

Möminlərə xütbə oxuyurlar? Azərbaycanda ekoloji kommunikasiyanın təkmilləşdirilməsi ilə bağlı təkliflər

written by Farhad Mukhtarov Fərhad Muxtarov

Azərbaycan 2024-cü ilin noyabr ayında COP29-a ev sahibliyi etməyə hazırlaşdığından, ölkə ekoloji siyasətlə əlaqədar getdikcə daha çox tənqidlə üzləşir. Azərbaycan hazırda ekoloji göstəricilər üzrə reytingdə 180 ölkə arasında 121-ci yerdədir (YCELP 2024). Beynəlxalq təşkilatlar Azərbaycanın ekoloji siyasətində və onun iqlim dəyişikliyi ilə bağlı qarşıda duran problemlərin həlli üçün apardığı hazırlıqlarda əhəmiyyətli boşluqlar olduğunu qeyd ediblər (UNECE, 2011).

Ekoloji göstəricilərin təkmilləşdirilməsi strategiyalarından biri ətraf mühitə meyilli davranışı (PEB) təşviq etməkdir. Məsələn, ekoloji təhsil son illər müxtəlif təşəbbüslər vasitəsi ilə məktəbəqədər təhsildən ali təhsil pilləsinə qədər olan səviyyələrin milli kurikulumlarına inteqrasiya edilmişdir (UNECE 2011). Bundan əlavə, hökumət və əlaqəli QHT-lər, fondlar mütəmadi olaraq ictimai yerlərdə zibillənmənin, su israfının azaldılması və dayanıqlı hərəkətliliyin təşviqinə yönəlmiş kampaniyalar həyata keçirirlər. Buna canlı nümunə olaraq, son dövrdə başladılmış *Bir damcı* ictimai informasiya kampaniyasını göstərmək olar. Bu kampaniya vətəndaşları suya qənaət etməyə təşviq etmək məqsədi daşıyır (Birdamcı 2024a; 2024b). Kampaniya 2023-cü ildə başlayıb və ictimai yerlərdə, sosial platformalarda yerləşdirilən məlumat xarakterli plakatlar, reklam lövhələri və video çarxlar vasitəsilə Bakı və ətraf rayonlarda yaşayan əhalini hədəf alıb. (Bakı Su Həftəsi 2024; bax: Əlavəyə). Kampaniyanın təşkilatçıları indi

onu Azərbaycanın digər bölgələrində də həyata keçirməyi planlaşdırırlar.

Bu cür kampaniyalara həqiqətən də çox ehtiyac var. Məsələn, Bakıda adambaşına düşən orta su istifadəsinin gündə 400 litr olduğu təxmin edilir. Bura paylayıcı sistemlərdə böyük miqdarda itirilən su həcmi də daxildir və bununla da real sərfiyyat gündə təqribən 170 litr (l / gün / adam) kimi qiymətləndirilir (Scandizzo and Abbasov 2022, 194). Buna baxmayaraq, hətta təxmin edilən real sərfiyyat, insan sağlamlığı üçün zəruri hesab edilən 50 litrlik (l / gün / adam) minimum normadan xeyli yuxarıdır (Gaddis et al., 2019). Burada belə bir sual yaranır ki, niyə Azərbaycanda indiyədək aparılan ictimai məlumatlandırma kampaniyaları əhəlinin davranışında böyük dəyişiklik yaratmayıb?

Ümumi inanc budur ki, insanların ətraf mühitə meyilli davranış (ƏMMD) nümayiş etdirməməsinin əsas səbəbi bilik çatışmazlığı, yaxud savadsızlıqdır. Bu baxışa görə, insanlar öz hərəkətlərinin mənfi nəticələri və buna alternativlərin faydaları barədə məlumatlandırıldıqdan sonra davranışlarını dəyişəcəklər. Bu baxış bütün dünyada bir çox ictimai maarifləndirmə təşəbbüslərinə və məlumatlandırma kampaniyalarının başlanmasına təkan vermişdir. Ancaq bunun əksini göstərən kifayət qədər sübutlar var (Owens and Driffill 2008; Sleenhof et al. 2015). Məsələn, ət istehlakının azaldılmasının ətraf mühitə və sağlamlığa faydaları və ya siqaret çəkməyin təhlükələri haqqında artan məlumatlılığa baxmayaraq, bir çox insan bu davranışları davam etdirir. Bu nümunələr göstərir ki, tək bilik davranışda dəyişikliklərə səbəb olmur. Alternativ yanaşmalardan biri Planlı Davranış Nəzəriyyəsidir. Bu nəzəriyyə davranış niyyətlərinin üç əsas amillə formalaşdığını göstərir: davranışa münasibət, davranışın yerinə yetirilməsinin asan olması və sosial normalar (Ajzen, 2011; 1991). Bu nəzəriyyəyə görə, effektiv ƏMMD strategiyaları fərdlərin ətraf mühitə qarşı davranışı vacib, asan və nisbətən ucuz və sosial cəhətdən məqbul hesab etdikləri zaman ətraf mühitə daha çox meyilli davranışlar

nümayiş etdirmələrinə əsaslanır.

Bu məqalə 2015-ci ilin payızında Bakıda yerləşən ADA Universitetinin İctimai və Beynəlxalq Münasibətlər fakültəsində bakalavr ixtisası üzrə təhsil alan 230 tələbənin iştirak etdiyi ilk sorğuya əsaslanır. Natamam və səhv cavablar çıxarıldıqdan sonra araşdırmada 214 tələbənin təqdim etdiyi məlumatlardan istifadə edilmişdir. Bakı sakinlərinin üzləşdiyi dörd əsas ekoloji problemlə – ictimai nəqliyyatdan istifadə, su və elektrik enerjisinə qənaət və ictimai yerlərdə ətrafa zibil atılması ilə bağlı konsepsiyaları qiymətləndirmək üçün müstəqil şəkildə doldurulan anketdən istifadə edilib. Anketdə həmçinin iştirakçıların davranışlarına hansı amillərin təsir göstərə biləcəyini anlamaq üçün Planlı Davranış Nəzəriyyəsinin üç tezisi də sınaqdan keçirilib.

Bu araşdırmadan üç əsas nəticə alınır. Birincisi, ətraf mühit haqqında məlumatlılıq və bilik səviyyələrinə dair ictimaiyyətdə çoxsaylı mənfi qiymətləndirmələrə rəğmən, bu araşdırma sorğuda iştirak edən respondentlərin yüksək ekoloji məlumatlılıq, bilik və narahatlıq səviyyəsinə malik olduğunu göstərir. İkincisi, bu araşdırma iştirakçıların aşağıda müzakirə olunan dörd mövzu (zibil, nəqliyyat, su və elektrik) ətrafında sosial normalara yüksək səviyyədə reaksiya verdiyini nümayiş etdirir. Son olaraq, araşdırma göstərir ki, respondentlər hesab edirlər ki, ətrafı zibilləməmək, su və elektrik enerjisinə qənaət etmək onlar üçün nisbətən asandır. Ancaq bu, ictimai nəqliyyatdan istifadə məsələsində belə deyil.

