

KLIMATO KAITA IR

PENKIOS LIETUVOS

Paveikioji komunikacija skirtingiems auditorijos segmentams

Prof. Audronė Telešienė,

Mokslo grupė „Pilietinė visuomenė ir darnus vystymasis“

Kauno technologijos universitetas

Vilniaus universitetas, konferencija „Klimatosaugos briaunos“,
2024 m. spalio 25 d.

Pranešimo struktūra

1. Kodėl **penkios** Lietuvos?
2. Lietuvos gyventojų gyvenimo būdo grupės pagal KK reikšmingą elgseną
3. Ką gali ir ko negali komunikacija?
4. Lietuvos auditorijos segmentacija
5. Paveikioji komunikacija **penkioms** Lietuvoms

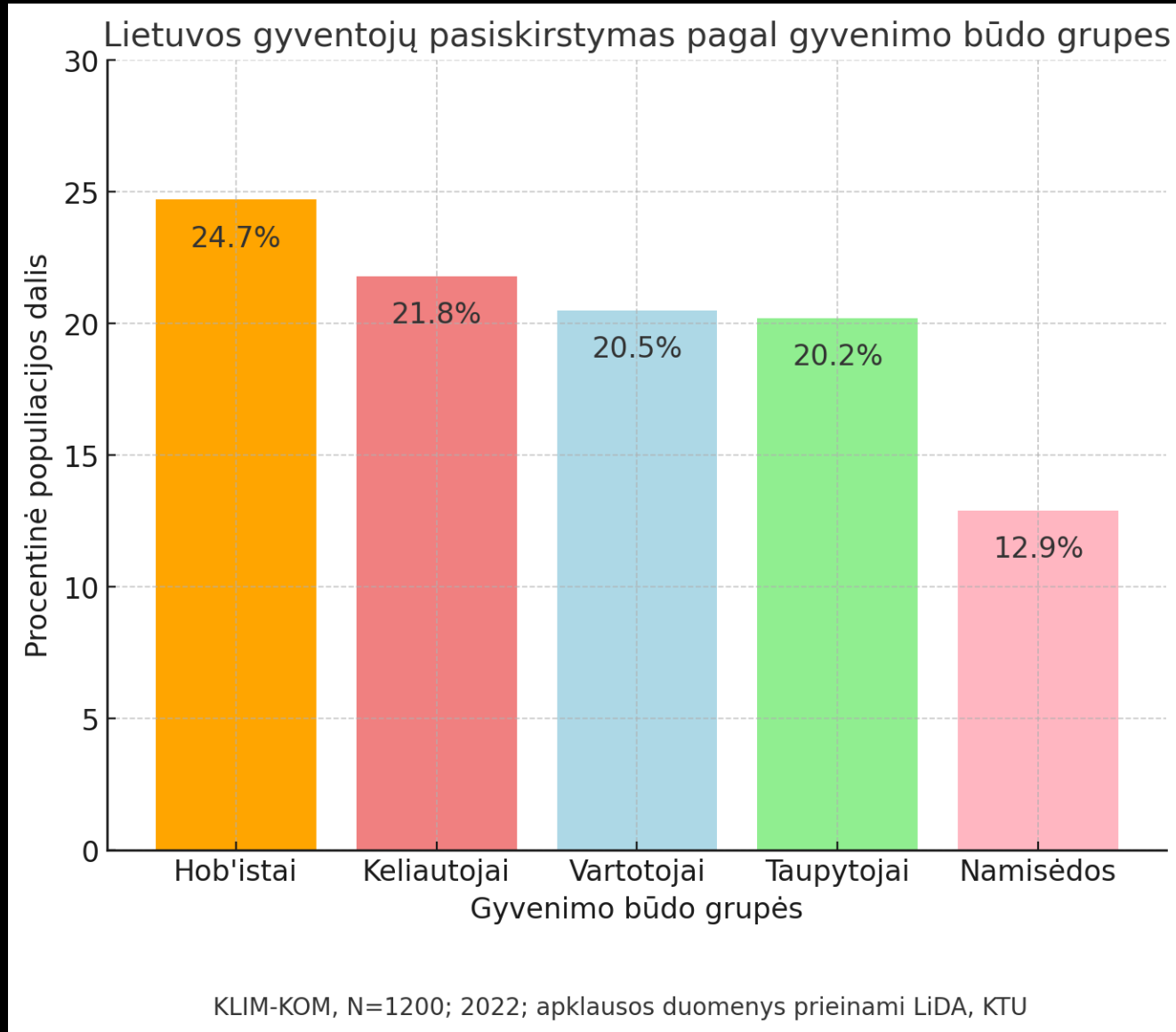
Pranešime remiamasi duomenimis iš KTU 2022-2025 m. įgyvendinamo projekto “Socialiniai klimato krizės sprendimai: elgsenos profiliai ir tikslinė komunikacija (KLIM-KOM)”. Šį projektą finansuoja Lietuvos mokslo taryba (LMTLT), sutarties Nr. S-MIP-22-26. Vadovė prof. A. Telešienė. Tyrėjos: A.Balžekienė, A. Budžytė, E.Zolubienė.

