

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Raport z diagnozy zachowań konsumenckich Legionowian wspierających ochronę klimatu

badanie przeprowadzone w ramach projektu

Legionowanie dla klimatu

– realizowanego z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszu EOG.

Liderem projektu - Fundacja Pracownia Kompetencji.

Partner projektu - Miejska Biblioteka Publiczna w Legionowie.

maj 2021

Opracowała Agnieszka Fijałkowska

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Spis treści

Wstęp	3
Założenia diagnozy	4
Uczestnicy/czki badań	6
Uczestnicy/czki badania ankietowego	6
Wyniki badań	9
Jaką wagę przywiązują respondenci/teki do zachowań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu?	9
W jakim stopniu respondenci/teki czują się osobiście odpowiedzialni za działania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu?	11
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są znane respondentom/tkom?	12
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/teki? – wyniki badania ankietowego	14
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/teki? – wyniki obserwacji	16
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/teki? – kawiarenki diagnostyczne	17
Jakie są powody niepodejmowania działań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu?	19
Jakie są problemy dotyczące ekologii w Legionowie?	20
Podsumowanie i rekomendacje	21
Aneks	25
Narzędzia badawcze	25
Ankieta	25
Scenariusze kawiarenek diagnostycznych	29
Obserwacje	30
Podsumowanie wyników obserwacji	40

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wstęp

Założenia projektu *Legionowanie dla klimatu* – realizowanego z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszu EOG.

Celem projektu jest pobudzenie aktywności obywatelskiej w zakresie ochrony środowiska seniorów i młodzieży z Legionowa i okolic. Projekt jest inicjatywą seniorów, senierek i młodzieży, z którymi współpracuje Fundacja Pracownia Kompetencji w ramach inicjatywy Empowerment. W trakcie realizacji projektu powstanie w bibliotece miejskiej EkoCentrum -kuźnia inicjatyw obywatelskich, miejsce ekoedukacji wpisujące się na stałe w pejzaż Legionowa.

Projekt jest realizowany w okresie od lutego 2021 do lutego 2022. Liderem projektu jest Fundacja Pracownia Kompetencji a partnerem Miejska Biblioteka Publiczna w Legionowie.

Realizacja projektu rozpoczęła się od diagnozy proekologicznych zachowań konsumenckich i stylu życia wspierających ochronę klimatu Legionowian i Legionowianek, aby zrozumieć kto, gdzie, kiedy i dlaczego zachowuje się nieekologicznie. W skład diagnozy weszły: badanie ankietowe (ok. 300 ankiet), obserwacje terenowe - analiza zachowań klientów, klientek sklepów, lokali gastronomicznych, terenów zielonych oraz kawiarenki konsultacyjne –otwarte, nieformalnie spotkania dotyczące lokalnych problemów związanych z klimatem. Działania te były realizowane od marca do maja 2021.

W projekcie będą również realizowane proekologiczne działania edukacyjne w formie warsztatów wprowadzające w tematykę projektu: *Ekonomicznie!*, *Eko-life*, *Zero Waste*, *Warsztaty upcyklingowe*, *Klimat na widelcu*, *NIE dla plastiku!*.

W trakcie kolejnych warsztatów nastąpi połączenie wiedzy z diagnozy i doświadczeń własnych uczestników i uczestniczek projektu w celu wypracowania rozwiązań proekologicznych w postaci 6 własnych proekologicznych projektów społecznych zrealizowanych w przestrzeni miejskiej. Te projekty zostaną przedstawione decydentom miejskim, których zaangażowanie wesprze realizację działań.

