



בונוקובר רכיבה על אופניים היא נורמת התנהגות מקובלת ובולטת מאוד ברחבי העיר. כאשר אנשים רבים בוחרים באופניים ככלי רכב, יש סיכוי גבוה שגם מי שצופה בהם יעשה כך. מציאות זו כלשעצמה היא מסר נורמטיבי על אודות "מה מקובל לעשות".

"ברומא התנהג כרומאי" – נורמות חברתיות והשפעתן על התנהגויות סביבתיות

קרן קפלן מינץ

החוג לפסיכולוגיה, אוניברסיטת חיפה

Keren1112@gmail.com



סקירות

תקציר

האופן שאנשים תופסים את הנורמות המקובלות בסביבתם החברתית משפיע על מגוון התנהגויות סביבתיות. ההשפעה האפשרית של נורמות חברתיות היא דו־כיוונית: היא עשויה להביא לרמות גבוהות יותר של התנהגויות הפוגעות בסביבה, או לרמות גבוהות יותר של התנהגויות פרו־סביבתיות. שימוש נכון במסרים נורמטיביים יכול לשמש אמצעי יעיל ליצירת שינוי התנהגותי ולקידום התנהגויות פרו־סביבתיות. בסקירה שלהלן מוצגים תחילה המושגים הנידונים וההנחות המרכזיות בתחום. בהמשך מוצגים מחקרי שדה אמפיריים המתמקדים בהשפעת מסרים נורמטיביים על התנהגויות בעלות השפעה על הסביבה. בסיום הסקירה מוצגות דוגמאות מהנעשה בארץ, ומוצעות דרכים ליישום העקרונות העולים מתוך המחקרים לצורך קידום התנהגויות פרו־סביבתיות. היישום יכול להיעשות במסגרת השלטון המקומי והארצי, במסגרת מדיניות של גופים האחראים על משאבי סביבה, כגון מים ואנרגיה, וכן בפינוח תוכניות חינוך והסברה.

מילות מפתח: התנהגויות סביבתיות · התנהגויות פרו־סביבתיות · מדיניות סביבתית · מסר נורמטיבי · פסיכולוגיה סביבתית

מבוא

להתנהגויות רבות, כגון צריכת חשמל, הרגלי נסיעה וניהול פסולת ביתית, יש השפעה על הסביבה ועל משאבי הטבע. במקביל, חלק גדול מהבעיות הסביבתיות בעולם קשור לפעילות האדם. אי לכך, יש חשיבות גבוהה למחקר פסיכולוגי המתמקד בהבנת הגורמים להתנהגויות בעלות השפעה על הסביבה ובדרכים ליצירת שינוי חיובי [34, 30, 18]. תחום מחקר העוסק בנושאים אלה הוא פסיכולוגיה סביבתית.

מתוך הכרה בחשיבות הנושא, ממשלות רבות ברחבי העולם מחפשות בשנים האחרונות דרכים ליצירת שינוי בהתנהגויות בעלות השפעות על הסביבה, תוך התבססות על טכניקות מתוך מדעי ההתנהגות [30, 11]. גם בארץ מתקיים כיום שיתוף פעולה בין־משרדי של משרדי ראש הממשלה, האוצר והגנת הסביבה כדי לקדם מטרות חברתיות וסביבתיות תוך שימוש בעקרונות ממדעי ההתנהגות [1]. שני מושגים נפוצים בקשר להתנהגויות הקשורות לסביבה, שימשו בסקירה זו, הם "התנהגויות משמעותיות לסביבה" ו"התנהגויות פרו־סביבתיות". התנהגויות משמעותיות לסביבה (significant environmental behavior) או בקצרה "התנהגויות סביבתיות", הן התנהגויות שיש להן השפעה גבוהה יחסית על משאבי הטבע והסביבה, לטוב ולרע, כמו צריכת חשמל ומים, שימוש בתחבורה וצריכת מוצרים בני־קיימא [35]. המושג "התנהגויות פרו־סביבתיות" (pro-environmental behavior) מתמקד בהתנהגויות שתורמות לסביבה או מונעות את הפגיעה בה, כגון הפחתת צריכת חשמל ומחזור [30]. בחירה בהתנהגויות שתורמות לסביבה דורשת לרוב מהאדם הקדשת זמן או מאמץ, והרווח המידי הוא עבור כלל האנשים ועבור הסביבה הטבעית, ולא דווקא עבור האדם עצמו [16]. בהתאם לכך, אלה לא התנהגויות שאדם בוחר בהן כברירת מחדל, ואחד האתגרים הגדולים של המחקר בפסיכולוגיה סביבתית הוא למצוא דרכים להעלאת התדירות שלהן.

