



ΖΗΤΟΥΝ ΑΤΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΔΡΑΣΗ

Οι Έλληνες θέλουν να μάθουν περισσότερα για την κλιματική αλλαγή

Τα αποτελέσματα πανελλαδικής έρευνας με θέμα «Τάσεις της κοινωνίας και των πολιτών για την κλιματική κρίση στην Ελλάδα και τον κόσμο» παρουσίασε την Πέμπτη 21 Σεπτεμβρίου 2023 ο **Στράτος Φαναράς**, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της **Metron Analysis**, στο πλαίσιο της ημερίδας «**Climate Era**», που διοργάνωσε η **Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης (ΕΕΠΦ)**. Η έρευνα διεξήχθη από τις 29/08-04/09/2023, μετά δηλαδή από ένα καλοκαίρι με μεγάλης έκτασης πυρκαγιές στη χώρα, αλλά πριν από την εκδήλωση της κακοκαιρίας «Daniel», σε δείγμα 1.005 ατόμων ηλικίας 17 ετών και άνω και έδωσε πολύ χρήσιμα στοιχεία για το πώς διαμορφώνεται σήμερα η σχέση των Ελλήνων πολιτών με το φυσικό περιβάλλον αλλά και με τις απειλές και προκλήσεις που βρίσκονται σε συνάρτηση με την κλιματική αλλαγή. Η πλειονότητα των πολιτών που ρωτήθηκαν, κατέταξε την καταστροφή του περιβάλλοντος στην τρίτη θέση (9%) των σημαντικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η χώρα, με πρώτη την ακρίβεια (30%) και δεύτερη την οικονομία (21%), ζητήματα που «παραδοσιακά» απασχολούν την κοινή γνώμη. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο ίδιο ερώτημα, που είχε τεθεί σε έρευνα της Metron Analysis για την κλιματική αλλαγή (Απρίλιος 2022, **Υπουργείο Κλιματικής Κρίσης και Πολιτικής Προστασίας / Διανέοσις**), η ακρίβεια και η οικονομία βρίσκονταν και πάλι στις πρώτες θέσεις (με 26% και 24%, αντίστοιχα), ωστόσο η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος βρισκόταν πολύ χαμηλότερα στις αναφορές (με 3%), κάτω από τη φτώχεια/ανισότητες, την ανεργία και τη διαφθορά. Παρά τη σχετική αύξηση, το ποσοστό 9% είναι αρκετά χαμηλό και δείχνει ότι η κοινωνία ίσως δεν αντιλαμβάνεται πλήρως τη σύνδεση των φυσικών καταστροφών με την οικονομία. Συναφώς, η αντίληψη περί ύπαρξης της κλιματικής αλλαγής κινείται σε υψηλά επίπεδα στην Ελλάδα, ωστόσο δεν είναι απολύτως