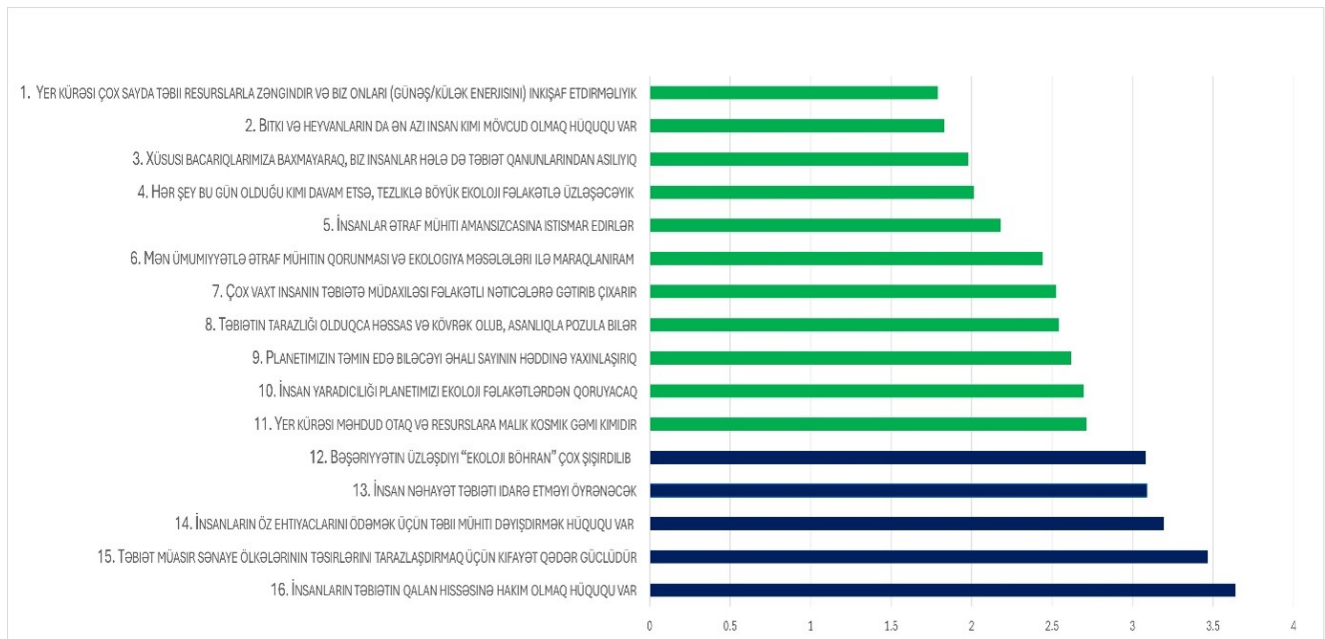
Azərbaycanda gənclərin ətraf mühitə münasibəti

214 respondentdən 117-si (54,7%) qadın, 97-si (45,3%) kişi olmaqla, bütün iştirakçılar 18-20 yaşlarında olduğundan iştirakçıların ortalama yaşı 19,15 -dir. İştirakçıların ailə üzvlərinin ortalama sayı 4 nəfərdir. Buna baxmayaraq, bu misal bütün Azərbaycan üzrə ümumiləşdirməyə bir sıra ciddi məhdudiyyətlər qoyur. Birincisi, ADA Universiteti tələbələrin

əksəriyyətinin Azərbaycan üçün nisbətən yüksək təhsil haqqı ödədiyi ingilis dilli təhsil müəssisəsidir. İştirakçıların ailə təsərrüfatlarının orta aylıq gəliri (1001-2000 AZN; 2015-ci ilin məzənnəsi ilə 950-1900 ABŞ dolları ekvivalenti) Azərbaycandakı ailələrin əksəriyyətinin qazancından yüksəkdir. İkincisi, bu misal Bakıdakı 18-20 yaşlı gəncləri əhatə edir və buna görə də bütün ölkədəki gənclər üçün ümumiləşdirilə bilməz. Bundan əlavə, məlumatlar 2015-ci ilə aiddir. Davranış tədqiqatlarının 5-10 il əvvəlki məlumatlar üzərindən təhlil edilməsi qeyri-adi hal deyil, lakin bu, yenə də məhdudiyyətdir və bu tədqiqatın nəticələri siyasət üçün nəzərdə tutulduqda onlar gözdən keçirilməlidir. Bu məhdudiyyətlərlə mübarizə aparmağın bir yolu bu tədqiqatın nəticələrini 5-ci bölmədə apardığım Azərbaycan gənclərinin ətraf mühitə münasibəti ilə bağlı daha yeni və daha reprezentativ tədqiqatlarla müqayisə etməkdir. Bu tədqiqatın nəticələri müəyyən şübhələrlə qəbul edilməli olsa da, bu nəticələr Azərbaycanda daha təsirli kommunikasiya kampaniyalarının hazırlanmasında hələ də faydalı ola bilər.

Anket ADA Universitetində tədris dili olan ingilis dilində yazılmışdır və ona ekoloji məsələlərə münasibətlə bağlı on altı sual, eləcə də siyasətlərin həyata keçirilməsinə hansı tərəflərin cavabdeh olduğuna dair bir sual daxil edilmişdir. Şəkil 1-də iştirakçıların münasibətini əks etdirən hər bir mövqe üçün orta xallar göstərilir, ballar yenidən elə kodlaşdırılmışdır ki, 1 *tamamilə razıyam*, 5 isə *qətiyyən razı deyiləm* mənasını verir. Bu xallar X oxunda qurulur. 3-dən aşağı ballar daha güclü razılığını (yaşıl), 3-dən yuxarı olanlar isə daha güclü fikir ayrılığını (mavi) göstərir. 3-ə yaxın ballar neytral mövqe nümayiş etdirir, *nə razıdır, nə də razı deyil*.

Şəkil 1: ADA Universiteti tələbələrinin ətraf mühitə münasibəti (n 214)

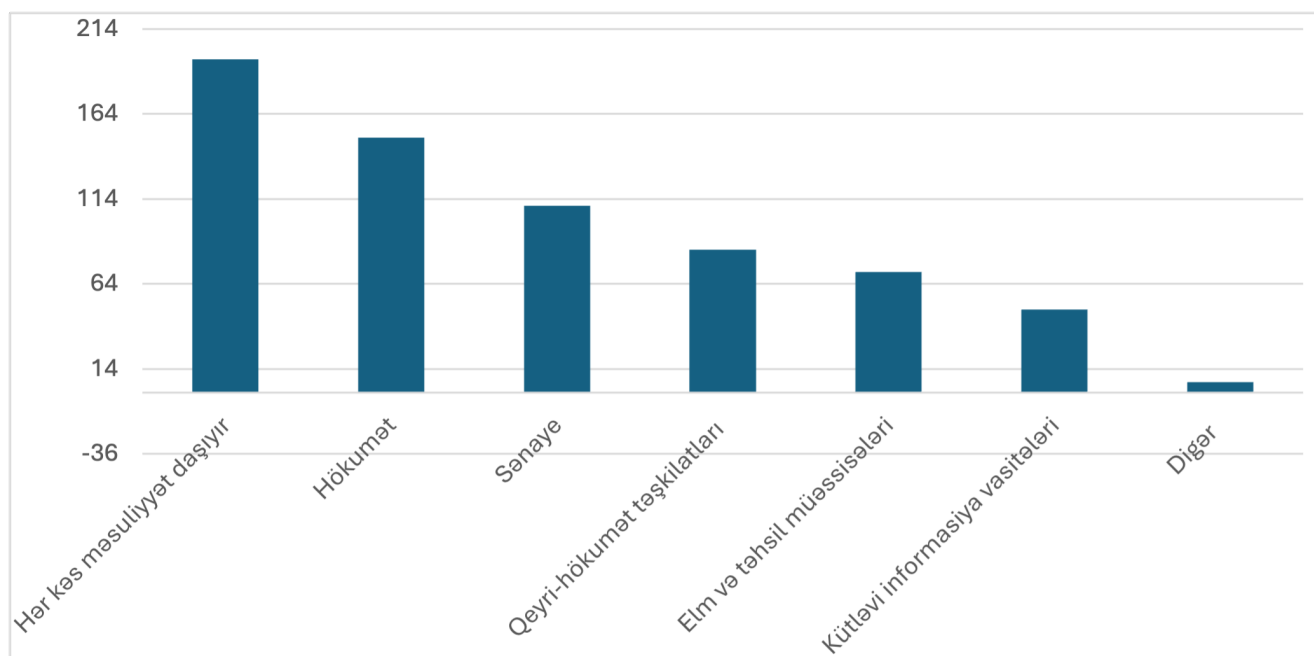


Bu ifadələrə əsasən, dörd əsas inanc müəyyən edilə bilər. Birincisi, iştirakçılar insan və təbiətin qarşılıqlı əlaqəsini qəbul edir və insan və təbiətin bir-birindən dərin asılılığına inanırlar. İkincisi, iştirakçılar ekoloji böhranın mövcudluğunu etiraf edirlər – ətraf mühitin əsasən insan fəaliyyəti ilə bağlı ciddi böhran içində olduğuna və bu, həll edilmədikdə fəlakətli nəticələrə səbəb ola biləcəyinə inanırlar. Üçüncüsü, respondentlər ətraf mühitin mühafizəsi üçün şəxsi məsuliyyəti dərk edirlər – onlar ətraf mühitin qorunmasında insan məsuliyyətini, xüsusən də fərdi səviyyədə vurğulayırlar. Nəhayət, respondentlər ümumiyyətlə gələcəyə nikbin yanaşırlar və bir çoxları insan yaradıcılığını hazırkı ekoloji böhrandan çıxış yolu kimi görürlər. Əksəriyyət texnologiyanın və bərpa olunan enerjinin potensialına inansa da, bəziləri bəşəriyyətin təbiəti davamlı şəkildə uyğunlaşdırmaq və idarə etmək qabiliyyətinə şübhə ilə yanaşırlar.