התנהגויות פרו־סביבתיות מושפעות ממגוון גורמים אישיים וחברתיים, וכן מגורמים מצביים, כגון נוחיות וזמינות [23, 9]. המחקר הפסיכולוגי מפתח ובוחן התערבויות שונות המיועדות ליצור שינוי בהתנהגויות סביבתיות [29, 27, 24, 7]. נמצא כי חלק גדול מאסטרטגיות ההתערבות יעילות ביצירת שינוי התנהגותי, שמוביל לשינוי במדדים סביבתיים כגון פליטות פחמן [34, 11, 8]. **סקירה זו תתמקד באחד הגורמים שנמצאו חשובים בהשפעה על התנהגויות פרו־סביבתיות: נורמות חברתיות והאופן שהן נתפסות בו.**

נורמות חברתיות והאופן שהן נתפסות בו

אפתח את ההסבר על נורמות חברתיות בשאלה: עד כמה הרגלי צריכת החשמל שלך מושפעים ממה שלהערכתך מקובל בקרב שכניך ומכריך? סביר להניח שרבים מהקוראים יענו על שאלה זו במלים כגון "אין קשר בין הדברים. אני מקבלת/ת החלטות באופן

עצמאי, בלי קשר למה שעושים שכניי". עם זאת, גוף מחקר נרחב בפסיכולוגיה החברתית ובפסיכולוגיה הסביבתית מורה שאף על פי שרבים מאמינים שנורמות חברתיות אינן משפיעות על החלטותיהם, בפועל, לנורמות יש תפקיד חשוב באופן שאנשים מקבלים החלטות הקשורות להתנהגויות שונות, ובכללן התנהגויות סביבתיות. בסקירה זו אציג עדויות מחקריות מרכזיות בנושא, וכן אפשרויות ליישום של ידע מחקרי זה לשם קידום מטרות סביבתיות. נורמות חברתיות מתייחסות לאמונות שיש לאדם על

התנהגויות מקובלות או רצויות בקבוצה מסוימת [13]. האופן שהאדם תופס את הנורמות החברתיות משמש לו אמת מידה (סטנדרט). הוא משווה אליה את התנהגותו, ומשנה את ההתנהגות בהתאם לתוצאות ההשוואה [22]. ניתן להבחין בין שני סוגים של נורמות חברתיות: מה **מקובל לעשות**, דהיינו **מה האנשים עושים בפועל** (descriptive norms), ומה נחשב לדבר **שצריך ורצוי לעשות** (injunctive norms) [14]. את הנורמות החברתיות הנוגעות למה שמקובל לעשות, ניתן להסיק באמצעות צפייה בהתנהגויות של אנשים אחרים במגוון תחומים, כגון לבוש, אכילה או התנהגות מקובלת במקומות מסוימים. מידע על אודות מה שצריך ורצוי לעשות יכול להיות מועבר בשלטים, בפרסומים, ובמסרים כגון: "אצלנו במועצה ממחזרים פסולת באופן קבוע" או "בבית ספרנו מכבים את האור כשיוצאים מהכיתה". בעידן הרשתות החברתיות מסרים על אודות נורמות חברתיות יכולים אף להיות מועברים באמצעות סימונים חזותיים כגון "לייק" ופרצופונים (אמוג'ים). מסרים אלה מתוארים בספרות כ"מסרים נורמטיביים".

נורמות חברתיות נמצאו כבעלות השפעה משמעותית על מגוון התנהגויות [31, 15, 14], ובהן גם מגוון התנהגויות סביבתיות, כגון צריכת חשמל, שימוש בתחבורה ומחזור [32, 30, 28, 22, 16]. נתון מעניין וחשוב הוא שהשפעת הנורמות החברתיות היא דו־כיוונית: הן עשויות לקדם התנהגויות פרו־סביבתיות, אך גם התנהגויות הפוגעות בסביבה. על כן, חשוב לנתח ולחקור את האופן שמסרים מסוימים מנוסחים, כדי שיחזקו את ההתנהגויות בכיוון הרצוי מבחינת ההשפעה הסביבתית.