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Założenia diagnozy

Diagnoza proekologicznych zachowań konsumenckich i stylu życia wspierających ochronę klimatu była prowadzona, aby zrozumieć kto, gdzie, kiedy i dlaczego zachowuje się nieekologicznie:

a) badanie ankietowe - respondenci to ok. 300 mieszkańców i mieszkank Legionowa w różnym wieku. Metodologię, formularz opracowała socjolożka. Badanie prowadzili uczestnicy i uczestniczki projektu przy współpracy z legionowskimi instytucjami i NGO.

b) obserwacje terenowe prowadzone były przez uczestników i uczestniczki projektu na podstawie instrukcji opracowanych przez socjolożkę – zachowania klientów i klientek sklepów, lokali gastronomicznych, terenów zielonych.

c) trzy kawiarenki konsultacyjne – otwarte, nieformalnie spotkania dla ok. 8 uczestników i uczestniczek, którzy dyskutowali między sobą na temat lokalnych problemów związanych z klimatem. Kawiarenki były do debaty osób spoza projektu. Spotkania były moderowane.

Projekt diagnozy

Cel diagnozy: zbadać jakie zachowania proekologiczne w zakresie wspierania ochrony klimatu są podejmowane lub nie podejmowane przez mieszkańców i mieszkanki Legionowa.

Obszar badawczy: zachowania proekologiczne mieszkańców Legionowa w wybranych obszarach.

Pytania badawcze	Metody zbierania danych	Próba badawcza
Jaką wagę przywiązują respondenci/teki do zachowań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu?	ankieta	osoby w wieku od 13 roku życia dobrane przypadkowo
W jakim stopniu respondenci/teki czują się osobiście odpowiedzialni za działania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu?	ankieta	osoby w wieku od 13 roku życia dobrane przypadkowo
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są znane respondentom/tkom?	ankieta	osoby w wieku od 13 roku życia dobrane przypadkowo
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/teki?	ankieta, obserwacja, kawiarenki diagnostyczne	ankieta osoby w wieku od 13 roku życia dobrane przypadkowo obserwacja Warzywniak na bazarze przed południem (9-11) Warzywniak na bazarze po południu (16-18) Popularny lokal gastronomiczny z jedzeniem na wynos po

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

		południu (16.30-18.30) Popularna kawiarnia z kawą na wynos przed południem (8-10) Więszy sklep spożywczy przed południem (9-11) Więszy sklep spożywczy po południu (16-18) Tereny zielone przed południem (10 – 12) Tereny zielone po południu (16 – 18) kawiarenki diagnostyczne 3 x 8 uczestników dobranych przypadkowo
Jakie są powody niepodejmowania działań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu?	ankieta	osoby w wieku od 13 roku życia dobre przypadkowo

Wyniki diagnozy zostały opracowane w postaci niniejszego raportu z rekomendacjami.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Uczestnicy/czki badań

W ramach diagnozy zachowań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu mieszkańców/nek Legionowa w projekcie przeprowadzono badanie ankietowe, do którego próba dobrana została w sposób przypadkowy. Kwestionariusze były dostępne we współpracujących z realizatorem projektu instytucjach i organizacjach (Miejska Biblioteka Publiczna w Legionowie, Legionowskie Stowarzyszenie Amicus, Dom Dzienny Senior+, Ośrodek Pomocy Społecznej w Legionowie) oraz były zbierane przez wolontariuszy/szki -uczestników projektu.

Ponadto wolontariusze/szki prowadzili/ły obserwacje zachowań mieszkańców/nek Legionowa podczas zakupów w sklepie spożywczym, w warzywniaku na bazarze, kupowania na wynos kawy oraz dań barowych, a także podczas korzystania z terenów zielonych.

