεβασμός προς το περιβάλλον, μέσα από την κατανάλωση είναι μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους των νέων καταναλωτικών προτύπων που δημιουργούνται. Είναι η πιο σημαντική και πολύπλευρη συνιστώσα του καταναλωτισμού. Η καταναλωτική συμπεριφορά και οι καθημερινές αγοραστικές επιλογές από το σχολείο συμβάλλουν θετικά στην προστασία ή αρνητικά στην καταστροφή του περιβάλλοντος (Κούσουλας, 2008).

Η περιβαλλοντική καταναλωτική συμπεριφορά, σχετίζεται μερικώς και με ενέργειες όπως την αγορά λιγότερων τυποποιημένων προϊόντων, την ανακύκλωση σε ειδικούς κάδους, καθώς τον περιορισμό της κατασπατάλησης της ενέργειας. Όπως επισημάνθηκε από τον Ajzen (2008), αυτού του είδους η συμπεριφορά δε μπορεί με βεβαιότητα να προβλεφθεί. Στην περίπτωση της περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, η γενική συμπεριφορά δεν αναμένεται ότι σχετίζεται με την συμπεριφορά των ατόμων. Το ενδιαφέρον για το περιβάλλον είναι ένα με την περιβαλλοντική καταναλωτική συμπεριφορά και σχετίζεται με πολλά είδη συμπεριφοράς (Ajzen, 2008.).

Στο πλαίσιο αυτού του προβληματισμού, *«πώς οι σημερινοί έφηβοι και μελλοντικοί πολίτες, που ζουν σε μια υπερκαταναλωτική κοινωνία και διαμορφώνουν ανάλογη καταναλωτική συμπεριφορά, θα αντιμετωπίσουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα και θα επιδράσουν στη βιώσιμη ανάπτυξη»* και *«πώς η περιβαλλοντική εκπαίδευση επιδρά στις καταναλωτικές στάσεις των εφήβων»* διεξήχθη η εμπειρική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Η ΕΦΗΒΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους εφήβους και τα χαρακτηριστικά τους, τους παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά τους, τις στάσεις και τις αξίες τους.

4.1. Χαρακτηριστικά Εφηβείας

Η εφηβεία, που είναι μια μεταβατική φάση ανάμεσα στην παιδική ηλικία και την ενηλικίωση, είναι μία από τις πιο κρίσιμες και τις πιο περίπλοκες περιόδους της ζωής του ανθρώπου. Κατά τη διάρκεια της σημειώνονται ραγδαίες μεταβολές στο σώμα, στο νοητικό, στο συναισθηματικό και τον κοινωνικό τομέα της ζωής του νεαρού ατόμου. Ταυτόχρονα, ο νέος προσπαθεί, για πρώτη φορά στη ζωή του, να διαμορφώσει την προσωπική του ταυτότητα.

Οι σωματικές μεταβολές είναι πιθανόν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των εφήβων, όπως δυσκολίες στη δυνατότητα συγκέντρωσής τους. Η εφηβεία είναι περίοδος εσωτερικού αναβρασμού και συναισθηματικής αναστάτωσης. Συχνά στους εφήβους παρατηρούνται τρομερές μεταπτώσεις. Άλλοτε είναι χαρούμενοι και εύθυμοι και άλλοτε δύσθυμοι και μελαγχολικοί (Σιώμκος, 1994).

4.2. Παράγοντες Που Επηρεάζουν Τη Συμπεριφορά Των Εφήβων

4.2.1. Φυσική ανάπτυξη

Η πορεία της φυσικής ανάπτυξης από παιδί σε ενήλικα ονομάζεται ήβη. Η έναρξη της ενηλικίωσης και οι παράγοντες οι οποίοι την επηρεάζουν δεν είναι εντελώς γνωστοί.

Κατά τα τελευταία στάδια της παιδικής ηλικίας οι ρυθμοί ανάπτυξης αρχίζουν να αυξάνουν σε βαθμό παρόμοιο με αυτό της βρεφικής ηλικίας. Κατά το στάδιο της εφηβικής ηλικίας το παιδί παίρνει 20% του ύψους ενός ενήλικα και το 50% του βάρους του. Επίσης τα περισσότερα από τα όργανα του οργανισμού διπλασιάζονται σε μέγεθος.

Κατά την διάρκεια των 5-7 χρόνων της εφηβικής ηλικίας, ο ταχύς ρυθμός ανάπτυξης συνεχίζεται παρ'ότι ένα μεγάλο ποσοστό από το ύψος παρατηρείται κατά την «έξαψη ανάπτυξης». Η 12μηνη-24μηνη αυτή περίοδος, λαμβάνει χώρα σε διαφορετικές ηλικίες. Συμβαίνει νωρίτερα στα κορίτσια απ' ό,τι στα αγόρια και σχετίζεται με τη σεξουαλική ανάπτυξη.

Η σύσταση του σώματος αλλάζει κατά την ωρίμανση. Κατά την προεφηβική περίοδο το ποσοστό λίπους στα αγόρια και στα κορίτσια τείνει να είναι παρεμφερές (λίπος σώματος 15% και 19% αντιστοίχως), ενώ η μυϊκή σωματική μάζα είναι περίπου ίδια στα δυο φύλα. Κατά την εφηβική ηλικία τα κορίτσια παίρνουν, αναλογικά, περισσότερο λίπος και ως συνέπεια, σαν ενήλικοι το ποσοστό λίπους είναι 23% για τα κορίτσια και 12% για τα αγόρια. Αντίθετα, τα αγόρια κατά την ίδια περίοδο αναπτύσσουν τους μύες περισσότερο από τα κορίτσια.

Η εφηβική ανάπτυξη περιλαμβάνει την ταχεία φυσική ανάπτυξη, καθώς και την σημαντική ψυχο-κοινωνική ανάπτυξη και σεξουαλική ωρίμανση. Λόγοι λοιπόν που επηρεάζουν καθοριστικά τη συμπεριφορά των εφήβων μπορούν να χαρακτηριστούν από τους παρακάτω παράγοντες.

4.2.2 Ψυχολογικοί παράγοντες

Ο ψυχολογικός παράγοντας δρα ως κεντρικό θέμα στον τρόπο που σκέφτεται το κάθε άτομο, επιδρώντας κατ'επέκταση στη συμπεριφορά του. Το άτομο, ζώντας μέσα σε ένα περιβάλλον ομάδας, επηρεάζεται από αυτό και πολλές φορές υιοθετεί τις

αντίληψεις του. Οι κυριότεροι ψυχολογικοί παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά είναι η γνώση, η αντίληψη, η μνήμη, η μάθηση, η παρώθηση, η σκέψη και η στάση.

Η αντίληψη είναι η διαδικασία της λήψης και της ερμηνείας των ερεθισμάτων του περιβάλλοντος (Χυτήρης, 1997). Ο κόσμος είναι γεμάτος από σύνθετα ερεθίσματα του περιβάλλοντος και η αντίληψη που έχει το άτομο γι' αυτό το βοηθά να τα κατατάξει σε κατηγορίες και να οργανώσει τον τρόπο με τον οποίο σκέφτεται. Όμως, το κάθε άτομο για τον κόσμο έχει πολλές φορές μια διαφορετική αντίληψη και ερμηνεία των γεγονότων.

Η αντίληψη είναι η πολύπλοκη γνωσιολογική διαδικασία μέσω της οποίας το άτομο αισθάνεται, επιλέγει, οργανώνει, και ερμηνεύει πληροφορίες του περιβάλλοντος (Μπουραντάς, 1992). Τα χαρακτηριστικά του ατόμου που επιδρούν στη διαδικασία της αντίληψης είναι οι εμπειρίες, η ψυχολογική κατάσταση, η προδιάθεση, η αυτοαντίληψη, οι ανάγκες και οι αξίες. Οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τον έξω κόσμο ανάλογα με τις ανάγκες, τα ενδιαφέροντά τους και την προδιάθεσή τους, και ανάλογα των χαρακτηριστικών της προσωπικότητάς τους.

4.2.3 Το Φύλο

Το φύλο είναι το σύνολο των έμφυτων όντων που είναι όμοια προς τη φύση αλλά διακρίνονται ως προς το είδος (γένος θηλυκό – αρσενικό) (Μαγνήσαλης, 1997, σελ.68) Τα βιολογικά και τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά κάθε εφήβου επηρεάζουν τη συμπεριφορά του. Γενικά τα αγόρια τείνουν να είναι περισσότερο ορθολογικά, ενώ τα κορίτσια είναι περισσότερο παρορμητικά περίεργα και ευσυγκίνητα (Σιώμοκος, 1994).

4.2.4 Κοινωνικοί παράγοντες

Ο έφηβος γεννιέται, ζει και μεγαλώνει μέσα σε μια ευρύτερη κοινωνία από την οποία επηρεάζεται άμεσα και έμμεσα. Το κοινωνικό περιβάλλον επηρεάζει τη συμπεριφορά και την προσωπικότητά του. Οι έφηβοι είναι μέλη ενός ευρύτερου περιβάλλοντος το οποίο και τους επηρεάζει σημαντικά.

Με την ανάλυση της κοινωνικής δομής γίνεται καλύτερα κατανοητό το κοινωνικό περιβάλλον. Τα άτομα επαναλαμβάνουν ορισμένα πρότυπα συμπεριφοράς (Παγκάκης, 1997). Άλλωστε, η ανθρώπινη κοινωνία αποτελείται από επαναλαμβανόμενες ή τυποποιημένες πράξεις, οι οποίες μπορούν να περιγραφούν αλλά και να προβλεφθούν.

4.2.5 Η Οικογένεια

Η οικογένεια αποτελεί ένα σύνολο ανθρώπων που συνδέονται μεταξύ τους με τον ισχυρό δεσμό του αίματος και από εκεί πηγάζει η αμοιβαιότητα των αισθημάτων των μελών της και η ανάγκη προστασίας των μικρότερων μελών της οικογένειας. Περιλαμβάνει τους συζύγους, τα παιδιά και συχνά και τρίτα πρόσωπα που συνδέονται με τους συζύγους με στενούς κοινωνικούς δεσμούς. Κύρια χαρακτηριστικά των μελών της είναι η κατοίκηση στον ίδιο χώρο και η οικονομική συνεργασία.

Βασική αποστολή της οικογένειας είναι να ικανοποιήσει τις φυσικές και ψυχολογικές ανάγκες των μελών της και να εξασφαλίσει την επιβίωση της.

Η λειτουργία της οικογένειας είναι πολύ σημαντική για τα μέλη της, αφού σύμφωνα με τους Duvall, (1977, στο Schwebel & Fine, 1994), 1. προσφέρει στέγη, τροφή, ρουχισμό και ιατρική βοήθεια στα μέλη της, 2) παρέχει διευκολύνσεις στα μέλη, ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε μέλους, 3) αποφασίζει ποιος κάνει τι στην υποστήριξη, διοίκηση και φροντίδα του σπιτιού και των μελών της, 4) φροντίζει για την κοινωνικοποίηση των μελών, μέσω της ανάληψης ώριμων ρόλων μέσα στην

οικογένεια, 5) διαμορφώνει τρόπους αλληλεπίδρασης, επικοινωνίας και έκφρασης αγάπης ανάμεσα στα μέλη, μέσα στα επιτρεπτά, για την κοινωνία όρια, 6) γεννά ή υιοθετεί παιδιά, 7) θέτει τους δικούς της κανόνες σε θέματα όπως σχολείο, ζωή μέσα στην κοινότητα, φίλους, συγγενείς, και 8) επιβραβεύει τα επιτεύγματα των μελών της, αντιμετωπίζει τις προσωπικές και οικογενειακές κρίσεις, θέτει κοινούς στόχους, διαμορφώνει κανονισμούς και αξίες.

Η οικογένεια είναι η πιο μικρή κοινωνική ομάδα, η οποία διέπεται και από κοινωνικά χαρακτηριστικά. Η οικογένεια, συνιστά το κύτταρο της κοινωνίας καθώς είναι μια σημαντική οικονομική μονάδα. Ως οικονομική ομάδα, η οικογένεια έχει διπλό ρόλο, την παραγωγή και την κατανάλωση (Αποστολόπουλος, 1996).

Ο ρόλος της οικογένειας στη διαμόρφωση της ζωής και της προσωπικότητας των μελών της είναι πολύ σημαντικός. Αναμφισβήτητα, οι έφηβοι διαμορφώνουν αξίες, παραδόσεις, στάσεις και ενδιαφέροντα σύμφωνα με τη γαλούχηση που έχουν από την οικογένειά τους. Ο χαρακτήρας και η προσωπικότητα, που διαμορφώνουν επηρεάζει και την καταναλωτική τους συμπεριφορά (North and Kotzi, 2001).

4.2.6 Η Κοινωνική τάξη

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει τη συμπεριφορά των εφήβων είναι η κοινωνική τάξη της οικογένειάς τους. Η κοινωνική τάξη, είναι οι διαφορές και οι ομοιογενείς διαιρέσεις της κοινωνίας μέσα από τις οποίες το άτομο ή η οικογένεια από την οποία προέρχεται μοιράζονται τις ίδιες αξίες, τον ίδιο τρόπο ζωής, τα ίδια ενδιαφέροντα και διαμορφώνουν ένα είδος συμπεριφοράς που μπορεί να ταξινομηθεί (Μάλλιαρης, 1990, σελ. 205).

Η κοινωνική τάξη της οικογένειας προσδιορίζεται βάσει της μόρφωσης, του επαγγέλματος και του εισοδήματος. Σύμφωνα με τον Schaninger (1981), η κοινωνική τάξη ως μεταβλητή της καταναλωτικής συμπεριφοράς χρησιμοποιείται κυρίως στις περιπτώσεις όπου τα προϊόντα έχουν κάποια συμβολική αξία (ακριβά κρασιά κ.λπ) και που η χρήση τους είναι εμφανής (ακριβά ρούχα, αυτοκίνητα κ.λπ.).

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει τη συμπεριφορά των εφήβων είναι το κοινωνικό επίπεδο των γονέων. Η μόρφωση των γονιών και το επάγγελμά τους φαίνεται να επηρεάζει τους εφήβους.

Σύμφωνα με έρευνα που έγινε από τους Λιάμπα και Τουρτούρα (2007), η πολιτιστική συμπεριφορά των μαθητών, σχετίζεται με το οικογενειακό τους περιβάλλον αλλά και με το σχολείο. Οι μαθητές επηρεάζονται πρώτα από την οικογένειά τους και μετά από το σχολείο, εφόσον, βέβαια, η οικογένεια είναι ανοικτή σε νέες ιδέες. Η ενασχόληση των μαθητών-μαθητριών τεχνικού και γενικού λυκείου με τις καλές τέχνες (μουσική, ζωγραφική, χορός, μπαλέτο κ.ά.) είναι σε πολύ χαμηλό επίπεδο. Ωστόσο, σε όσους ασχολούνται, φαίνεται να παίζει φανερά σημαντικό ρόλο το επάγγελμα της μητέρας. Συγκεκριμένα, η μητέρα που ανήκει σε μεσαία και ανώτερα επαγγέλματα, σχετίζεται σημαντικά με την ενασχόληση του μαθητή με τις καλές τέχνες. Χαρακτηριστικά, μαθητές με μητέρες δασκάλες φαίνεται να ασχολούνται σε μεγαλύτερα ποσοστά με τις καλές τέχνες από ό,τι εκείνοι με μητέρες άλλων επαγγελματικών κατηγοριών. Φαίνεται ότι, καθώς ανεβαίνει το μορφωτικό επίπεδο της οικογένειας, αυξάνεται και ο πλουραλισμός των συνδυασμών στις αναγνωστικές επιλογές των μαθητών. Υψηλό μορφωτικό και επαγγελματικό επίπεδο των γονέων σημαίνει μεγαλύτερη συχνότητα επίσκεψης στο μουσείο (ισχυρότερη παρουσία έχουν τα παιδιά των εκπαιδευτικών).

Το εισόδημα των γονέων επηρεάζει τη συμπεριφορά των εφήβων. Γενικά, το *κοινωνικοοικονομικό επίπεδο της οικογένειας* είναι άλλη μια από τις πιο συχνά αναφερόμενες μεταβλητές που επηρεάζουν την καθημερινή καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων.

Η οικογένεια επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά των μελών της γιατί σύμφωνα με τον Μαγνήσαλη (1997), διαμορφώνει τη βάση της εμπειρίας που επηρεάζει άμεσα τα πιστεύω και τα κριτήρια αξιολόγησης των νεαρών μελών της, επηρεάζοντας έμμεσα την παρώθηση και την προσωπικότητά τους. Είναι, επομένως, πολύ σημαντική η επίδραση που ασκεί η οικογένεια στη διαμόρφωση των μελλοντικών προτιμήσεων των νεαρών καταναλωτών.

Σύμφωνα με τον McNeal (2000), οι έφηβοι έχουν δικά τους χρήματα (από χαρτζιλίκι, από δώρα, από διάφορες οικιακές εργασίες και από εργασία) για να καλύπτουν τις ανάγκες τους. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι οι έφηβοι έχουν στην Αμερική εισόδημα της τάξεως των \$16,2 δισεκατομμυρίων και δαπανούν \$ 12,5 δισεκατομμυρίων σε τρόφιμα, ρούχα, βίντεο κ.ά.

4.2.7 Φίλοι- Συμμαθητές

Μετά την οικογένεια, το μικροσύστημα που επηρεάζει τη συμπεριφορά των εφήβων σε σημαντικό βαθμό είναι οι φίλοι και οι συμμαθητές τους. Οι έφηβοι περνούν περισσότερο χρόνο με τις παρέες των συνομηλίκων τους παρά τα παιδιά μικρότερης ηλικίας. Οι παρέες λειτουργούν ως αξιόπιστες πηγές πληροφοριών, κοινωνικών ρόλων για νέες πιο ορθές κοινωνικές συμπεριφορές, πηγές κοινωνικής ενίσχυσης, καθώς και γέφυρες εναλλακτικών νέων τρόπων ζωής. Αυτές οι «κλειστές» φιλίες που προσφέρουν στήριξη, φαίνεται να επιδρούν στη συμπεριφορά των εφήβων.

Οι παρέες σύμφωνα με τον Σιώμκο (1994), συνιστούν ομάδες επαφής και ομάδες αναφοράς που επηρεάζουν τους εφήβους. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι οι έφηβοι για να γίνουν αποδεκτοί από τους συνομηλίκους τους, αγοράζουν προϊόντα με συγκεκριμένες μάρκες.

Τη δεκαετία του 90, όσο ο αριθμός των πυρηνικών οικογενειών, των οικογενειών με χαμηλό οικογενειακό εισόδημα και αυτών που δεν αφιερώνουν αρκετό χρόνο στην κηδεμονία των παιδιών τους αυξανόταν, τόσο μεγαλύτερη σημασία είχε για τους έφηβους η παρουσία των φίλων στην ζωή τους (Dornbusch et al., 1991).