להלן יוצגו מספר דוגמאות מתוך ספרות הפסיכולוגיה הסביבתית, שמדגימות את השפעת הנורמות החברתיות על התנהגויות סביבתיות. כל הדוגמאות הן מתוך מחקרי שדה, ולכן, מלבד הדגמת חשיבות הנורמות החברתיות, הן גם מדגימות דרכים שונות לשימוש במסרים נורמטיביים לשם יצירת שינוי התנהגותי.

השלכת פסולת במקומות ציבוריים

בסדרת ניסויים שערכה קבוצת חוקרים בארה"ב בראשות Robert Cialdini, נבדקה השפעתן של נורמות חברתיות על השלכת פסולת במקומות ציבוריים [14]. צוות המחקר הניח דפי פרסום (פליירים) תחת מגבי שמשות של כלי רכב במגרש חניה שבקרבת



דוגמה לשימוש בנורמות של "מה אחרים עושים" בחשבון של חברת החשמל, שנותן מידע על שימוש בחשמל של הצרכן וכן מידע על נורמות ההתנהגות המקובלות ביישוב שלו. לדיון בנושא ראו עמוד 33.

צריכת חשמל ביתית

בסדרת מחקרים שנערכו בקרב תושבי אזור סן מרקו בקליפורניה, נבדקה השפעת הנורמות החברתיות על צריכת החשמל הביתית [32, 20]. באחד המחקרים קיבלו התושבים משו שבועי על צריכת החשמל הביתית שלהם, מלווה במידע על ממוצע הצריכה השכונתית באותה תקופה (מסר נורמטיבי על אודות "מה מקובל אצל השכנים"). המסר הנורמטיבי השפיע על כולם: הצריכה של אלה שצרכו יותר מהממוצע ירדה ב־6%, והצריכה של אלה שצרכו פחות מהממוצע עלתה ב־8%. מובן שתוצאה זו אינה רצויה, כי המטרה היא שהצריכה לא תעלה אצל אף אחד, גם לא אצל אלה שצורכים פחות מהממוצע. ממצא זה מדגיש את ההשפעה שיש לנורמות חברתיות, שבהקשר הסביבתי עשויה להיות חיובית או שלילית: הן עשויות לקדם התנהגות פרו־סביבתית, אך באותה מידה גם לגרום לתוצאה לא רצויה של העלאת התנהגות שדווקא פוגעת במשאבי הטבע והסביבה. לצורך התמודדות עם סוגיה זו הוסיפו החוקרים מסר נורמטיבי המתמקד לא רק ב"דיווח ההתנהגות המקובלת", אלא גם ב"מה ההתנהגות הרצויה". זאת באמצעות הוספת פרצופון לדיווח השבועי. לדיווח של אלה שהצריכה הביתית שלהם הייתה מתחת לממוצע צורף פרצופון מחייך ☺ ולא לה שהצריכה שלהם הייתה מעל הממוצע צורף פרצופון עצוב ☹. תוספת זו של מסר נורמטיבי על אודות "מה צריך" הביאה לכך שגם אצל מי שצרך פחות מהממוצע לא חלה עלייה, כי הוא קיבל את המסר שאכן צריך לצרוך פחות.

צריכת מים

מחקר נוסף שנערך בקליפורניה, באזור סן דייגו, התמקד בצריכת מים [21]. בקליפורניה, כמו בישראל, הרשויות עמלות על מצאת דרכים לחיסכון במים בעקבות בצורות שפקדו את האזור [22, 21]. במחקר המתואר ניסו לבחון את השפעתן של דרכים שונות של פנייה לתושבים על הפחתת צריכת מים לאורך זמן. על ידידות של

