

ראיון: **אור פילק**
מערכת אקולוגיה וסביבה

שחר בוקמן
עורך אקולוגיה וסביבה

ציטוט מומלץ

פילק א ובוקמן ש. 2023. להסתכל למציאות בעיניים – ריאיון עם ד"ר תמר מקוב על התועלת האמיתית באימוץ של התנהגות סביבתית לכאורה. *אקולוגיה וסביבה* 14(1).



ד"ר תמר מקוב – מחברת בין אקולוגיה תעשייתית לכלכלה התנהגותית כדי ללמוד על הפערים בין התאוריות והמודלים למציאות בהקשר של ההשפעות הסביבתיות של אימוץ טכנולוגיות חדשות | באדיבות אוניברסיטת בן-גוריון בנגב

להסתכל למציאות בעיניים – ריאיון עם ד"ר תמר מקוב על התועלת האמיתית באימוץ של התנהגות סביבתית לכאורה

30 במאי, 2023

גיליון אביב 2023 / כרך 14(1)

[הפנים של המדע](#)

שלום תמר. תוכלי לספר לנו מעט על עצמך?

אני ראשת המעבדה לכלכלה מעגלית באוניברסיטת בן-גוריון בנגב וחברת סגל בפקולטה לניהול ובבית הספר לקיימות ושינויי אקלים. יש לי תואר ראשון מהאוניברסיטה העברית מהפקולטה לחקלאות בתזונה קלינית, ותואר שני ושלישי מבית הספר לניהול סביבתי באוניברסיטת ייל. המחקר שלי מתמקד באקולוגיה תעשייתית ובכלכלה התנהגותית. מה שמעניין ומסקרן אותי הוא הפער בין התאוריות לבין מה שקורה בפועל.

אקולוגיה תעשייתית מנסה לכמת את זרם החומרים והאנרגיה בין מערכות טבעיות למערכות תעשייתיות ולהפך. התהליכים התעשייתיים, שעונים על צורכי החברה המודרנית, התאפשרו הודות לקדמה ולטכנולוגיה. האם הטכנולוגיה יותר מזיקה או יותר מועילה?

לא מזמן שמעתי את אילון מאסק, בריאיון אצל ביל מאר, אומר משהו פשוט ונכון: בטלפון שלנו יש יותר מידע ממה שהיה לכל מנהיגי העולם ב-1940. כלומר, המחשב במכשיר שיש לנו ביד חזק ממחשב-העל ששלח את האדם הראשון לירח. הטכנולוגיה שינתה את חיינו ללא היכר, הביאה לשיפור עצום כמעט בכל תחום בחיינו, למשל בתוחלת החיים, בתמותת תינוקות ובכמות המלחמות. אם נשווה מדדים אובייקטיביים, מצבה של האנושות כיום הוא טוב יותר מאשר בכל נקודת זמן אחרת. נוסף על כך, בטכנולוגיה הדיגיטלית יש המון פוטנציאל להפוך תהליכים לטובים וליעילים יותר. היא אחד המאפשרים הכי גדולים של כלכלה שיתופית, החל מ-Moovit שמנגישה לנו מידע על תחבורה ציבורית והופכת את השימוש בה לנוח יותר, וכלה ב-Marketplace של פייסבוק שמאפשר קנייה ומכירה של מוצרי יד שנייה. אומנם האדם תמיד נהג לשתף מוצרים עודפים, אבל בעזרת הטכנולוגיות הדיגיטליות כיום אנחנו מצליחים להגיע למעגלים רחבים יותר.



הטכנולוגיה היא אחד המאפשרים הגדולים של כלכלה שיתופית. למשל, היא מצליחה להנגיש מידע שהופך את השימוש בתחבורה ציבורית ליעיל ונוח יותר | צילום: [Ben Schumin, Flickr, CC BY-SA 2.0](#)

עם זאת, הקדמה עוזרת לנו גם לפתח טכנולוגיות ותעשיות שמזיקות לסביבה, למשל אלגוריתמים מתקדמים המאפשרים להוזיל קידוחי נפט וכך תומכים בהמשך פיתוח מאגרי נפט. תהליכים שנלמד לעשות בצורה יעילה יותר, ייעשו זולים יותר, וזה משנה את המשוואה של ההיתכנות הכלכלית שלהם. זה אומר שגם דברים מזהמים עלולים להיעשות כדאיים כלכלית. השורה התחתונה היא שטכנולוגיה עלולה להזיק לסביבה ועשויה להועיל לה, ובסופו של דבר, אופן השימוש בטכנולוגיה הוא זה שקובע.

