

<https://doi.org/10.53656/phil2024-04S-09>

ПСИХОЛОГИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ПРОЕКОЛОГИЧНОТО ПОВЕДЕНИЕ

Гл. ас. д-р Радина Стоянова,
докторант Мария Рац,

изследовател Йонко Бушняшки

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме. Ценностите се дефинират като крайни цели в живота на човека и начините за тяхното достигане. Те оформят ядрото на ценностно-мотивационната сфера на личността и рефлектират върху всекидневното поведение на хората. Настоящото проучване проследява взаимовръзките на основните човешки ценности с екологичните убеждения и проекологичното поведение. Изследването е проведено върху извадка от 551 изследвани лица – българи, между 13 и 90 годишна възраст ($X=27,38$; $SD=13,34$). За целта на проучването са използвани въпросници за измерване на ценностните ориентации на нагласите към промените в климата и проекологични поведения. Резултатите показват, че ценностните ориентации, свързани със загрижеността за благополучието на другите хора и природата, както и със запазването на традициите, социалния ред и сигурността корелират с екологичните убеждения и проекологичните поведения. Установява се, че мъжете имат по-високи нива на отричане на климатичните промени, докато жените показват по-високи нива на солидарност и възприемана екологична ефикасност. Проучването допринася за по-доброто разбиране на психологическите фактори и мотиви за проекологичните поведения, като резултатите могат да бъдат използвани за разработване на информационни кампании и интервенции, насочени към насърчаване на устойчиви практики и справяне с негативните ефекти от промените в климата.

Ключови думи: основни човешки ценности; екологични убеждения; солидарност; проекологично поведение

Въведение

Ценностите представляват дълбоко залегнали основни вярвания, които направляват нагласите и поведението на човек в различни ситуации. Те са ключов аспект на човешката психология, който оформя възприятията и взаимодействията на хората със заобикалящия ги свят. Ценностите отразяват

важните за даден човек аспекти, като например свободата, сигурността или социалната справедливост (Schwartz 2012).

Една от основните характеристики на ценностите е тяхната стабилност. Те остават относително устойчиви във времето, като предоставят консистентна рамка за поведение. Ценностните ориентации изпълняват мотивационна функция, тъй като насочват хората към цели, които съответстват на техните основни вярвания и убеждения. Тези процеси често протичат несъзнавано и рефлексират върху решенията и предпочитанията на хората (Rokeach 1973).

Ценностите също така играят важна роля във формирането на убежденията и нагласите, като изграждат основата на светогледа на човек. В допълнение, те са свързани с културните и социалните норми, като ги повлияват и едновременно с това ги засилват. Това допринася за колективното поведение на групи и общества, като създава споделена основа за взаимодействие (Hofstede 2001).

Ключова роля във формирането на екологични убеждения и поведения на хората имат именно ценностните ориентации, които представляват основни принципи и приоритети и ръководят личните решения и действия. Проучванията показват, че хората, които ценят универсалните ценности, като грижа за природата, равенството и благополучието на всички живи същества, са по-склонни да проявяват проекологични поведения и да подкрепят устойчиви политики (Schultz & Zelezny 1999).

Същевременно екологичните убеждения често са повлияни от културните и социалните норми, които отразяват преобладаващите ценности в обществото. Например в общества, в които се отдава голямо значение на материалистичните и индивидуалистичните ценности, може да се наблюдава по-слаба ангажираност към екологичните проблеми. Обществата, в които доминират ценности като солидарност и колективно благополучие, обикновено проявяват по-висока степен на екологична ангажираност (Hofstede 2001).

От психологическа гледна точка екологичните убеждения и поведения могат да бъдат разглеждани като отражение на вътрешен конфликт между различни ценности. Хората често преживяват чувство на напрежение между желанието за личен комфорт и потребността от защита на околната среда. Равнището на напрежение може да бъде намалено чрез интернализиране на екологични ценности, които стават част от личната идентичност и така насочват поведението към устойчивост (Stern 2000; Sharma, 2008).

Друг интересен концепт в съвременните изследвания, посветени на темата за негативните ефекти от промените в климата е свързан с изследването на преживявания за добре познати и обичани местообитания, пострадали от различни екологични катастрофи. Солсталгията е концепция, свързана с емоционалния и психологическия стрес, който хората изпитват вследствие на разрушаването на околната среда и промените от негативно влияние върху дома, чувството за принадлежност към определено място и благополучието. Терминът солстал-

гия обединява чувства като утеха и пустота с „алгия“ (болка) и по този начин предава усещането за страдание, причинено от загубата на комфорт и спокойствие в обкръжението на човек. Този термин за първи път е въведен през 2005 г. от австралийския философ Глен Албрехт (Albrecht 2005).

Соласталгията се използва за изразяване на чувствата на безпомощност и отчуждение, които хората изпитват, когато тяхната позната среда е променена или унищожена, дори когато физически остават в домовете си. Тези емоции включват загуба на идентичност с мястото и усещане за откъсване от познатото, което подкопава чувството за принадлежност и стабилност (Albrecht et al. 2007).

Концепцията също така има въздействие върху психичното здраве. Соласталгията е свързана с редица психологически проблеми, включително тревожност, депресия и усещане за загуба. Разрушаването на околната среда може да доведе до дълбоко чувство на скръб и траур за изгубените природни дадености, като същевременно нарушава връзката между хората и техния дом (Tschakert et al. 2013).