בית חולים אוניברסיטאי. החוקרים בדקו את המידה שמסרים על אודות הנורמה של השלכת הפרסום על הרצפה משפיעים על ההתנהגות של הנהגים במקום. בתנאי ניסוי אחד נזרקה על הרצפה שמסביב פסולת מסוגים שונים, כולל דפי פרסום מהסוג שהושם על השמשות. בתנאי אחר נוקתה הרצפה לחלוטין. תצפיתנים מטעם צוות המחקר מדדו את התנהגות הנהגים שהגיעו וצפו בנעשה סביבם (דבר המעיד על הנורמות המקובלות, לכאורה, בקרב נהגים אחרים). כצפוי, אחוז ההשלכה על הרצפה של דפי הפרסום שהוצמדו לשמשה היה גבוה במובהק בקרב הנהגים שצפו בנורמות חברתיות של השלכה על הרצפה, לעומת הנהגים שצפו במצב של רצפה נקייה. בתנאי נוסף באותה סדרת ניסויים עבר מול הנהגים אדם (מצוות המחקר) שהשליך מול עיניהם פסולת על הרצפה. כאשר הסביבה הייתה מלוכלכת ממילא, הצפייה באדם זה הובילה לעלייה בהתנהגות של השלכת פסולת על הרצפה. לעומת זאת, כאשר הסביבה הייתה נקייה, הצפייה בהתנהגות זו הביאה דווקא לעלייה באחוז הנהגים שנמנעו מהשלכת פסולת. משמעות הדבר היא שגם כאשר רואים מעין "הדגמה" לפעולה אנטי סביבתית, אם הנורמות החברתיות מסמנות העדפה לפעילות פרו־סביבתית, האנשים יפעלו בהתאם להן, ולא יחקו את ההתנהגות הלא טובה.

על קצה המזלג

- * נורמות חברתיות משפיעות על התנהגות סביבתית. לעיתים יובילו להתנהגות הפוגעת בסביבה, ובמקרים אחרים יובילו לעשייה המיטיבה עם הסביבה.
- * בני האדם הם יצורים חברתיים המייחסים חשיבות גבוהה לקבלת אישור מזולתם, ומכאן שא־ציות לנורמות חברתיות עשויה להביא לסנקציות חברתיות.
- * הפיכת התנהגות פרו־סביבתית לנורמה המקובלת יכולה להיעשות גם באמצעות הסברה לקהל הרחב.
- * מקבלי החלטות ומובילי יוזמות סביבתיות יכולים להטמיע מסקנות המתקבלות ממחקרים בנושא נורמות חברתיות לשם השגת התנהגויות פרו־סביבתיות.

המערכת



הוצב מסר נורמטיבי (תנאי א) השתמשו ב-2.04 שקיות במוצע, וקונים שהוצב בפניהם שלט המשלב מסר נורמטיבי עם אחריות אישית (תנאי ג) השתמשו ב-1.86 שקיות. בשני המקרים ההפרש לעומת קבוצת הביקורת היה מובהק. גם בקרב הקונים שצפו במסר של אחריות אישית חלה ירידה בשימוש ל-2.44 שקיות בקנייה, אך ההבדל לא היה מובהק בהשוואה לקבוצת הביקורת. מסקנת החוקרים הייתה שלמסרים נורמטיביים על אודות "מה צריך" יכולה להיות השפעה חיובית על התנהגות פר-סביבתית, גם כאשר הנורמות של "מה מקובל לעשות" מסמנות דווקא התנהגות לא פר-סביבתית.

מדוע נורמות חברתיות הן בעלות השפעה כה גבוהה על התנהגויות סביבתיות?

מספר הסברים תיאורטיים הוצעו ליכולתן הגבוהה של נורמות חברתיות להשפיע על התנהגות. השערה אחת היא שהתנהגות על פי נורמות חברתיות היא סוג של חיסכון קוגניטיבי: במהלך