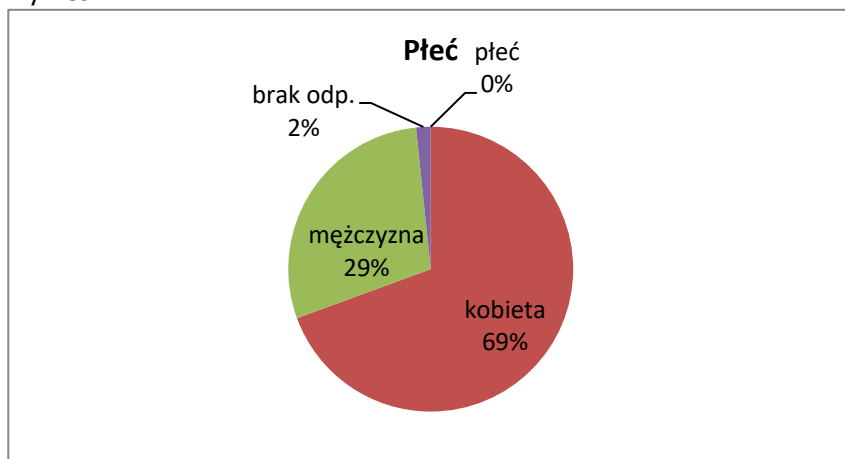
Obserwacje w warzywniaku były prowadzone przez cztery dni, dwa razy w godzinach porannych i dwa razy w godzinach popołudniowych. Obserwacje w sklepie spożywczym były prowadzone przez trzy dni – raz w godzinach porannych i dwa razy w popołudniowych. Obserwacje w kawiarni były prowadzone w ciągu trzech dni – raz w godzinach porannych, raz w południowych i raz w popołudniowych. Obserwacje w barze z jedzeniem na wynos były prowadzone w ciągu czterech dni w godzinach popołudniowych. Użytkownicy/czki terenów zielonych byli/ły obserwowani/ne w ciągu trzech dni, raz w godzinach porannych i dwa razy w godzinach popołudniowych.

Zrealizowano również kawiarenki konsultacyjne dotyczące trzech różnych tematów związanych z ochroną klimatu. W kawiarence *Eko-nawyki* wzięło udział 9 osób, w kawiarence *Klimat na widelcu* wzięło udział 8 osób oraz w kawiarence *Nie dla plastiku* wzięło udział 8 osób.

Uczestnicy/czki badania ankietowego

Uczestnikami/czkami badania ankietowego były 304 osoby, w tym w większości były to kobiety.

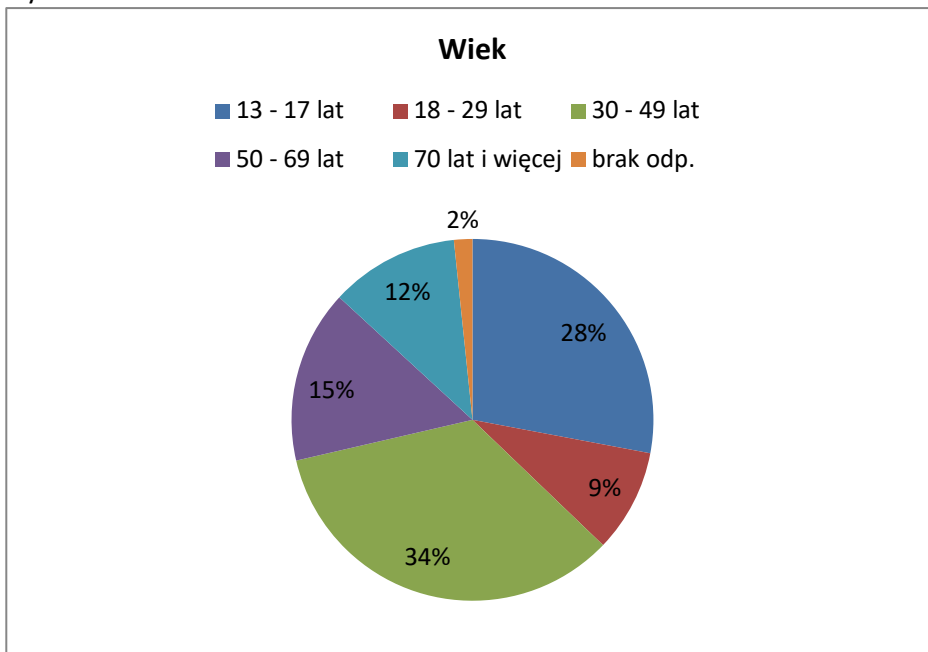
Wykres 1



Uczestnicy/czki badania reprezentowali/ły różne kategorie wiekowe. Najlicniejszą z nich stanowią osoby między 30 a 49 rokiem życia, następnie młodzież w wieku 13-17 lat, osoby starsze w wieku od 50 do 69 lat oraz seniorzy powyżej 70 roku życia. Najmniej liczną grupę respondentów stanowią osoby między 18 a 29 rokiem życia.