Εάν η παρέα του εφήβου για παράδειγμα, έχει πρότυπα συμπεριφοράς συνδεδεμένα με την υγεία, η αποφυγή για παράδειγμα του καπνίσματος και του αλκοόλ, τότε η επιρροή που θα δέχεται ο έφηβος θα είναι θετική για την μετέπειτα συνειδητή και συνδεδεμένη με την υγεία συμπεριφορά του. Σύμφωνα άλλωστε με μελέτη από το Journal of Youth and adolescence (2002), οι παρέες πράγματι μπορούν και να προστατεύσουν τους εφήβους από επικίνδυνες δραστηριότητες όπως το κάπνισμα τσιγάρου και μαριχουάνας.

Όμως, οι έφηβοι με λιγότερο από τους γονείς τους επιτηρούμενο χρόνο γίνονται πιο ευαίσθητοι στις επιρροές των φίλων και βρίσκονται σε μεγαλύτερο κίνδυνο υιοθέτησης πολλές φορές και λανθασμένων διατροφικών συνηθειών λόγω της λανθασμένης διατροφικής αγωγής της παρέας τους. Οι φιλικές συναναστροφές μπορεί να έχουν θετικές ή και αρνητικές συνέπειες στην διατροφική συμπεριφορά του ατόμου. Οι συνέπειες αυτές εξαρτώνται από την νοοτροπία του ίδιου του φιλικού του περιβάλλοντος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη καταναλωτική συμπεριφορά, σε γενικό επίπεδο και κατόπιν εξειδικεύεται στους εφήβους καθώς και στα κίνητρα τόσο τα εξωγενή όσο και τα ενδογενή, τα οποία συμβάλλουν στην διαμόρφωση της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς.

5.1 Προσδιορισμός της έννοιας της κατανάλωσης και της συμπεριφοράς του καταναλωτή

Η κατανάλωση είναι η αγορά για χρήση συγκεκριμένων αγαθών ή υπηρεσιών. Σύμφωνα με τον Σιώμκο (1994, σελ.24), η συμπεριφορά του καταναλωτή περιλαμβάνει όλες τις σχετικές με την αγορά του προϊόντος δραστηριότητες, τις σκέψεις και τις επιδράσεις που συμβαίνουν πριν, στη διάρκεια, και μετά την αγορά του προϊόντος, όπως αυτές πραγματοποιούνται από τους αγοραστές και τους καταναλωτές των προϊόντων και των υπηρεσιών καθώς και από εκείνους που επηρεάζουν την αγορά.

Σύμφωνα με τον Wilkie (1994, σελ.14), η καταναλωτική συμπεριφορά δεν είναι μόνο η διαδικασία λήψεως καταναλωτικών αποφάσεων και η αυτή καθεαυτή απόκτηση του προϊόντος, αλλά και οι περαιτέρω δραστηριότητες του καταναλωτή μετά τη αγορά του προϊόντος, όπως χρήση, αξιολόγηση και απόρριψη του προϊόντος ή της υπηρεσίας (Βλ. Blackwell et.al, 2001).

5.2 Κίνητρα Καταναλωτικής Συμπεριφοράς

5.2.1 Ενδογενή Κίνητρα

Σύμφωνα με τον Wilkie (1994) τα ενδογενή κριτήρια για την αγορά και την κατανάλωση ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας είναι αυτά τα οποία μέσω της χρησιμοποίησης τους προέρχεται ο κορεσμός και η ικανοποίηση από την κάλυψη των αναγκών για λόγους βιοποριστικούς και ψυχαγωγικούς, καθώς επίσης και των επιθυμιών.

Τα κίνητρα της ενδογενούς συμπεριφοράς είναι είτε καθαρά λειτουργικά (functional motives), όπως για παράδειγμα όταν κάποιος αγοράζει τούβλα για να χτίσει το σπίτι του, είτε κίνητρα που εκφράζουν το άτομο ως μια οντότητα ξεχωριστή (self expressive motives), όπως όταν κάποιος αγοράζει ένα δώρο για να ευχαριστήσει ένα μέλος της οικογένειάς του (Wilkie, 1994, σ.10).

Όμως, σύμφωνα με τους Blackwell, et.al. (2001), οι ανάγκες των καταναλωτών χωρίζονται στις φυσικές ανάγκες (physiological needs), στην ανάγκη υγείας και ασφάλειας, στην ανάγκη αγάπης και συντροφικότητας, στην ανάγκη οικονομικών πόρων, στην ανάγκη της ευχαρίστησης, στην ανάγκη της δημιουργίας της κοινωνικής εικόνας του ατόμου, στην ανάγκη της κατοχής και τέλος στην ανάγκη της πληροφορίας (Blackwell, et.al.,2001, σελ.233-245).

Οι καταναλωτές, πολλές φορές προσπαθούν να καλύψουν παραπάνω από έναν στόχους ή ανάγκες, με αποτέλεσμα να μην αναφερόμαστε σε ένα μόνο κίνητρο, αλλά σε μια ομάδα κινήτρων η οποία παρακινεί τη συμπεριφορά, του καταναλωτή. Επίσης, ενώ κάποια κίνητρα μπορούν να είναι εμφανή στους καταναλωτές και σε τρίτους, κάποια άλλα μπορεί να είναι πιο δύσκολο να προσδιοριστούν, όπως για παράδειγμα όταν οι αποφάσεις που πρέπει να ληφθούν είναι περισσότερο πολύπλοκες και συνδέονται στενά με τα συναισθήματα του ίδιου του καταναλωτή.

5.2.2 Εξωγενή Κίνητρα

Οι καταναλωτές επηρεάζονται από το περιβάλλον τους κατά τη διαδικασία λήψης καταναλωτικών αποφάσεων. Οι παράγοντες που μπορούν να επιδράσουν στην καταναλωτική συμπεριφορά του ανθρώπου άλλοτε μακροχρόνια και άλλοτε βραχυχρόνια, είναι η κουλτούρα, η οικογένεια, το φύλο, η εθνικότητα, η ηλικία, η θρησκεία, η κοινωνική τάξη στην οποία ανήκουν (Pinson & Jolibert, 1998), το επάγγελμά τους, το εισόδημά τους και το επίπεδο εκπαίδευσής τους.

Παράλληλα, ο κοινωνικός περίγυρος και οι ομάδες αναφοράς είναι εξίσου σημαντικοί παράγοντες, αφού οι καθημερινές συζητήσεις και επαφές επηρεάζουν τις καταναλωτικές μας συνήθειες. Εάν για παράδειγμα κάποιος αθλείται, οι διατροφικές του συνήθειες και οι ενδυματολογικές προτιμήσεις θα διαφέρουν από κάποιον που δεν αθλείται.

Σύμφωνα με τους ιδρυτές του σχολείου της ανθρωπιστικής ψυχολογίας, Abraham και Maslow, καθώς και τον Wilkie (1994), το περιβάλλον, αρχικά, είναι πολύ σημαντικό για τον προσδιορισμό των αναγκών που θα έχει το άτομο σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Επιπλέον, οι ανάγκες επανεμφανίζονται και είναι διαβαθμισμένες. Αρχικά ικανοποιούνται οι φυσιολογικές ανάγκες, έπειτα η ανάγκη για ασφάλεια, έπειτα η ανάγκη κοινωνικής συμμετοχής, οι ανάγκες εκτίμησης και, τέλος, οι ανάγκες αυτοκαταξίωσης (Εξαδάκτυλος, 1996, σελ.71).

5.2.3 Οικονομικοί παράγοντες προσδιορισμού της κατανάλωσης

Η κατανάλωση, επηρεάζεται από το διαθέσιμο εισόδημα που έχουν τα άτομα. Πέρα από το διαθέσιμο εισόδημα, η κατανάλωση επηρεάζεται από το εισόδημα που έχουν οι καταναλωτές στο παρελθόν, καθώς και από τις μελλοντικές προσδοκίες για το επίπεδο του εισοδήματός του στο μέλλον (Κώττη και Κώττης, 1993, Πουρναράκης, 1997).

Το εισόδημα στο παρελθόν επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά, γιατί τα άτομα που έχουν συνηθίσει σε υψηλά εισοδήματα έχουν και την αντίστοιχη καταναλωτική συμπεριφορά. Δηλαδή τα άτομα με υψηλή κατανάλωση καταναλώνουν μεγαλύτερο μέρος από τα τρέχοντα εισοδήματά τους, σε σύγκριση με άλλους καταναλωτές που έχουν χαμηλότερα εισοδήματα και οι οποίοι είναι περισσότερο ολιγαρκείς. Παράλληλα, οι προσδοκίες για το μελλοντικό εισόδημα επηρεάζουν τα επίπεδα κατανάλωσης, αφού, εάν τα άτομα αναμένουν μεταβολή του διαθέσιμου εισοδήματός του, θα μεταβάλλουν αντίστοιχα και τα επίπεδα της κατανάλωσής τους.

Παράλληλα, η κατανάλωση επηρεάζεται από το σχετικό εισόδημα, δηλαδή το εισόδημα του καταναλωτή σε σχέση με το εισόδημα των άλλων καταναλωτών. Αυτό συμβαίνει γιατί τα άτομα έχουν την τάση να μιμούνται διάφορα καταναλωτικά πρότυπα με τα οποία έρχονται σε επαφή διαμορφώνοντας κατ'αυτό τον τρόπο και την αντίστοιχη καταναλωτική συμπεριφορά. Αυτό συνήθως γίνεται γιατί τα άτομα επιθυμούν μέσω της κατανάλωσης να επιδείξουν τον πλούτο τους στους άλλους. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι οι καταναλωτές με χαμηλά εισοδήματα, έχουν την τάση να δαπανούν μεγαλύτερο μέρος από το εισόδημά τους σε σχέση με τους καταναλωτές που διαθέτουν υψηλότερα εισοδήματα.

Το εισόδημα των γονέων επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων. Σύμφωνα με τον McNeal (2000), τα παιδιά δαπανούν τα χρήματα που τους δίνουν οι γονείς τους από την ηλικία των 4-5 ετών. Τα χρήματα που έχουν στη διάθεσή τους τα παιδιά προέρχονται από χαρτζιλίκι, από οικιακή εργασία, από δώρα από τους γονείς, από εργασία και από δώρα από άλλους. Επιπλέον, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, τα παιδιά όχι μόνο καταναλώνουν, αλλά και αποταμιεύουν μέρος των χρημάτων τους.

Οι έφηβοι δαπανούν τα χρήματά τους σε τρόφιμα, σε παιχνίδια, σε είδη ένδυσης και υπόδησης, σε είδη διασκέδασης, όπως βιντεοπαιχνίδια, ταινίες κ.λπ., σε είδη για το σπίτι και σε δώρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

6.1 Γενικά

Η καταναλωτική συμπεριφορά των ατόμων και το καταναλωτικό πρότυπο που ακολουθούν έχει επίπτωση στο περιβάλλον. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αναφορά στις καταναλωτικές προτιμήσεις των ατόμων, και στις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον, με βάση τα αποτελέσματα διαφόρων εμπειρικών μελετών.

6.2 Κατανάλωση και επιπτώσεις στο περιβάλλον

Εξετάζοντας συνδυαστικά την αναγκαιότητα μείωσης της υπερκατανάλωσης (μέσω μεταβολής της αγοραστικής συμπεριφοράς) και της περιβαλλοντικής αδιαφορίας (μέσω των στάσεων), καθώς και τις Υλιστικές Αξίες, τις Σφαίρες Ελέγχου και την Αμφισβήτηση Αυτοπροσδιορισμού (μέσω των μεταβλητών προσωπικότητας) προκύπτει ότι οι προαναφερθείσες έννοιες συνδέονται μεταξύ τους. Οι παράμετροι αυτές συνιστούν πλευρές του κυρίαρχου κοινωνικού παραδείγματος, το οποίο ωθεί τους ανθρώπους στην υπερκατανάλωση, στα υλικά αγαθά, στην αδιαφορία για την πολιτική, που παρατηρούνται στις σύγχρονες κοινωνίες και επιβάλλονται από τη λειτουργία των συστημάτων της ελεύθερης αγοράς και υποβοηθούνται από τα Μ.Μ.Ε.

Οι Follows και Jobber (2000), στον Καναδά, παρουσίασαν μια μελέτη που αφορά σε ένα συγκεκριμένο προϊόν και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της χρήσης του. Επέλεξαν τις πάνες μωρού θεωρώντας ότι οι πάνινες που πλένονται και επαναχρησιμοποιούνται είναι προϊόν περισσότερο φιλικό προς το περιβάλλον από ότι οι πάνες μιας χρήσης. Χρησιμοποίησαν τη Θεωρία Αιτιολογημένης Δράσης (Theory of Reasoned Action) των Fishbein και Ajz και επιβεβαίωσαν την σειρά με

την οποία ταξινομούνται τα κριτήρια με τα οποία αξιολογείται η πρόθεση αγοράς ενός προϊόντος και ακολούθως διαμορφώνεται και η αγοραστική συμπεριφορά.

Αναφορικά με τις μη-αγοραστικές φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές, οι Corraliza και Berenguer (2000), τις εντάσσουν στην ευρύτερη έννοια «περιβαλλοντικές ενέργειες», όπως «παίρνω τσάντες μαζί όταν πηγαίνω για ψώνια» και «συμμετέχω σε συλλογή υπογραφών υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντος». Από το 1993 η ομάδα των Bohlen, et.al., (1993) είχαν κατασκευάσει μια κλίμακα που την ονόμασαν «πολιτική δράση» που περιείχε θέματα, όπως «υποστηρίζω περιβαλλοντικές ομάδες πίεσης», «γράφω σε εφημερίδες σχετικά με πράσινα θέματα» κλπ, και βρήκαν ότι η πολιτική δράση είναι ο παράγοντας ο οποίος προσδιορίζει την πράσινη αγοραστική συμπεριφορά Sclegelmilch, et.al., (1996). Ο Blake (2001) αργότερα διεύρυνε τις παραμέτρους της «πολιτικής δράσης», συμπεριλαμβάνοντας και παραμέτρους προσδιορισμού της συμπεριφοράς, όπως «συνδράμω με χρήματα στην υποστήριξη ενός περιβαλλοντικού σκοπού», «εργάζομαι εθελοντικά για την εκλογή ενός περιβαλλοντολόγου υποψηφίου», «συμμετέχω σε μια περιβαλλοντική οργάνωση». Η πολιτική δράση μαζί με το μετα-υλισμό (δηλαδή την οικονομική φιλοσοφία όπου τονίζεται η ποιότητα της ζωής και των περιβαλλοντικών ζητημάτων) είναι προσδιοριστικοί παράγοντες της φιλο-περιβαλλοντικής αγοραστικής συμπεριφοράς.

Οι Ebreo και Vining (2001), πραγματοποίησαν έρευνα για τον βαθμό συχνότητας της ανακύκλωσης των καταναλωτών και κατά πόσο τελικά σχετίζεται με τη μείωση των απορριμμάτων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η τάση των καταναλωτών να μειώνουν τα απορρίμματα δε σχετίζεται με την ανακύκλωση. Επίσης, προέκυψε ότι διαφορετικοί είναι οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν ή και να προβλέψουν την ανακύκλωση από τους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τη μείωση των απορριμμάτων.

Οι Davies, et.al., (2002), διερεύνησαν τη συσχέτιση ανάμεσα στην πρόθεση συμπεριφοράς και στην πραγματική συμπεριφορά στη Μ. Βρετανία. Ειδικότερα, μετρώντας την πρόθεση συμπεριφοράς, προσπάθησαν να διερευνήσουν κατά πόσο

σχετίζεται με την πραγματική συμπεριφορά. Από την έρευνα προέκυψε ότι δεν μπορεί να προβλεφθεί η πραγματική καταναλωτική συμπεριφορά.

Οι Moisander και Pesonen (2002), εξέτασαν τους αειφόρους τρόπους ζωής και «κατασκευής» του εαυτού ως πράσινο καταναλωτή. Η έρευνα έγινε στη Σουηδία σε φοιτητές και μέλη οικολογικών οργανώσεων. Σύμφωνα με αυτή την έρευνα, οι ριζοσπάστες, οικολογικά προσανατολισμένοι, υιοθετούν προσωπικές πρακτικές «κατασκευής» του εαυτού τους και εφευρίσκουν και προωθούν νέες ιδεολογίες που είναι περισσότερο σύμφωνες με την προσωπική περιβαλλοντική τους ιδεολογία.

Οι Fotopoulos και Krystallis (2002), διερεύνησαν τις στάσεις, την αγοραστική πρόθεση για βιολογικά προϊόντα και πώς αυτή επηρεάζεται από την ενημέρωση σχετικά με τα προϊόντα αυτά. Κατέληξαν ότι υπάρχουν τρεις τύποι καταναλωτών: οι μη-ενημερωμένοι, οι ενημερωμένοι μη-αγοραστές και οι ενημερωμένοι αγοραστές.

Οι Thøgersen και Olander (2002 και 2003), στη Δανία, διερεύνησαν τις φιλο-περιβαλλοντικές καταναλωτικές συμπεριφορές σε σχέση με την προτεραιότητα που δίνουν οι καταναλωτές σε κάποιες αξίες. Οι φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές είναι: η αγορά βιολογικών τροφίμων, η αγορά οικολογικών προϊόντων (άλλων εκτός τροφίμων), η μετακίνηση, η εξοικονόμηση και η ανακύκλωση. Οι φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές επηρεάζονται από τις αξίες, τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα έως μεσοπρόθεσμα. Σημειώνουν βέβαια ότι η επίδραση των αξιών της συμπεριφοράς είναι πολύ ασθενέστερη από την επίδραση της παρελθούσας συμπεριφοράς στην πρόβλεψη συμπεριφοράς. Γενικά, οι προτεραιότητες σε κάποιες αξίες φαίνεται να παραμένει σταθερή.

Οι Korfiatis, et.al., (2004), πραγματοποίησαν μελέτη στις Ευρωπαϊκές χώρες (Ελλάδα, Ρουμανία, Βουλγαρία, Ουκρανία και Γεωργία) για την περιβαλλοντική συμπεριφορά σύμφωνα με το κοινωνικό και οικονομικό υπόβαθρο και τους

παράγοντες που την επηρεάζουν. Από την έρευνα προέκυψε ότι η περιβαλλοντική συμπεριφορά και οι παράμετροι, όπως η ανακύκλωση, η συνδρομή χρημάτων σε οικολογικές ομάδες, η οικονομία σε ενέργεια και νερό, η αγορά οικολογικά ασφαλών προϊόντων και η χρήση μαζικών μέσων μεταφοράς, επηρεάζονται κυρίως από τα οικονομικά ανταλλάγματα και όχι από τις πολιτικές στάσεις. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο και επίπεδο εκπαίδευσης) βρέθηκαν να είναι περισσότερο σημαντικοί παράγοντες επηρεασμού της συμπεριφοράς στην Ελλάδα.

Οι Cleveland, et.al., (2005), προσπάθησαν να αποκαλύψουν τις παραμέτρους που επηρεάζουν τη φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά. Η φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά αφορά τη μετακίνηση, την εξοικονόμηση ενέργειας, την αγορά προϊόντων σε ανακυκλωμένες συσκευασίες, την αγορά βιολογικών φρούτων και λαχανικών και ορισμένων άλλων οικολογικών προϊόντων. Η φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά σχετίζεται με τον αλτρουισμό των ατόμων, αλλά και με την οικονομική υποκίνηση και τις ατομικές προσπάθειες με σκοπό την ανακύκλωση.