Sorğuda verilən digər sual ətraf mühitin mühafizəsi üçün fəaliyyət göstərən əsas tərəflərə aid idi. Y oxundakı rəqəmlər müəyyən bir seçim (variant) üçün cavabların mütləq sayını göstərir; variantlar X oxunda göstərilir. Respondentlərin böyük əksəriyyəti hesab edir ki, ətraf mühitin qorunmasında hər kəs məsuliyyət daşıyır. Bununla belə, hökumət əsas maraqlı tərəf kimi görünür, sənaye isə yalnız üçüncü yerdədir.

Maraqlıdır ki, tələbələrin fikrincə, bu prosesdə təhsil müəssisələri və kütləvi informasiya vasitələrinin rolu olduqca azdır.

Şəkil 2: Ətraf mühitin mühafizəsinə kim cavabdehdir (birdən çox cavab mümkündür)

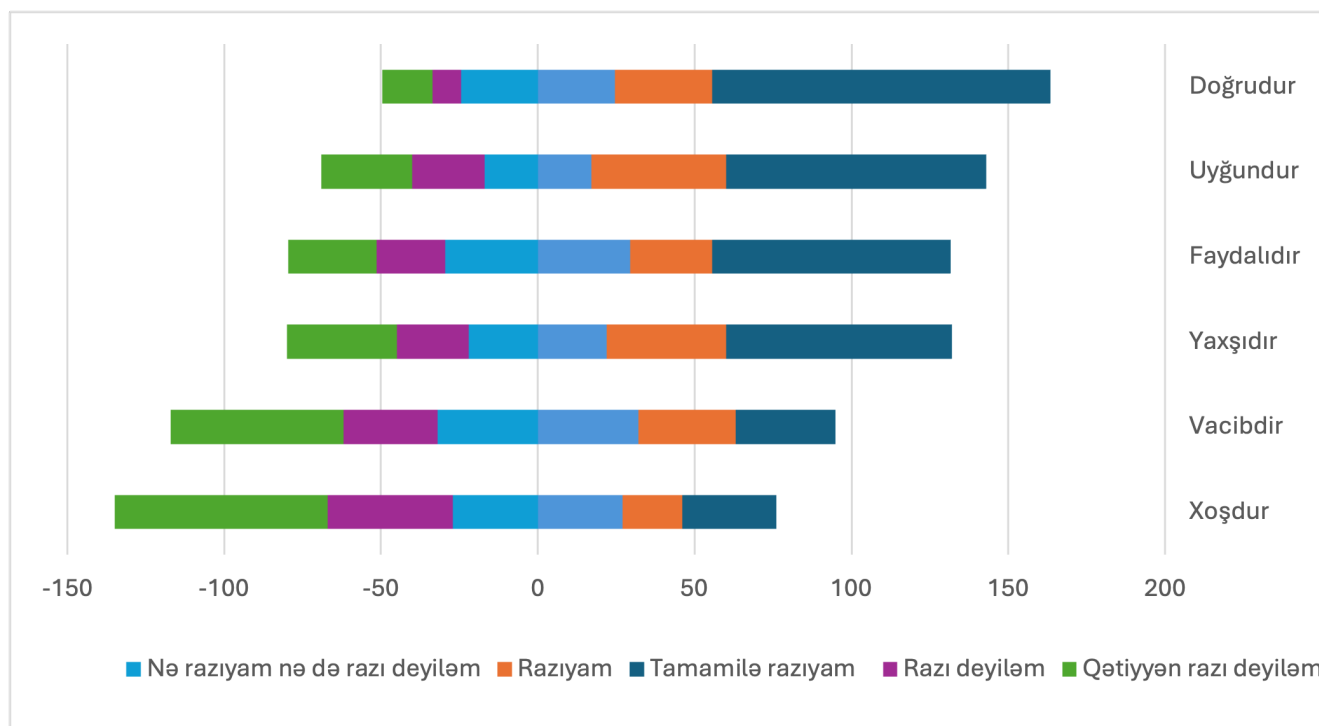


Aşağıdakı 3-dən 6-ya qədər olan şəkillər (diqramlar) iştirakçıların dörd ekoloji problemə münasibəti haqqında məlumatları təqdim edir: ictimai nəqliyyat, su, elektrik və ətrafın zibillənməsi. Aşağıdakı bütün diqramlarda açıq mavi bu kateqoriyanın ortasındakı sıfır (0) işarəsi ilə “nə razıyam”, “nə də razı deyiləm” cavabını göstərir. Soldakı kateqoriya şərhə razılaşmayan iştirakçıları (mənfi rəqəmlər) və sağdakı kateqoriya isə razılaşan iştirakçıları (müsbət rəqəmlər) göstərir. Rəqəmin aydın oxunması üçün hər bir kateqoriya üzrə iştirakçıların dəqiq sayı göstərilmir. Kateqoriyaların uzunluğu, lakin hər iki istiqamətdə 0-dan 214-ə qədər olan miqyasda konkret cavab üzrə nə qədər razılığın olduğunu göstərir. Göy rəng güclü razılaşmanı, narıncı razılaşmanı, bənövşəyi fikir ayrılığını (razılaşmamayı), yaşıl güclü fikir ayrılığını, açıq mavi isə neytrallığı göstərir. Qrafikləri asanlıqla izah etmək üçün ifadələr fərdi cavablara təyin edilmiş dəyərlərə görə sıralanır. Bu, o deməkdir ki, ifadələr qrafiklərdə müxtəlif ardıcılıqla düzülür.

Dörd ekoloji problemin hər biri üçün iştirakçıların münasibətini müəyyən etmək məqsədilə altı sual tərtib edilmişdir. Kəmiyyət sorğuları keyfiyyətli şərh tələb edir və anlayışların maksimum aydınlığı vacib olsa da, mənalı dəqiq şəkildə müəyyən etmək mümkün deyil. Aşağıda hər bir məsələ üzrə sorğunun nəticələrini təqdim edirəm. Bu cavabların mənalı olduğunu daha da aydınlaşdırmaq üçün müsahibələr və fokus qrupları kimi keyfiyyət tədqiqat metodlarına ehtiyac var.

Şəkil 3 iştirakçıların ictimai nəqliyyatdan istifadəyə münasibəti ilə bağlı altı suala cavablarının nəticələrini təqdim edir. İştirakçılardan aşağıdakı fikirlərlə razılaşb-razılaşmadıqlarını bildirmələri istənilib: “Mənim üçün universitetə qədərəkən şəxsi avtomobil/taksi əvəzinə ictimai nəqliyyatdan istifadə düzgündür/uyğundur/yaxşıdır/faydalıdır/vacibdir/xoşdur.” Hər bir sual ayrıca tərtib edilmişdir.