ישנה אמירה שלכל דבר קיים פתרון, או פתרון טכנולוגי בפרט, שחוסך לנו כסף והוא גם סביבתי. הרעיון הזה נכון ברוב המקרים, אבל עלינו לזכור שהתועלת הסביבתית לעולם לא תהיה של 100%. לכל היותר 70% מהתועלת תתממש, ובמקרים מסוימים אולי רק 10%, מפני שכניסתה של הטכנולוגיה היעילה יותר תשפיע גם על התנהגות הצרכנים וגם על השווקים. כאשר טכנולוגיה מוזילה את המוצר, שיקולים כלכליים או מוסריים גורמים לנו להגדיל את הצריכה שלו או של מוצר או שירות אחר, והצריכה העודפת הזו מקזזת חלק מהתועלת שהיינו מצפים לקבל. זה נקרא אפקט הריבאונד, ולצערנו הוא קיים בהרבה פתרונות.

את אומרת שאותו פתרון סביבתי שנשמע לנו מושלם, הוא למעשה רק קצת סביבתי או אולי אפילו בכלל לא. מה אפשר לעשות עם ההבנה הזו חוץ מלחוש תסכול?

קודם כול, צריך להכיר בכך שזו המציאות. עלינו להסתכל על המערכת בשלמותה ולהיות יותר ריאליים. כשחברה תעשייתית נהיית יעילה יותר, היא בדרך כלל מייצרת וצורכת יותר. זה לא אומר שלא צריך לחפש פתרונות, אלא שצריך להביא בחשבון שאין פתרון קסם. קחו למשל את הטכנולוגיה לייצור בשר מתורבת. אומנם עדיין אין נתונים מדויקים על פליטות גזי חממה ושימושי קרקע, אבל החלופה הזו כנראה עדיפה, ובוודאי בכל הקשור לצער בעלי חיים. אבל אם בסופו של דבר רק הטבעונים הם אלה שיאכלו את הבשר המתורבת, או אם כולנו נאכל בשר מתורבת אבל נמשיך גם לאכול בשר 'רגיל' חמש פעמים בשבוע, זה לא יביא לתועלת הסביבתית המובטחת. טכנולוגיה יכולה לשפר את חיינו, אבל תמיד יש לה השלכות נוספות. היא כשלעצמה לא תציל אותנו, לכן צריך לשנות את דפוסי ההתנהגות שלנו.

אם אנחנו לא יכולים לשים את מבטחנו בטכנולוגיה, וכל שינוי התנהגות כרוך בהשפעות משנה שמקזזות חלק מהתועלת הפוטנציאלית של השינוי, אז אולי בעצם הבעיה נעוצה בכמות האוכלוסייה?

אני לא חושבת כך. אני מכירה אוכלוסיות שמדכך הפחמן שלהן נמוך, והן צורכות פחות אנרגיה, חומרים או אוכל מתושבי מדינת ישראל, ובכל זאת הן חיות טוב, ברמת תל"ג דומה לשלנו – למשל היפנים והאירופים. זה עניין של תרבות. אצלם כלי הרכב קטן יותר, ויש רק אחד למשפחה. הבית קטן יותר ויש בו פחות מכשירי חשמל. אנחנו בישראל התבלבלנו. אנחנו חושבים שאנחנו חיים במונטנה, בעוד שמצבנו יותר דומה לחיים באי צפוף, כמו סינגפור והונג קונג. אי אפשר שלכולנו יהיו ג'יפ ובית ענק. אם לא נבין זאת, יהיה לנו מאוד לא נעים פה. יש דרכים לחיות בצורה הרבה יותר טובה ופחות בזבזנית. למשל, צריך לבחון אם הנוהג של אכילת בשר בארוחת צהריים וגם בארוחת ערב תורם לרווחה האישית והחברתית או לא.