יותר מ-8,000 בתים פרטיים באזור נתלו מודעות המבקשות לחסוך במים בהשקיית הגינות הפרטיות. ממצאי מחקרים קודמים הראו כי יצירת מחויבות אישית היא אפקטיבית ליצירת שינוי התנהגותי [29,24]. אי לכך, חלק מרכזי במחקר התמקד באופן שבקשה לחתום על כתב התחייבות בנושא משפיעה על ההתנהגות. המחקר התמקד בהשוואה בין שלוש קבוצות: (א) בקשה לחתימה על התחייבות לחיסכון, שהוצמדה לדיווח על הנורמות המקובלות באזור מבחינת היענות לבקשת הרשויות (דווח ש-80% מהתושבים מעוניינים לסייע לרשויות בבקשתן לחיסכון במים); (ב) בקשה לחתימה על התחייבות לחיסכון, שהוצמדה לאזכור לאזהרה חמורה שפרסמו הרשויות על אודות הסנקציות שיופעלו בגין צריכת מים מופרזת (כגון הפסקות באספקת המים וקנס כספי של 500 דולרים); (ג) מידע בלבד על דרכים לחסוך במים. החוקרים מדדו את צריכת המים הביתית החודשית חודש לפני פיזור המודעות, בחודש פיזור המודעות, ועוד ארבעה חודשים לאחריו. אצל כל אלה שחתמו על כתב התחייבות להפחתה בצריכת מים התקבלה הפחתה מיידית בצריכה. אצל אלה שקיבלו גם אזהרה ההפחתה הייתה של 5.6%, ואצל אלה שקיבלו מידע נורמטיבי ההפחתה הייתה של 3.5% בצריכה. עם זאת, במעקב שנערך ארבעה חודשים מאוחר יותר, נמצא שרק אלה שקיבלו מידע נורמטיבי התמידו בהפחתת צריכת המים לאורך זמן, ואף הגדילו אותה. אצל קבוצה זו הייתה הפחתה של 8% בצריכה, שהייתה בפער מובהק לעומת קבוצת הביקורת. בקרב הקבוצה השלישית, שקיבלה רק מידע על דרכים לחיסכון במים, לא נצפתה ירידה משמעותית בצריכה. המסקנה שהתקבלה הייתה כי שילוב מחויבות אישית עם מסר נורמטיבי מוביל למוטיבציה פנימית ליצור שינוי. בניגוד לכך, מתן אזהרה אומנם יוצר בהתחלה רצון לשינוי, אך כזה שנחוה כתוצר של לחצים חיצוניים, ולכן לא נמשך לאורך זמן.

שימוש בשקיות פלסטיק בקופות המרכולים

במחקר שנערך במרכול באנגליה, נבדקה השפעת מסרים מילוליים שונים על צריכת שקיות חד-פעמיות שניתנות חנים בקופות [16]. המסרים הופיעו על שלטים שנתלו בקרבת הקופות. שלושת סוגי המסרים היו: (א) מסר על אודות נורמות ההתנהגות הרצויות: "הקונים בחנות זו מאמינים ששימוש בתיקי קניות רב-פעמיים הוא דרך טובה לעזור לסביבה"; (ב) מסר הפונה לאחריות האישית של הקונים: "אנו מודים לך על עזרתך לסביבה בכך שאתה ממשיך להשתמש בתיקים רב-פעמיים"; (ג) שילוב שני סוגי המסרים שתוארו לעיל. מאחר שנורמת ההתנהגות המקובלת במקום הייתה כן להשתמש בשקיות החד-פעמיות ה"חינמיות", מערך המחקר שילב למעשה בין נורמות סותרות: אלה של "מה אנשים אחרים עושים" ואלה של "מה צריך לעשות". ממוצע השימוש בשקיות ללא צפייה במסר כלשהו היה 3.12 שקיות בקנייה. קונים שמולם



דוגמה לנורמות של "מה צריך לעשות" בתחום החיסכון במים. מתוך מסע ההסברה של נציבות המים, עיריית תל-אביב-יפו ומרכז ההסברה, 1966 | מקור: "מסע בזמן", אוסף האפמרה - הספרייה הלאומית



אף אחד לא מזהה את עצמו בתור 'הישראלי המכוער', ולכן הקמפיין מציב בפני כל הציבור את היעד לעמוד בנורמה של שמירת הניקיון במרחב הציבורי | באדיבות תומר אשל, סירדת ניקיון

הפיכת ההתנהגות הפרו־סביבתית לנורמה חברתית מקובלת נעשית בעיקר באמצעות תהליכים חינוכיים וחברתיים. מרחבי עשייה חשובים אלה הם מעבר למוקד של סקירה זו, אך יצוין כאן בקצרה שבארץ בשנים האחרונות יש התקדמות רבה בחינוך סביבתי, הן בחינוך היסודי והתיכוני ^[1,3,19,36] הן במערכות ההשכלה הגבוהה ^[10,26]. הפיכת ההתנהגות הפרו־סביבתית לנורמה המקובלת יכולה להיעשות גם באמצעות הסברה לקהל הרחב. דוגמאות בולטות בארץ לקמפיינים שקידמו שינוי בנורמות התנהגות סביבתיות הן מערך ההסברה שמפעילה רשות המים בנושא החיסכון במים ^[5,6] והפעילויות לקידום מחזור ^[2].