Οι Gilg, et.al., (2005), ασχολήθηκαν με τη διερεύνηση του αειφόρου καταναλωτή (sustainable consumer) στη Μεγάλη Βρετανία και εξέτασαν εάν οι πράσινες αγοραστικές επιλογές σχετίζονται με άλλες περιβαλλοντικές ενέργειες. Ειδικότερα διερευνήθηκε ο βαθμός (συχνότητα) υιοθέτησης αειφόρων συμπεριφορών από τους καταναλωτές και είναι η επίδραση των περιβαλλοντικών αξιών, των δημογραφικών και ψυχολογικών παραγόντων στη φιλο-περιβαλλοντική δέσμευση. Από την έρευνα προέκυψε ότι οι περισσότερο περιβαλλοντικά δεσμευμένοι καταναλωτές είναι περισσότερο πιθανό να έχουν μεγαλύτερο μέσο όρο ηλικίας, να είναι γυναίκες, να έχουν ιδιότητα σπίτια μικρού μεγέθους, να έχουν πτυχία (ή καθόλου εκπαίδευση), να κερδίζουν μεσαίο εισόδημα, να ανήκουν σε κάποια οργάνωση της κοινότητάς του και να ψηφίζουν Πράσινους Φιλελεύθερους Δημοκράτες.

Οι Shaw και Maynard (2008), επικεντρώθηκαν στο κατά πόσο υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στα οικονομικά κίνητρα και στην σχετικά με την ανακύκλωση συμπεριφορά των κατοίκων του Λονδίνου της Μεγάλης Βρετανίας. Τα αποτελέσματα

έδειξαν ότι οι κάτοικοι θα μπορούσαν να ενθαρρυνθούν να ανακυκλώνουν περισσότερο μέσω κυρίως βελτιώσεων στη δομή και την προώθηση των προγραμμάτων ανακύκλωσης και όχι μέσω των οικονομικών κινήτρων. Τα οικονομικά κίνητρα με τα οποία θα αυξηθεί η ανακύκλωση είναι: α) ανταμοιβές και όχι τιμωρίες, β) κοινοτικές ανταμοιβές ή εκπτώσεις φόρου και όχι ατομικές αμοιβές. Καθώς στο Λονδίνο οι κάτοικοι είναι ήδη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι και ανακυκλώνουν σύμφωνα με τους Shaw και Maynard (2008), η ανακύκλωση θα αυξηθεί μόνο εάν γίνουν οι απαραίτητες βελτιώσεις στη λειτουργία και την υποστήριξη των δημοτικών προγραμμάτων ανακύκλωσης με κάδους.

Οι Timlett και Williams (2008), πραγματοποίησαν έρευνα σχετικά με το ποιος είναι ο τρόπος, ο οποίος είναι περισσότερο αποτελεσματικός για την αύξηση της συμμετοχής στην ανακύκλωση των δημοτικών απορριμμάτων στο Portsmouth της Μ. Βρετανίας, και με τη μείωση της εναπόθεσης μη-ανακυκλώσιμων υλικών στους κάδους ανακύκλωσης. Οι τρεις τρόποι οι οποίοι διερευνήθηκαν ήταν οι επισκέψεις πόρτα-πόρτα και η προφορική ενημέρωση των πολιτών από υπαλλήλους του δήμου για το πώς πρέπει να γίνεται η ανακύκλωση. Τα προσωπικά κίνητρα ή η επαναπληροφόρηση (feedback) όπου οι υπάλληλοι απλά πληροφορούσαν τους κατοίκους για την διαδικασία της ανακύκλωσης, τους λόγους για τους οποίους πρέπει να γίνεται και τα σημαντικά οφέλη που απορρέουν από την ανακύκλωση. Οι πιο αποτελεσματικές μέθοδοι ήταν τα κίνητρα και η επαναπληροφόρηση. Παραταύτα, καμιά μέθοδος δεν αύξησε τη συμμετοχή των κατοίκων σημαντικά στην ανακύκλωση, αλλά αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι η συμμετοχή των κατοίκων ήταν ήδη αρκετά υψηλή.

Δεν έχει εντοπισθεί στη βιβλιογραφία ποσοτική έρευνα που να αφορά τη μείωση της συνολικής κατανάλωσης των εφήβων από την περιβαλλοντική εκπαίδευση ή τη διερεύνηση της επίδρασης της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης επί της οικολογικής συμπεριφοράς, με την έννοια της σχέσης με τα υλικά αγαθά και την υπερκατανάλωση.

Η παρούσα ερευνητική προσπάθεια έχει σκοπό να προσεγγίσει το θέμα των συνεπειών της περιβαλλοντικής διαπαιδαγώγησης των παιδιών στην αγοραστική τους συμπεριφορά. Ο στόχος της εργασίας είναι ο βαθμός στον οποίο η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση έχει ευαισθητοποιήσει τους εφήβους καταναλωτές σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και αν αυτό αντικατοπτρίζεται στην αγοραστική τους συμπεριφορά. Στην εργασία διερευνώνται οι κοινωνικές, οι ψυχολογικές επιπτώσεις της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Η συναισθηματική καταναλωτική υποκίνηση (με τη διαφήμιση) μπορεί να συγκρούονται με τις ηθικές ανησυχίες. Οι ατομικές προτιμήσεις επηρεάζονται επίσης σε μεγάλο βαθμό από τον κοινωνικό περίγυρο. Το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο αποτελεί μια δυναμική επιρροή στις καταναλωτικές στάσεις των εφήβων και στα κίνητρά του.

Όλοι οι ερευνητές καταλήγουν στο συμπέρασμα, ότι οι συμπεριφορικές αλλαγές είναι δύσκολες, όπως αναφέρουν οι Thøgersen και Olander (2002 και 2003), στους ενήλικες. Εξακολουθεί να υφίσταται το πρόβλημα, τι επιπτώσεις έχει η περιβαλλοντική εκπαίδευση στους εφήβους για την ανάπτυξη φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς. Αυτό παρατηρείται γιατί, ενώ στη βιβλιογραφία υπάρχουν ισχυροί δείκτες φιλο-περιβαλλοντικών στάσεων (εξοικονόμηση ενέργειας, ανακύκλωση κ.λπ), οι δείκτες ανακύκλωσης είναι ακόμη χαμηλοί σε σχέση με τους προσδοκώμενους στόχους και η συμμετοχή σε αγοραστικές ενέργειες σπάνια ή/και περιθωριακή. Γενικότερα, συμπεραίνεται ότι ενώ είναι αναμφισβήτητη η εξέλιξη της θεωρίας, παραταύτα, υπάρχει μακρύς δρόμος ακόμη στην ακαδημαϊκή κοινότητα στην κατεύθυνση της βαθύτερης κατανόησης της καταναλωτικής συμπεριφοράς των εφήβων και κατά πόσο επηρεάζεται από την παιδαγωγική επιμόρφωση των νέων, για τη διαμόρφωση της φιλο-περιβαλλοντικής τους στάσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

7.1. Η σημασία της έρευνας

Στις σημερινές, ιδιαίτερα ανταγωνιστικές, συνθήκες, όλο και περισσότεροι κατανοούν τη σημασία και την σπουδαιότητα της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

Οι άνθρωποι, καθημερινά καλούνται να πάρουν αποφάσεις, οι οποίες, σε μεγάλο ή μικρό βαθμό, επηρεάζουν το περιβάλλον. Η ορθότητα όμως των αποφάσεων είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την εκπαίδευση που έχουν λάβει.

Η έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε αποσκοπεί στο να απαντήσει σε προβλήματα στο πλαίσιο ενός συστηματικού και ελεγχόμενου εννοιολογικού πλαισίου ώστε να εξασφαλίσει τις καλύτερες δυνατές πληροφορίες. Η διαφορά αυτή είναι αξιοσημείωτη γιατί τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς, αν εκτελεστεί σωστά, είναι οι πιο αξιόπιστες πληροφορίες με βάση τις οποίες μπορούν να ληφθούν σημαντικές αποφάσεις.

Συγκεκριμένα, η έρευνα χρησιμοποιείται για να:

- εξασφαλίσει τις αναγκαίες για τη λειτουργία πληροφορίες για το ρόλο της Π.Ε.
- προσδιοριστεί η επίδραση των περιβαλλοντικών προγραμμάτων στο πλαίσιο του σχολείου στην καθημερινή ζωή των εφήβων.
- καθοριστούν τα κριτήρια και οι παράγοντες από τους οποίους επηρεάζονται και εκτελούν τις αγορές τους οι έφηβοι.
- διευκολύνει την περιβαλλοντική εκπαίδευση παρέχοντας στην εκπαιδευτική κοινότητα καλύτερη πληροφόρηση.

Η έρευνα λοιπόν χρησιμοποιείται και ως εργαλείο αξιολόγησης. Σήμερα, πλέον, η εκπαιδευτική κοινότητα αξιολογείται και για την εκπαίδευση που παρέχει.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας ακολουθήθηκαν μια σειρά από βήματα τα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά στις επόμενες υποενότητες.

7.2. Προσδιορισμός προβλήματος και Στόχοι της Έρευνας

Σύμφωνα με τον Πετράκη (2006), ο ορισμός του ερευνώμενου θέματος αποτελεί το πιο κρίσιμο στάδιο στη διαδικασία της έρευνας και πρέπει να είναι συγκεκριμένος και όχι γενικός. Ο ορισμός του θέματος ουσιαστικά αποσκοπεί στο να καθορίσει τις πληροφορίες που πρέπει να συλλεχθούν, ώστε να διεξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα. Αν το θέμα δεν προσδιοριστεί με ακρίβεια, τότε είναι πολύ πιθανό οι πληροφορίες που θα συγκεντρωθούν να μην έχουν καμία απολύτως αξία.

Η συγκεκριμένη έρευνα καλείται να μελετήσει τις επιδράσεις της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων.

Χρησιμοποιήθηκε για τη συσχέτιση ορισμένων μεταβλητών το X^2

H_0 : Οι μεταβλητές χ και ψ , οι οποίες μπορεί να μην παρουσιάσουν καμία συσχέτιση μεταξύ τους και επομένως είναι ανεξάρτητες.

H_1 : Οι μεταβλητές χ και ψ , οι οποίες ενδεχομένως να παρουσιάσουν συσχέτιση μεταξύ τους και επομένως είναι εξαρτημένες ανάμεσα στο συγκεκριμένο δείγμα του πληθυσμού όπου εκτελείται η συγκεκριμένη εργασία.

Επίσης θα εξεταστούν και μια σειρά από άλλα ζητήματα (επιμέρους στόχοι).

Συγκεκριμένα θα εξεταστεί:

- Αν οι έφηβοι κατανοούν την έννοια της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος από την κατανάλωση του ανθρώπου.
- Αν θεωρούν ότι η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον.
- Αν οι έφηβοι αγοράζουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί.
- Οι πηγές ενημέρωσης των εφήβων καταναλωτών.
- Τα κριτήρια με τα οποία κάνουν τις αγορές τους οι έφηβοι.
- Η συχνότητα αντικατάστασης των αντικειμένων των εφήβων από καινούργια.
- Η επίδραση της διαφήμισης στις αγορές των εφήβων.
- Η συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες.
- Ο βαθμός επίδρασης των γονέων των εφήβων στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.
- Ο βαθμός ευαισθητοποίησης των εφήβων από την περιβαλλοντική εκπαίδευση που είχαν.

7.3. Επιλογή μεθόδου συλλογής στοιχείων

Για τη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων χρησιμοποιήθηκε η πρωτογενής έρευνα. Πρωτογενής έρευνα είναι αυτή που γίνεται για πρώτη φορά με σκοπό τη διερεύνηση των στάσεων και απόψεων του πληθυσμού που μας ενδιαφέρει (Πετράκης, 2006), και χωρίζεται σε δύο επιμέρους έρευνες την ποιοτική και την ποσοτική έρευνα.

Λαμβάνοντας υπόψη την παραπάνω θέση, για τις ανάγκες της συγκεκριμένης μελέτης, επιλέχθηκε για τη συλλογή των πρωτογενών στοιχείων η ποσοτική έρευνα.

Η ποσοτική έρευνα επιλέχθηκε για τον ποσοτικό προσδιορισμό των σχέσεων των μεταβλητών που εξετάζουμε. Η ποσοτικοποίηση των αποτελεσμάτων βοήθησε στην καλύτερη απεικόνισή τους, ώστε να γίνουν πιο εύκολα κατανοητά τα αποτελέσματα προκειμένου να οδηγηθούμε στα συμπεράσματά μας.

Στην ποσοτική έρευνα έχει μεγαλύτερη σημασία η συχνότητα των φαινομένων και λιγότερο η αιτιολόγησή τους (Πετράκης, 2006).

Για τις ανάγκες της περιγραφικής έρευνας έγινε συλλογή πρωτογενών – ποσοτικών στοιχείων μέσω της πραγματοποίησης ποσοτικής έρευνας που βασίστηκε στη συμπλήρωση ερωτηματολογίων. Με αυτό τον τρόπο θα υπάρξουν αξιόπιστες, αριθμητικές και στατιστικές μετρήσεις για το συνολικό πληθυσμό ατόμων που μας ενδιαφέρει.

Τα στάδια που ακολουθήθηκαν για την πραγματοποίηση της έρευνας παρουσιάζονται και αναλύονται στις υποενότητες που ακολουθούν.

7.4. Προσδιορισμός πληθυσμού, δείγματος και γεωγραφική κάλυψη της έρευνας

Ο πληθυσμός είναι όλοι οι δυνητικά ερωτώμενοι οι οποίοι θεωρούνται κατάλληλοι για να συμμετάσχουν στην έρευνα. Για να θεωρηθεί κατάλληλος ένας πληθυσμός θα πρέπει να έχει κάποια συγκεκριμένα *χαρακτηριστικά* που ονομάζονται *στοιχεία* (Τομαράς, 2006). Ο πληθυσμός της παρούσας έρευνας ήταν έφηβοι, ηλικίας έως 16 ετών.

Το πλαίσιο δείγματος είναι οι κατάλογοι εκείνοι που περιλαμβάνουν όλους τους δυνητικούς ερωτώμενους απ' όπου θα επιλεγεί το δείγμα (Τομαράς, 2006). Η μέθοδος της δειγματοληψίας αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο θα γίνει η επιλογή των στοιχείων του πληθυσμού που θα αποτελέσουν το δείγμα (Πετράκης, 2006). Ο σχεδιασμός και η διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας βασίστηκε στη μέθοδο της τυχαίας δειγματοληψίας.

Στην έρευνα έλαβαν μέρος 195 μαθητές από την γεωγραφική περιοχή του Νομού Καρδίτσας και συγκεκριμένα από την πόλη της Καρδίτσας. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν το χρονικό διάστημα από 20/02/2010 έως 18/03/2010.

7.5. Δημιουργία και κωδικοποίηση ερωτηματολογίου

Σε αντίθεση με την ποιοτική έρευνα, η ποσοτική έρευνα γίνεται με δομημένη τεχνική και γίνεται χρήση ερωτηματολογίου στο οποίο υπάρχουν κλειστές ερωτήσεις και ο ερωτώμενος συνήθως απαντά με κλειστές απαντήσεις, χωρίς βεβαίως αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχει και η δυνατότητα ανοικτών απαντήσεων (Τομαράς, 2006).

Για την συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις και απαντήσεις απόλυτα προκαθορισμένες και τυποποιημένες. Οι λόγοι που οδήγησαν στη χρήση αυτής της μεθόδου ήταν ότι αναμενόταν:

- μεγαλύτερο ποσοστό συμπληρωμένων ερωτηματολογίων.

- μεγαλύτερη δυνατότητα ένταξης οποιασδήποτε μορφής ερώτησης.
- μεγαλύτερη δυνατότητα διευκρίνησης ασαφών ερωτημάτων.

Το ερωτηματολόγιο ήταν χωρισμένο σε τέσσερα μέρη (Βλ. Παράρτημα 1):

Πρώτο μέρος:

Στο πρώτο μέρος υπήρχαν ερωτήσεις για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος.

Δεύτερο μέρος:

Στο δεύτερο μέρος υπήρχαν ερωτήσεις σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα και τους εφήβους. Συγκεκριμένα, αντλήθηκαν πληροφορίες σχετικά με:

- το βαθμό αντίληψης των εφήβων σχετικά με την υποβάθμιση του περιβάλλοντος.
- το βαθμό της ατομικής ευθύνης των εφήβων για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.
- τη συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες.
- με δεδομένη τη συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες το βαθμό που τους έχει ευαισθητοποιήσει στην καθημερινότητα τους.
- Από πού προέρχεται η ενημέρωσή τους για τα προβλήματα αυτά.
- Εάν η συμμετοχή τους στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει επηρεάσει τον τρόπο της σκέψης τους.

Τρίτο μέρος

Το τρίτο μέρος αναφέρεται στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων. Ειδικότερα διερευνήθηκε:

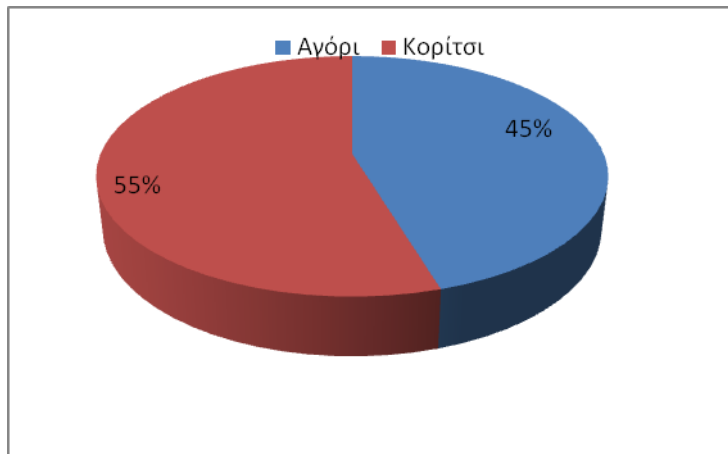
- το βαθμό ευθύνης των εφήβων καταναλωτών για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος.
- η άποψη των εφήβων για το γεγονός ότι η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον.
- οι αγορές που πραγματοποιούν οι έφηβοι σε τι βαθμό περιλαμβάνουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί.
- τα κριτήρια με τα οποία κάνουν τις αγορές τους.
- το βαθμό που επηρεάζονται στις αγορές τους από τη διαφήμιση.
- οι αγορές προϊόντων από τους εφήβους επειδή τα αγόρασαν οι φίλοι τους.
- το βαθμό που οι έφηβοι λαμβάνουν υπόψη τους τη μάρκα ενός προϊόντος προκειμένου να τα αγοράσουν.
- Η προτροπή των γονιών των εφήβων σε διάφορους τομείς (π.χ. να αγοράζουν προϊόντα φιλικά προς τα περιβάλλον, να κάνουν συγκρατημένες αγορές, να ελέγχουν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και το ενδεχόμενο να κάνουν οτιδήποτε άλλο).
- το βαθμό που οι έφηβοι λαμβάνουν υπόψη τους τη γνώμη των γονιών τους όταν πρόκειται να κάνουν αγορές .