לא גודל האוכלוסייה קובע, אלא הנורמות שהיא מאמצת. נורמות כן משתנות. בארץ יש לנו מעין קיבעון לחיפוש אחר פתרון טכנולוגי, אך בסופו של דבר בטכנולוגיה משתמש בן אדם, וסוג השימוש שהוא עושה בה קובע את ההשלכות. לכן, פתרון



הבעיה לא נעוצה בכמות האוכלוסייה, זה עניין של תרבות. אי אפשר שלכולנו יהיה ג'יפ. עלינו ללמוד מהיפנים ומהאירופים – אצלם הרכב קטן יותר ויש אחד ולא יותר | צילום: Charles, Flickr, [CC BY 2.0](#)

מה אפשר לעשות בהקשר הזה? אילו שינויי התנהגות מוטב שנאמץ כיחידים וכחברה?

יש קשר חזק בין כמות הזמן שאנחנו עובדים או הפנאי שלנו לבין כמה אנחנו מבזבזים. 'עוני זמן' גורם בתורו לבזבז כסף, כי אין זמן לעשות דברים בזול, בנחת או בצורה יעילה. אנחנו כל היום מכבים שרפות. לכן, קודם כול עלינו להוריד את הרגל מהגז, מה שיאפשר לנו לחיות בצורה פחות אינטנסיבית. בארץ אין רגע דל. במקומות אחרים בעולם לא עובדים בסופי שבוע, בחופשים או אחרי שמונה בערב. אני חושבת שאם נמצא איך לחיות בצורה אלטרנטיבית זה יסייע גם מבחינה סביבתית, בגלל שבסופו של דבר, המוצר הכי טוב לסביבה הוא לא המוצר עם התו הירוק או מוצר יד שנייה, אלא המוצר שאנחנו לא קונים. זה נשמע פשוט, אבל כפי שכולנו יודעים, זה לא כל כך פשוט, כי יש הרבה מאוד כסף בצד השני: תעשייה של מיליארדים, שכל המטרה שלה היא לגרום לנו לקנות. זה הכוח שמולו אנחנו עובדים.

איך ניתן להתנגד לכוח הזה או להגביל אותו?

אני חושבת שהגבלת הכוח השיווקי אפקטיבית. עשו את זה עם סיגריות, וראינו בצורה חד-משמעית שהרגולציה משפיעה. בתחומים של סביבה ובריאות הציבור אנחנו לא יכולים לתלות תקוות בחברות המזון או ביצרניות הדלק. הם קונצרנים שהוכיחו פעם אחר פעם שטובת הציבור היא לא בראש מעייניהם. אנחנו זקוקים לרגולטורים שאכפת להם מהציבור.

במציאות יש תאגידים עם כוח שיווקי גדול ותעשיות ענק שאחראיות לזיהום. האם באמת משנה מה עושה האדם הבודד לשיפור המצב?

אכן, תרומתו של האדם היחיד היא לא מאוד משמעותית. זה דומה להצבעה בקלפי, שהיא אומנם קול בודד, אך כוחם של היחידים הוא בהשפעה המצטברת. אנחנו צריכים להבדיל בין יחידים שיש להם הרבה כוח, יחידים שיש להם מעט כוח, ופרטים שבכלל אין להם כוח.



צומת הרחובות קפלן ודרך בגין בתל-אביב, על רקע קניון עזריאלי. כדי ליצור שינוי התנהגותי סביבתי, מוטב קודם שנוריד את הרגל מהגז וניצור שגרת חיים פחות אינטנסיבית. אנחנו חיים בחברה 'ענייה בזמן', וזה גורם לנו לבזבז משאבים | צילום: גל לליב, ויקימדיה, [CC BY-SA 4.0](#)

זי אלה אותם יחידים שיש להם הרבה כוח?

אנשים הממלאים תפקידים משמעותיים, שבמסגרתם הם יכולים להשפיע על הסביבה, בין אם מדובר בפקיד במשרד האוצר, בקובעי מדיניות, ובצורה פחותה גם בשפית במסעדה. יותר מכול, הכוונה לאנשים עם כוח לא פרופורציוני ביחס לרוב הציבור, למשל כאלה היושבים בדיקטטוריונים ויכולים להשפיע על השקעות הבנק או על הערכים שהוא יקדם. ממובילי המשק הישראלי אני מצפה להטמיע שיקולים סביבתיים וחברתיים בתוך תהליכי קבלת ההחלטות של הקונצרנים הגדולים שהם מנהלים. קונצרנים הם ישות משפטית, אבל הם לא ישות ממשית, אלא מורכבים מאנשים ממשיים. כל האנשים הללו יכולים לעשות המון, אך לצערי עושים מעט מדי.