Теоретична рамка на изследването

Теоретичната рамка на настоящото изследване се основава на няколко теоретични конструкта – ценностни ориентации, убеждения за климатичните промени, възприета ефикасност за промените в климата и соласталгия.

Ценностни ориентации

На първо място е теоретичният и емпиричен модел на Ш. Шварц за ценностните ориентации, които хората във всички култури признават. В своята концепция изследователят идентифицира десет мотивационно различни типа ценности и уточнява динамичните отношения сред тях. Някои ценности са в конфликт помежду си (напр. доброжелателност и сила), докато други са съвместими (напр. съответствие и сигурност). „Структурата“ на ценностите се отнася до тези отношения на конфликт и съответствие между ценностите. Ценностите са структурирани по подобен начин в културно различни групи. Това предполага, че съществува универсална организация на човешките мотиви. Въпреки че природата на ценностите и тяхната структура могат да бъдат универсални, индивидите и групите се различават съществено по относителното значение, което приписват на ценностите. В тази връзка, индивидите и групите имат различни ценностни „приоритети“ или „йерархии“ (Schwartz 2012).

Ценностите имат различна степен на важност за различните хора. Теоретичният подход на Ш. Шварц (Schwartz 1992; 2006) извежда шест основни характеристики, които са имплицитни в концепциите на много теоретици.

(1) Ценностите са вярвания, убеждения, неразривно свързани с афекта.

(2) Ценностите се отнасят до желани цели, които мотивират съответно поведение.

(3) Ценностите надхвърлят конкретни действия и ситуации. Тази особеност разграничава ценностите от нормите и нагласите, които обикновено се отнасят до конкретни действия, обекти или ситуации.

(4) Ценностите служат като стандарти или критерии и ръководят избора или оценката на действия, политики, хора и събития. Хората решават кое е добро или лошо, оправдано или нелегитимно, какво си струва да се направи или да се избегне, въз основа на възможните последствия за техните значими ценности.

(5) Ценностите са подредени по важност една спрямо друга и формират подредена система от приоритети, които характеризират съответно различните хора. Тази йерархична характеристика също разграничава ценностите от нормите и нагласите.

(6) Относителната важност на множеството ценности ръководи действието. Всяко отношение или поведение обикновено има последици за повече от една ценност. Ценностите влияят на поведението, когато са уместни в контекста (следователно има вероятност да бъдат активирани) и са важни за човека. Това, което отличава един човек от друг, е видът на целта или мотивацията, които изразяват ценностите. Теорията за ценностите на Ш. Шварц дефинира десет широки ценности според мотивацията, която стои в основата на всяка от тях. Тези ценности вероятно са универсални, защото те се основават на едно или повече от трите универсални изисквания на човешкото съществуване, с които те помагат да се справят. Тези изисквания са потребностите на хората като биологични организми, потребностите за координирано социално взаимодействие и потребностите от оцеляване и благосъстояние на групите. Хората не могат сами да се справят успешно с тези изисквания за човешкото съществуване. По-скоро те формулират подходящи цели, за да се справят с тях, да общуват с другите и да си сътрудничат в преследването им (Schwartz 2012).

Въпреки че теорията дискриминира десет ценности, тя постулира, че на по-основно ниво ценностите образуват континуум от свързани мотиви. Този континуум поражда кръгова структура, в която са отбелязани споделените мотивационни акценти на съседни ценности, като и конфликтующите ценности, които са противоположни.

Въз основа на тези постановки изследователят дефинира пет категории, които изразяват мотивационните цели на повече от една ценност. Тези категории са:

„Аз-трансцендентност“ – включва загрижеността за другите и универсалните ценности за равното третиране на всички хора.

„Консерватизъм“ – включва преди всичко традициите, предавани като устойчиви убеждения – уважение, ангажираност и приемане на обичаите и идеите, които културата или религията предоставя, конформизъм – ограничаване на действия, които могат да разстройат или навредят на другите и да нарушат

социалните очаквания или норми, сигурност – безопасност, хармония и стабилност на обществото, на взаимоотношенията и себе си.

„Самоусъвършенстване“, което е свързано със стремежи към постижения (личен успех чрез демонстриране на компетентност според социалните стандарти) и повишаване на статуса чрез придобиване на по-голяма власт (социален статус и престиж, контрол или господство над хора и ресурси).

„Откритост към промените“ – тези ценностни ориентации се отнасят до търсенето на стимулация с акцент върху вълнение, новост и предизвикателство в живота, както и самонасоченост в смисъл на независимост и автономност на мненията и действията.

Изследванията за връзката на ценностните ориентации със загрижеността за природата получават засилен интерес в началото на XXI век, като в повечето се подчертава, че ценностите, свързани с алтруизъм, егоизъм и грижа за околната среда заради нейната собствена ценност, прогнозираят позитивните екологични нагласи и поведения. Проучванията установяват, че хората, които приоритизират ценности като универсализъм и доброжелателност, са по-склонни да участват в проекологични дейности (Stern & Dietz 1994; Stern, 2000).

Убеждения за изменението на климата и възприета ефикасност

Изменението на климата се приема за едно от най-сериозните предизвикателства на нашето време. Реципрочните връзки между човешката дейност и изменението на климата при създаването и повлияването от него означават, че психологията може да помогне за разбирането и справянето с този проблем (напр. Milfont 2010; Pawlik 1991; Swim et al. 2011). Може би една първа стъпка е да се осигури задълбочено изследване на различни убеждения за изменението на климата и основните социално-структурни и психологически променливи, които могат да обяснят тези вярвания. Значимостта на тази проблематика в съвременните условия е ориентирана към проучване на различията между вярващите и отричащите реалността на изменението на климата (Milfont et al. 2015).