Αφού ολοκληρώθηκε η συμπλήρωση του απαιτούμενου αριθμού ερωτηματολογίων, ακολούθησε η ανάλυση των στοιχείων. Στη φάση αυτή είναι απαραίτητη η κωδικοποίηση των στοιχείων ώστε να καταστεί δυνατή η επεξεργασία. Για την επεξεργασία των στοιχείων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS17.0.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

8.1 Παρουσίαση Συχνοτήτων των κυριότερων μεταβλητών

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΙΝΑΚΩΝ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ



Γράφημα 1: Φύλο

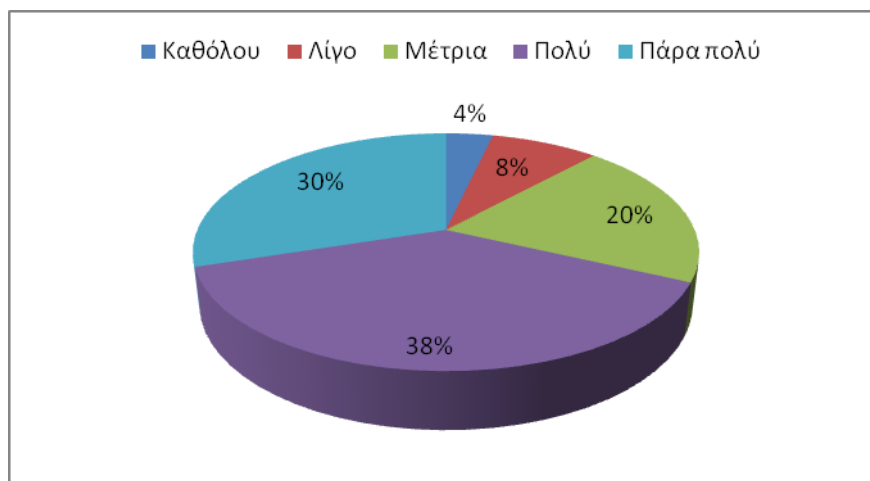
Στην παρούσα έρευνα που έγινε σχετικά με τις επιπτώσεις της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων, το **55%** των ερωτηθέντων ήταν κορίτσια και το **45%** αγόρια (Παράρτημα 2, Πίνακας 1).

Οι ηλικίες των εφήβων που έλαβαν μέρος κυμαίνονται στις αντίστοιχες τιμές, το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **42,3%** ήταν ηλικίας 14 ετών, το ποσοστό του δείγματος **39,2%** ήταν ηλικίας 13,5 ετών, το επίσης ίδιο ποσοστό του δείγματος **39,2%** ήταν ηλικίας 13 ετών, το ποσοστό **11,3%** ήταν ηλικίας 15 ετών, το ποσοστό του δείγματος **4,1%** ήταν ηλικίας 12 ετών, το ποσοστό του δείγματος **5%** ήταν ηλικίας 16 ετών και τέλος το ποσοστό του δείγματος **2,1%** ήταν ηλικίας 12,5 ετών (Παράρτημα 2, Πίνακας 2).

Σχετικά με την ερώτηση «ποιο είναι το οικογενειακό σας εισόδημα» το **33%** των εφήβων του δείγματος δήλωσε 15001-25000€, το **25,8%** 35.000€, το **24,7%** 25.001-35.000€ και το **16,5%** λιγότερο από 15.000€ (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 3).

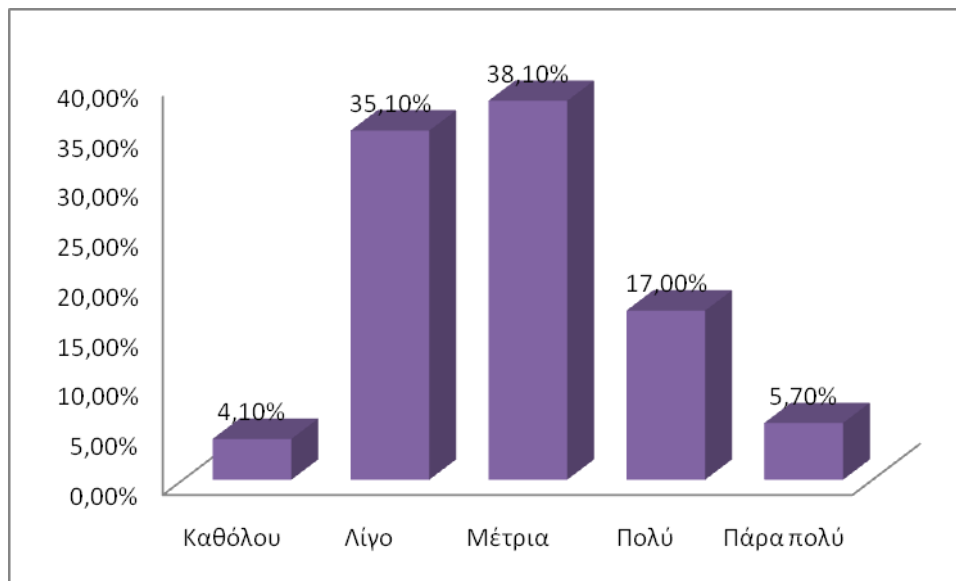
Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των γονέων των εφήβων του δείγματος, το **60,8%** δήλωσε πως ο πατέρας του έχει μορφωτικό επίπεδο **τριτοβάθμιας εκπαίδευσης**, το **32,5%** δήλωσε πως ο πατέρας του έχει μορφωτικό επίπεδο **δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης**, το **3,6%** του δείγματος δήλωσε πως ο πατέρας του έχει μορφωτικό επίπεδο **πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης** και το **3,15** του δείγματος δήλωσε **Άλλο** (Παράρτημα 2, Πίνακας 4.1).

Αντίστοιχα σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο της μητέρας, το **60,3%** δήλωσε πως η μητέρα του έχει μορφωτικό επίπεδο **τριτοβάθμιας εκπαίδευσης**, το **33%** δήλωσε πως η μητέρα του έχει μορφωτικό επίπεδο **δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης**, το **4,6%** του δείγματος δήλωσε πως η μητέρα του έχει μορφωτικό επίπεδο **πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης** και το **2,1%** του δείγματος δήλωσε **Άλλο** (Παράρτημα 2, Πίνακας 4.2).



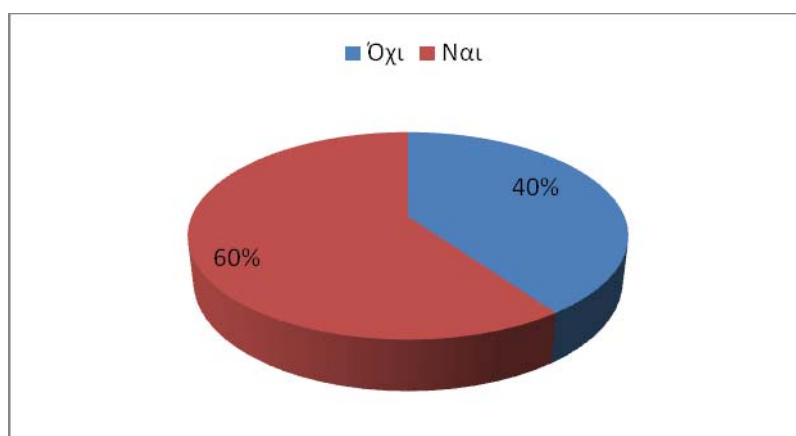
Γράφημα 2: Βαθμός προβληματισμού για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

Αναφορικά με την ερώτηση κατά πόσο οι έφηβοι «προβληματίζονταν για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος» στην επιλογή *πολύ* αντιστοιχεί το μεγαλύτερο ποσοστό **38%**, στη συνέχεια η απάντηση *πάρα πολύ* επιλέχθηκε από το ποσοστό του **30%**, ακολουθεί η απάντηση *μέτρια* με το ποσοστό **20%**, η απάντηση *λίγο* με ποσοστό **8%** και τέλος είναι το ποσοστό της τάξης του **4%** με την απάντηση *καθόλου* (Παράρτημα 2, Πίνακας 5).



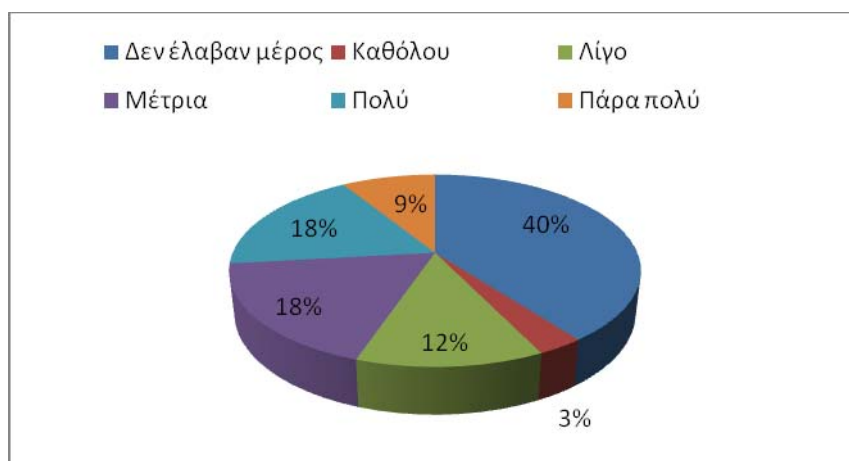
Γράφημα 3: Βαθμός ατομικής ευθύνης υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος

Στη ερώτηση σε «ποιο βαθμό πίστευαν οι έφηβοι ότι ευθύνονται ατομικά για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος» το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **38,1%** απάντησε *μέτρια*, το **35,1%** των εφήβων μαθητών απάντησε *λίγο*, το **17%** απάντησε *πολύ*, το **5,7%** απάντησε *πάρα πολύ* και τέλος το ποσοστό των μαθητών του δείγματος **4,1%** απάντησε *καθόλου* (Παράρτημα 2, Πίνακας 6).



Γράφημα 4: Η συμμετοχή των εφήβων στις περιβαλλοντικές δράσεις

Σχετικά με την ερώτηση εάν «οι έφηβοι είχαν συμμετάσχει σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες στα πλαίσια του σχολείου», το **60%** των εφήβων απάντησε *Ναι* και το **40%** των εφήβων απάντησε *Όχι*. (Παράρτημα 2, Πίνακας 7)

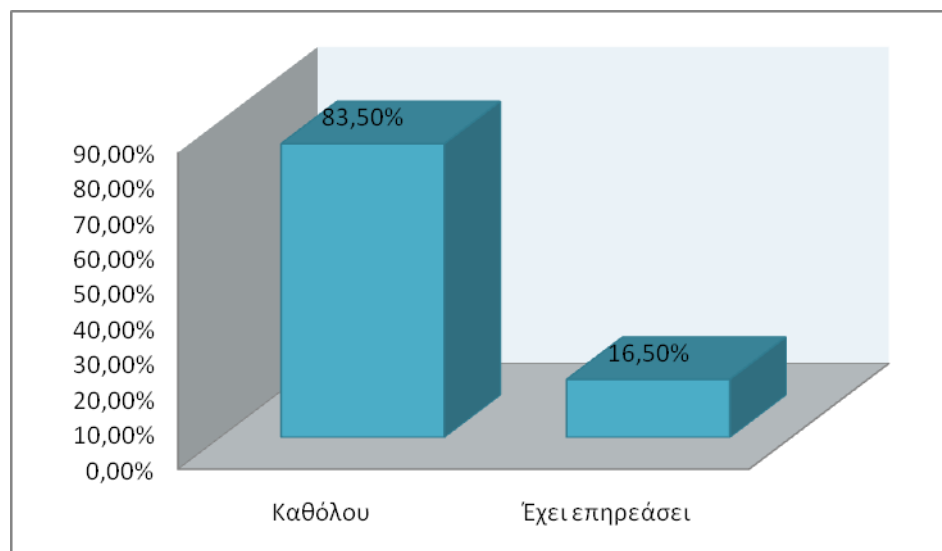


Γράφημα 4.1: Βαθμός επίδρασης στην καθημερινότητα των εφήβων εφόσον έχουν συμμετάσχει σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες

Σαν επακόλουθο της προαναφερθείσας ερώτησης οι έφηβοι κλήθηκαν να απαντήσουν στην επόμενη ερώτηση η οποία ήταν ότι εφόσον είχαν συμμετάσχει σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες σε τι «βαθμό πίστευαν ότι αυτό τους έχει επηρεάσει

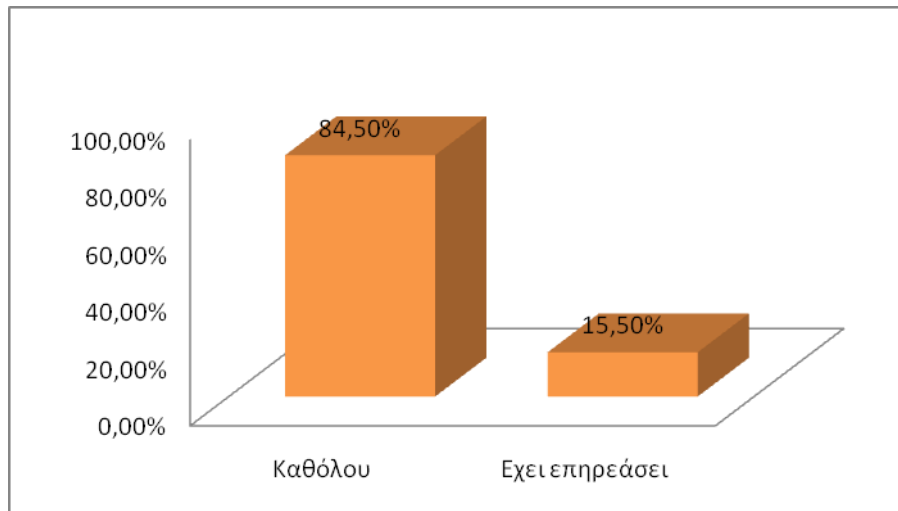
στην καθημερινότητά τους». Το **40%** είναι το ποσοστό εκείνο το οποίο *δεν συμμετείχε καθόλου* δηλαδή δεν πήρε μέρος σε περιβαλλοντικές δράσεις, στη συνέχεια το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **18%** απάντησε *μέτρια*, επίσης μια άλλη μερίδα μαθητών με το ίδιο ποσοστό του δείγματος των μαθητών **18%** απάντησε *πολύ*, το ποσοστό των ερωτηθέντων εφήβων μαθητών **12%** απάντησε *λίγο*, το ποσοστό του δείγματος **9%** απάντησε ότι επηρεάστηκε *πάρα πολύ* και τέλος το ποσοστό του δείγματος **3%** δεν επηρεάστηκε *καθόλου* από τη συμμετοχή του στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 7.1).

Αναφορικά με την ερώτηση που τέθηκε στους εφήβους σχετικά με «την πηγή προέλευσης των γνώσεων τους για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος» το ποσοστό του δείγματος των ερωτηθέντων εφήβων μαθητών **38,7%** απάντησε από το *σχολείο*, το ποσοστό των ερωτηθέντων εφήβων μαθητών **30,4%** απάντησε από την *οικογένεια*, το ποσοστό **27,8%** απάντησε από τα *Μ.Μ.Ε* και το ποσοστό **3,1%** απάντησε *Άλλο*, δηλαδή από κάποια άλλη πηγή (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 8).



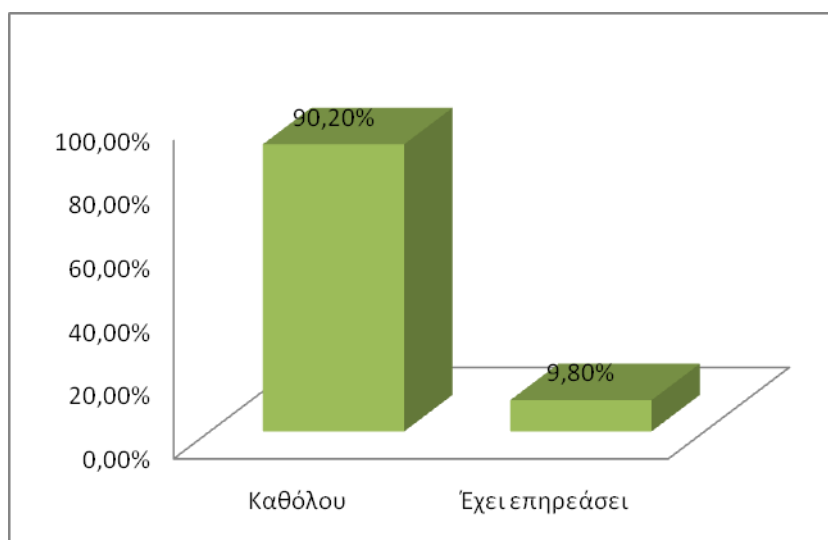
Γράφημα 5.1: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει επηρεάσει θέματα περιβάλλοντος

Σχετικά με την ερώτηση στους εφήβους αν «η συμμετοχή τους στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες τους είχε επηρεάσει τον τρόπο που σκέφτονταν γύρω από τα θέματα περιβάλλοντος γενικά» το **83,5%** απάντησε *καθόλου* και μόνο το **16,5%** απάντησε ότι *έχει επηρεαστεί* (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 9.1).



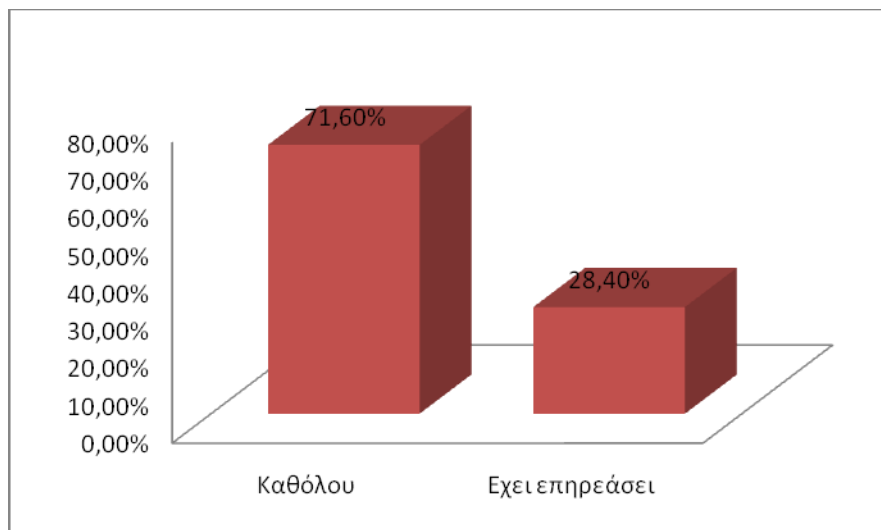
Γράφημα 5.2: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει επηρεάσει τις προσωπικές σας ευθύνες

Η επόμενη ερώτηση την οποία κλήθηκαν να απαντήσουν οι έφηβοι ήταν αν «η συμμετοχή τους στις περιβαλλοντικές δράσεις είχε επηρεάσει τον τρόπο που σκέφτονται σχετικά με τις προσωπικές τους ευθύνες». Το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **84,5%** απάντησε *καθόλου* και το ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **15,5%** απάντησε ότι *έχει επηρεαστεί* (Παράρτημα 2, Πίνακας 9.2).