Kodėl? Kiek?

PENKIŲ LIETUVOS

Penkios Lietuvos

Gyvenimo būdo grupės pagal energijos poreikius Lietuvoje (Aistė Balžekienė, KTU, 2023)



Analizuojamas energijos poreikis šiose srityse:

- būstas
- mobilumas
- prekių vartojimas
- mityba
- laisvalaikis

GRUPĖ: taupytojai

1. 2 val. per savaitę automobilyje
2. centrinis šildymas arba kietasis kuras
3. aviena ar jautiena kartą per 2 savaites
4. ilgas drabužių dėvėjimas
5. nereikia elektroninių prietaisų
6. mėgstama veikla, kuriai reikia labai mažai vartojamos energijos

Nėra atotrūkio tarp aplinkosauginių nuostatų ir elgsenos (Vidas Vilčinskas, KTU, 2024)



>70 m.
moteris
miestas
mažas namų ūkis

1. 7 val. per savaitę automobilyje
2. centrinis šildymas
3. aviena ar jautiena kartą per savaitę
4. trumpas drabužių dėvėjimas
5. dažnai keičia elektroninius prietaisus
6. pomėgių veiklai reikia įrangos ir infrastruktūros

Didelis aplinkosauginių nuostatų ir elgsenos atotrūkis (Vidas Vilčinskas, KTU, 2024)

GRUPĖ: vartotojai



18-29 m.
vyras
miestas
didelis namų ūkis

Aiškinamasis klimato kaitos nuostatų ir elgsenos modelis

Svarbūs kontekstiniai veiksniai:

- > Socio-ekonominis kontekstas
- > Politinis kontekstas
- > Viešoji komunikacija (žiniasklaidos darbotvarkė)

Socialinės pozicijos (socio-demografiniai):

- > Lytis
- > Amžius
- > Išsilavinimas
- > Užsiėmimas
- > Gyvenamoji vieta
- > Politinės orientacijos
- > Šeiminė padėtis
- > Pajamos



Socio-psichologinių veiksnių visuma:

- > Su klimato kaita siejamas sąmoningumas, pasaulėžiūra, nuostatos, subjektyviai interpretuota klimato kaitos patirtis, normos ir kt.
- > Klimato kaitos pasekmių suvokimas
- > Atsakomybės priskyrimas ir klimato kaitos politikos priemonių palaikymas