Şəkil 3: İctimai nəqliyyatdan istifadəyə münasibət

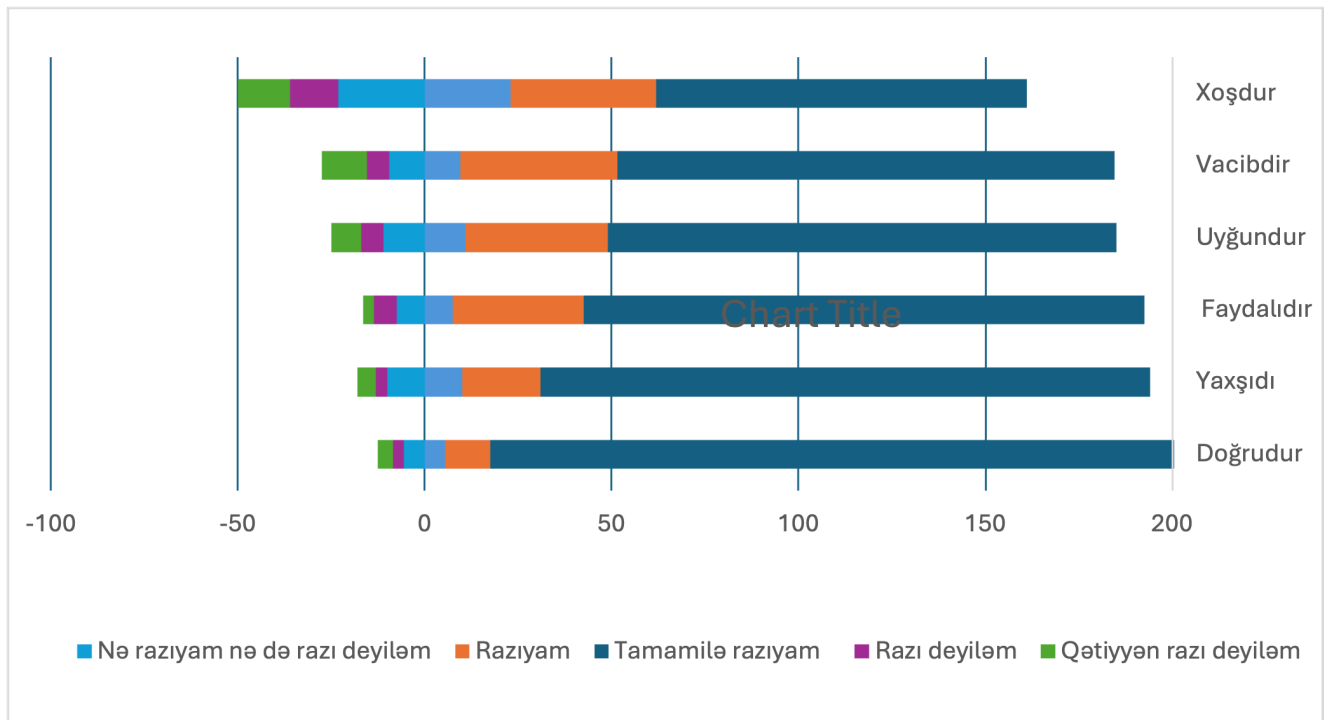


Şəkil 3 göstərir ki, əksəriyyət ictimai nəqliyyatdan istifadənin düzgün olduğu fikri ilə razılaşır. “Razıyam” və “tamamilə razıyam” üçün birləşdirilmiş cavablar çoxluq təşkil edib. Bu, ictimai nəqliyyatdan istifadənin mənəvi dəyərinə

işarə edir, şəxsi avtomobillərdən istifadənin əksinə onun sosial dəyərini potensial olaraq vurğulayır. Tələbələr də bunun uyğun və yaxşı olduğunu düşünürlər. Bu, ictimai nəqliyyatın sosial qəbulunun yüksək olduğunu göstərir. Tələbələr bu cür səfərlərin faydalı və ya vacib olub-olmaması ilə bağlı qərarlı idilər, *nə razıyam, nə də razı deyiləm* mövqeyi üstünlük təşkil edirdi. Nəhayət, tələbələrin böyük əksəriyyəti belə səfərləri xoşagəlməz hesab edir – çox güman ki, bu, Bakıda ictimai nəqliyyatın rahatlığı və etibarlılığının olmaması ilə bağlıdır. Ümumilikdə, tələbələr ictimai nəqliyyatın ekoloji dəyəri barədə məlumatlı olduqlarını bildirir və xoşagəlməz olsa belə, ictimai nəqliyyatdan istifadəyə müsbət münasibət bildirirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, *düzgün, yaxşı, uyğun, vacib, xoş və faydalı* ifadələrinin mənaları iştirakçılara təqdim edilməmişdir və buna görə də şərhə açıq olmuşdur.

Şəkil 4 iştirakçıların suya qənaətə münasibətlə bağlı altı suala cavablarının nəticələrini göstərir. Onlardan aşağıdakı fikirlərlə razılaşıb-razılaşmadıqlarını bildirmələri istənilib: “Mənim üçün duş qəbul edərkən, yemək bişirərkən, yuyunarkən və s. zamanı suya qənaət etmək düzgün / uyğun / yaxşı / faydalı / vacib / xoşdur.” Hər bir sual ayrıca tərtib edilmişdir.

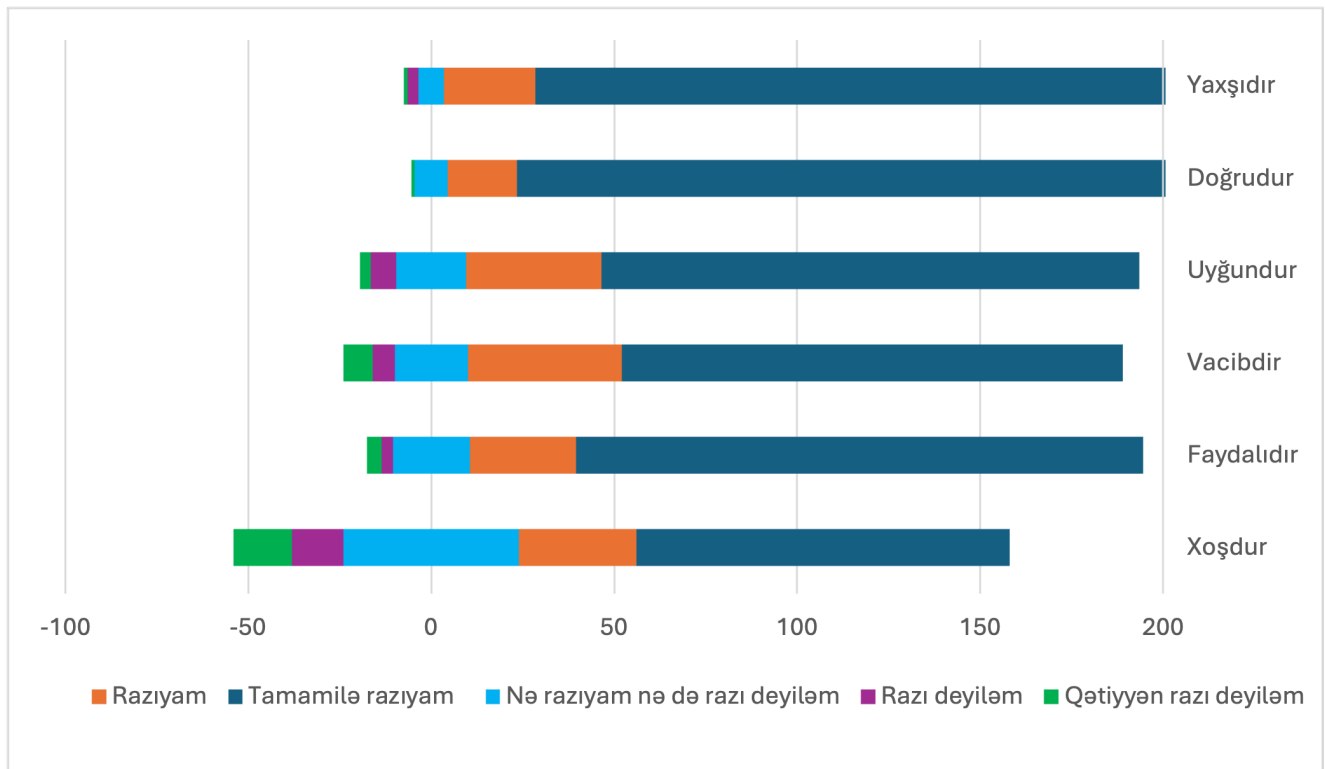
Şəkil 4: Suyu qənaət etməyə münasibət



Suya münasibət çox müsbətdir və müsbət emosiyalarla əlaqələndirilir. Azərbaycanda su qıtlığını nəzərə alsaq (Scandizzo and Abbasov 2022), iştirakçıların böyük əksəriyyətinin suya digər resurslardan daha çox dəyər verməsi təəccüblü deyil.