Γράφημα 5.3: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει επηρεάσει τον τρόπο οργάνωσης ζωής των εφήβων

Σε ανάλογη ερώτηση για το αν η «συμμετοχή των εφήβων μαθητών στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες είχε επηρεάσει τον τρόπο που σκέφτονταν για τον τρόπο οργάνωσης της ζωής τους» το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **90,2%** απάντησε *καθόλου* και το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **9,8%** απάντησε ότι *έχει επηρεαστεί* (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 9.3).

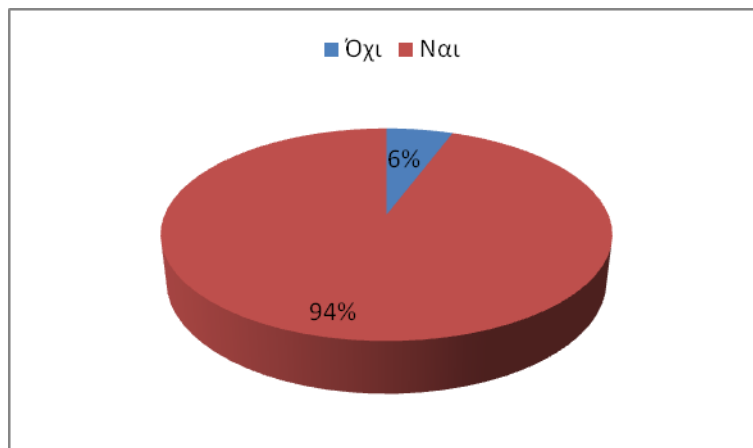


Γράφημα 5.4: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει προβληματίσει τον τρόπο σκέψης των εφήβων σχετικά με το μέλλον τους

Ακολουθώς, στην ερώτηση για το αν «η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δράσεις είχε προβληματίσει τον τρόπο σκέψης των εφήβων σχετικά με το μέλλον τους» το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **71,6%** απάντησε *καθόλου* και το ποσοστό του δείγματος των ερωτηθέντων εφήβων μαθητών **28,4%** απάντησε ότι *έχει επηρεαστεί* (Παράρτημα 2, Πίνακας 9.4).

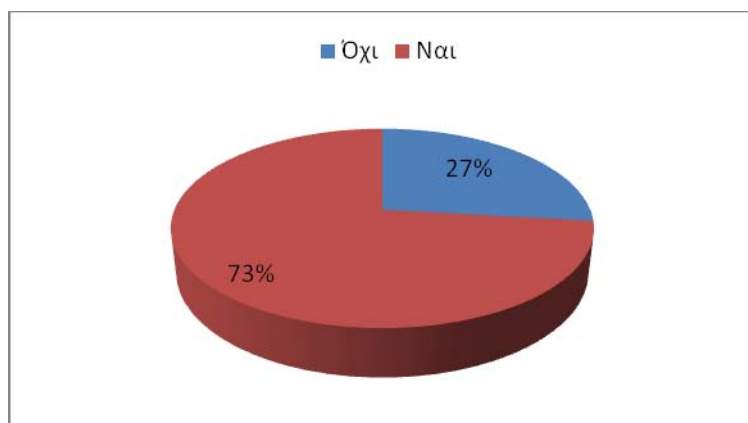
Συμπερασματικά, μεταξύ των γραφημάτων 5.1,5.2,5.3,5.4, φαίνεται ότι τελικά η συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες δεν έχει επηρεάσει το μεγαλύτερο σύνολο των ατόμων στον τρόπο σκέψης τους στους προαναφερθέντες τομείς. Το μεγαλύτερο θετικό αποτέλεσμα ως προς τα μικρά ποσοστά είναι του γραφήματος 5.4 το **28,4%** όπου τα παιδιά *έχουν επηρεαστεί* περισσότερο σχετικά με τους μελλοντικούς τους προβληματισμούς. Ενδεχομένως αυτό το αποτέλεσμα να αποτελεί ένα μικρό δείγμα ότι τελικά οι έφηβοι καταλαβαίνουν την άμεση συσχέτιση που έχει το μέλλον τους με την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

Σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων και από πού αυτές επηρεάζονται μια γενική ερώτηση που τους τέθηκε ήταν «σε τι βαθμό πίστευαν ότι ευθύνονται οι καταναλωτές για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος». Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των ερωτηθέντων εφήβων μαθητών **44,3%** απάντησε *πολύ*, το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **29,4%** απάντησε *πάρα πολύ*, το ποσοστό του δείγματος των ερωτηθέντων μαθητών **20,6%** απάντησε *μέτρια*, το ποσοστό του δείγματος της τάξης του **5,2%** απάντησε *λίγο* και τέλος το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **0,5%** απάντησε *καθόλου* (Παράρτημα 2, Πίνακας 10).



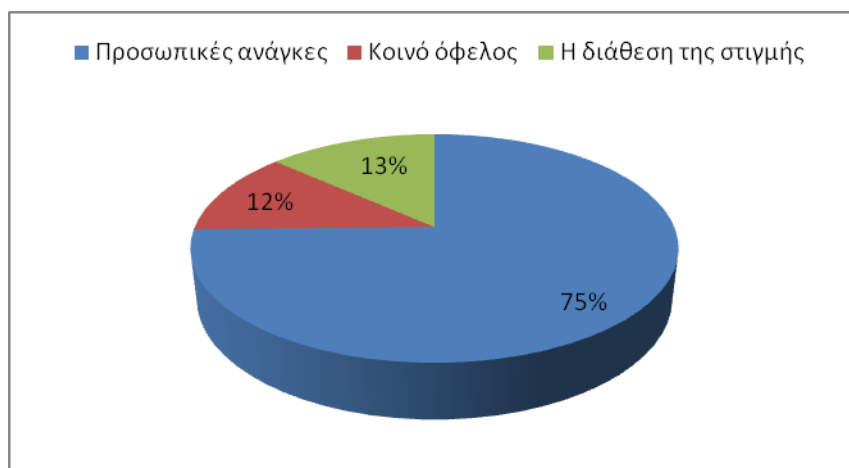
Γράφημα 6: Η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον

Αναφορικά με την ερώτηση για το «αν πίστευαν οι έφηβοι ότι η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον», το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **94%** απάντησε *Ναι* και το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **6%** απάντησε *Όχι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 11).



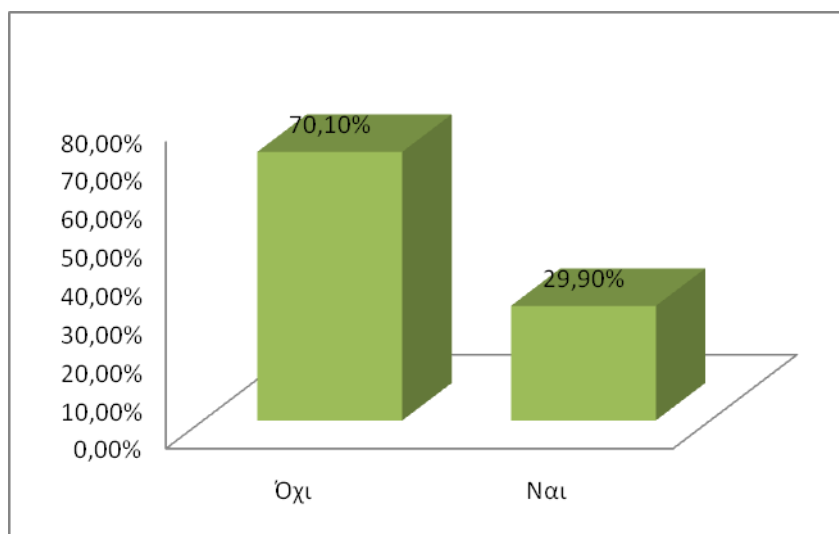
Γράφημα 7: Οι έφηβοι καταναλώνουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί για την προστασία του περιβάλλοντος

Επόμενη ερώτηση ήταν «αν οι έφηβοι προσπάθησαν να προστατεύσουν το περιβάλλον αγοράζοντας προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί», το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **73%** απάντησε *Ναι* και το μικρότερο ποσοστό των εφήβων μαθητών **27%** απάντησε *Όχι* (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 12).



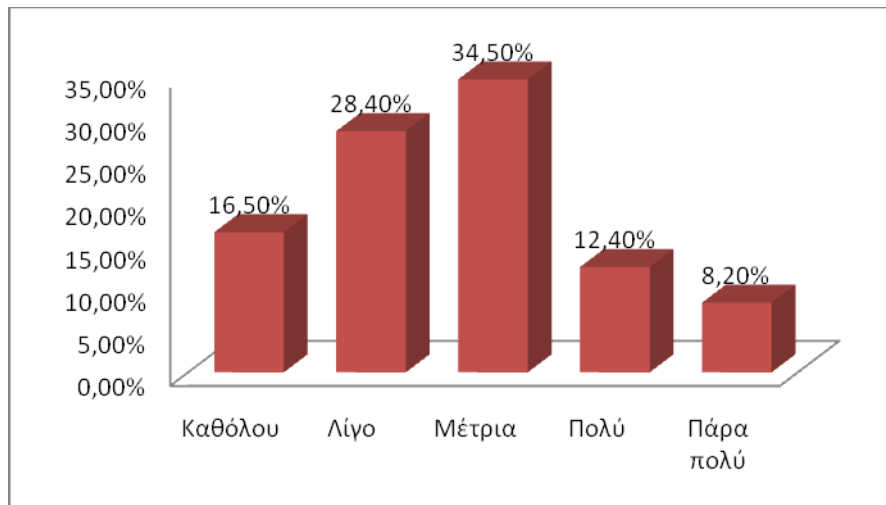
Γράφημα 8: Τα κριτήρια με τα οποία γίνονται οι αγορές των εφήβων

Μια άλλη ερώτηση με την απάντηση της οποίας φαίνονται κάτω από ποια κριτήρια γίνονται οι αγοραστικές επιλογές των εφήβων ήταν με «ποια κριτήρια γίνονται οι αγορές τους». Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **75%** απάντησε με βάση τις *προσωπικές τους ανάγκες*, ακολουθεί το ποσοστό του δείγματος των ερωτηθέντων μαθητών **13%** απάντησε με βάση τη *διάθεση της στιγμής* και το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **12%** απάντησε με βάση το *κοινό όφελος* (π.χ. η προστασία του περιβάλλοντος) (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 13).



Γράφημα 9: Οι έφηβοι αντικαθιστούν τα αντικείμενα τους με καινούργια χωρίς να έχουν υποστεί κάποια φθορά

Η ερώτηση μέσω της οποίας θα καταγραφεί η καταναλωτική συχνότητα των εφήβων ακόμη και όταν τα υπάρχοντα αντικείμενα δεν χρειάζεται να αντικατασταθούν ήταν αν «έχουν αντικαταστήσει συχνά οι έφηβοι τα αντικείμενα τους με καινούργια χωρίς να έχουν υποστεί κάποια φθορά» (PC, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα). Το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **70,1%** απάντησε *Όχι* και το μικρότερο ποσοστό των μαθητών του δείγματος **29,9%** απάντησε *Ναι* (Παράρτημα 2 ,Πίνακας 14).

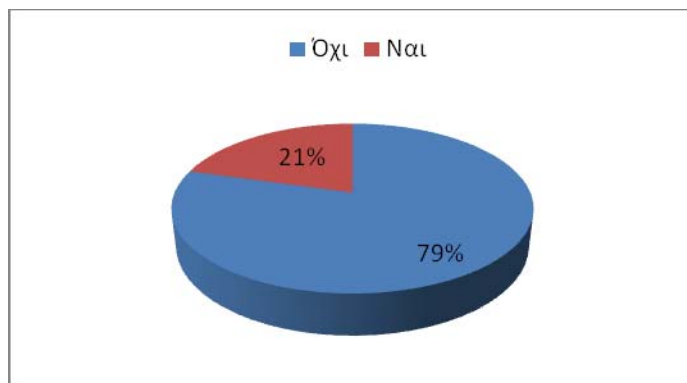


Γράφημα 10: Βαθμός επίδρασης της διαφήμισης στις αγορές των εφήβων

Αναφορικά με την ερώτηση σε «τι βαθμό θεωρούν οι έφηβοι ότι η διαφήμιση τους έχει επηρεάσει στις αγορές τους», το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **34,5%** απάντησε *μέτρια*, το ακόλουθο ποσοστό των ερωτηθέντων εφήβων μαθητών του δείγματος **28,4%** απάντησε *λίγο*, το ποσοστό του δείγματος των μαθητών **16,5%** απάντησε *καθόλου* και τέλος το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των ερωτηθέντων εφήβων **8,2%** απάντησε *πάρα πολύ* (Παράρτημα 2, Πίνακας 15).

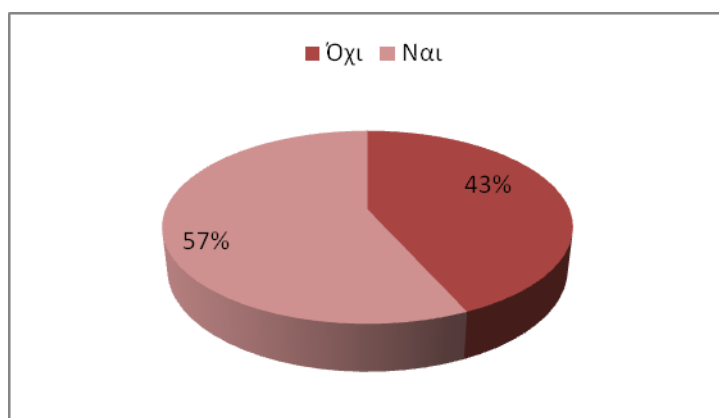
Επιπροσθέτως, ένας ακόμη παράγοντας ο οποίος επηρεάζει τους εφήβους στις καταναλωτικές τους συνήθειες είναι οι φίλοι τους και οι συνομήλικοι τους. Η ερώτηση που τους έγινε ήταν εάν «έχουν αγοράσει προϊόντα γιατί τα έχουν αγοράσει οι φίλοι τους», το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **62,4%** απάντησε *Ναι* και το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **37,6%** απάντησε *Όχι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 16).

Επίσης, στην ερώτηση «σε τι βαθμό πίστευαν οι έφηβοι ότι η μάρκα ενός προϊόντος τους επηρεάζει στην αγορά του», το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος 30,9% απάντησε πολύ, το ποσοστό του δείγματος 26,3% απάντησε μέτρια, το επόμενο ποσοστό του δείγματος το οποίο αποτελεί άλλη μερίδα μαθητών του ίδιου όμως συνόλου και είναι κοινό με το προηγούμενο ποσοστό το οποίο είναι 26,3% απάντησε πάρα πολύ, το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών 9,3% απάντησε λίγο και τέλος το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών 7.2% απάντησε καθόλου (Παράρτημα 2, Πίνακας 17).



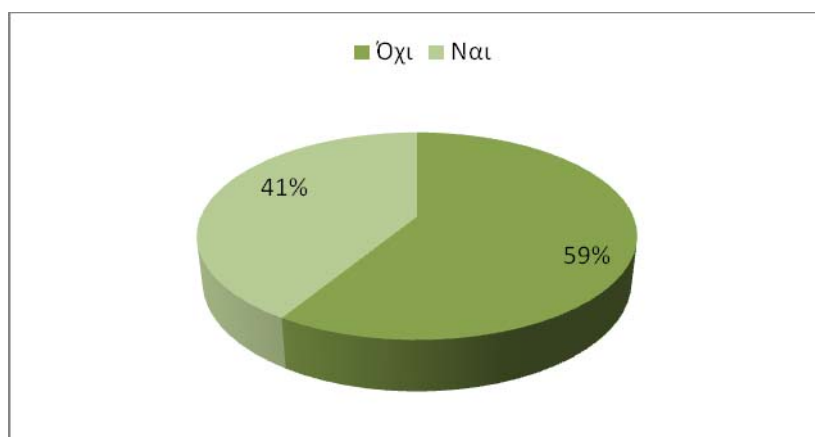
Γράφημα 11.1: Οι γονείς προτρέπουν τους εφήβους να αγοράζουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον

Στην ερώτηση αν «οι γονείς προέτρεπαν τα παιδιά να αγοράζουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον», το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **79%** απάντησε *Όχι* και το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **21%** απάντησε *Ναι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 18.1).



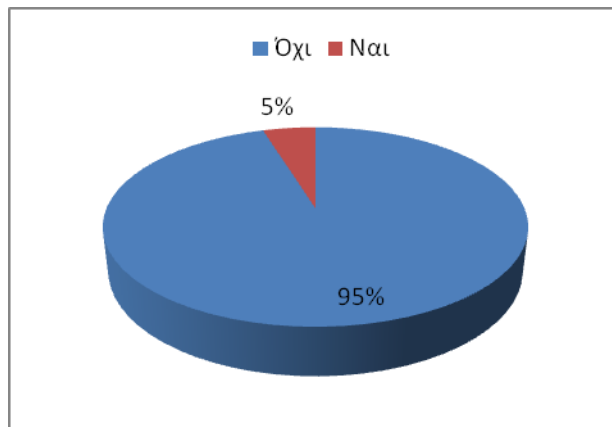
Γράφημα 11.2: Οι γονείς προτρέπουν τους εφήβους να κάνουν συγκρατημένες αγορές

Όταν οι έφηβοι ρωτήθηκαν «εάν τους έχουν προτρέψει οι γονείς τους να κάνουν συγκρατημένες αγορές», το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **57%** απάντησε *Ναι* και το μικρότερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **43%** απάντησε *Όχι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 18.2).



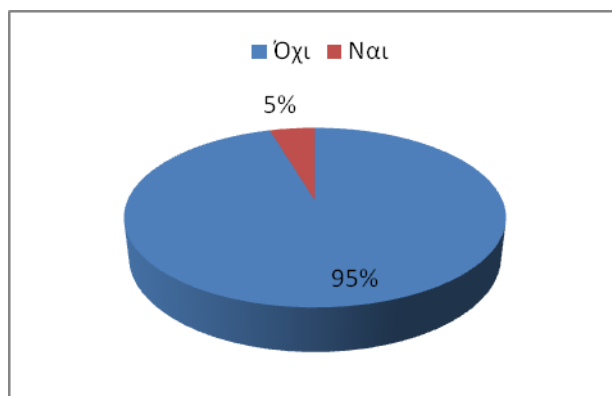
Γράφημα 11.3: Οι γονείς προτρέπουν τους εφήβους να ελέγχουν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων

Στην ερώτηση «εάν οι γονείς προτρέπουν τους εφήβους να ελέγχουν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων» (π.χ. ποιότητα, τιμή) το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **59%** απάντησε *Όχι* και το ποσοστό των εφήβων **41%** απάντησε *Ναι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 18.3).