את חוקרת מודלים של כלכלה שיתופית. מבחינה אינטואיטיבית ניתן להניח שמדובר במודלים שממזערים את השפעותינו על הסביבה, האומנם כך הדבר?

יחד עם דוקטורנטית שלי, תמר משולם, אני סוקרת את ההשפעות הסביבתיות של כלכלה שיתופית, ומשווה בין מה שקורה בפועל לבין מה שמצופה בתיאוריה. הכלכלה השיתופית הגיעה לכל זירה כמעט, ואפשר לחלוק הכול – תחבורה שיתופית, מגורים, פעילות תיירותית, מוצרים וטובין. בואו ניקח לדוגמה תחבורה שיתופית. אינטואיטיבי לחשוב שהיא מועילה סביבתית, אבל בפועל היא מובילה לתוצאות סביבתיות פחות טובות, או במקרה הטוב לתוצאות ניטרליות. כשמשווים נסיעה באובר לנסיעה ברכב, הנסיעה באובר אכן עדיפה. אבל אם נרחיב את גבולות המערכת, נגלה שרכבי אובר נוסעים קילומטרים רבים 'ריקים' כדי להגיע לנוסעים. כמו כן, נמצא שרכבי אובר הם לא תמיד תחליף לרכב פרטי, ואנשים שיש להם רכב בכל זאת נוסעים גם באובר. ממצא נוסף הוא שאנשים שלפני כן לא יכלו להרשות לעצמם לנסוע ברכב, ולכן היו נוסעים בתחבורה ציבורית או הולכים ברגל, נוסעים כעת באובר כי זו חלופה זולה שהפכה את הנסיעה ברכב לכדאית. מבחינה חברתית יכולה להיות לכך תועלת רבה, אבל לא מבחינה סביבתית. דוגמה נוספת הן דירות Airbnb, שרבות מהן במקום לשמש דירות מגורים עומדות ריקות חלק נכבד מהשנה. נוסף על כך, השימוש בהן אינטנסיבי בהשוואה למלונות, כי האורחים נוטים להשתמש בכמויות גדולות יותר של מים, להשאיר את המיזוג דולק, ולרוב גם לשכור רכב, כי הן בדרך כלל ממוקמות רחוק מהמרכז. תועלת סביבתית בשיתוף קיימת בבירור במוצרי מזון או במוצרים אחרים שאין להם שימוש אחר, ש"זמן המדף" שלהם קצר, ושעלות השימוש בהם אפסית. מבחינה סביבתית, במקרים כאלה, אחרי שהושקעו במוצרים הללו משאבים רבים, כאשר הברירה היא בין לזרוק אותם לפח או להשתמש בהם, ברור לכול שעדיף להשתמש בהם, ויש תועלת סביבתית מובהקת בכך גם אם לשם השיתוף במוצרים צריך לנסוע רחוק יחסית.

לדעתי, הבעיה בכלכלה השיתופית היא שהנחות היסוד בבסיסן נשמעות הגיוניות מאוד, ולכן אנו פועלים בהנחה שהיא עדיפה סביבתית. בפועל, צריך לשים לב לדרישות התפעוליות של פלטפורמות השיתוף, לפוטנציאל הריבאונד שלה, ולעלייה בצריכה בעקבות יצירת הפלטפורמה השיתופית.

בפועל, האם מודלים של כלכלה שיתופית או של רכישת מוצרי יד שנייה אכן מפחיתים צריכה של מוצרים ושירותים?

נראה כי לרוב אנחנו רוכשים מוצרים משותפים ואפילו מוצרי יד שנייה נוסף למוצרים 'רגילים' ולא במקומם. למשל, מחקרים לגבי טלפונים ניידים משומשים מראים שבהיתן המחירים הנמוכים בשוק יד שנייה אנשים קונים מכשיר טלפון חכם לילד כבר בגיל צעיר מאוד, דבר שהם לא היו עושים לו המכשיר היה עולה 5,000 ש"ח. הפרש המחירים בין המוצר החדש למוצר השיתופי או למוצר המשומש יוצר תת-קטגוריה של המוצר, והוא נעשה מוצר אחר. כשאנשים יכולים להרשות לעצמם לקנות לילד טלפון חכם ולא טלפון טיפש, יש לכך השלכות נוספות: הטלפון צריך חבילת גלישה באינטרנט, והוא צורך יותר חשמל. כך שהשדרוג אומנם מתאפשר במחיר מוזל, אבל יש לו עלויות נוספות. מחקרים אחרים הראו שמכירות של ספרי יד שנייה לא פגעו במכירות של ספרים חדשים. למשל, אנשים שקונים קינדל ממשיכים לקנות ספרים קשיחים. קינדל לא היווה תחליף, אלא יצר דרך