Şəkil 5 iştirakçıların ictimai nəqliyyatdan istifadəyə münasibəti ilə bağlı altı suala cavablarının nəticələrini göstərir. İştirakçılardan aşağıdakı fikirlərlə razılaşb-razılaşmadıqlarını bildirmələri istənilib: “Mənim üçün mümkün olduqda elektrik enerjisinə qənaət etmək doğru/ uyğun/ yaxşı/ faydalı/ vacib/ xoşdur.” Hər bir sual ayrıca tərtib edilmişdir.

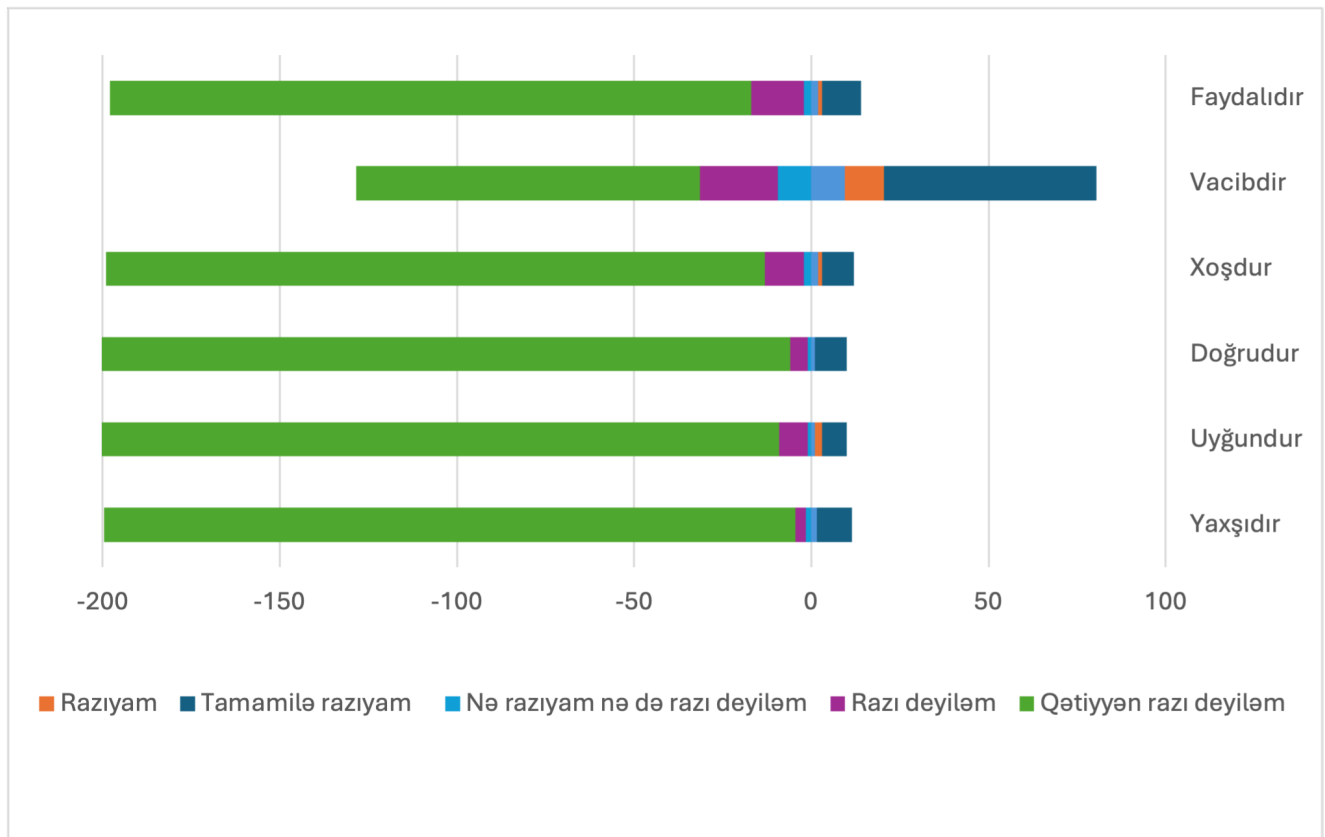
Şəkil 5: Elektrik enerjisinə qənaət etməyə münasibət



Şəkil 5 göstərir ki, respondentlər əsasən elektrik enerjisinə qənaətə müsbət yanaşırlar. Mənfi əhval-ruhiyyə (bənövşəyi və yaşıl çubuq segmentləri) bütün kateqoriyalarda minimaldır. Bu nəticələr suyun qənaətinə münasibətlə müqayisə oluna bilər, lakin qıtlıqla izah oluna bilməz, çünki Azərbaycan enerji ilə zəngin dövlətdir. Bu, gənclərin ailələrində mənimsədikləri iqtisadi vərdişlərlə əlaqədar ola bilər, çünki elektrik enerjisi mövcud olsa da, əhəlinin bütün təbəqələri üçün asanlıqla əlçatan olmaya bilər.

Şəkil 6-da iştirakçıların zibil atmağa münasibəti ilə bağlı altı suala verdiyi cavabların nəticələri göstərilir. Onlardan aşağıdakı rəylərlə razılaşmış-razılaşmadıqlarını bildirmələri istənilib: "Mənim üçün zibil atmaq – ictimai yerlərə zibil atmaq doğrudur/ uyğundur/ yaxşıdır/ faydalıdır/ vacibdir/ xoşdur." Hər bir sual ayrıca tərtib edilmişdir.