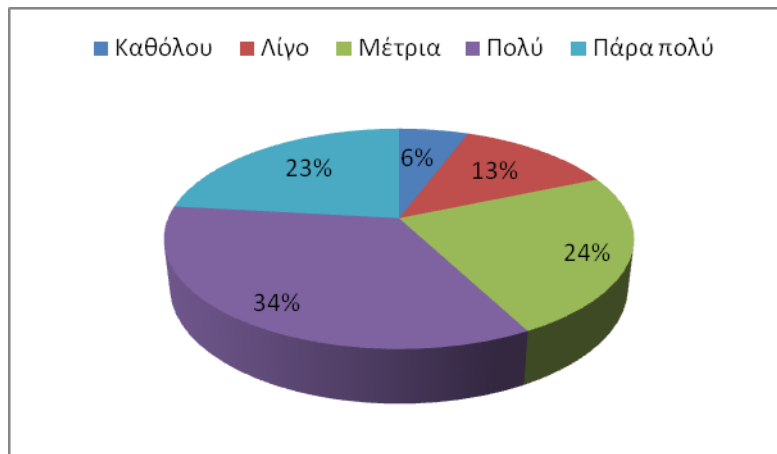
Γράφημα 11.4: Οι γονείς προτρέπουν τους εφήβους να κάνουν κάτι άλλο

Σχετικά με την ερώτηση αν «οι γονείς των εφήβων τους προτρέπουν να κάνουν κάτι άλλο», το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών **95%** απάντησε *Όχι* και μόνο το ποσοστό των εφήβων **5%** απάντησε *Ναι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 18.4).



Γράφημα 11.5: Οι γονείς δεν εκφράζουν καμία σύσταση στους εφήβους

Αναφορικά με την ερώτηση «εάν οι γονείς δεν έχουν εκφράσει καμία σύσταση στα παιδιά τους», το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **95%** απάντησε *Όχι* και το μικρότερο ποσοστό των εφήβων μαθητών του δείγματος **5%** απάντησε *Ναι* (Παράρτημα 2, Πίνακας 18.5).



Γράφημα 12: Βαθμός στον οποίο οι έφηβοι λαμβάνουν υπόψη τους την γνώμη των γονιών τους όταν πρόκειται για την αγορά ενός προϊόντος

Στην τελευταία ερώτηση «εάν τα παιδιά έλαβαν υπόψη τους την γνώμη των γονιών τους στην αγορά ενός προϊόντος», το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **34%** απάντησε *πολύ*, το ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **24%** απάντησε *μέτρια*, το επόμενο ποσοστό του δείγματος **23%** απάντησε *πάρα πολύ*, το ποσοστό του δείγματος των εφήβων **13%** απάντησε *λίγο* και τέλος το μικρότερο ποσοστό του δείγματος των εφήβων μαθητών **6%** απάντησε *καθόλου* (Παράρτημα 2, Πίνακας 19).

8.2 Παρουσίαση Συσχετίσεων των κυριότερων μεταβλητών

8.2.1 Φύλο και προβληματισμός των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει δύο τιμές αγόρι και κορίτσι, ενώ για τη μεταβλητή «υποβάθμιση του περιβάλλοντος» έχουν συγχωνευτεί οι τιμές από πέντε σε τρεις στήλες (καθόλου-λίγο, μέτρια, πολύ-πάρα πολύ). Η τιμή του χ^2 βρέθηκε 1,817 και το $p_value=0,403>0,10$. Επομένως, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών, του φύλου και του βαθμού προβληματισμού των εφήβων σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Πίνακας 1: Συσχέτιση ανάμεσα στο φύλο και τον βαθμό προβληματισμού των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

			Βαθμός προβληματισμού των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος			Σύνολο
			Καθόλου Λίγο	Μέτρια	Πολύ Πάρα Πολύ	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	9	22	63	94
		% κατά γραμμή	9,6%	23,4%	67,0%	100,0%
		% κατά στήλη	39,1%	56,4%	47,7%	48,5%
		% του συνόλου	4,6%	11,3%	32,5%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	14	17	69	100
		% κατά γραμμή	14,0%	17,0%	69,0%	100,0%
		% κατά στήλη	60,9%	43,6%	52,3%	51,5%
		% του συνόλου	7,2%	8,8%	35,6%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		23	39	132	194
	% κατά γραμμή		11,9%	20,1%	68,0%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου		11,9%	20,1%	68,0%	100,0%

Παρατηρείται ότι το 67% των αγοριών προβληματίζεται για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος πολύ και πάρα πολύ. Αντίστοιχα, ποσοστό του 69% των κοριτσιών προβληματίζεται πολύ και πάρα πολύ για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Συμπερασματικά, δε φαίνεται να παίζει ρόλο το φύλο του ατόμου σχετικά με το πόσο προβληματίζεται για την περιβαλλοντική υποβάθμιση.

8.2.2 Φύλο και βαθμός στον οποίο οι έφηβοι θεωρούν ότι ευθύνονται ατομικά για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος

Η μεταβλητή «φύλο» έχει τις ίδιες τιμές με τον προηγούμενο πίνακα, δηλαδή αγόρι και κορίτσι, ενώ για τη μεταβλητή «ατομική ευθύνη των εφήβων για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος» υπάρχουν τρεις τιμές (καθόλου-λίγο, μέτρια, πολύ-πάρα πολύ). Η τιμή χ^2 βρέθηκε 4,653 και το $p_value = 0,098 < 0,10$ επομένως, υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Πίνακας 2: Συσχέτιση μεταξύ του φύλου και του βαθμού στον οποίο οι έφηβοι θεωρούν ότι ευθύνονται ατομικά για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος

			Βαθμός στον οποίο οι έφηβοι θεωρούν ότι ευθύνονται ατομικά για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος			Σύνολο
			Καθόλου Λίγο	Μέτρια	Πολύ Πάρα Πολύ	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	36	42	16	94
		% κατά γραμμή	38,3%	44,7%	17,0%	100,0%
		% κατά στήλη	47,4%	56,8%	36,4%	48,5%
		% του συνόλου	18,6%	21,6%	8,2%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	40	32	28	100
		% κατά γραμμή	40,0%	32,0%	28,0%	100,0%
		% κατά στήλη	52,6%	43,2%	63,6%	51,5%
		% του συνόλου	20,6%	16,5%	14,4%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		76	74	44	194
	% κατά γραμμή		39,2%	38,1%	22,7%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου		39,2%	38,1%	22,7%	100,0%

Ποσοστό 44,7% των αγοριών, θεωρεί ότι ευθύνεται ατομικά για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος σε μέτριο βαθμό. Το 63,6% που θεωρούν ότι ευθύνονται ατομικά πολύ-πάρα πολύ για την περιβαλλοντική υποβάθμιση είναι κορίτσια. Αυτό που προκύπτει είναι ότι τα κορίτσια είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά-οικολογικά προβλήματα συγκριτικά με τα αγόρια.

8.2.3 Φύλο και συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δράσεις στα πλαίσια του σχολείου

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει και εδώ τις τιμές αγόρι και κορίτσι, ενώ η μεταβλητή «συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δράσεις στα πλαίσια του σχολείου» λαμβάνει τις τιμές ναι και όχι. Η μεταβλητή χ^2 βρέθηκε 0,125 και το $p_value=0,724>0,10$. Εφόσον $0,724>0,10$ δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Πίνακας 3: Συσχέτιση μεταξύ του φύλου και της συμμετοχής των εφήβων σε περιβαλλοντικές δράσεις στα πλαίσια του σχολείου

			Συμμετοχή των εφήβων σε περιβαλλοντικές δράσεις στα πλαίσια του σχολείου		Σύνολο
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	39	55	94
		% κατά γραμμή	41,5%	58,5%	100,0%
		% κατά στήλη	50,0%	47,4%	48,5%
		% του συνόλου	20,1%	28,4%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	39	61	100
		% κατά γραμμή	39,0%	61,0%	100,0%
		% κατά στήλη	50,0%	52,6%	51,5%
		% του συνόλου	20,1%	31,4%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		78	116	194
	% κατά γραμμή		40,2%	59,8%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%

Το 58,5% των αγοριών έχει συμμετάσχει σε περιβαλλοντικές δράσεις στο πλαίσιο του σχολείου. Ομοίως, και το 61% των κοριτσιών επίσης έχουν λάβει μέρος σε σχολικές περιβαλλοντικές δράσεις. Γενικότερα, το φύλο δεν καθορίζει και την απόφαση των εφήβων για τον αν θα συμμετάσχουν ή όχι σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Αυτό

ενδεχομένως να καθορίζεται από άλλους παράγοντες, όπως είναι η προσωπικότητα του εφήβου, οι επιρροές από το οικογενειακό του περιβάλλον και φυσικά η επιθυμία του ίδιου του εφήβου να «γνωρίσει» το φυσικό περιβάλλον στο οποίο ζει.

8.2.4 Ηλικία των εφήβων και βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές τους

Η μεταβλητή «ηλικία» λαμβάνει δύο τιμές, την τιμή (12-14) ετών και την τιμή (14-16) ετών. Η μεταβλητή «ο βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων» λαμβάνει τρεις τιμές (καθόλου-λίγο, μέτρια, πολύ-πάρα πολύ). Η μεταβλητή χ^2 βρέθηκε 6,853 και το p_value βρέθηκε να ισούται με 0,032 όπου $0,032 < 0,05$. Επομένως, υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Πίνακας 4: Συσχέτιση μεταξύ της ηλικίας των εφήβων και του βαθμού στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές τους

		Βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων			Σύνολο
		Καθόλου Λίγο	Μέτρια	Πολύ Πάρα Πολύ	
Ηλικία (12-14)	Συχνότητα	44	34	11	89
	% κατά γραμμή	49,4%	38,2%	12,4%	100,0%
	% κατά στήλη	50,6%	50,7%	27,5%	45,9%
	% του συνόλου	22,7%	17,5%	5,7%	45,9%
(14-16)	Συχνότητα	43	33	29	105
	% κατά γραμμή	41,0%	31,4%	27,6%	100,0%
	% κατά στήλη	49,4%	49,3%	72,5%	54,1%
	% του συνόλου	22,2%	17,0%	14,9%	54,1%
Σύνολο	Συχνότητα	87	67	40	194
	% κατά γραμμή	44,8%	34,5%	20,6%	100,0%
	% κατά στήλη	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου	44,8%	34,5%	20,6%	100,0%

Παρατηρείται ότι το 49,4% των εφήβων ηλικίας 12-14 ετών δεν επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τη διαφήμιση. Αντίθετα το 50,7% των ερωτηθέντων ηλικίας 12-14 ετών επηρεάζεται σε μέτριο βαθμό από τη διαφήμιση.

Αντίστοιχα, το 41% των εφήβων ηλικίας 14-16 ετών δεν επηρεάζεται καθόλου ή επηρεάζεται λίγο από την προβολή διαφημίσεων στις αγορές του, ενώ το 72,5% των ερωτηθέντων εφήβων επηρεάζεται πάρα πολύ από τις διαφημίσεις στις καταναλωτικές του προτιμήσεις.

Συμπερασματικά, αυτό το οποίο προκύπτει είναι ότι όσο μεγαλώνει ο έφηβος τόσο περισσότερη έμφαση και προσοχή δίνει στον τρόπο που προβάλλεται και προωθείται ένα προϊόν προς κατανάλωση. Προφανώς διότι όσο μεγαλώνει θέλει να έχει προσωπική άποψη για τις αγορές του, χωρίς να λαμβάνει σε μεγάλο βαθμό υπόψη του τη γνώμη των γονιών του.

8.2.5 Φύλο και πηγές από τις οποίες προέρχονται οι γνώσεις των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

Η μεταβλητή «φύλο» έχει και σε αυτόν τον πίνακα λάβει δύο τιμές αγόρι και κορίτσι, ενώ η μεταβλητή «πηγές από τις οποίες προέρχονται οι γνώσεις των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος» λαμβάνει τις τιμές (σχολείο-οικογένεια, Μ.Μ.Ε, Άλλο). Η μεταβλητή χ^2 βρέθηκε 9,529 και το p_value βρέθηκε να ισούται με 0,009 δηλαδή είναι $0,009 < 0,05$ επομένως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Πίνακας 5: Συσχέτιση μεταξύ του φύλου και των πηγών από τις οποίες προέρχονται οι γνώσεις των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

			Πηγές από τις οποίες προέρχονται οι γνώσεις των εφήβων για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος			Σύνολο
			Σχολείο Οικογένεια	M.M.E	Άλλο	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	55	35	4	94
		% κατά γραμμή	58,5%	37,2%	4,3%	100,0%
		% κατά στήλη	41,0%	64,8%	66,7%	48,5%
		% του συνόλου	28,4%	18,0%	2,1%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	79	19	2	100
		% κατά γραμμή	79,0%	19,0%	2,0%	100,0%
		% κατά στήλη	59,0%	35,2%	33,3%	51,5%
		% του συνόλου	40,7%	9,8%	1,0%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		134	54	6	194
	% κατά γραμμή		69,1%	27,8%	3,1%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου		69,1%	27,8%	3,1%	100,0%

Παρατηρούμε ότι το 58,5% των αγοριών, αντλεί γνώσεις για την περιβαλλοντική υποβάθμιση κυρίως από το σχολείο και την οικογένεια. Αντίστοιχα το 79% των κοριτσιών, λαμβάνει γνώσεις σχετικά με την υποβάθμιση του περιβάλλοντος από το σχολείο και από την οικογένεια.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι οι έφηβοι γνωρίζουν για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος κυρίως από το σχολικό περιβάλλον καθώς και την οικογενειακή τους εστία. Η σύγκριση των δύο προηγούμενων ποσοστών δείχνει ότι τα κορίτσια λαμβάνουν όμως πολύ περισσότερο υπόψη τους τις γνώσεις που πηγάζουν τόσο από το σχολείο όσο και από την οικογένεια.

8.2.6 Φύλο και προσπάθεια των εφήβων να προστατεύσουν το περιβάλλον με την αγορά προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει τις τιμές αγόρι και κορίτσι, ενώ η μεταβλητή «προσπάθεια των εφήβων να προστατεύσουν το περιβάλλον με την αγορά προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί» λαμβάνει δύο τιμές ναι και όχι. Η μεταβλητή χ^2 βρέθηκε 14,657 και το p_value βρέθηκε να ισούται με 0,000 δηλαδή είναι $0,000 < 0,05$. Επομένως, υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Πίνακας 6: Συσχέτιση μεταξύ του φύλου και της προσπάθειας των εφήβων να προστατεύσουν το περιβάλλον με την αγορά προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί

			Αγορά προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί		Σύνολο
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	37	57	94
		% κατά γραμμή	39,4%	60,6%	100,0%
		% κατά στήλη	71,2%	40,1%	48,5%
		% του συνόλου	19,1%	29,4%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	15	85	100
		% κατά γραμμή	15,0%	85,0%	100,0%
		% κατά στήλη	28,8%	59,9%	51,5%
		% του συνόλου	7,7%	43,8%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		52	142	194
	% κατά γραμμή		26,8%	73,2%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου		26,8%	73,2%	100,0%

Παρατηρείται ότι το 60,6% των αγοριών αγοράζει προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί, επίσης το 85,0% των κοριτσιών αγοράζει προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί. Προκύπτει λοιπόν, ότι οι έφηβοι σε ένα μεγάλο ποσοστό και στα δυο φύλα αγοράζουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί. Τα κορίτσια όμως είναι εκείνα που υπερτερούν έναντι των αγοριών στην προσπάθεια της κατανάλωσης προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί. Συνδέεται επομένως, σε κάποιο βαθμό το φύλο του ατόμου με την περιβαλλοντική συνείδηση που διαθέτει, χωρίς φυσικά αυτό να αποτελεί και τον μοναδικό παράγοντα για την περιβαλλοντική συνείδηση που διαμορφώνει ένα άτομο.

8.2.7 Φύλο και κριτήρια με τα οποία οι έφηβοι καταναλώνουν

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει τις τιμές αγόρι και κορίτσι, αντίστοιχα η μεταβλητή «κριτήρια με τα οποία οι έφηβοι καταναλώνουν» λαμβάνει τις τιμές (προσωπικές ανάγκες, κοινό όφελος και διάθεση της στιγμής). Η μεταβλητή χ^2 βρέθηκε 2,461 και το p_value βρέθηκε να ισούται με 0,292 όπου το $0,292 > 0,10$. Επομένως, δεν βρέθηκε να υπάρχει καμία συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Πίνακας 7: Συσχέτιση μεταξύ φύλου και των κριτηρίων με τα οποία οι έφηβοι καταναλώνουν

			Κριτήρια με τα οποία οι έφηβοι καταναλώνουν			Σύνολο
			Προσωπικές ανάγκες	Κοινό όφελος	Η διάθεση της στιγμής	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	70	14	10	94
		% κατά γραμμή	74,5%	14,9%	10,6%	100,0%
		% κατά στήλη	48,3%	60,9%	38,5%	48,5%
		% του συνόλου	36,1%	7,2%	5,2%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	75	9	16	100
		% κατά γραμμή	75,0%	9,0%	16,0%	100,0%
		% κατά στήλη	51,7%	39,1%	61,5%	51,5%
		% του συνόλου	38,7%	4,6%	8,2%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		145	23	26	194
	% κατά γραμμή		74,7%	11,9%	13,4%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου		74,7%	11,9%	13,4%	100,0%

Παρατηρείται, ότι το 60,9% των εφήβων που καταναλώνουν σύμφωνα με το κοινό όφελος είναι αγόρια ενώ το 61,5 των εφήβων που καταναλώνουν με βάση την διάθεση της στιγμής είναι κορίτσια. Ενδεχομένως, τα κορίτσια να είναι περισσότερο παρορμητικά ως προς τις αγορές τους, αλλά από το γεγονός ότι δεν υπάρχει συσχέτιση συμπεραίνεται ότι το φύλο δεν καθορίζει και τα κριτήρια με τα οποία θα καταναλώσουν οι έφηβοι.