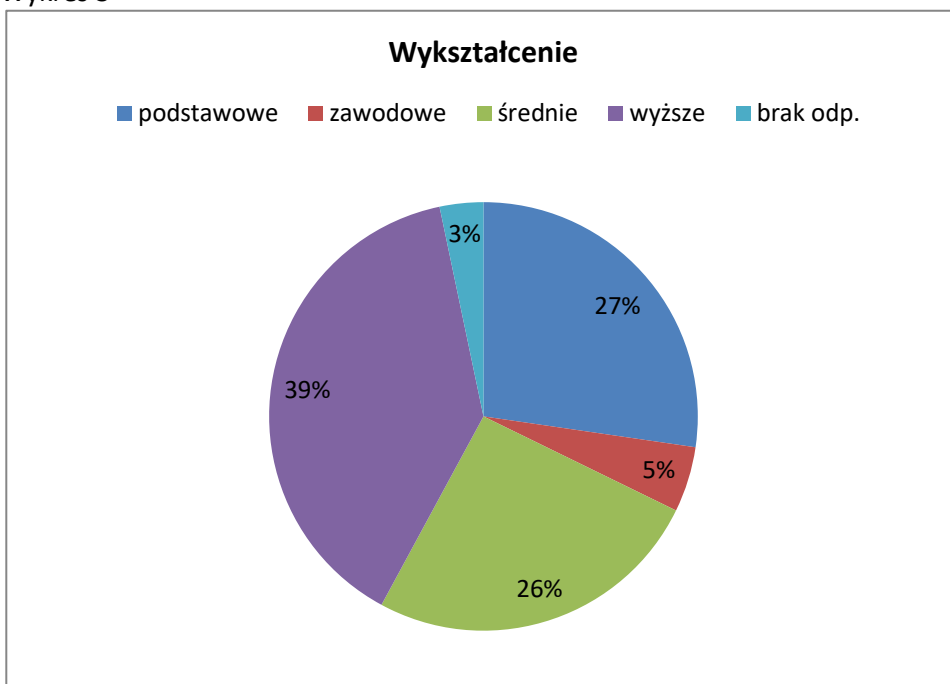
Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykres 2



Wśród respondentów/tek najliczniej reprezentowane są osoby z wyższym wykształceniem, aż 39% spośród wszystkich odpowiadających na pytania ankiety. Dwie pozostałe prawie równoliczne grupy to osoby z wykształceniem średnim i podstawowym. Tak wysoki odsetek osób z wykształceniem podstawowym wynika z faktu, że dość dużą część próby stanowi młodzież w wieku 13-17 lat.