באשר לשימוש במסרים נורמטיביים, כפי שתואר לאורך הסקירה, מסרים אלה יכולים לשמש כלי אפקטיבי ליצירת שינוי בהתנהגויות סביבתיות. עם זאת, חשוב לציין כי מידת ההשפעה של התערבויות פסיכולוגיות שונות אינה קבועה, ותלויה בהקשר וכן במשתנים בין־אישיים ותרבותיים ^[17,23]. כדי להתמודד עם מורכבות זו, בעת פיתוח התערבות מומלץ לפעול באופן מדורג, לאתר חסמים, לקבל משוב מהשטח ולשפר את מערך ההתערבות בהתאם ^[27,29]. לאחר שמניתי את ההסתייגויות הללו, אמליץ על מספר עקרונות בשימוש במסרים נורמטיביים לצורך קידום התנהגויות פרו־סביבתיות:

א. שני סוגי הנורמות החברתיות שניתן להשתמש בהן הם "ההתנהגות המקובלת והנפוצה" ו"ההתנהגות הרצויה". כאשר רוב האנשים נוהגים באופן פרו־סביבתי, יש יתרון לשימוש

היום האדם נדרש להרבה החלטות ובחירות, דבר שצורך משאבי זמן וחשיבה. הנורמות החברתיות מסמנות את מה שהרוב בחרו בו, ולפיכך, יש סבירות גבוהה שזו הבחירה הנכונה במצב נתון. בהתאם לזאת, הבחירה בהתנהגות התואמת את הנורמות החברתיות חוסכת את השקעת האנרגיה הדרושה לצורך קבלת החלטות ^[22]. הסבר נוסף לכוחן של נורמות להשפיע על התנהגות קשור לכך שבני אדם הם יצורים חברתיים המייחסים חשיבות גבוהה לקבלת אישור מזולתם, ולעובדה שאי־ציות לנורמות חברתיות עשוי להביא לסנקציות חברתיות ^[31]. בהקשר הספציפי של התנהגויות פרו־סביבתיות, מועלית השערה נוספת הקשורה לכך שהתנהגויות אלה הן התנהגויות שמכוונות לטובת הכלל יותר מאשר לטובת הפרט: התנהגויות פרו־סביבתיות רבות מצריכות השקעת משאבי זמן ומאמץ וכרוכות באי־נוחות. על כן, המוטיבציה לביצוען מבוססת יותר על שיקולים של "מה נכון" "מה מוסרי" ו"מה צודק" מאשר על שיקולי יעילות. נורמות חברתיות מאפשרות הַכוּונה לפעולה שתיחשב לנכונה וצודקת ^[16].

המלצות ליישום במדיניות סביבתית

כפי שתואר לעיל, לנורמות חברתיות השפעה משמעותית על התנהגויות סביבתיות. ניתן להשתמש בעובדה הזו בשני ערוצים מרכזיים במדיניות סביבתית:

- א. הפיכת ההתנהגות הפרו־סביבתית לנורמה החברתית המקובלת;
- ב. שימוש במסרים נורמטיביים.

של נורמות רצויות בפורמט של פרצופון, ולכן עלול להיווצר מצב שצרכנים חסכניים יעלו את רמת הצריכה שלהם כדי שתהיה דומה לרמה הממוצעת בעירם. כמו כן, קבוצת ההשוואה היא העיר כולה. יש להניח שלו המידע הנורמטיבי היה של קבוצת התייחסות מקורבת יותר לצרכן, כתושבי שכונתו, או משקי בית בעלי אותו מספר של דיירים, הדבר היה יוצר הנעה גבוהה יותר לשינוי.

לסיכום, האופן שאדם תופס את הנורמות החברתיות המקובלות הוא בעל השפעה משמעותית על מגוון התנהגויות סביבתיות. במאמר הודגמו דרכים שונות שניתן להשפיע בהן על התנהגויות באמצעות שימוש בנורמות חברתיות, וכן הוצעו דגשים לשימוש אפשרי בנורמות במסגרת פעילויות ממשלתיות וכן בפעילויות הסברה. המידע הרב המתקבל ממחקרים בנושא יכול להביא להרחבת מגוון האמצעים שנקטים לשם קידום התנהגויות פרו־סביבתיות בתחומים רבים.

מקורות

ראו **נספח 1** באתר כתב העת.