8.2.8 Φύλο και βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει τις τιμές αγόρι και κορίτσι, αντίστοιχα η μεταβλητή «η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων» λαμβάνει τις τιμές (καθόλου-λίγο, μέτρια, πολύ-πάρα πολύ). Η μεταβλητή χ^2 βρέθηκε 0,241 και το $p_value=0,886$ όπου το $0,886>0,10$. Επομένως, δεν υπάρχει καμία συσχέτιση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Πίνακας 8: Συσχέτιση μεταξύ φύλου και του βαθμού στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων

			Βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τις αγορές των εφήβων			Σύνολο
			Καθόλου-Λίγο	Μέτρια	Πολύ-Πάρα πολύ	
Φύλο	Αγόρι	Συχνότητα	43	33	18	94
		% κατά γραμμή	45,7%	35,1%	19,1%	100,0%
		% κατά στήλη	49,4%	49,3%	45,0%	48,5%
		% του συνόλου	22,2%	17,0%	9,3%	48,5%
	Κορίτσι	Συχνότητα	44	34	22	100
		% κατά γραμμή	44,0%	34,0%	22,0%	100,0%
		% κατά στήλη	50,6%	50,7%	55,0%	51,5%
		% του συνόλου	22,7%	17,5%	11,3%	51,5%
Σύνολο	Συχνότητα		87	67	40	194
	% κατά γραμμή		44,8%	34,5%	20,6%	100,0%
	% κατά στήλη		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% του συνόλου		44,8%	34,5%	20,6%	100,0%

Παρατηρείται ότι το 45,7% των αγοριών δεν επηρεάζονται καθόλου ή επηρεάζονται λίγο στις αγορές τους από την διαφήμιση. Το 44,0% των κοριτσιών επίσης δεν επηρεάζεται καθόλου ή επηρεάζεται πολύ λίγο στις αγορές του από την διαφήμιση. Συμπεραίνεται, ότι το φύλο του ατόμου δεν καθορίζει και την επίδραση που μπορεί να έχει η διαφήμιση στις καταναλωτικές αγορές των εφήβων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα περιβαλλοντικά προβλήματα σε τοπικό, περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο έχουν οδηγήσει τις κοινωνίες σε αδιέξοδες καταστάσεις τις οποίες βιώνει η ανθρωπότητα. Γι' αυτό και η επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων από το κοινωνικό σύνολο, τους ενήλικες, την πολιτεία και τους έφηβους είναι καθοριστικός. Με την ευαισθητοποίηση του κοινωνικού συνόλου επιλύονται σε σημαντικό βαθμό τα περιβαλλοντικά θέματα.

Σκοπός της παρούσας εργασίας, ήταν η διερεύνηση του βαθμού ευαισθητοποίησης των εφήβων απέναντι στα περιβαλλοντικά προβλήματα και πόσο τελικά αυτός ο παράγοντας επηρεάζει τις αγορές τους. Με αυτό τον τρόπο οι έφηβοι συνειδητοποιούν ποιοι παράγοντες επιβαρύνουν το περιβάλλον, τους κινδύνους, τις συνέπειές τους, αλλά και το ρόλο που έχουν στην επίλυση των προβλημάτων.

Από την έρευνα προέκυψε ότι οι έφηβοι είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι και σε μεγάλο βαθμό έχουν αναπτύξει φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά. Η φιλο-περιβαλλοντική τους συμπεριφορά είναι αποτέλεσμα των γνώσεων που έχουν αποκομίσει για το περιβάλλον από το σχολείο, αγοράζοντας προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί, αλλά και μη ρυπαίνοντας τόσο το περιβάλλον με την τακτική αντικατάσταση των αντικειμένων τους με καινούργια. Οι προαναφερθείσες ενέργειες αποτελούν γεγονός που συνδέεται με το ότι οι έφηβοι θεωρούν πως η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον σε πολύ μεγάλο βαθμό. Το σχολείο, η οικογένειά τους, καθώς και τα Μ.Μ.Ε και το Διαδίκτυο έχουν εμφυσήσει σε υψηλό επίπεδο φιλο-περιβαλλοντικές αξίες και ως εκ τούτου οι έφηβοι έχουν σε υψηλό ποσοστό οικολογική καταναλωτική συμπεριφορά. Οι δαπάνες που κάνουν ποικίλουν, ενώ επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τη διαφήμιση αλλά και από κοινωνικούς παράγοντες. Επιπλέον, το εμπορικό όνομα του προϊόντος αλλά και ο κοινωνικός περίγυρος (κυρίως οι φίλοι) επηρεάζουν και υποκινούν την καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων.

Τα συμπεράσματα, τα οποία προέκυψαν από την προαναφερθείσα παράγραφο, τεκμηριώνονται με ποσοστά συχνοτήτων τα οποία είναι αποτελέσματα της έρευνας της οποίας διεξήχθη καθώς και με τις συσχετίσεις ορισμένων μεταβλητών.

Είναι γεγονός, ότι οι έφηβοι έχουν αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό μια καταναλωτική συμπεριφορά η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί αρκετά φιλική προς το περιβάλλον, κάτι το οποίο δείχνει ότι έχουν κατανοήσει σε σημαντικό βαθμό το υπάρχον οικολογικό πρόβλημα το οποίο διαμηνύει την επερχόμενη οικολογική καταστροφή δείγματα της οποίας είναι εμφανή.

Το ποσοστό των εφήβων 38%, τονίζει ότι το προβληματίζεται «πολύ» για την περιβαλλοντική υποβάθμιση, μια επισήμανση, την οποία διαβεβαιώνει το ποσοστό της συντριπτικής πλειοψηφίας των μαθητών το 94%, ότι πλέον η «υπερκατανάλωση» υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον. Επομένως, η κατανάλωση με την ευρεία έννοια, όχι μόνο των εφήβων αλλά και των ενηλίκων γενικότερα, είναι ένας τομέας που έχει άμεσο αποτέλεσμα στο περιβάλλον εφόσον γίνεται κατασπατάληση των φυσικών και των ενεργειακών πόρων. Με αυτόν τον τρόπο υπονομεύεται η επιβίωση και η κοινωνική ευημερία των μελλοντικών γενεών.

Η φιλο-περιβαλλοντική καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων έχει δυνατότητες να βελτιωθεί μέσω της θετικής επιρροής μιας σειράς παραγόντων. Η ευαισθητοποίηση των νεαρών ατόμων προέρχεται από τις γνώσεις που αποκομίζουν τόσο από το σχολείο όσο και από την οικογένεια τους, τις ηθικές και κοινωνικές αξίες, τις οποίες μεταδίδει κατά κύριο λόγο η οικογένεια τους, την αξιολόγηση των καταναλωτικών μηνυμάτων που δέχονται από τον ευρύτερο κοινωνικό τους περίγυρο και την καλλιέργεια της υπευθυνότητας και της οικολογικής τους συνειδητοποίησης.

Η κυρίαρχη πηγή γνώσεων, για το περιβάλλον απ' όπου αντλούν οι έφηβοι μαθητές πληροφορίες είναι το σχολείο, αυτή την άποψη έχει το 38,7% των εφήβων και ακολουθεί η οικογένεια με 30,4%. Χαρακτηριστικό, είναι το στοιχείο ότι οι

έφηβοι δεν θα αντικαθιστούσαν εύκολα τα αντικείμενα τους (pc, κινητά τηλέφωνα), χωρίς να έχουν υποστεί κάποια φθορά το ποσοστό 70,1% δήλωσε αυτή την άποψη.

Στην προσπάθεια τους οι έφηβοι μαθητές να προστατεύσουν το φυσικό περιβάλλον από την ρύπανση, αγοράζουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί όπου η συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών είναι $0,000 < 0,05$. Επίσης οι έφηβοι συνήθως ανακυκλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό από έναν ενήλικα. Επομένως, μέσω των προηγούμενων ενεργειών ενισχύεται η άποψη ότι οι νεότερη γενιά είναι σε μεγάλο βαθμό οικολογικά συνειδητοποιημένη και δραστηριοποιείται για τη διάσωση του περιβάλλοντος (π.χ. μείωση της συχνότητας αντικατάστασης αντικειμένων, αγορά προϊόντων από ανακυκλωμένο χαρτί).

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η καλλιέργεια της οικολογικής συνείδησης των εφήβων, είναι απαραίτητη, δεν πρέπει όμως να αγνοούνται τα ιδιαίτερα γνωρίσματα της εφηβικής ηλικίας. Στη συγκεκριμένη αναπτυξιακή χρονική περίοδο της ζωής τους η επιρροή της γνώμης των γονιών και των συνομηλίκων παραμένει πολύ μεγάλη. Ο έφηβος διακατέχεται έντονα από τα στοιχεία της παιδικότητας και του παρορμητισμού. Η διαφήμιση είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει αρκετές φορές αρνητικά την αγοραστική συμπεριφορά των εφήβων. Άλλωστε υπάρχει συσχέτιση $0,032 < 0,05$. Αποτέλεσμα της κακής επιρροής της διαφήμισης είναι η κατανάλωση προϊόντων από τους έφηβους που δεν είναι απαραίτητα.

Επίσης, οι φίλοι που εντάσσονται στον ευρύτερο κοινωνικό περίγυρο είναι ένας από τους παράγοντες που επηρεάζει πάρα πολύ τους εφήβους στις καταναλωτικές τους προτιμήσεις. Το 62,4% των εφήβων επηρεάζεται από τις καταναλωτικές επιλογές των φίλων και των συμμαθητών του με συνέπεια να μιμείται τα ίδια καταναλωτικά πρότυπα. Επιπροσθέτως, και η επωνυμία των προϊόντων αποτελεί σημαντικό συστατικό προσέλκυσης των νέων για να τα αγοράσουν, το 30,9% απάντησε ότι επηρεάζεται «πολύ» από το εμπορικό όνομα του προϊόντος προκειμένου να το αγοράσει.

Ανακεφαλαιώνοντας, προέκυψε ότι το πρόγραμμα της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης έχει ευαισθητοποιήσει σε σημαντικό βαθμό τους έφηβους καταναλωτές και έχει συμβάλει στην αλλαγή της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς. Η φιλο-περιβαλλοντική καταναλωτική τους συμπεριφορά εστιάζεται κυρίως στην αγορά ανακυκλωμένων τετραδίων, βιολογικών προϊόντων όταν δεν έχουν σημαντική διαφορά τιμής με τα συμβατικά αλλά και στη μη τακτική αντικατάσταση προϊόντων όπως κινητά, pc, photos. Ωστόσο, υπάρχουν πολλά ακόμη βήματα τα οποία πρέπει να γίνουν προς την κατεύθυνση αυτή.

Επομένως, η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και οι γνώσεις που έχουν αποκομίσει οι έφηβοι από τους καθηγητές τους έχει επηρεάσει κάποιες παραμέτρους της καταναλωτικής συμπεριφορά των εφήβων και κατ' επέκταση της αγοραστικής τους απόφασης. Άρα, *το πρόγραμμα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης επιδρά στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων και συμβάλει στην ευαισθητοποίηση των εφήβων καταναλωτών η οποία αντικατοπτρίζεται στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.* Απώτερος σκοπός της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης είναι οι έφηβοι να γίνουν οι μελλοντικοί ενεργοί πολίτες με σεβασμό για το περιβάλλον. Να έχουν την πρόθεση να συνυπάρξουν με τη φύση και όχι να κατασπαταλούν τους φυσικούς της πόρους. Τέλος, να είναι συνειδητοποιημένοι ότι το περιβάλλον είναι εύθραυστο και οι μηχανισμοί επαναφοράς του δεν είναι αρκετοί για να σωθεί η φύση από την καταστροφή, χρειάζεται και η ανθρώπινη βοήθεια.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η γενιά των νέων ανθρώπων, η οποία ζει μέσα σε ένα οικολογικό περιβάλλον, το οποίο διαρκώς υπονομεύεται από τα εκάστοτε οικονομικά συμφέροντα των ανθρώπων καθώς και την πλεονάζουσα καταναλωτική τους συμπεριφορά, καλείται να αντιμετωπίσει τα ήδη υπάρχοντα και εξίσου πολύ σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα. Η ανθρωπότητα στο σύνολό της έχει καθήκον να δώσει λύση στα περιβαλλοντικά προβλήματα και να διαμορφώσουν όλοι οι άνθρωποι ένα καινούργιο τρόπο ζωής περισσότερο φιλικό προς το περιβάλλον. Σημαντικό ρόλο έχουν όμως οι έφηβοι και οι εν δυνάμει ενήλικες διότι είναι στην αρχή της ζωής τους και λαμβάνοντας τη σωστή περιβαλλοντική παιδεία τόσο από το σχολείο όσο και από το οικογενειακό τους περιβάλλον θα είναι σε θέση να διαμορφώσουν μια σωστή οικολογική συμπεριφορά, η οποία θα περιλαμβάνει και σωστές καταναλωτικές συμπεριφορές.

Η αναζήτηση αειφόρου ανάπτυξης διευρύνει τον προβληματισμό γύρω από την απαξίωση των φυσικών πόρων και διαδικασιών. Η προσπάθεια επίτευξής της εστιάζεται στη νέα γενιά, η οποία έχοντας μια ολιστική παιδεία για τη σχέση φύσης και οικονομικού συστήματος θα διαμορφώσει και τα καταναλωτικά της πρότυπα. Τα οικολογικά προβλήματα και οι λύσεις τους διαμορφώνονται από οικονομικούς, φυσικούς, πολιτικούς ή πολιτιστικούς παράγοντες, ενώ σημαντικό ρόλο παίζουν και τα καταναλωτικά πρότυπα. Τα οικολογικά προβλήματα, με άλλα λόγια, σχετίζονται από τα καταναλωτικά πρότυπα. Ως εκ τούτου, η οικολογική αειφορία απαιτεί αποφάσεις και παρεμβάσεις οι οποίες ξεπερνούν τα μεμονωμένα άτομα και αφορούν τις μελλοντικές γενεές.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ: ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Αγαπητέ μαθητή,μαθήτρια,

Το ερωτηματολόγιο αυτό συντάχθηκε στο πλαίσιο της εργασίας με θέμα: <<**Οι επιπτώσεις της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης στις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων**>>. Όλες οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τη συγκεκριμένη εργασία. Η συμβολή σου κρίνεται πολύτιμη και για το λόγο αυτό θα σε παρακαλούσα να απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις με προσοχή. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι ανώνυμη. Σε ευχαριστώ προκαταβολικά για την πολύτιμη συμβολή σου στην πραγματοποίηση της εν λόγω εργασίας.

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΚΟΥΤΡΑ ΘΕΑΝΩ

ΑΘΗΝΑ 2010

A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**A.1 Φύλο**Αγόρι ☐ Κορίτσι ☐**A.2 Ηλικία****A.3 Ποιο είναι το οικογενειακό σας εισόδημα;**

1. <15000 € ☐
2. 15001-25000 € ☐
3. 25001-35000 € ☐
4. 35000 € ☐

A.4 Ποιο είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο των γονιών σας; (Σημειώστε με ένα χ)

1. ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ	ΠΑΤΕΡΑΣ	ΜΗΤΕΡΑ
2. Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση		
3. Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση		
4. Τριτοβάθμια Εκπαίδευση		
5. Άλλο(παρακαλώ σημειώστε.....)		

B. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΦΗΒΟΙ

B.1 Σας προβληματίζει η υποβάθμιση του περιβάλλοντος (π.χ. κλιματική αλλαγή, ρύπανση, κ.α.) ;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

B.2 Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι ευθύνεστε ατομικά για την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

B.3 Έχετε συμμετάσχει σε περιβαλλοντικές δράσεις στα πλαίσια του σχολείου;

Ναι ☐ Όχι ☐

B.4 Αν ναι, σε τι βαθμό πιστεύετε ότι σας έχουν επηρεάσει στην καθημερινότητά σας;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

B.5 Οι γνώσεις σας για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος προέρχονται κυρίως από: (Σημειώστε μόνο μια απάντηση)

Σχολείο ☐ Οικογένεια ☐ Μ.Μ.Ε ☐ Άλλο (παρακαλώ σημειώστε.....)

B.6 Η συμμετοχή σας στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει επηρεάσει τον τρόπο που σκέφτεστε:

A. Γύρω από τα θέματα περιβάλλοντος γενικά ☐

B. Σχετικά με τις προσωπικές σας ευθύνες ☐

Γ. Για τον τρόπο οργάνωσης της ζωής σας ☐

Δ. Γύρω από τους προβληματισμούς σε σχέση με το μέλλον σας ☐

Γ. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΕΦΗΒΟΙ

Γ.1 Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι ευθύνονται οι καταναλωτές για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

Γ.2 Η υπερκατανάλωση πιστεύετε ότι υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον;

Ναι ☐ Όχι ☐

Γ.3 Προσπαθείτε να προστατεύσετε το περιβάλλον αγοράζοντας προϊόντα (τετράδια, χαρτικά κ.λπ) από ανακυκλωμένο χαρτί;

Ναι ☐ Όχι ☐

Γ.4 Με ποια κριτήρια γίνονται οι αγορές σας; (Σημειώστε μόνο μια απάντηση)

A. Με βάση τις προσωπικές σας ανάγκες ☐

B. Με βάση το κοινό όφελος (π.χ. προστασία του περιβάλλοντος) ☐

Γ. Με βάση τη διάθεση της στιγμής ☐

Γ.5 Αντικαθιστάτε συχνά τα αντικείμενά σας με καινούργια χωρίς να έχουν υποστεί κάποια φθορά (PC, φωτογραφικές μηχανές, κινητά);

Ναι ☐ Όχι ☐

Γ.6 Σε τι βαθμό σας επηρεάζει η διαφήμιση στις αγορές σας;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

Γ.7 Έχετε αγοράσει προϊόντα γιατί τα έχουν αγοράσει οι φίλοι σας;

Ναι ☐ Όχι ☐

Γ.8 Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η μάρκα ενός προϊόντος σας επηρεάζει στην αγορά του;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

Γ.9 Σας προτρέπουν οι γονείς σας να:

1. Αγοράζετε προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον ☐
2. Κάνετε συγκρατημένες αγορές ☐
3. Ελέγχετε τα χαρακτηριστικά (π.χ. τιμή, ποιότητα) των προϊόντων ☐
4. Άλλο ☐ (παρακαλώ σημειώστε.....)
5. Δεν υπάρχει καμία σύσταση από μέρος τους ☐

Γ.10 Σε τι βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας τη γνώμη των γονιών σας όταν πρόκειται να αγοράσετε ένα προϊόν;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2**ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ****Πίνακας 1: Φύλο**

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Αγόρι	94	48,5	48,5
Κορίτσι	100	51,5	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 2: Ηλικίες των ερωτηθέντων ατόμων

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
12	8	4,1	4,1
12,5	4	2,1	6,2
13	76	39,2	45,4
13,5	1	,5	45,9
14	82	42,3	88,1
15	22	11,3	99,5
16	1	,5	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 3: Ποσό του οικογενειακού εισοδήματος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
<15000	32	16,5	16,5
15001-25000	64	33,0	49,5
25001-35000	48	24,7	74,2
35000	50	25,8	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 4.1: Μορφωτικό επίπεδο του πατέρα

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	7	3,6	3,6
Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	63	32,5	36,1
Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	118	60,8	96,9
Άλλο	6	3,1	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 4.2: Μορφωτικό επίπεδο της μητέρας

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	9	4,6	4,6
Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	64	33,0	37,6
Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	117	60,3	97,9
Άλλο	4	2,1	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 5: Βαθμός προβληματισμού για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	7	3,6	3,6
Λίγο	16	8,2	11,9
Μέτρια	39	20,1	32,0
Πολύ	74	38,1	70,1
Πάρα Πολύ	58	29,9	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 6: Βαθμός ατομικής ευθύνης υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	8	4,1	4,1
Λίγο	68	35,1	39,2
Μέτρια	74	38,1	77,3
Πολύ	33	17,0	94,3
Πάρα Πολύ	11	5,7	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 7: Συμμετοχή των εφήβων στις περιβαλλοντικές δράσεις