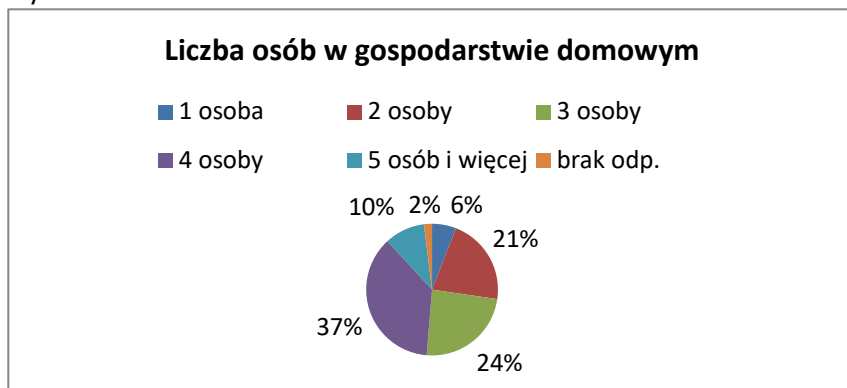
Wykres 3



Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

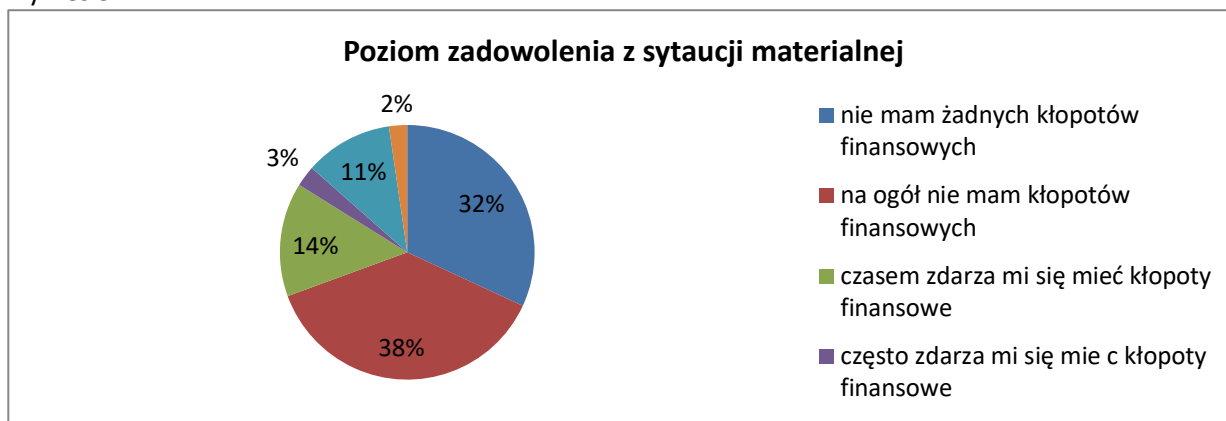
Respondenci/cki reprezentowali/ły przede wszystkim 4 i 3-osobowe gospodarstwa domowe, łącznie 61% wszystkich osób, które odpowiedziały na pytania ankiety. Około 20% to osoby reprezentujące dwuosobowe gospodarstwa domowe.

Wykres 4



Zdecydowana większość respondentów/tek była zadowolona z własnej sytuacji finansowej i nie borykała się z kłopotami finansowymi. Jest to 70% wszystkich respondentów/tek. Osoby mające częste kłopoty finansowe to jedynie 3% respondentów.

Wykres 5



Jedynie 11% uczestników/czek badania było członkami organizacji pozarządowych.

Wykres 6



Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wyniki badań

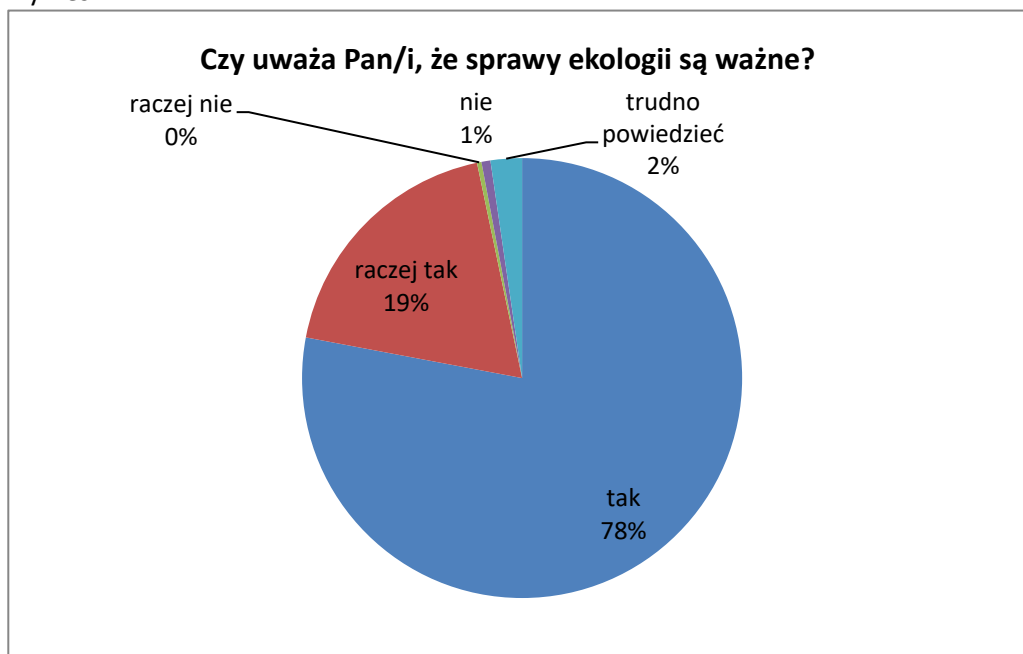
Wyniki badań zaprezentowano jako próbę odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Główną ich treść stanowią wyniki badania ankietowego, więc tam gdzie nie zaznaczono inaczej, gdy omawiane są wyniki, dotyczą one badania ankietowego.