אנו נוטים להניח שכל מודל של כלכלה שיתופית עדיף סביבתית, אך בפועל אין זה המצב. למשל, רכבי אובר אינם תחליף לרכב הפרטי, אלא לרוב מחליפים נסיעה בתחבורה ציבורית או הליכה ברגל | צילום: Comyu, Wikimedia, [CC BY-SA 4.0](#)

מנוע חזק של תרבות הצריכה הוא השילוב בין היכולת לערוך קניות בצורה מקוונת לבין מדיניות החזרים ליברלית. יש לך מחקר מעניין על החזרת מוצרים. מה באמת קורה איתם?

אספר לכם מקרה שקרה לחברתי בארה"ב, שרצתה לקנות מזרן שינה. תקנון ההחזרות בחנות המזרונים אפשר לה לקבל שני מזרונים שונים, לנסות כל אחד מהם ולהחזיר את הפחות טוב מהשניים תוך 30 ימים. כעבור חודש, נתקלה בקשיים לתאם עם החברה את איסוף המזרון שרצתה להחזיר, ובסופו של דבר נאמר לה שפשוט תשאיר את המזרון אצלה. לחברתי המופתעת הסביר נציג החברה שלפי החוק אסור לחברה למכור את המזרון שוב, אלא אם כן הוא יעבור טיפול נגד מזיקים, וגם במקרה כזה היא לא תוכל למכור אותו כחדש. לכן, לא כדאי לחברה לשלוח משאית לאסוף את המזרון, כי בפועל הם בכל מקרה יצטרכו להיפטר ממנו. התחלתי לחקור בנושא, ומצאתי שיש המון מוצרים שאסור למכור כחדשים לאחר שנפתחו או הוחזרו, למשל טלפונים וכל מוצרי החשמל שהעטיפה שלהם נפתחה לפני שהם הוחזרו, מוצרי קוסמטיקה, בגדי ים ולבנים, ויטמינים ואוכל לכלבים.

יתן להניח שהמודל העסקי של רוב החנויות המקוונות הוא שרוב האנשים לא יחזירו את המוצרים.