В контекста на изменението на климата вярванията и знанието за изменението на климата се свързват с подкрепата за политиките в областта на климата и с индивидуалното проекологично поведение. Проучване в 26 държави показва увеличение с един процентен пункт на броя на хората в дадена страна, които вярват, че изменението на климата е важен проблем (Tjernström & Tietenberg 2008). Заедно тези проучвания показват, че обществените нагласи са свързани с подкрепата за политиките и че обществената подкрепа помага за успешното разработване и прилагане на политики.

Отрицателните убеждения за изменението на климата се основават на вярвания, които не приемат научните доказателства, че проблемите и негативните ефекти се причиняват и от всекидневните поведения на хората. Различни фактори оказват влияние върху тези негативни убеждения – от политическа

идеология, икономически интереси, медийно и комуникационно въздействие до психологически механизми.

Възприятията за изменението на климата взаимодействат с начина, по който изменението на климата е изобразено в новините, които с бурното развитие на комуникационните технологии са по-често достъпни чрез платформите на социалните медии. Въпреки че тяхното въздействие върху осведомеността за изменението на климата е документирано, не е толкова ясно до каква степен новините, консумирани чрез платформите на социалните медии, влияят върху възприеманата ефикасност по отношение на изменението на климата, което се отнася до убеждението, че човек може да направи разлика в борбата с изменението на климата. Изследване за връзката между използването на интернет, новините, получени чрез социалните медии, и възприеманата ефикасност на изменението на климата в Европа установява ефектите на индивидуално, национално и регионално ниво. Регистрирани са значими индивидуални, национални и регионални различия в рамките на възприеманата ефикасност на изменението на климата. На национално ниво се установява, че получаването на новини чрез Facebook намалява в малка степен общата възприета ефикасност на изменението на климата. Това е тревожна констатация, която показва ефекта от новините, които се разпространяват избирателно, например в групи от приятели в сайтовете на социалните медии. На регионално ниво се регистрира подобен модел. Освен това регионите с по-голямо участие в социалните медии показват по-ниско ниво на възприета ефикасност за изменението на климата. По този начин многостъпковият изследователски дизайн поставя нови въпроси в пространственото проявление на мненията за изменението на климата в контекста на цифрова география, която се интересува от изследване на разликите в ефектите на цифровите медии (Tuitjer & Dirksmeier 2021).

Индивидуални и колективни измерения на соласталгията

Соласталгията представлява не само индивидуално, но и колективно преживяване, което е свързано с идентичността, сплотеността и устойчивостта на общностите. Изследванията показват, че емоционалните и психологическите предизвикателства, свързани с деградацията на околната среда, могат да разклатят колективното чувство за място и принадлежност. Всичко това налага необходимостта от подкрепа и стратегии за справяне както на индивидуално, така и на общностно ниво (Albrecht et al. 2007).

Изследваната проблематика е изключително актуална в контекста на нарастващите глобални екологични предизвикателства и необходимостта от устойчиво развитие. Промените в климата, разрушаването на околната среда и загубата на биологично разнообразие оказват все по-сериозно въздействие върху психичното здраве, социалната стабилност и икономическите системи.

Разрушителното въздействие на изменението на климата води до принудителна миграция, тъй като домовете на хората вече не са годни за живеене. Всич-

ко това допринася за разрушаване на общностите и нанася сериозни последици върху психичното здраве. Тези реални заплахи, съчетани с чувството за място, което се отнася до привързаността към физическото местоположение, усложнява рационалната адаптация към климатичните промени. Дори преди условията да са достатъчно лоши, за да доведат до принудителна миграция, хората може да изпитват чувство на соласталгия – страх от загубата на дом. „Усещане за място“ е психологически термин за взаимосвързаността на индивида или общността чрез социалните мрежи и връзките му с неговата физическа среда (Antonsich 2010). Когато човек е със силно чувство, че се намира далеч от домашната си среда, той изпитва силно чувство на загуба. Това чувство е много подобно на носталгията.

В съвременната употреба терминът „носталгия“ е заменен със „соласталгия“ като психологически термин за липсващо място и неговите връзки, докато носталгията се използва за по-широкото понятие за копнеж за по-добри времена.

Соласталгия е нова концепция, разработена, за да придаде по-голям смисъл и яснота на предизвикания от околната среда дистрес. За разлика от носталгията, меланхолията или носталгията, изпитвани от хората, когато са отделени от любимия си дом, соласталгията е страдание, което се причинява от промяната на околната среда, което засяга хората, докато те са пряко свързани с домашната среда. Соласталгията се отнася до болката или страданието, причинени от загубата или невъзможността да се извлече утеха, свързана с негативно възприеманото състояние на домашната среда.

Страхът от изменението на климата – соласталгията – се противопоставя на чувството за място. Докато индивидът остава на мястото си, соласталгията може да бъде източник на стрес и потенциално психично заболяване. Но ако човек е принуден да мигрира, по-традиционната носталгия може да измести соласталгията, поддържайки стреса и риска от проблеми с психичното здраве. Това напрежение между соласталгията и носталгията може да бъде нарастващ източник на проблеми с психичното здраве, тъй като изменението на климата продължава.