Respondenci/cki niezależnie od cech, które mogłyby różnicować ich poglądy takich jak wiek, płeć, poziom wykształcenia czy sytuacja materialna, są zgodni/ne w swoich opiniach na temat ekologii w zakresie ochrony klimatu i ich poglądy są do siebie podobne. Jednak tam gdzie cechy respondentów/tek różnicowały sposób udzielenia odpowiedzi na pytania zaprezentowano te różnice. Ponieważ dotyczą one jedynie wieku respondentów prezentując odpowiedzi na niektóre pytania przedstawiono rozkład odpowiedzi z rozróżnieniem wieku.

Jaką wagę przywiązują respondenci/cki do zachowań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu?

Prawie wszyscy respondenci/cki uważali/ły sprawy ekologii za istotne.

Wykres 7



Osoby, które wskazały odpowiedź *nie* w pytaniu *Czy uważa Pan/i, że sprawy ekologii są ważne?* Uzasadniły swoją odpowiedź w następujący sposób:

Bo to tylko biznes.

Nie chcę ulegać modzie.

Ruchy ekologiczne w dużej części są instytucją nacisku politycznego.

Są rzeczy ważniejsze.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

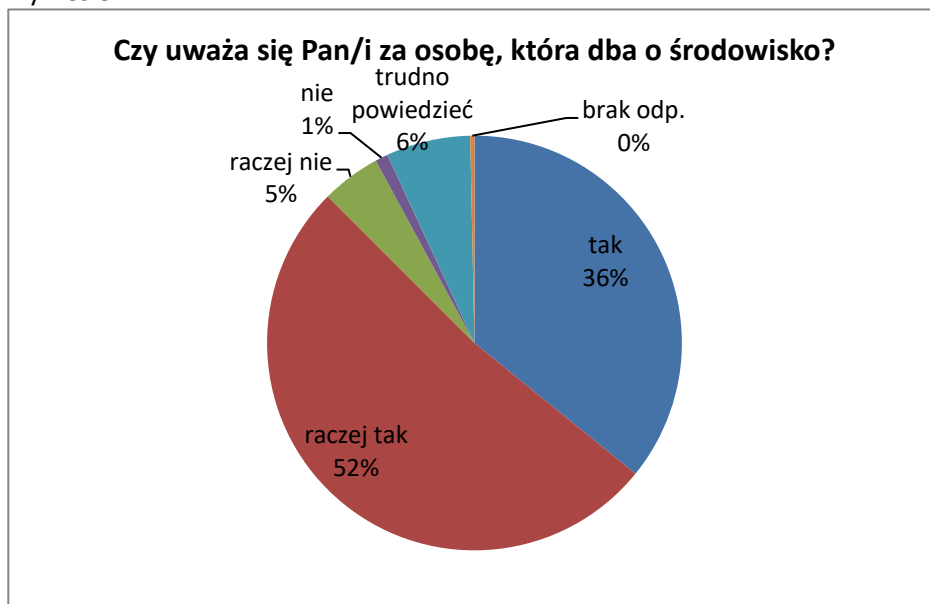
Z kolei osoby, które uznały sprawy ekologii w zakresie ochrony klimatu za ważne również uzasadniały swoje odpowiedzi, które po pogrupowaniu, można przedstawić w kilku głównych kategoriach, z których zdecydowanie dominują dwie. Po pierwsze obawa o przetrwanie planety w przyszłości, troska o pozostawienie przyszłym pokoleniom, dzieciom, wnukom miejsca do życia oraz troska o zdrowie własne i zdrowie rodziny. Dość duża liczba respondentów/tek nie podała konkretnego uzasadnienia, dlaczego uważa sprawy ekologii za ważne.