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	78	40,2	40,2
Ναι	116	59,8	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 7.1: Βαθμός επίδρασης στην καθημερινότητα των εφήβων εφόσον έχουν συμμετάσχει σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Δεν έλαβαν μέρος	77	39,7	39,7
Καθόλου	6	3,1	42,8
Λίγο	24	12,4	55,2
Μέτρια	35	18,0	73,2
Πολύ	35	18,0	91,2
Πάρα Πολύ	17	8,8	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 8: Οι πηγές από τις οποίες προέρχονται οι γνώσεις σχετικά με την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Σχολείο	75	38,7	38,7
Οικογένεια	59	30,4	69,1
Μ.Μ.Ε	54	27,8	96,9
Άλλο	6	3,1	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 9.1: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες έχει επηρεάσει θέματα περιβάλλοντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	162	83,5	83,5
Έχει επηρεάσει	32	16,5	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 9.2: Η συμμετοχή σας στις περιβαλλοντικές δράσεις έχει επηρεάσει τις προσωπικές σας ευθύνες

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	164	84,5	84,5
Έχει επηρεάσει	30	15,5	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 9.3: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες έχει επηρεάσει τον τρόπο οργάνωσης της ζωής των εφήβων

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	175	90,2	90,2
Έχει επηρεάσει	19	9,8	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 9.4: Η συμμετοχή στις περιβαλλοντικές δραστηριότητες έχει προβληματίσει τον τρόπο σκέψης των εφήβων σχετικά με το μέλλον τους

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	139	71,6	71,6
Έχει επηρεάσει	55	28,4	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 10: Βαθμός της καταναλωτικής ευθύνης για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	1	,5	,5
Λίγο	10	5,2	5,7
Μέτρια	40	20,6	26,3
Πολύ	86	44,3	70,6
Πάρα Πολύ	57	29,4	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 11: Βαθμός στον οποίον η υπερκατανάλωση υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	11	5,7	5,7
Ναι	183	94,3	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 12: Οι έφηβοι καταναλώνουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί για την προστασία του περιβάλλοντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό
Όχι	52	26,8	26,8
Ναι	142	73,2	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 13: Κριτήρια με τα οποία γίνονται οι αγορές των εφήβων

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Προσωπικές ανάγκες	145	74,7	74,7
Κοινό όφελος	23	11,9	86,6
Η διάθεση της στιγμής	26	13,4	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 14: Βαθμός στον οποίο οι έφηβοι αντικαθιστούν τα αντικείμενα τους με καινούργια χωρίς να έχουν υποστεί κάποια φθορά

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	136	70,1	70,1
Ναι	58	29,9	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 15: Βαθμός επίδρασης της διαφήμισης στις αγορές των εφήβων

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	32	16,5	16,5
Λίγο	55	28,4	44,8
Μέτρια	67	34,5	79,4
Πολύ	24	12,4	91,8
Πάρα πολύ	16	8,2	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 16: Βαθμός επίδρασης στις αγορές προϊόντων των εφήβων επειδή τα έχουν αγοράσει οι φίλοι τους

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	73	37,6	37,6
Ναι	121	62,4	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 17: Βαθμός στον οποίο οι έφηβοι θεωρούν ότι η μάρκα ενός προϊόντος επηρεάζει στην αγορά του

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	14	7,2	7,2
Λίγο	18	9,3	16,5
Μέτρια	51	26,3	42,8
Πολύ	60	30,9	73,7
Πάρα πολύ	51	26,3	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 18.1: Η προτροπή από τους γονείς στους εφήβους να αγοράζουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	154	79,4	79,4
Ναι	40	20,6	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 18.2: Η προτροπή από τους γονείς στους εφήβους να κάνουν συγκρατημένες αγορές

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	84	43,3	43,3
Ναι	110	56,7	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 18.3: Η προτροπή από τους γονείς στους εφήβους να ελέγχουν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	114	58,8	58,8
Ναι	80	41,2	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 18.4: Η προτροπή από τους γονείς στους εφήβους για κάτι άλλο

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	193	99,5	99,5
Ναι	1	,5	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 18.5: Οι γονείς δεν εκφράζουν καμία σύσταση στους εφήβους

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Όχι	185	95,4	95,4
Ναι	9	4,6	100,0
Σύνολο	194	100,0	

Πίνακας 19: Βαθμός στον οποίο οι έφηβοι λαμβάνουν υπόψη τους την γνώμη των γονιών τους όταν πρόκειται για την αγορά ενός προϊόντος

	Συχνότητες	Ποσοστό%	Αθροιστικό Ποσοστό%
Καθόλου	11	5,7	5,7
Λίγο	25	12,9	18,6
Μέτρια	46	23,7	42,3
Πολύ	67	34,5	76,8
Πάρα πολύ	45	23,2	100,0
Σύνολο	194	100,0	

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξένη Βιβλιογραφία

1. Ajzen (2008) "Consumer attitudes and behavior", in Haugtvedt, C.P., Herr, P.M., Cardes, F.R. (Eds), Handbook of Consumer Psychology, Lawrence Erlbaum.
2. Blackwell, R.D, Miniard, P.W. and Engel, J.F. (2001) Consumer Behavior, Harcourt College Publishers, 9th Ed. Europe 1998.
3. Blake, D.E. (2001) Contextual Effects on Environmental Attitudes and Behavior. *Environment and Behavior*, vol.33, no.5, pp.708-725.
4. Bohlen, G.M., Diamantopoulos, A Sclegelmilch, B.B. (1993) Consumer Perceptions of the Environmental Impact of an Industrial Service. *Marketing Intelligence and Planning*, vol.10, no.3, March, pp.237-256.
5. Cleveland, M., Kalamas, M., Laroche, M. (2005) Shades of Green: Linking Environmental Locus of Control and Pro-Environmental Behaviours. *Journal of Consumer Marketing*, vol.22, no.4, pp.198-212.
6. Corraliza, J.A., Berenguer, J., (2000) Environmental Values, Beliefs, and Actions : A Situational Approach. *Environmental and Behavior*, vol.32, no 6., pp.832-848.

7. Cutter, A. Smith, R. (2001) Gauging Primary School Teacher's Environmental Literacy: An issue of "Priority", Asia Pacific, *Education Review*, vol 2 (2), 45-60.
8. Davies, J., Foxall, G.R., Pallister, J. (2002) Beyond the Intention –behaviour Mythology: An Integrated Model of Recycling, *Marketing Theory*, vol.2, no.1, pp.29-113.
9. Ebreo, A., Vining, J. (2001) Conservation-wise Consumers: Recycling and Household Shopping as Ecological Behavior. *Journal of Environmental Systems*, vol.23, no.2, pp.109-131.
10. Fein, J., (1996) Curriculum Sustainability and Civil Society, Griffith University, Australia, στο Δίτσιου, Μ (2001), Διαπολιτισμική Αγωγή και περιβαλλοντική εκπαίδευση. Μια στενή σχέση και αμφίδρομη περιβαλλοντική αγωγή. *Θέματα και Περιβαλλοντικοί προβληματισμοί* 3 (1), 27-31, Αθήνα.
11. Follows, S.B, Jobber, D. (2000) Environmental Responsible Purchase Behaviour: A Test of Consumer Model. *European Journal of Marketing*, vol. 34, no.5/6, pp.723-746.
12. Fotopoulos, C., Krystallis, A. (2002) Purchasing Motives and Profile of Greek Organic Consumer: A Countrywide Survey. *British Food Journal*, vol.104, no.9, pp.730-765.

13. Gilg, S., Ban, D., Ford, N. (2005) Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer. *Futures*, vol.37, pp.481-504.
14. Harlen, W., Eggleston, J. (1990) Environmental Science IN the Primary School, London: Pau; Chapman, αναφορά στο Παπαδημητρίου, Β. (1998) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Σχολείο: Μια Διαχρονική Θεώρηση*, Αθήνα: Τυποθύτω.
15. Hicks, D. and Holden, C. (Edts, 1995). *Visions of the future: Why We Need to Teach for Tomorrow*. Stock-on-Trend: Trenthams Books.
16. Hungerford H., Ramsey, J. (1989) *A Prototype Environmental Education: Curriculum for the middle school*, UNESCO, No 29, σελ.17.
17. Hungerford, H. Volk, T. (1990) Changing Learning Behavior Through Environmental Education. *The journal of Environmental Education*.
18. Jennings, A., Norman, N. (2003), Understanding and Developing Elementary Environmental Education in the Bay Area, Community Research of Science, on line at, www.crscience.org
19. Jensen, B.B. Schnack, K. (1997) The action competence approach in Environmental Education. *Environmental Education Research*, 3 (2), pp.163-178.
20. Karaber, J. Hasley, A.H. (1977) *Power and Ideology of Education*, Oxford University Press, New York.

21. Korfiatis, K.J., Hovardas, T. Pantis, J.D. (2004) Determinants of Enviromental Behavior in Societies in Transition: Evidence from Five European Countries. *Population and Environment*, July, vol.25, no.6, pp.563-584.
22. McNeal, U.J (2000) *Children as Consumers of Commercial and Social Products* Pan American Health Organisation. Texas (on-line pages 102).
23. Moisander, J., Pesonen, S. (2002) Narratives of Sustainable Ways of Living: Constructing the Self and the Other as a Green Consumer. *Management Decision*, vol.40, no.4, pp.329-342.
24. North, J.E. and Kotzi, T. (2001) Parents and television advertisements as consumer socialization agents for adolescents: An explanatory study” *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, vol. 29, pp.91-9.
25. Pinson, C. and Jolibert, A. (1997), “Consumer behavior: an overview of current approaches and issues”, In *European Perspectives on Consumer Behaviour*, Edited by Lambkin, M, Foxall, G, Raaij F.V. and Heilbrunn, B, Prentice Hall.
26. Schwebel, A. & Fine, A. (1994) *Understanding and Helping Families. A Cognitive- Behavioral Approach*. Lawrence Erlbaum Associates, London.
27. Sclegelmilch, B.B., Bohlen, G.M., Diamantopoulos, A (1996). The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Environmental Consciousness. *European Journal of Marketing*, vol.30, no.5, pp.35-55.

28. Shaw, P.J., Maynard, S.J. (2008) The Potential of Financial Incentives to Enhance Householder' Kerside Recycling Behaviour. *Waste Management*, vol.28, no.10, pp.1732-1741.
29. Thøgersen, J., Olander, F. (2002) Human Values and the Emergence of Sustainable Consumption Pattern: A Panel Study. *Journal of Economic Psychology*, vol.23, pp.605-630.
30. Thøgersen, J., Olander, F. (2003) Spillover of Environment- friendly Consumer Behaviour.. *Journal of Economic Psychology*, vol.23, pp.605-630.
31. Tilbourg, D. (1995) Environmental Education for sustainability: Defining the environmental education in the 1990's, *Environmental Education Research*, 1,2, pp.195-211.
32. Tilbury, D. and Cooke, K. (2005). A national Review of Environmental Education and its Contribution to Sustainability in Australia: Frameworks for Sustainability. Australian Reserch Institute in Education for Sustainability. Canberra.
33. Timlett, R.E., Williams, I.D. (2008) Public Participation and Recycling Performance in England : A Comparison of Tools for Behaviour Change. *Recourses, Conservation and Recycling*, vol.52, pp.622-634.
34. UNDSO (2002). United Nations Division for Sustainable Development (2002), Sustainable Development Topics/Sustainable Tourism.

35. UNESCO (1997). Educating for a Sustainable Future: A Transdisciplinary Vision for Concerted Action, Paris: UNESCO.
36. UNESCO- UNEP (2000) GEO-2000: Global Environmental Outlook, United Nations.
37. Wilkie, W.L. (1994) Consumer behavior, New York: John Wiley & Sons.

Ελληνική Βιβλιογραφία

38. Tietenberg, T. (2001) Οικονομική του Περιβάλλοντος και των Φυσικών Πόρων, Τέταρτη Έκδοση, Τόμοι Α, Εκδόσεις, Gutenberg.
39. Αναστασάτος, Ν (2005) *Σχολείο και περιβάλλον: Από τη θεωρία στην πράξη*, Αθήνα, Ατραπός.
40. Αποστολόπουλος, Κ.Δ (1996) *Μαθήματα Κοινωνιολογίας της Οικογένειας*, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
41. Αραβαντινός, Α., Βλαστός, Θ, Εμμανουήλ, Δ., Μαρίνος- Κουρής, Δ. (1999) *Εισαγωγή στο Φυσικό και Ανθρωπογενές Περιβάλλον*, Τόμος Β1, Πάτρα, ΕΑΠ.
42. Βλάχου Α. (1998) Εκπαίδευση Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Αναπαραγωγή του Καπιταλισμού.

43. Βλάχου Α., Benton T. και Grundmann, R. (1995) Κοινωνία και Φύση: Μια συζήτηση για την Οικολογία, τον Μαρξισμό και την Γνωσιοθεωρία, Αθήνα, εκδόσεις Δελφίνι, σελ.164-65.
44. Βλάχου, Α. (2001) Περιβάλλον και φυσικοί πόροι: Οικονομική θεωρία και πολιτική, Αθήνα, Κριτική, σελ.26-7, 28-9.
45. Δημητρίου, Α (2005) *Παραδείγματα και Μεθοδολογία Αξιολόγησης στην ΠΕ (σημειώσεις)* Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Επιστημών της Προσχολικής Αγωγής και του Εκπαιδευτικού Σχεδιασμού, ΠΜΣ «Εαρινό Εξάμηνο , Ρόδος.
46. Εξαδάκτυλος Ν. (1996) Συμπεριφορά του καταναλωτή, 2η Έκδοση, Αθήνα: Έλλην.
47. Katz, L.G. & Chard, S.C. (2004) *Η μέθοδος project: η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και της δημιουργικότητας των παιδιών προσχολικής ηλικίας* (2η έκδοση), Αθήνα, Ατραπός, (μετάφραση Λαμπρέλλη).
48. Καζεπίδης, Τ. (1991) *Η φιλοσοφία της παιδείας* , Θεσσαλονίκη: Βάνιας.
49. Καλαϊτζίδης, Δ., Ουζούνης, Κ.(2000) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση: Θεωρία και πράξη* (2^η έκδοση), Ξάνθη: Σπανίδης.
50. Κούσουλας, Γ. (2008) *Προσέγγιση στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών.

51. Κώττης, Γ.Χ (1994) *Οικολογία και οικονομία*, εκδόσεις Παπαζήση, σελ.139-140, σελ.152-3, σελ.163-4,172-4.
52. Λιάμπα και Τουρτούρα (2007) «Όψεις του πολιτισμικού κεφαλαίου των μαθητών των ενιαίων λυκείων και τεχνικών επαγγελματικών εκπαιδευτηρίων» στο <http://www.makthes.gr/index.php?name=News&file=article&sid=5984> (2-12-09).
53. Μαγνήσαλης, Γ.Κ. (1997) *Η συμπεριφορά του καταναλωτή*, Interbooks, Αθήνα.
54. Μάλλιαρης, Γ.Π (1990), *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ*, εκδόσεις Α. Σταμούλη, Αθήνα.
55. Μαρκαντώνης, Ι.Σ. (1986), *Παραδόσεις ιστορίας της παιδείας* (πανεπιστημιακές παραδόσεις), Αθήνα Πανεπιστήμιο Αθηνών, Εργαστήριο Πειραματικής Παιδαγωγικής, σελ.5-9.
56. Μπράουν και Γιάκομπσον (1990) Το μέλλον της αστικοποίησης, Λέστερ Μπράουν και Ζόντι Γιάκομπσον Τεύχος ειδική έκδοση Ιανουάριος.
57. Παπαδημητρίου, Β (2005) Ο Κονστрукτιβισμός στι Φυσικές Επιστήμες και στην Π.Ε. στο Γεωργόπουλος (επιμέλεια) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση: ο νέος πολιτισμός που αναδύεται*, Αθήνα: Gutenberg.

58. Παπαδημητρίου, Β., (2004) «Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και σύγχρονες εκπαιδευτικές μεταρρυθμίσεις», στο Μπαγάκης Γ., *Ο Εκπαιδευτικός και το Αναλυτικό Πρόγραμμα*, Μεταίχμιο, σελ. 22.
59. Παπαζήση, Χ. Παπαζήση, Ε., (2007) Εκπαίδευση Για Την Αειφόρο Ανάπτυξη Και Αειφόρος Τουρισμός, Πρακτικά από το 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο ΠΕΕΚΠΕ.
60. ΠΕΕΚΠΕ, (2004) Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Εκπαιδευτικό Υλικό (αφιέρωμα) *Για την περιβαλλοντική εκπαίδευση*, 32, 4-19, ΠΕΕΚΠΕ.
61. Πετράκη-Κώττη Α. και Κώττης Γ., (1993) Μικροοικονομική: Θεωρία και Εφαρμογές, Εκδόσεις Σμπίλιας, Αθήνα.
62. Πετράκης, Μ. (2006) *Έρευνα μάρκετινγκ. Η ερευνητική μεθοδολογία*, εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
63. Πουρναράκης, Ευθύμιος Δ. (1997) Μακροοικονομία Θεωρία και πολιτική, Σμπίλιας, Αθήνα.
64. Ράπτης, Ν. (2000) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Αγωγή: Το θεωρητικό Πλαίσιο των Επιλογών*, Αθήνα, εκδόσεις Τυποθήτω.
65. Σιώμκος Γ. (1994), *Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ*, Αθήνα: Σταμούλης.

66. Σιώμοκος, Ι.Γ. (1994) *Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Α. Σταμούλη, Πειραιάς- Αθήνα.
67. Συμβούλιο της Ε.Ε. (2006). Επανεξέταση Στρατηγικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Αειφόρο Ανάπτυξη-Ανανεωμένη Στρατηγική. Παράρτημα 10917/06.
68. Τομαράς, Π. (2006) *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς*, 3η έκδοση, αυτοέκδοση, Αθήνα.
69. Φλογαΐτη, Ε. (2006) *Εκπαίδευση για το περιβάλλον και την Αειφορία*, εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
70. Φλογαΐτη, Ε. και Λιαράκου, Γ. (2005) Αξιολόγηση και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση: προσεγγίσεις και προβληματισμοί, στο Γεωργόπουλος, Α (επιμέλεια) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση: ο νέος πολιτισμός που αναδύεται* (755-772), Αθήνα, Gutenberg.
71. Φλογαΐτη, Ε. (1998) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
72. Φράγκου, Χ. Πόσο Οικολογικά σκέφτονται οι καταναλωτές, 1^ο Διεθνές Συνέδριο, «Ποσοτικές μέθοδοι στη βιομηχανία και στις εμπορικές επιχειρήσεις», στο
<http://eureka.lib.teithe.gr:8080/dspace/bitstream/10184/1132/1/tarticleAprJun03.pdf>