Осъзнаването на ролята на ценностите във формирането на екологични нагласи и поведения е ключово за разработването на ефективни политики и интервенции, насочени към насърчаване на устойчиво мислене и поведение. Това прави изследването не само актуално, но и необходимо за постигането на по-добра адаптация и устойчивост в условията на глобалната екологична криза.

Тази теоретична рамка е в основата на настоящото изследване, което има за цел да проучи взаимовръзките между ценностите, екологичните убеждения и проекологичното поведение. Допълнителна цел е да се проследи как комплексният ефект на тези фактори може да се използва за създаването на политики и програми, които да се приложат в реалността и да насърчават проекологично поведение на индивидуално, групово и национално ниво.

Цел на изследването

Изследването има за цел да проучи дали съществуват значими различия между мъжете и жените в три основни области: убеждения, отричащи климатичните промени, емоционалния и психологическия стрес, свързан със солас-талгията, и възприетата ефикасност за екологичните промени. Анализът на тези различия може да предостави важна информация за това как мъжете и жените възприемат, реагират и се справят с екологичните проблеми.

Втора основна цел е да се анализира как основните човешки ценности, дефинирани в модела на Ш. Шварц, предиктират поведения и реакции, както и да се изследва опосредстващият ефект на екологичните убеждения и преживявания във взаимовръзката между ценности и проекологично поведение. Това ще помогне за изясняване на механизмите, чрез които ценностите формират екологичните убеждения и поведение.

Изследването има за цел да събере емпирични данни, които да подпомогнат разработването на стратегии и политики, насочени към намаляване на отричането на климатичните промени и повишаване на обществената осведоменост и ангажираност.

Метод

Инструментариум

Изследователският инструментариум включва следните утвърдени самооценъчни въпросници и скали.

Въпросник за ценностните ориентации (Lechner et al. 2022). Той съдържа 20 твърдения, които се отнасят до ценностите като ръководен принцип в живота на хората. Твърденията, използвани в скалата, са адаптирани за българската социокултурна среда. Скалата за оценка е седемстепенна и варира от „1 – изобщо не е важно“ до „7 – изключително важно е“. Авторите диференцират пет скали, които се потвърждават и при прилагането на въпросника в българския социокултурен контекст: „Консерватизъм“ ($\alpha=0,58$), „Откритост към промяната“ ($\alpha=0,66$), „Самоусъвършенстване“ ($\alpha=0,63$), „Аз-трансцендентност“ ($\alpha=0,67$), „Хедонизъм“ ($\alpha=0,81$).

Въпросник за екологичните убеждения, който съдържа няколко групи твърдения за измерване на убежденията и преживяванията, свързани с екологичните промени. Скалата за оценка е седемстепенна и варира от „1 – изобщо не съм съгласен“ до „7 – напълно съм съгласен“. При прилагането на въпросника в български условия се оформят три подскали. Първата подскала включва две твърдения, които се отнасят до възприета ефикасност за околната среда ($\alpha=0,80$) (Perceived Environmental Efficacy Scale) (Milfont et al. 2015). Втората подскала съдържа три твърдения, които измерват солас-талгията ($\alpha=0,89$) – негативни емоции, свързани с изменението на важно за човек място в резултат на климатични промени (Eisenman et al. 2015). Третата подскала съдържа пет твърдения

за отричане на изменението на климата (Denial Beliefs of Climate Change Scale) (McCright, Dunlap 2011). Твърденията са формулирани по начин, който измерва степента, до която хората отричат научния консенсус за климатичните промени ($\alpha=0,71$).

Скала за проекологични поведения (Pro-Environmental Behaviour Scale) (Mateer 2022). Скалата съдържа 16 твърдения, които в българската социокултурна среда оформят две отделни подскали: „Активизъм“ ($\alpha=0,81$), който измерва екологични активни действия, и „Консумация на органична храна“ ($\alpha=0,72$). Твърденията се оценяват със седемстепенна скала, която варира от „1 – изобщо не се отнася до мен“ до „7 – напълно се отнася до мен“.

Процедура

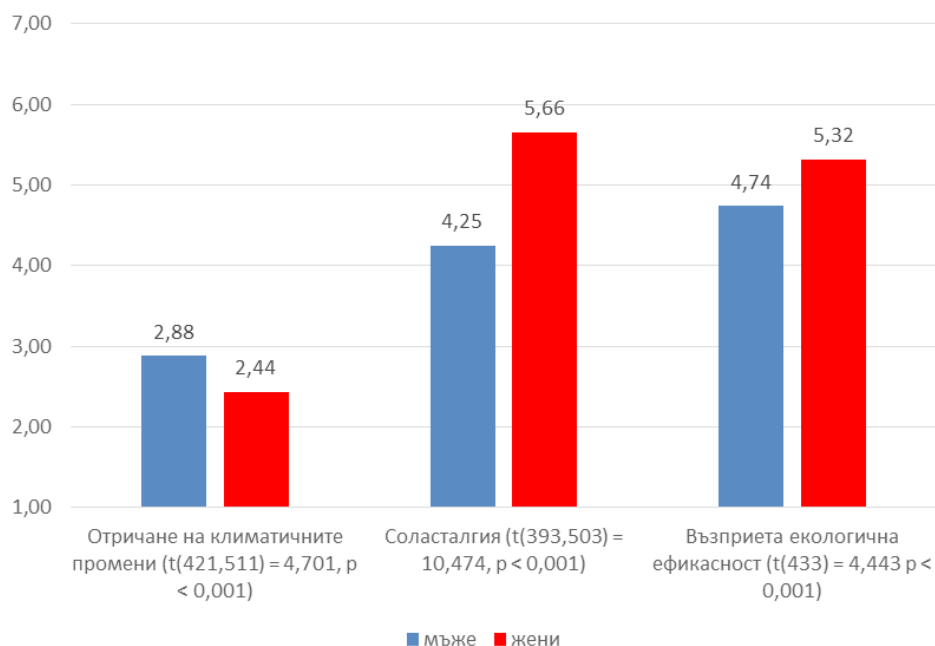
Изследването е проведено чрез онлайн въпросник, който участниците попълват анонимно и доброволно. За участие в изследването се попълва формуляр за информирано съгласие, който включва информация за целите на изследването, както и уверение, че данните ще бъдат използвани единствено с научна и изследователска цел, като ще бъдат обработвани в съответствие с етичните стандарти.