εμπειρωμένη. Στο ερώτημα αν υπάρχει κλιματική αλλαγή, πάνω από 8 στους 10 (84%) πιστεύουν ότι η κλιματική αλλαγή πράγματι συμβαίνει, ποσοστό ελαφρώς χαμηλότερο από αυτό της προαναφερθείσας έρευνας του 2022 (91%). Από δημογραφική άποψη, το ποσοστό όσων δεν αποδέχονται την ύπαρξη κλιματικής αλλαγής (15%) αυξάνεται σχετικά στις νεότερες γενιές (Gen Z 19%, Millennials 17%) και σε πολίτες με βασική ή μέση εκπαίδευση (20%), απόδειξη ότι η σχετική καχυποψία μπορεί να έχει πολλές διαστάσεις. Η καταγραφόμενη πτώση στην αποδοχή της ύπαρξης της κλιματικής κρίσης ενδέχεται να οφείλεται και στη σταδιακή πολιτικοποίηση του θέματος, όπως έχει ήδη φανεί σε εντονότερο βαθμό σε άλλες χώρες. Αναφορικά με τα αισθήματα απέναντι στην κλιματική αλλαγή, η έρευνα καταγράφει ότι σχεδόν 8 στους 10 εκφράζουν έντονη ανησυχία (ειδικότερα: 43% δηλώνουν ότι ανησυχούν «πολύ» και 36% «αρκετά»), ενώ μόλις 21% δηλώνουν ότι ανησυχούν «όχι και τόσο» ή «καθόλου». Αξίζει να σημειωθεί ότι στους γεωργούς ο βαθμός ανησυχίας φτάνει το 90%, ενώ η ίδια ομάδα είναι από αυτές που παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα αποδοχής της ύπαρξης της κλιματικής αλλαγής. Αυτό ενδεχομένως οφείλεται στην ειδική σχέση τους με το φυσικό περιβάλλον, που συνεπάγεται και αυξημένη ευαισθησία. Η κλιματική αλλαγή θεωρείται από μια ισχυρή πλειονότητα ανθρωπογενής, στοιχείο που υποδηλώνει ταυτόχρονα τη συνείδηση ότι απαιτείται ανθρωπινή-κοινωνική δράση για την αντιμετώπισή της. Καταγράφονται σχετικά αυξημένα αισθήματα ανησυχίας για τις επιπτώσεις και την εξέλιξη της και θεωρείται από το μεγαλύτερο τμήμα των συμμετεχόντων στην έρευνα ότι θα πρέπει να αποτελεί υψηλή ή/και επιτακτική κυβερνητική προτεραιότητα - στοιχείο που υποδηλώνει και ένα αίτημα πολιτικής δράσης για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της. Σχεδόν 3 στους 10 (ιδιαίτερα οι μεγαλύτερες γενιές αλ-

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

λά και τα άτομα βασικής εκπαίδευσης) θα ήθελαν «πολύ περισσότερη» ενημέρωση σχετικά με την κλιματική αλλαγή. Αν συνηγορήσουμε και το 36% που δηλώνει ότι θα ήθελε «κάπως περισσότερη» ενημέρωση, το 65% θεωρεί αναγκαίες περισσότερες γνώσεις και πληροφορίες για την κλιματική αλλαγή, προκειμένου να διαμορφώσει καλύτερη εικόνα. Συνοψίζοντας, φαίνεται ότι υπάρχει μια σχετικά αυξημένη ευαισθησία στην ελληνική κοινή γνώμη για τα θέματα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την κλιματική αλλαγή, καθώς και μια αντίληψη ότι οι επιπτώσεις της πρέπει να αντιμετωπιστούν τόσο με συλλογική όσο και με ατομική δράση. Ταυτόχρονα, μοιάζει να υπάρχει και σημαντικό περιθώριο για την ανάπτυξη «παιδαγωγικών» δράσεων, που θα μπορούσαν να καλλιεργήσουν μια περισσότερο συνειδητή, ενημερωμένη και ευαίσθητη περιβαλλοντική αντίληψη - ειδικά σε κρίσιμες κοινωνικές ομάδες, όπως οι νεότερες γενιές αλλά και τα άτομα χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου. Προφανώς, πρόκειται για καλό νέο για το χώρο της επικοινωνίας και του marketing, που μπορεί (και πρέπει να θέλει) να αποτελέσει «δύναμη για καλό» και να συμβάλει στην αλλαγή συμπεριφορών και στάσεων. Η δυναμική και η διάθεση των πολιτών φαίνεται να υπάρχουν. Ο **ΣΔΕ** έχει αναλάβει δράση σχετικά με την κλιματική αλλαγή ήδη από το 2019. Έκτοτε, η βιωσιμότητα, βασικός πυλώνας του **Better Marketing**, βρίσκεται στην κορυφή της ατζέντας του. Με πλήθος πρωτοβουλιών όπως webinars, Οδηγοί, έρευνες, εργαλεία, frameworks κ.ά. βοηθά τα μέλη του, αλλά και ολόκληρη την αγορά, να χρησιμοποιήσει τη δύναμη του marketing για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Κορυφαία πρακτικά εργαλεία αυτήν τη στιγμή είναι το **Planet Pledge** και ο πρακτικός Οδηγός «**Global Guidance on Environmental Claims**». Μάθετε περισσότερα [εδώ](#).