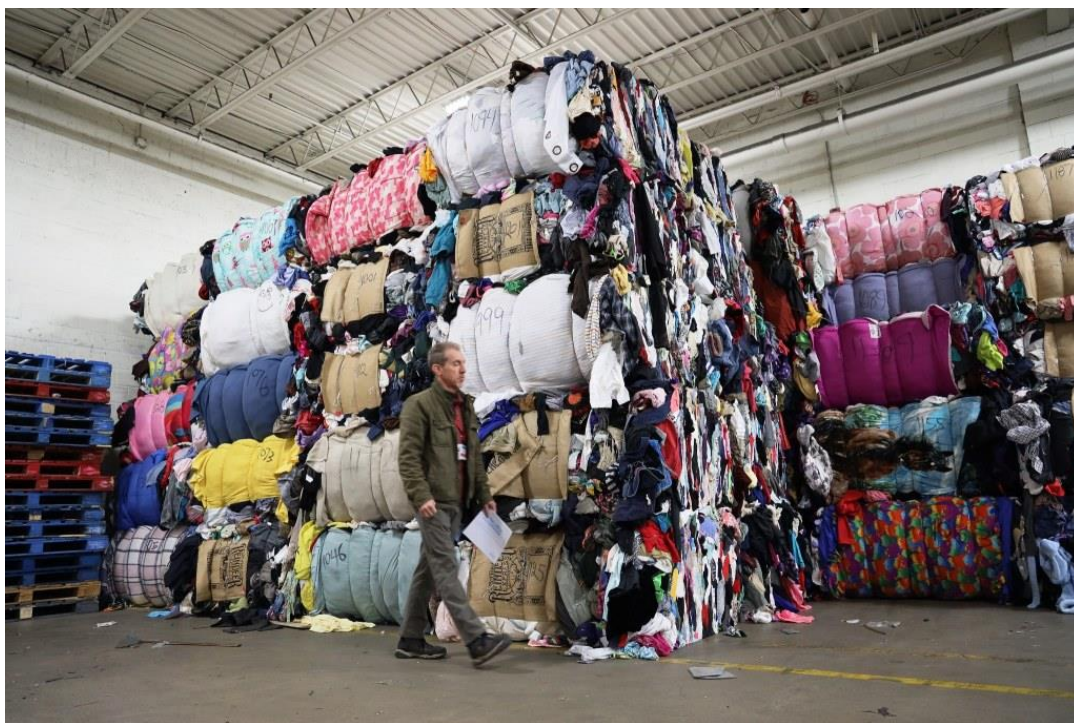
גם המודל העסקי של שיין או של שאר חברות הבגדים מניח שרוב האנשים לא יחזירו את המוצר שקנו, אבל כנראה שהמודלים העסקיים לא מכלילים הכול. חברות נוטות להתמקד במכירות ובלוגיסטיקה הכרוכה בהפצה עד ללקוחות (forward logistics) ופחות במה שקורה אחר כך. אחרי הקורונה הייתה קפיצה רצינית בשיעור האנשים שהעידו כי קנו בצורה מקוונת, מ-50% לפני המגפה ל-88% אחריה. יחד עם העלייה ברכישות ישנה קפיצה גדולה במספר הפריטים שמוחזרים. המודל האמריקאי שאפשר להחזיר כל מוצר, אומץ בעולם הקניות המקוונות, שכן עבור רוב הלקוחות מדיניות החזרים בחנויות המקוונות היא גורם קריטי בבחירת החנות והמוצר. אבל המשמעות של עידוד קניות מקוונות על-ידי נקית מדיניות החזרת מוצרים ליברלית היא שאנחנו מאריכים מאוד את שרשראות האספקה.

במחקר שלנו ראינו חברות, מהגדולות בעולם, המתמחות בניהול שרשראות האספקה של מוצרים המוחזרים מהצרכן ליצרן או למשווק (reverse logistics). ניתחנו את נתוני ההחזרות של הבגדים במהלך 2020–2021 ובדקנו מה קורה עם הבגדים לאחר ההחזרה. מצאנו שאין להן מעקב על זה, ושהחברות הקמעונאיות לא באמת יודעות מהי העלות האמיתית של ההחזרות עבורן, כיוון שאין להן מידע על נפח ההחזרות ועל שיעור המוצרים מתוכן שניתן למכור מחדש. עד כה ניתחנו נתונים של כ-630,000 חבילות שהוחזרו באירופה על-ידי חברה מסוימת שעוסקת בהחזרות, וגילינו שהיא יודעת לומר אם הפריט חוזר למדף, לא הוחזר למדף, או הועבר למחזור. מעבר לזה אין לה מידע.

במקרה הטוב, אנחנו, הצרכנים, מודעים לנוק הסביבתי שכרוך באריזת הפריט שאנחנו שולחים בחזרה ובשילוח עצמו, ואכן הרבה תשומת לב ומאמץ מושקעים ביעול ייצור האריזות והשינוע של הפריטים המוחזרים, אבל למעשה זה רק חלק קטן מאוד משרשרת האספקה של תהליך ההחזרה. אחרי שהמוצר חוזר למוכרים, הם בודקים אילו מהפריטים יכולים לחזור למדף. מוצרים שאינם בני-שימוש או שפעולות להחזרתם למצב ראוי למכירה אינן כדאיות, מושלכים לפח, נמכרים במשקל או נתרמים. ייצור מוצרים ושליחתם ללקוחות שלא משתמשים בהם, החזרתם למוכרים, העברתם לתרומה, והובלתם להטמנה