Респонденти

Изследването е проведено върху извадка от 551 изследвани лица от България. Възрастовият диапазон на респондентите варира от 13 до 90 години, като средната възраст е $X = 27,38$ години ($SD = 13,34$). По отношение на пола, извадката се състои от 223 мъже, 312 жени и 16 участници, които не са уточнили своя пол.

Анализ на получените резултати в български условия

За установяване на диференциращия ефект на пола върху екологичните убеждения и преживявания са проведени серия от т-тестове за независими извадки. Резултатите показват статистически значими различия в отричането на климатичните промени, соласалгията и възприетата екологична ефикасност. Данните за различията по трите измерения са представени на фиг. 1. Установява се, че мъжете демонстрират по-високи нива на убеждения, които отричат изменението в климата. Вероятно обяснение на тези резултати може да бъде по-голямата склонност на мъжете към скептицизъм за научния консенсус по отношение на глобалното затопляне. Стойностите на жените по скалите „Соласалгия“ и „Възприета екологична ефикасност“ са по-високи от тези на мъжете. Вероятната интерпретация на тези резултати може да бъде свързана с по-силна емоционална и психологическа реакция на промените в околната среда. Също така може да се предположи, че жените имат по-силно изразено убеждение, че техните действия могат да допринесат за опазване на околната среда.



Фигура 1. Различия в нивата на екологични убеждения и преживявания в зависимост от пола на респондентите

За проследяване на взаимовръзките между изследваните феномени е приложен корелационен анализ, данните от който са показани в табл. 1.

Таблица 1. Взаимовръзки на ценностите с убежденията и възприетата ефикасност за климатичните промени и соласталгията

	Консерватизъм	Откритост към промяна	Самоусъвършенстване	Аз-трансцендентност
Отричане на промени в климата	-0,010	-0,154**	-0,045	-0,308**
Соласталгия	0,361**	0,200**	0,038	0,397**
Възприета ефикасност за промените в климата	0,246**	0,250**	0,001	0,404**

Забележка: ** $p < 0,01$

Както се вижда от данните в табл. 1, отрицателните убеждения за климатичните промени корелират негативно с ценностите, свързани с откритостта

към промяната, добруването на другите и загрижеността към промяната. Соласталгията е положително свързана с традициите, конформизма и сигурността, които се отнасят с консерватизма най-общо като ценност, откритостта към промяната (насочеността към предизвикателства и търсенето на стимулация) и загрижеността за добруването на другите и природата. Аналогични са и резултатите за положителната корелация на възприетата ефикасност за промените в климата с ценностните измерения. Единствено скалата „Самоусъвършенстване“ не е свързана значимо с убежденията и възприетата ефикасност за климатичните промени и соласталгията.

За установяване на ефекта на ценностите върху екологичните убеждения и преживявания е проведен стъпков регресионен анализ. Ценностните измерения „Аз-трансцендентност“ (универсализъм и доброжелателност) и „Консерватизъм“ (традиция, конформизъм и сигурност) са идентифицирани като значими предиктори на екологичните убеждения и преживявания.

Резултатите показват, че „Аз-трансцендентността“ като ценност е свързана негативно с отричането на климатичните промени ($\beta = -0,343, p < 0,001$), докато ценностната скала „Консерватизъм“ корелира позитивно с отрицателните убеждения за изменението в климата ($\beta = 0,105, p < 0,001$), ($R^2\text{Adj} = 0,101$).

Тези две изменения на ценностите са значими предиктори и на соласталгията ($R^2\text{Adj} = 0,214$). Резултатите сочат положителна връзка на „Аз-трансцендентността“ ($\beta = 0,312, p < 0,001$) и консерватизма ($\beta = 0,257, p < 0,001$), които допринасят за увеличаване на емоционалния стрес, свързан с екологичните промени.

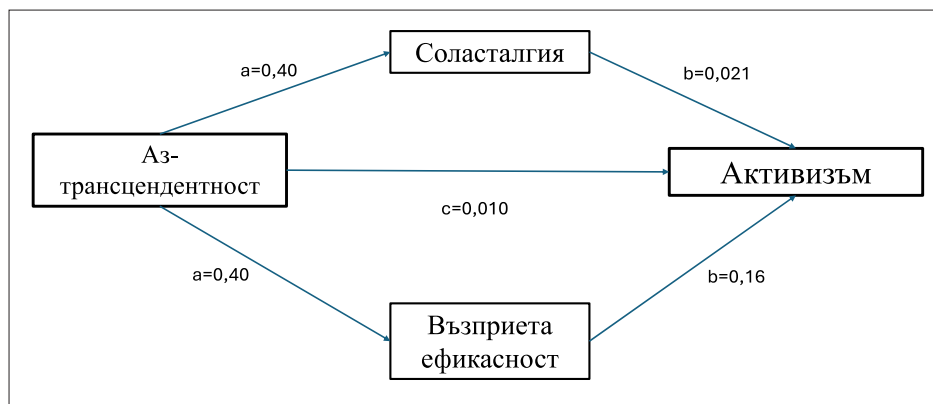
„Аз-трансцендентността“ ($\beta = 0,363, p < 0,001$) и консерватизмът ($\beta = .125, p < .001$) са положителни предиктори на възприетата ефикасност към околната среда ($R^2\text{Adj} = .174$).