Şəkil 6: İctimai yerlərə zibil atmağa münasibət



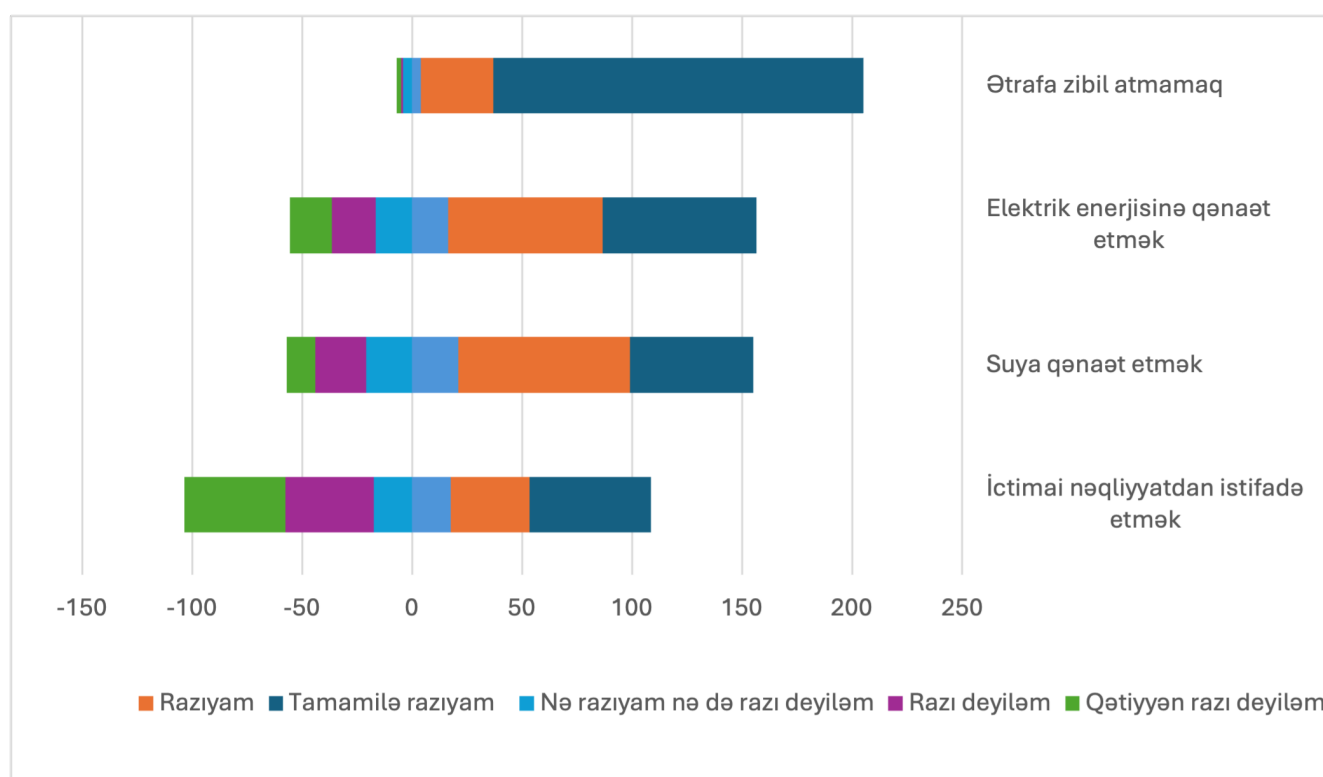
Şəkil 6 göstərir ki, respondentlər əsasən zibil atmağa mənfi baxırlar (sağ tərəfdə göstərilən şərtlərin əksinə). Mənfi rəylər (yaşıl və bənövşəyi) bütün kateqoriyalar arasında üstünlük təşkil etdiyi halda, zibil atmağa müsbət münasibət yalnız bunun vacib olub-olmaması sualında özünü göstərir.

Sosial normalar və davranışa nəzarət

Sosial normalar müəyyən davranışları yerinə yetirmək və ya qarşısını almaq üçün qəbul edilən sosial təzyiqə istinad edir. Sosial normalara ailə, dostlar və iş yoldaşları kimi digər əhəmiyyətli şəxslərin gözləntiləri və bu gözləntiləri doğrultmaq istəyi təsir edir. Mahiyyət etibarı ilə sosial normalar davranışa rəhbərlik edən mədəni və ictimai dəyərləri əks etdirir və onları qərarların qəbulunda güclü qüvvəyə çevirir. Davranışa nəzarət, digər tərəfdən, fərdin sözügedən davranışı icra etmək qabiliyyətinə dair qavrayışına aiddir. Bu, davranışın yerinə yetirilməsi daxili amillər (bacarıqlar və biliklər) və xarici amillərin (resursların və imkanların mövcudluğu) təsirindən asılı olaraq asan və ya çətin ola biləcəyini ifadə edir. Davranışa nəzarət həyati əhəmiyyət kəsb

edir, çünki o, təkçə davranışı yerinə yetirmək niyyətinə təsir etmir, həm də davranışın son nəticədə həyata keçirilib-keçirilməməsinə birbaşa təsir göstərir. Şəkil 7 və 8 dörd fəaliyyətlə bağlı Ətraf Mühitə Meyilli Davranışın (ƏMMD) müxtəlif aspektlərini əks etdirir: zibil atmamaq, elektrik enerjisinə qənaət etmək, suya qənaət etmək və ictimai nəqliyyatdan istifadə etmək.

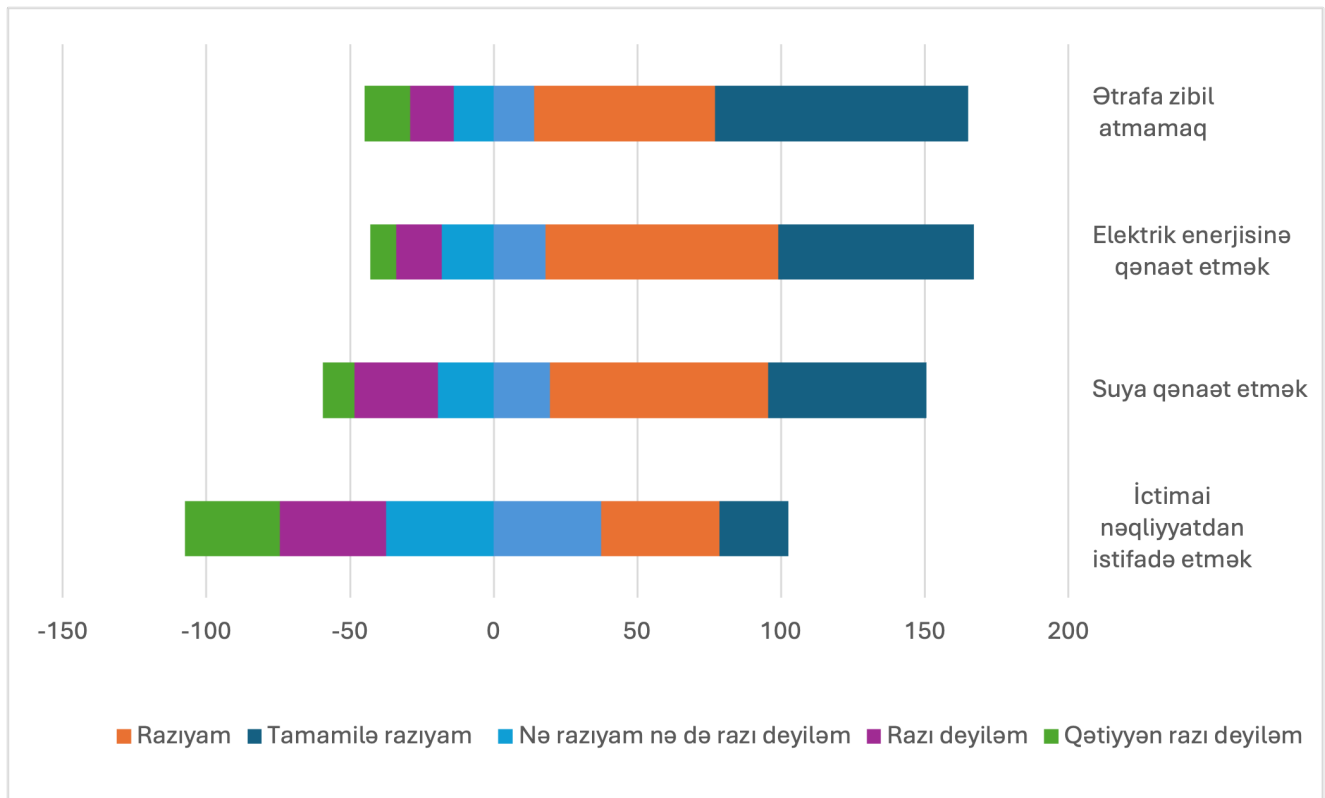
Şəkil 7: “Mənə yaxın insanların çoxu inanır ki, mən... (sonra qrafikin sağ tərəfində sadalanan dörd təklifdən biri)” sualı ilə ifadə edilən sosial normalar.



Yuxarıda, Şəkil 7-də sosial normalar, xüsusən də onlara yaxın olanların – dostların, ailə üzvlərinin və qohumların – respondentlərin bu fəaliyyətlərlə bağlı nə etməli olduqları barədə təsəvvürləri əks olunur. Zibil atmamağa gəldikdə güclü sosial təzyiq görünür: bir çox respondent hesab edir ki, dostları, ailəsi və qohumları onların zibil atmamalarını umurlar. Eynilə, enerjiyə qənaət və suya qənaət də güclü sosial normalarla dəstəklənir.