במדינת עולם שלישי – כל אלה מאריכים עד מאוד את שרשרת האספקה. לכך יש עלויות סביבתיות משמעותיות פי כמה וכמה מאשר למשל מחזור אותם בגדים חדשים (!) באירופה. המקרה הכי טוב שבחנו היה של חברה בעלת מודעות סביבתית גבוהה, שמעסיקה אנשים שתפקידם לתפור מחדש, לנקות או לתקן מוצרים שהוחזרו, כך ש-90% מהמוצרים המוחזרים מצאו את מקומם חזרה על מדף. זהו שיעור גבוה ביחס לתעשיית הביגוד, כי בממוצע שיעור הפריטים המוחזרים השבים בה למדף נמוך הרבה יותר – רק כ-50%. בכל מקרה, במסחר, בדרך כלל, רק כ-75% מהמוצרים על המדף נמכרים בפועל. באותה חברה, מה שלא נמכר ללקוחות, יימכר בסיטונאות לפי משקל, יימסר כתרומה למכירה בחנויות יד שנייה או יישלח למחזור.

ומה קורה בחנויות יד שנייה שמקבלות את התרומות? מראיונות שערכנו עולה כי במקרים רבים כוח האדם המוגבל שעומד לרשותן מצליח למיין ולהציג למכירה רק 20% מהבגדים שהן מקבלות כתרומה, ומתוך מה שמוצג, שיעורי המכירה הם כ-15% בלבד (כלומר רק 3% מהבגדים שנמסרים לחנויות יד שנייה נקנים – א"פ וש"ב). המחשבה שהעברת בגד לתרומה מבטיחה שימוש חוזר בו שגויה לחלוטין. מה עוד, שמסירת בגדים משומשים לחנות יד שנייה במקום שיושלו לפח, ממרקת את מצפוננו ומקלה על ההחלטה לרענן את המלתחה.



בממוצע, בתעשיית הטקסטיל רק מחצית מהבגדים המוחזרים לחנויות חוזרים למדף, והשאר בסופו של דבר נמסרים לתרומה או נזרקים. יעד מרכזי לתרומת בגדים באר"ב הוא ארגון הצדקה Goodwill. בתמונה: מחסן של הארגון. לפי נתוני הארגון, כמחצית מהבגדים הנתרמים לו הם במצב גרוע, שאינו מאפשר מכירה מחדש. מתוך המחצית המועמדת למכירה, רק 40-50% נמכרים מחדש | צילום: [MPCA Photos, Flickr, CC BY-NC 2.0](#)

תיארת מצד אחד תהליכי ייצור והפצה בזבזניים מאוד, ומצד שני מודלים של כלכלה שיתופית שמועילים הרבה פחות ממה שהיינו רוצים לחשוב. תמר, המחקר שלך גורם לך להיות פסימית או אופטימית?

אני מאוד אופטימית. קודם כול, כי פסימיות לא תעזור, אך יותר מכך אני חושבת שאנחנו עומדים לפני מהפך התנהגותי גדול שייכפה עלינו, ואנחנו נוכל לו כי אנחנו יצורים סתגלניים. חשוב שנבין מול אילו מנגנונים משומנים אנחנו עומדים, ונכון שקשה להסיט ספינה ענקית ממסלולה, אך לאט ובטוח אנחנו מתוונים כיוון אחר. לכל אחד מאיתנו יש חלק במאמץ, אבל צריך לזכור שהחשוב ביותר אינו בהכרח מה שאנחנו עושים בביתנו, אלא האופן שבו נצליח להשפיע על המערכת. השפעה ברמת המערכת היא הפתק שנשים בקלפי, ההפגנות שנבחר להשתתף בהן, וההחלטות שביכולתנו להשפיע עליהן. נוסף על כך, ההתנהגות שלנו משפיעה על הנורמות של הסובבים אותנו. כשאני משתמשת בכוס רב-פעמית, אחרים רואים שזה אפשרי ואף רצוי. אומנם ברמה הלאומית אנחנו לא נערכים בצורה מספקת לימים של הפסקות חשמל ומחסורים קריטיים אחרים, אבל אני אופטימית שהמשברים שיבואו, יביאו עימם צורך באימוץ אורח חיים פשוט יותר, ונגלה שזה לא נורא כל כך – שלא חייבים לטוס כל כך הרבה, לא חייבים לאכול בשר כל יום, ולא להשתמש בעיקר ברכב פרטי. באמת לא חייבים. אני חושבת שבהקשר הזה אנחנו מאוד סתגלניים ונתרגל מהר לפישוט. יותר מסובך יהיה להתמודד יום-יום עם 35 מעלות ו-90% לחות.