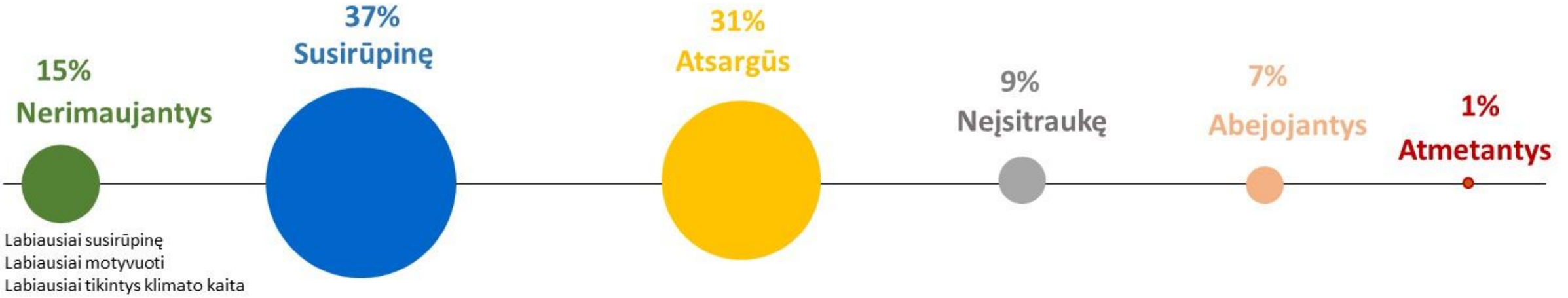


Klimato kaitos atžvilgiu reikšminga elgsena

Kaip keisti?

**Ką gali,
ir ko negali
komunikacija?**

Klimato kaitos auditorijos segmentai Lietuvoje



N=1200; 2022; apklausos duomenys prieinami LiDA

(straipsnis; Budžytė ir Zolubienė, 2024)

!!! Latentiniai skeptikai
VS Atvirieji skeptikai

PERSONA: Studentė Kotryna

Tai 24 m. mergina iš Kauno, studijuojanti socialinius mokslus. Studijų metu pradėjusi dirbti, ji gyvena nuomojamame būste, pajamos nedidelės, o į darbą, universitetą ar kitur važiuoja viešuoju transportu. Daug dirba nuotoliu, naudojami naujausiu telefonu. Ji turi pastovių draugų, tačiau nėra sukūrusi šeimos. Turi augintinį, mėgsta keliauti. Rūpestis klimato kaita – natūrali pasaulėžiūros dalis. Stipri individualistinė kosmopolitinė tapatybė.



Paveiki komunikacija:

Auditorijos segmentas: nerimaujantys; susirūpinę.

Svarbūs kanalai: Instagram, Youtube, Facebook, naujienų portalai.

Temos: gyvūnų gerovė; žmonių sveikata; augalija; miškai; naujausios technologijos; teisingumas.

Profilis: neieško specialiai informacijos; nesikalba apie KK savo aplinkoje.

Skatinama elgsena: kasdienybės aktyvizmas, KK diskursų iniciatorės.

Komunikacijos strategija:
Simfoninis diskursas

PERSONA: Ūkininkas Petras

Tai pusamžis vyras, gyvenantis kaimo vietovėje ir užsiimantis ūkininkavimu. Gyvena savo sodyboje, valdo didelius žemės plotus. Turi šeimą, suaugusius ar vyresnius vaikus. Dažnai važiuoja automobiliu, yra aktyvus kaimo bendruomenės narys. Retai ištrūksta į didmiesčius ar užsienio keliones. Laikosi įprastos tradicinės dietos ir valgo daug mėsos. Turi aplinkosauginį susirūpinimą, tačiau jo poveikis elgsenai yra slopinamas tokių barjerų kaip atsakomybės atitolinimas, socialinis atitolinimas ir laiko atitolinimas. Išreiškia abejones ir skepticizmą klimato kaitos atžvilgiu.



Paveiki komunikacija:

Auditorijos segmentas: abejojantys; skeptikai.

Svarbūs kanalai: vietos informacijos šaltiniai.

Temos: vietos gamta, miškai, vietos vandenys, žemės tarša, atliekos, sveikata.

Profilis: vietos bendruomenės svarba; pasiduoda „reikšmingų kitų“ poveikiui; KK temos neįmanomybės zonoje; nepasitiki nacionaline valdžia ir žiniasklaida.

Skatinama elgsena: aplinkos tvarkymas; vandens taršos mažinimas; dietos keitimas.

Komunikacijos strategija:

Traukinio sąstato komunikacija

Mitų griovimo komunikacija

PERSONA: Socialinė darbuotoja Daiva

Tai vidutinio amžiaus moteris gyvenanti nedideliame Lietuvos miestelyje. Ji turi aukštąjį išsilavinimą ir dirba samdomą darbą viešajame sektoriuje. Šeimos pajamos yra vidutinės. Turi šeimą, gyvena nuosavame name, o į darbą, vaikų mokyklą ir kitur daugiausiai važinėja automobiliu. Pastebimas susirūpinimas klimato kaita. Turi abejonių dėl aplinkos politikos sprendimų.