Şəkil 8: Davranışa nəzarət və ya ətraf mühitə uyğun davranış nümayiş etdirmənin asan olması (“Mənim üçün asandır... (sonra

qrafikin sağ tərəfində qeyd olunan dörd təklifdən biri)”)



Şəkil 8 davranışa nəzarəti təsvir edir, respondentlər bu davranışları yerinə yetirməyin onlar üçün nə qədər asan olduğunu göstərir. Respondentlərin xeyli hissəsi zibil atmamağın onlar üçün asan olmağı fikri ilə tamamilə razılaşır. Eynilə, enerji və suya qənaət məsələsinə gəldikdə, respondentlərin əksəriyyəti də bu davranışların onlar üçün asan olması ilə razılaşır. Lakin ictimai nəqliyyatdan istifadəyə gəldikdə, daha müxtəlif cavablar ortaya çıxır. Respondentlərin xeyli hissəsi ictimai nəqliyyatdan istifadənin asan olması ilə razılaşmır.

Maraqlı olan, müəyyən davranışların həyata keçirilməsinin asanlığı ilə onları əhatə edən sosial normalar arasında uyğunlaşmadır. Ətrafa zibil atmamaq, elektrik enerjisinə, suya qənaət etmək kimi asan qəbul edilən davranışlar da sosial normalarla fəal şəkildə dəstəklənir. Bu uyğunlaşma onu göstərir ki, iştirakçılar ətraf mühitə meyilli davranış (ƏMMD) nümayiş göstərmək üçün sosial təzyiqi dərk etdikdə, onlar bu cür davranışı asan görürlər və bunu həyata keçirmə ehtimalları daha da artır. Bununla belə, normalar və davranış nəzarəti

arasındakı bu müsbət assosiasiyada bir istisna var idi. İctimai nəqliyyatdan istifadə üçün müəyyən sosial dəstəyə baxmayaraq, onun istifadəsində aşkar çətinliklər onun tətbiqinə açıq şəkildə mane olur. Bu, onu göstərir ki, ictimai nəqliyyatdan istifadənin artırılmasına yönəlmiş müdaxilələr sosial normaları gücləndirməklə yanaşı, maneələrin azaldılmasına və ya onun rahatlığı və əlçatanlığı ilə bağlı qavrayışların dəyişdirilməsinə yönələ bilər.

Müzakirə

Bu araşdırmada iştirakçıların ətraf mühitə dair yanaşmaları və davranışları ilə bağlı üç əsas fakt üzə çıxmışdır. Birincisi, bu araşdırma müəyyən etmişdir ki, bizim nümunəmizdə gənclərin ətraf mühitə dair qətiyyətli yanaşması mövcud olsa da, bu, özünü əməli fəaliyyətdə büruzə vermir. İkincisi, araşdırma Azərbaycanda ətraf mühitə meyilli davranışın (ƏMMD) təşviq olunmasında sosial normaların əhəmiyyətli rolunu aşkar etmişdir. Nəhayət, sözügedən araşdırma fərdlərin hərəkətə keçməsində, xüsusən də ictimai nəqliyyatdan istifadənin təşviq edilməsində qəbul edilən davranışın əhəmiyyətini vacibliyini vurğulamışdır.

Birinci fakt hələ də müvafiq əməli fəaliyyətin çatışmazlığına baxmayaraq, Azərbaycanın ali təhsil müəssisələrinin tələbələri arasında ətraf mühitə dair biliklərin yüksək səviyyəsini müşahidə edən *Starcevic* (2018) araşdırmasının aşkara çıxardığı məlumatlarla uzlaşır. Həmin araşdırma Bakıda üç universitet – ADA Universiteti, Bakı Dövlət Universiteti və Xəzər Universiteti üzrə 260 tələbənin nümunələrini tədqiq etmişdir. Azərbaycanda gənclərin iqlim dəyişikliyinə münasibətinə dair digər bir araşdırma bir qədər qarışıq mənzərə üzə çıxartmışdır – bir tərəfdən meşələrin qırılmasına və su çatışmazlığına görə yüksək səviyyədə narahatlıq, digər tərəfdən iqlim dəyişikliyi məsələlərinə biganəlik (FESSC, 2023). Aşkar olunan bu faktlar belə bir mülahizə irəli sürməyə əsas verir ki, bu vəziyyətin ölkənin müxtəlif regionlarında və cəmiyyətin sosial-iqtisadi təbəqələrində fərqli ola bilməsinə

baxmayaraq, Azərbaycan gəncliyi ətraf mühitin vəziyyətinin pisləşməsi barədə daha yaxşı məlumatlandırılmalı və bundan daha çox narahat ola bilər. Əhəlinin bir hissəsində məlumatlılıq artıq mövcuddursa, diqqəti sosial normaları gücləndirməyə yönəltmək və xidmət və texnologiyalara çıxışın təkmilləşdirilməsi üçün gələcəkdə kommunikasiya kampaniyaları aparmaq faydalı ola bilər.

Azərbaycan vətəndaşlarınınin fərdi məsuliyyətinin yüksəldilməsinə ehtiyac olduğunu vurğulayan daha öncəki araşdırmaların əksinə olaraq, hazırkı araşdırma göstərir ki, bu nümunədəki iştirakçılar artıq ekoloji problemlərlə məşğul olmaq üçün özlərində məsuliyyət hiss edirlər. Misal üçün, *Trautwein* və başqaları (2023) Azərbaycan əhalisini daha dərin səciyyələndirən bir nümunəyə malikdir. Bununla belə, onlar öz nümunələrində bəzi məhdudiyyətləri – əhəlinin daha yoxsul təbəqəsinin sorğuda həddən artıq az həcmdə iştirak etməsini, gənclərin isə daha yüksək səviyyədə təmsil olunmasını bildirirlər. Onların keçirdiyi sorğunun iştirakçılarınının təxminən 70%-i 16-35 yaş qrupunda olan şəxslərdir. Bizim nümunələrimizdəki oxşarlıqları (hər iki araşdırmada əksər iştirakçılar gənclərdir və iqtisadi baxımdan nisbətən daha yüksək rifah səviyyələrinə malikdir) nəzərə alsaq, nəticələrin fərqli olması təəccüblüdür. Hazırkı araşdırmada aşkar olunan faktlar həm də Gürbüz və başqalarının (2021) Gəncədə ətraf mühitə dair məlumatlılıq səviyyəsinin aşağı olmasını bildirən araşdırması ilə də ziddiyyət təşkil edir ki, bu da potensial regional fərqləri göstərir və Azərbaycanın müxtəlif regionlarında fərqli kommunikasiya yanaşmalarını dəyərləndirmək üçün əlavə araşdırmanın aparılmasını şərtləndirir.

İkincisi, bu araşdırma ətraf mühitə dair fəaliyyətə təkan vermək üçün sosial normaların əhəmiyyətini vurğulayır. Müsbət yanaşmaların geniş yayılmasına baxmayaraq, sosial normaların təsiri olmadan onlar yetərli deyil. Nəticələr göstərir ki, sosial normaların tətbiq edilməsi ətraf mühitə dair təşəbbüslərin səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırma bilər. Bu isə Azərbaycanda ətraf mühitlə davranışa dair öz

araşdırmalarında sosial normaların vacib rolunu aşkar etməyən *Trautwein* və başqalarının (2023) araşdırmasının nəticələrinin əksini göstərir.

Üçüncüsü, hazırkı araşdırma qavranılan davranışın idarə olunmasının müsbət yanaşmaların əməli fəaliyyətə keçirilməsi üçün əhəmiyyətli olduğunu aşkar etmişdir. İnsanları ətraf mühit üzrə təhlükəsiz və səmərəli seçimlərin edilməsi üçün zəruri vasitələr və əminliklə təmin etmək olduqca vacibdir. Bu, suya qənaət edən texnologiyalara çıxış kimi praktik infrastruktur təkmilləşdirmələrini və əməli fəaliyyətin qarşısında duran maneələri aradan qaldırmaq üçün ictimai maarifləndirməni və təhsili tənzimləyici tədbirlərlə birləşdirmək kimi seçimləri də özündə ehtiva edir.