Така получените резултати потвърждават допускането, че ценностните измерения имат значим ефект

за екологичните убеждения, като най-силен е ефектът на ценностите, които се отнасят до добруването на другите и загрижеността за природата върху соласталгията.

Допълнително за установяване на медиращата роля на екологичните убеждения и преживявания във взаимовръзката между ценностите и проекологичното поведение са проведени поредица от медиаторни анализи. Данните от тях са представени на фиг. 2, която показва обобщен модел на директните и индиректни ефекти.

Първият модел разглежда директния ефект на скалата „Аз-трансцендентност“ върху екологичния активизъм и медиращия ефект на соласталгията ($R^2 = 0,15$). Вторият модел представя индиректния ефект на възприетата ефикасност към околната среда ($R^2 = 0,16$). Получените резултати сочат, че загрижеността за добруването на другите и природата през негативните



Фигура 2. Директни и индиректни ефекти на ценностите върху проекологичните поведения

емоции, свързани с важно място поради климатичните изменения и възприетата ефикасност за промените в климата, са важен предиктор за активни проекологични поведения.

Дискусия

Резултатите от изследването разкриват значими полови различия в екологичните убеждения и преживявания. Мъжете показват по-високи нива на отричане на климатичните промени, което може да се обясни с типичните за мъжете убеждения за контрол над природата и скептицизъм към екологичните рискове, особено когато те поставят под въпрос икономически или индустриални дейности (McCright & Dunlap 2011). Освен това мъжете са склонни да приоритизират ценности, свързани със запазване на статуквото, дори когато то е в противоречие с екологичните цели (Schwartz 1992).

От друга страна, жените показват по-високи нива на соласталгия, което може да се свърже с техните по-силни емоционални и психологически връзки с непосредствената среда и общността. Традиционните социални роли, които възлагат на жените грижовност и внимание към благополучието на общността, допринасят за по-голяма чувствителност към разрушаването на околната среда и нейните последици (Albrecht et al. 2007). Тази особеност подчертава необходимостта от психосоциална подкрепа за засегнатите групи в контекста на екологичните промени.

Жените също така демонстрират по-високи нива на екологични убеждения и възприемана екологична ефикасност, което може да бъде обяснено с обществените нагласи, насърчаващи жените да бъдат по-грижовни и съпричастни към околната среда. Те са по-склонни да приоритизират ценности като универсали-

зъм и доброжелателност, които са в съответствие с проекологичните нагласи и поведения (Schultz & Zelezny 1999). Това предполага, че полът играе важна роля в насърчаването на проекологични действия и убеждения.

Резултатите показват значимата роля на ценностите „Аз-трансцендентност“ и „Консерватизъм“ за екологичните убеждения и преживяванията на соласталгия. Соласталгията, която представлява емоционален стрес, причинен от промени в околната среда, е особено силно изразена при хора, които приоритизират ценностите, свързани със загрижеността за добруването на другите и природата. Тези хора проявяват повишена чувствителност към околната среда поради своето силно чувство за свързаност с природата и загриженост за благополучието на човечеството. Тази повишена емоционална реакция е свързана с ценности като универсализъм и доброжелателност, които формират загриженост към екологичните проблеми (Schwartz 1992).

Консерватизмът, като основна ценностна ориентация, също оказва влияние върху соласталгията, но в противоположна посока. Хората, които приоритизират традицията, сигурността и социалния ред, изпитват соласталгия, когато промените в околната среда заплашват тези основни аспекти на техния живот. Например разрушаването на традиционните екосистеми или социалната нестабилност, причинена от екологични промени, засилват чувството за загуба и несигурност (Hofstede 2001). Тази зависимост подчертава комплексния характер на връзката между ценностите и реакциите към екологичните промени.

Тези две ценностни ориентации стимулират екологичното поведение във взаимодопълваща се перспектива. По отношение на загриженост за запазване на природата и обществото Аз-трансцендентността насърчава екологично поведение чрез стремеж към грижа за природата и благополучието на всички живи същества, докато консерватизмът акцентира върху опазването на социалния ред и традиционния начин на живот, което включва и устойчиви практики за защита на околната среда. Хората с по-солидно изразена ориентация към Аз-трансцендентност търсят хармония между човека и природата. При консерватизма се търси стабилност в обществото, което може да включва съхранение на природните ресурси като основа за бъдеща сигурност. От гледна точка на проекологичното поведение и двете ценности водят до ангажираност с екологични инициативи, като допринасят за намаляване на разрушителното въздействие върху околната среда. Аз-трансцендентността мотивира индивидуални и колективни действия за справяне с климатичните промени, докато консерватизмът насочва към дългосрочното запазване на природните ресурси. Що се отнася до моралната отговорност, ценностните профили, свързани с Аз-трансцендентността, апелират към универсална етика и морална отговорност към бъдещите поколения. При консерватизма се поддържа подобна нагласа, но насочена към съхраняване на културното и екологичното наследство (Stern & Dietz 1994; Schultz & Zelezny 1999; Tschakert et al. 2013).