Paveiki komunikacija:

Auditorijos segmentas: susirūpinę; atsargūs.

Svarbūs kanalai: vietos informacijos šaltiniai, nacionalinė žiniasklaida, socialiniai tinklai, pvz. Facebook, tiesioginiai renginiai.

Temos: šiukšlių rūšiavimas, sveikata, poveikis aplinkai, atsakomybė (pvz., ūkininkų, verslo), aplinkos politika (pvz., taršos mokesčiai), žmonių istorijos.

Profilis: edukatoriaus rolė; išsamios informacijos poreikis; diskusinių straipsnių poreikis.

Skatinama elgsena: švietimas, energijos ir vandens taupymas, atliekų mažinimas, vietinių ir tvarių produktų vartojimas.

Komunikacijos strategija:

Praktinė aplinkosauga

PERSONA: Pensininkė Irena

Tai vyresnio amžiaus moteris gyvenanti kaime. Ji jau pensijoje, vaikai užaugę ir seniai palikę namus. Gyvena nuosavame name, kurį kūrėna malkomis. Vartoja nedaug, turi šiek tiek žemės, tad savo šeimos reikmėms augina daržovių, vaiskrūmių ir vaismedžių. Didžiąją pajamų dalį sudaro pensija. Daug laiko praleidžia namie ar netolimoje aplinkoje.

Nėra būdingas globalus aplinkosauginis sąmoningumas, neturi išreikštos nuomonės apie klimato kaitą.

Aplinkai santykinai draugiškas gyvenimo būdas (ne aplinkosauginio sąmoningumo pagrindu).



Paveiki komunikacija:

Auditorijos segmentas: neįsitraukę.

Svarbūs kanalai: vietos informacijos šaltiniai, tiesioginiai renginiai; artimųjų komunikacija.

Temos: medžių sodinimas (būtina plėsti temų sąrašą).

Profilis: aplinkosaugos temos nėra aktualizuotos, nėra artikuliuojamos kaip problemos. Įvykusi rizikų normalizacija.

Skatinama elgsena: aplinkai draugiško gyvenimo būdo išlaikymas.

Komunikacijos strategija:
Pastiprinanti komunikacija

PERSONA: Vadybininkas Tomas

Tai vidutinio amžiaus vyras gyvenantis didmiestyje. Turi aukštą išsilavinimą, gauna aukštesnes nei vidutinės pajamas. Turi šeimą, vaiką/-ų. Gyvena name ar bute su autonominiu šildymu. Visur nukanka automobiliu. Laisvalaikiu daug keliauja į užsienį, slidinėja. Vartoja daug (drabužių, elektronikos, maisto ir kt. prekių).

Būdingas globalus aplinkosauginis sąmoningumas, tačiau taip pat būdingas didelis nuostatų ir elgsenos atotrūkis.



Paveiki komunikacija:

Auditorijos segmentas: susirūpinęs, atsargūs.

Svarbūs kanalai: nacionalinė žiniasklaida; socialiniai tinklai Facebook, Youtube, Instagram, darbovietės ir artimųjų komunikacija.

Temos: technologijos, aplinkos politika, tvarumas, energetika, automobiliai.

Profilis: poreikis modeliavimui ir diskusijoms apie „kas bus jeigu“, apie ateitį; kalbos tonas pozityvus, racionalus.

Skatinama elgsena: tvarus mobilumas, energijos vartojimas, tvarus vartojimas, mitybos pokyčiai.

Komunikacijos strategija:

Racionalus įtikinėjimas

Klimato kaita ir penkios Lietuvos

Paveikioji komunikacija skirtingiems auditorijos segmentams

Prof. Audronė Telešienė audrone.telesiene@ktu.lt

Mokslo grupė „Pilietinė visuomenė ir darnus vystymasis“

Kauno technologijos universitetas

Vilniaus universitetas, konferencija „Klimatosaugos briaunos“,
2024 m. spalio 25 d.