Nəhayət, təkcə bir yanaşmaya əsaslanmaq əvəzinə çeşidli strategiyaları təmin etmək vacibdir. Səmərəli ekoloji siyasətlər ictimai maarifləndirmə kampaniyalarını infrastrukturun nəzərəçarpan dərəcədə təkmilləşdirilməsi və tənzimləyici tədbir mexanizmləri ilə birləşdirməlidir. Misal üçün, maarifləndirmə kampaniyaları suya qənaət edən texnologiyalara daha təkmilləşdirilmiş çıxış və subsidiyalar, yaxud qiymət endirimləri kimi dayanıqlı təcrübələrin qəbul edilməsi üzrə güzəşt və imtiyazlarla birgə tətbiq oluna bilər (Muxtarov, 2024).

Yekun

Azərbaycan ekoloji strategiyalarda sosial normaları və davranışın subyektivliyini vahid şəkildə birləşdirməli, kompleks yanaşma tətbiq etməli və *Bir damcı* kimi uğurlu təşəbbüs elementlərindən istifadə etməlidir. Kampaniyalar sadəcə məlumat verməklə məhdudlaşmamalı, eləcə də sosial normaların formalaşmasına və davamlı davranışlara keçidin asanlığını nümayiş etdirməyə yönəlməlidir. Tədqiqatlarda çox vaxt daha çox ekoloji təhsil tövsiyə olunsada (Trautwein et al., 2023; Gurbuz et al., 2021; UNECE, 2011), bu araşdırma göstərdi ki, bizim nümunəmizdəki ictimai münasibət artıq

əsasən müsbətdir. Bu, bütün Azərbaycana şamil olunmaya bilər; lakin buradakı məlumatlar nəzərə alınmalı bir məqamı ehtiva edir. Bəlkə də, kommunikasiya strategiyaları yalnız maarifləndirməni artırmaqla kifayətlənməməli, eyni zamanda nümunəvi davranışların təşviqi üçün məşhurların və nüfuzlu şəxslərin iştirakını təmin etməklə sosial normaların formalaşdırılmasına da üstünlük verməlidir. Məsələn, *Seyranian* və başqalarının (2015) yanaşmasına uyğun olaraq, kampaniyalar vasitəsilə suya qənaət verdişləri normallaşdırıla, israfçı davranış isə pislənə bilər. Kommunikasiyada həmçinin məişət cihazlarından səmərəli istifadə və ya Bakı ətrafı ərazilərdə geniş yayılmış təsərrüfat bağları üçün şəhər suyundan təkrar istifadə kimi suya qənaət texnologiyalarına dair praktiki tövsiyələr təklif olunmalıdır. *Bir damcı* kampaniyasında suya qənaətin vacibliyini vurğulayan, evdə istifadə və bağçalar üçün praktiki məsləhətlər verən televiziya və idman xadimlərinin yer aldığı bu üsullardan bəziləri artıq tətbiq edilir (Birdamcı, 2023). Bu kommunikasiya səylərini davam etdirmək və genişləndirmək son dərəcə önəmlidir.

Minnətdarlıq

Bu araşdırmanın hazırlanmasına və aparılmasına kömək etdiyi üçün ADA Universitetinin professoru Vener Qarayevə təşəkkür edirəm. Bundan başqa, vaxt ayıraraq fikirlərini paylaşan və bu araşdırmanın ərsəyə gəlməsində iştirak edən həmkarlarıma, eləcə də faydalı suallar və şərhlər üçün Bakı Araşdırmalar İnstitutunun rəyçilərinə və redaktoruna da təşəkkür edirəm.

İstinadlar:

Ajzen, I., 1991. The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I., 2011. The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127.

Baku Water Week, 2024. *Bir damcı layihəsinin məqsədi nədir?* 09.02.2024, Xəzər TV. [What is the purpose of the project “One drop”? 09.02.2024, Khazar TV]. <https://bakuwaterweek.az/en/video-gallery/bir-damci-layihesini-n-meqsedi-nedir-09-02-2024-xezer-tv#lg=landslide=0> (accessed 1 July 2024).

Birdamci, 2023. *Gələcəkdə suyumuz axsın deyə bir damcı qoruyaq!* [Let's save a drop of water to make sure our waters flow in the future], Youtube video: https://www.youtube.com/watch?v=StNee-0mG60&ab_channel=Birdamci (accessed 2 July 2024).

Birdamci, 2024a. [@birdamci]. Youtube account. Screenshot. <https://www.youtube.com/@birdamci5946/videos> (accessed 30 June 2024).

Birdamci, 2024b. [@birdamci]. Instagram account. Screenshot. <https://www.instagram.com/birdamci.az/> (accessed 15 June 2024).

Friedrich-Ebert-Stiftung South Caucasus (FESSC). 2023. Youth study, youth voices of Azerbaijan – attitudes, values and future prospects. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/georgien/20821.pdf> (accessed on 1 August 2024).

Gurbuz, I.B., Nesirov, E. and Ozkan, G., 2021. Investigating environmental awareness of citizens of Azerbaijan: a survey on ecological footprint. *Environment, Development and Sustainability*, 23, pp.10378-10396.

Mukhtarov, F., 2024. Combining behavioural and reflective policy tools for the environment: a scoping review of behavioural public policy literature. *Journal of Environmental Planning and Management*, 67(4), 714-741.

Owens, S. and Driffill, L., 2008. How to change attitudes and behaviours in the context of energy, *Energy Policy*, 36(12),

4412-4418.

Scandizzo, P.L. and Abbasov, R., 2022. Do People Appreciate Economic Value of Water in Baku City of Azerbaijan?', in Dhyani, S., Basu, M., Santhanam, H., and Dasgupta, R (Eds). *Blue-green infrastructure across Asian countries*. 2022. Singapore: Springer Singapore, 193-220.

Seyranian, V., Sinatra, G. M., & Polikoff, M. S. 2015. Comparing communication strategies for reducing residential water consumption. *Journal of Environmental Psychology*, 41, 81-90.

Sleenhoff, S., Landeweerd, L. and Osseweijer, P., 2015, Bio-basing society by including emotions, *Ecological Economics*, 116, 78-83.

Starcevic, Milica. "Environmental Education for Behavioural Change: Case of Azerbaijan." Eurasia Partnership Foundation, *Study Series on Public Policy Issues*: 68.

Trautwein, U., Babazade, J., Trautwein, S. and Lindenmeier, J., 2023. Exploring pro-environmental behaviour in Azerbaijan: an extended value-belief-norm approach, *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 523-543.

United Nations Economic Commission for Europe (UNECE). 2011. *Environmental performance reviews: Azerbaijan (2nd review)*. United Nations. <https://unece.org/environment-policy/environmental-performance-reviews/azerbaijan> (accessed on 15 August 2024)

Yale Center for Environmental Law & Policy (YCELP). 2024 *Environmental Performance Index*. Yale University. <https://epi.yale.edu/>

Əlavə:

Bir damcı kampaniyasının plakatı



Foto – Fərhad Muxtarov, Bakı, Azərbaycan, May 2024. Plakatda deyilir: “Təbiəti qoruyaq! Plastik tullantılara yox deyək!” Bakı şəhərində ətraf mühitə meyilli davranışı (PEB) təşviq etmək üçün informasiya kampaniyası nümunəsi.

Bir damcı kampaniyasının plakatları





Foto – Fərhad Muxtarov, Bakı şəhəri, Azərbaycan, May 2024. Həm suya qənaət etməyi, həm də hər bir kiçik tədbirin vacibliyini özündə ehtiva edən soldakı plakatda deyilir: “Bir damcı qoruyaq!”. İri planda çəkilmiş soldakı şəkil kioskun sağ tərəfinə yapışdırılıb. Plakatda, “Həyat izi itməsin! #AXSINDEYƏ Bir damcı qoruyaq!” sözləri yazılıb.

Bir damcı kampaniyasının plakadı



Foto – Fərhad Muxtarov, Bakı şəhəri, Azərbaycan, May 2024. Bakının qələbəlik Azadlıq prospektində yerləşdirilmiş böyük reklam lövhəsindəki plakatda deyilir: “Bir damcı qoruyaq!”