И двата типа ценности подчертават важността на запазването и съхранението на природата, обществото и устойчивия начин на живот, което ги прави мощен мотиватор за екологично поведение.

Приложимост на резултатите

Получените резултати от настоящото изследване могат да бъдат приложени в няколко аспекта на индивидуално, групово и общностно равнище.

Първо, при провеждане на комуникационни кампании за проектологична ангажираност, базирани на ценности. Резултатите подчертават важността на разбирането на човешките ценности като „Аз-трансцендентност“ и „Консерватизъм“ за създаването на ефективни стратегии за комуникация. Кампаниите могат да бъдат адаптирани така, че да подчертават връзката между тези ценности и устойчивите екологични поведения. При първата група ценности акцент следва да се постави върху глобалното въздействие на екологичните действия и значението на универсализма. От друга страна, по-консервативни кампании могат да подчертаят сигурността и стабилността, които екологичните инициативи предоставят на обществото.

На второ място, при създаване на стратегии за увеличаване на проектологичната ангажираност въз основа на половете различия. В тази връзка, стратегиите трябва да бъдат адаптирани спрямо различията в убежденията и нагласите на мъжете и жените. За мъжете, които са склонни да приоритизират икономическите и фактическите аспекти на екологичната защита, могат да бъдат създадени инициативи, които акцентират върху икономическите ползи от устойчивите практики и важността на сигурността. От друга страна, кампании, насочени към жените, могат да се фокусират върху общностното благополучие и възпитателния аспект на опазването на околната среда. Това включва подчертаване ролята на жените като лидери в екологични проекти и създаването на възможности за тяхната по-активна ангажираност.

На трето място, при изграждането на политики и образователни програми. Политиките и програмите е важно да включват полово осъзната перспектива, която да подчертава различните начини, по които мъжете и жените се ангажират с екологичните въпроси. Това може да се отнася до насърчаване на жените да заемат лидерски позиции в екологични инициативи и да допринасят за устойчивото развитие чрез проактивна роля. Същевременно програмите могат да насърчават мъжете да участват в екологични инициативи, като поставят акцент върху рамки, които отговарят на техните ценности, като икономическа ефективност, традиция и сигурност.

Заклучение

Ценностите играят решаваща роля във формирането на убежденията, нагласите, преживяванията и поведението на хората спрямо климатичните промени.

Те служат като основа за мотивация и насочват индивидуалните и колективните действия, които са критични за справянето с екологичните предизвикателства. Разбирането на начина, по който ценностите влияят върху климатичните действия, е от съществено значение за разработването на ефективни интервенции и комуникационни стратегии, които насърчават устойчиви поведения и смекчават последиците от климатичните промени.

Резултатите от изследването повдигат важни въпроси и насочват вниманието към бъдещи изследователски области. Например как социалните фактори могат да взаимодействат по-ефективно с индивидуалните ценности, за да насърчават проекологично поведение? Как тези взаимодействия могат да бъдат използвани за засилване на проекологичното поведение? Освен това какви интервенции биха могли да насърчат интердисциплинарно сътрудничество между екологичната психология, психологията на здравето и климатичните науки, за да се осигури по-добро разбиране на човешките измерения в справянето с климатичните промени и други належащи колективни проблеми? Тези въпроси подчертават необходимостта от продължаващи изследвания и интердисциплинарно сътрудничество, за да се развият интегративни подходи и модели, които да отговорят на сложността на климатичните промени и тяхното въздействие върху човешкото поведение.

Финансиране

Изследването е финансирано от Европейския съюз-NextGenerationEU, чрез Националния план за възстановяване и устойчивост на Република България, проект SUMMIT BG-RRP-2.004-0008-C01.

REFERENCES

- ALBRECHT, G., 2005. Solastalgia: A new concept in health and identity. *PAN: Philosophy Activism Nature*, no. 3, pp. 41 – 55.
- ALBRECHT, G., SARTORE, G. M., CONNOR, L., HIGGINBOTHAM, N., FREEMAN, S, KELLY, B, STAIN, H, TONNA, A. & POLLARD, G., 2007. Solastalgia: The distress caused by environmental change. *Australasian Psychiatry*, 15, no. S1, pp. S95 – S98.
- ANTONSICH, M., 2010. Meanings of Place and Aspects of the Self: An Interdisciplinary and Empirical Account, *GeoJournal*, vol. 75, no. 1, pp. 119 – 129.
- EISENMAN, D. P. et al., 2015. Solastalgia, resilience, and the psychological impact of climate change. *Environmental Justice* [online], vol. 8, no. 6, pp. 225 – 231 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1089/env.2015.0024>.