הלכה למעשה

מחקרים, כגון אלה המתוארים במאמר זה, מוכיחים כי לקוחות שנחשפים למידע על הוצאות נמוכות משלהם עבור צריכת האנרגיה מצד שכניהם ומשפחות הדומות להם, מצמצמים מיוזמתם את הצריכה כדי להפחית את הוצאות משק הבית בהתאמה. חברת החשמל כוללת בחשבונות החשמל ללקוחותיה כלי שמטרתו עידוד צמצום הצריכה והוצאות משק הבית בגין חשמל - גרף המשווה את צריכת הלקוח אל מול זו של תושבי יישובו בשנה האחרונה. פרסום המידע באופן יזום מטעם חברת החשמל מדרבן את הלקוח לשימוש מושכל בחשמל ולחיסכון באנרגיה. הפרסום נעשה כחלק ממדיניות ההנהלה והדיקטוריון, שדוגלת בשקיפות, בהנגשת מידע ובמחויבות ללקוח ולסביבה, ובהתאם לאמות מידה שגובשו עם רשות החשמל.

חברת החשמל

בנורמות המתמקדות בהתנהגות. עם זאת, אם רוב האנשים נוהגים באופן שהוא לא פרו־סביבתי, לא כדאי לשים על כך דגש, כי הדבר עלול לעודד דווקא התנהגויות שהן פחות פרו־סביבתיות. במצב כזה כדאי לשים דגש על הנורמות של ההתנהגות הרצויה (כמו במקרה של הפרצופון שצורף לחשבונות החשמל, או השלטים בסופרמרקט), וכך לעודד אנשים לנהוג בהתאם לנורמות אלה.

ב. עוד לגבי השילוב בין שני סוגי הנורמות: נורמות חברתיות משפיעות על כולם. לכן, במקרים מסוימים הן עלולות גם לגרום להתנהגויות פחות פרו־סביבתיות אצל מי שדווקא נהגו באופן פרו־סביבתי יותר מהמקובל בקרב הרוב. גם במקרה זה, כדאי לשלב עם הנורמות ההתנהגויות שהן בגדר "מה שמקובל ונפוץ", מידע על אודות "מה שרצוי ונדרש" (כמו בדוגמת הפרצופונים במחקר חשבונות החשמל).

ג. בעולם המודרני אנו נדרשים למשימות מורכבות ורבות, והתנהגויות שזה עתה נרכשו עשויות להישכח בקלות. אי לכך, מומלץ לשלב התערבויות המערבות מסרים על אודות נורמות חברתיות עם אסטרטגיות נוספות [25, 22]. במחקרים שתוארו לעיל ניתן לראות כיצד שילוב של מסרים נורמטיביים עם אסטרטגיה לחתימה על כתב התחייבות מביא לתוצאות מיטביות בהפחתת מים, וכיצד שילוב מסר על נורמות חברתיות עם מסר הפונה למצפון ולתחושת אחריות אישית מוביל לתוצאות מיטביות בצריכת שקיות ניילון.

ד. אנשים נוטים לייחס חשיבות גבוהה יותר לנורמות המקובלות בקבוצות ספציפיות יותר שהם משתייכים אליהן [32]. למשל, הורים לילדים צעירים ייטו להתנהג באופן המקובל בקרב הורים צעירים יותר מאשר באופן המקובל בקרב כלל האוכלוסייה, וחברים בקבוצת מיעוט מסוימת ייטו להתנהג באופן המקובל בקבוצה זו יותר מאשר באופן המקובל בקרב כלל האוכלוסייה. בעת ניסוח מסרים נורמטיביים מומלץ להשתמש בנתון זה כדי להעצים את מידת האפקטיביות של הנורמות החברתיות. המסקנות המתקבלות ממחקרים בנושא נורמות חברתיות יכולות לשמש מקבלי החלטות ומובילי יוזמות בדרכים שונות. בארה"ב השתמשו חברות אספקת חשמל וגז בממצאי המחקר שתוארו לעיל בנושא השפעת הנורמות על צריכת החשמל. הן הכניסו מידע נורמטיבי אל חשבונות החשמל והגז התקופתיים בקרב מעל מיליון בתי אב, והדבר הביא להפחתה בסדרי גודל של 2% בצריכת החשמל החדשית [8, 30, 32]. יתרה מכך, חישוב עלות-תועלת העלה שיש בתוכנית זו חיסכון של 2.5 סנט על כל קילוואט שעה שנחסך, חיסכון משמעותי בהשוואה להתערבויות אחרות [8].

גם בישראל כיום ניתן לראות בחשבונות החשמל מידע על אודות הצריכה הממוצעת בעיר המגורים של בעל החשבון. עם זאת, להבדיל ממה שמומלץ במחקר, לא מתלווה למידע זה סימון