- HOFSTEDE, G., 2001. *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- LECHNER, C. M. et al., 2022. Revising the theory of basic values: A new measurement approach. *Journal of Personality and Social Psychology* [online], vol. 122, no. 6, pp. 1126 – 1144 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1037/pspp0000431>.
- MATEER, T. J., 2022. Developing the Pro-environmental Behaviours Scale: Exploring dimensions of individual sustainable actions. *Journal of Environmental Psychology* [online], vol. 80, no. 101757 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101757>.
- MCCRIGHT, A. M. & DUNLAP, R. E., 2011. The politicization of climate change and polarization in the American public's views of global warming, 2001–2010. *Sociological Quarterly* [online], vol. 52, no. 2, pp. 155 – 194 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.2011.01198.x>.
- MILFONT, T. L., 2010. Global warming, climate change and human psychology. In: V. CORRAL VERDUGO, C. H. GARCÍA-CADENA & M. FRIASAR MENTA (Eds.). *Psychological approaches to sustainability: Current trends in theory, research and practice*, pp. 19 – 42. NY: Nova Science.
- MILFONT, T. L., MILOJEV, P., GREAVES, L., M. & SIBLEY, C., G., 2015. Socio-structural foundations of climate change beliefs. *New Zealand Journal of psychology*, vol. 44, no. 1, pp. 17 – 30.
- PAWLIK, K., 1991. The psychology of global environmental change: Some basic data and an agenda for cooperative international research. *International Journal of Psychology*, no. 26, pp. 547 – 563.
- ROKEACH, M. 1973. *The nature of human values*. NY: Free Press.
- SCHULTZ, P. W. & ZELEZNY, L., 1999. Values as predictors of environmental attitudes: Evidence for consistency across 14 countries. *Journal of Environmental Psychology* [online], vol. 19, no. 3, pp. 255 – 265 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1006/jevp.1999.0129>.
- SCHWARTZ, S. H., 1992. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 25, pp. 1 – 65.
- SCHWARTZ, S. H., 2006. Les valeurs de base de la personne: Théorie, mesures et applications [Basic human values: Theory, measurement, and applications]. *Revue Française de Sociologie*, no. 47, pp. 249 – 288.
- SCHWARTZ, S. H., 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture* [online], vol. 2,

- no. 1, pp. 11 – 12 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>.
- SHARMA, D. (2008). Perceived environmental efficacy and its role in promoting sustainable behavior. *Environment and Behavior*, vol. 40, no. 5, pp. 711 – 736. Available from: <https://doi.org/10.1177/0013916507308784>. [Viewed 2024-11-22].
- STERN, P. C., 2000. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues* [online], vol. 56, pp. 407 – 424 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>.
- STERN, P. C. & DIETZ, T., 1994. The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues* [online], vol. 50, no. 3, pp. 65 – 84.
- SWIM, J. K., STERN, P. C., DOHERTY, T. J., CLAYTON, S., RESER, J. P., WEBER, E. U. & HOWARD, G. S., 2011. Psychology's contributions to understanding and addressing global climate change. *American Psychologist*, vol. 66, pp. 241 – 250.
- TJERNSTRÖM, E. & TIETENBERG, T., 2008. Do differences in attitudes explain differences in national climate change policies? *Ecological Economics* [online], vol. 65, no. 2, pp. 315 – 324 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.06.019>.
- TSCHAKERT, P., ELLIS, N., ANDERSON, C., et al., 2013. The emotional dimensions of climate change: Insights from affective science and psychology. *Climate and Development* [online], vol. 5, no. 4, pp. 296 – 309 [viewed 2024-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1080/17565529.2013.812952>.
- TUITJER, L. & DIRKSMEIER, P., 2021. Social media and perceived climate change efficacy: A European comparison. *Digital Geography and Society* [online], vol. 2 [viewed 2024-11-22] Available from: <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2021.100018>.

Acknowledgments & Funding

This study is financed by the European Union-NextGenerationEU, through the National Recovery and Resilience Plan of the Republic of Bulgaria, project SUMMIT BG-RRP-2.004-0008-C01.

PSYCHOLOGICAL PERSPECTIVES ON PRO-ENVIRONMENTAL BEHAVIOR

Abstract. Values serve as guiding principles and are typically viewed as determinants of beliefs and behaviour. In the current study we explored the relationships between basic human values, ecological beliefs, and pro-environmental behavior. The present study is oriented towards investigating the connections between basic human values, ecological beliefs and pro-ecological behaviour. The study was conducted on a sample of 551 respondents – Bulgarians, between 13 and 90 years old ($X=27.38$; $SD=13.34$). For the purpose of the study, questionnaires were used to measure value orientations, attitudes towards climate change and pro-ecological behaviours. The results indicated that value orientations focusing on concern for the well-being of others and nature, as well as on preserving traditions, social order, and security, were associated with ecological beliefs and pro-environmental behaviours. We also found that males had significantly higher levels of denial beliefs of climate change, while females had higher levels of solastalgia and perceived environmental efficacy. The study contributes to a better understanding of the psychological prerequisites and motives underlying pro-environmental behavior, with the findings being applicable to the development of information campaigns and interventions aimed at promoting sustainable practices and addressing climate change.

Keywords: basic human values; ecological beliefs; solastalgia; pro-environmental behavior

✉ **Dr. Radina Stoyanova, Chief Assist. Prof.**

ORCID iD: 0000-0003-1957-7777

WoS Researcher ID: IXX-0231-2023

Sofia University

15, Tsar Osvoboditel Blvd.

1504 Sofia, Bulgaria

Email: r_stoyanova@phls.uni-sofia.bg

✉ **Maria Rartz, PhD student**

E-mail: maria.ven.rartz@gmail.com

Sofia University

15, Tsar Osvoboditel Blvd.

1504 Sofia, Bulgaria

✉ **Jonko Bushnyashki, Researcher**

ORCID iD: 0009-0002-87437469

Sofia University

15, Tsar Osvoboditel Blvd.

1504 Sofia, Bulgaria

E-mail: jbushnyashki@phls.uni-sofia.bg