tabela 1

kategoria	I. odp.
niezbędne do przetrwania planety i ludzi w przyszłości	69
zdrowe życie, lepsza jakość życia	63
ekologia jest ważna, bo tak trzeba	43
poszanowanie dla natury, zwierząt, ziemi	22
ze względu na zanieczyszczenia, zmiany klimatu	22
inne	28

Odpowiedź na pytanie *Czy uważa się Pan/i za osobę, która dba o środowisko?* została udzielona przez większość respondentów/tek jako twierdząca. To optymistyczny fakt sugerujący gotowość respondentów/tek do podejmowania zachowań sprzyjających ochronie klimatu. Jedynie ok. 10% respondentów/tek nie udzieliło odpowiedzi pozytywnej, z czego 6% nie umiało zdecydować w jaki sposób odpowiedzieć na pytanie.

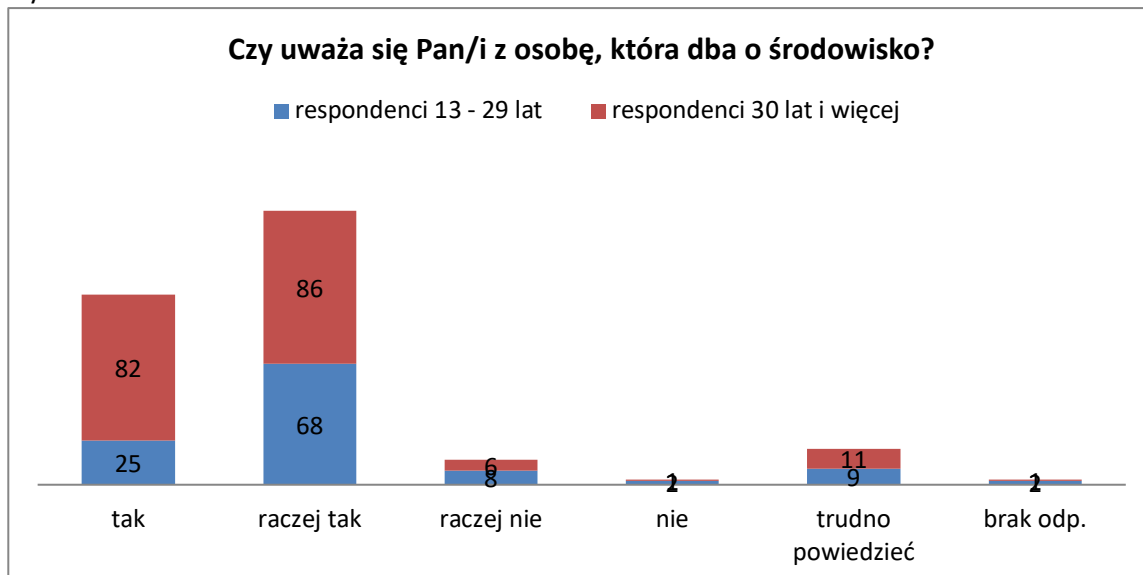
Wykres 8



Gdy analizujemy odpowiedź na to samo pytanie w podziale ze względu na wiek respondentów/tek uzyskujemy nieco inny obraz. Młodzież i młodzi dorośli określają siebie częściej jako raczej dbających o środowisko, natomiast prawie taka sama liczba osób starszych określa siebie jak dbających i raczej dbających o środowisko. Ta różnica jest zaskakująca, ponieważ obecnie młodzież angażuje się w sprawy ekologii. Trudno stwierdzić, czy różnica wynika z tego, że młodzież jest bardziej wobec siebie krytyczna, czy też z tego, że jednak jej zaangażowanie w badanej próbie, jest mniejsze.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykres 9



W jakim stopniu respondenci/cki czują się osobiście odpowiedzialni za działania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu?

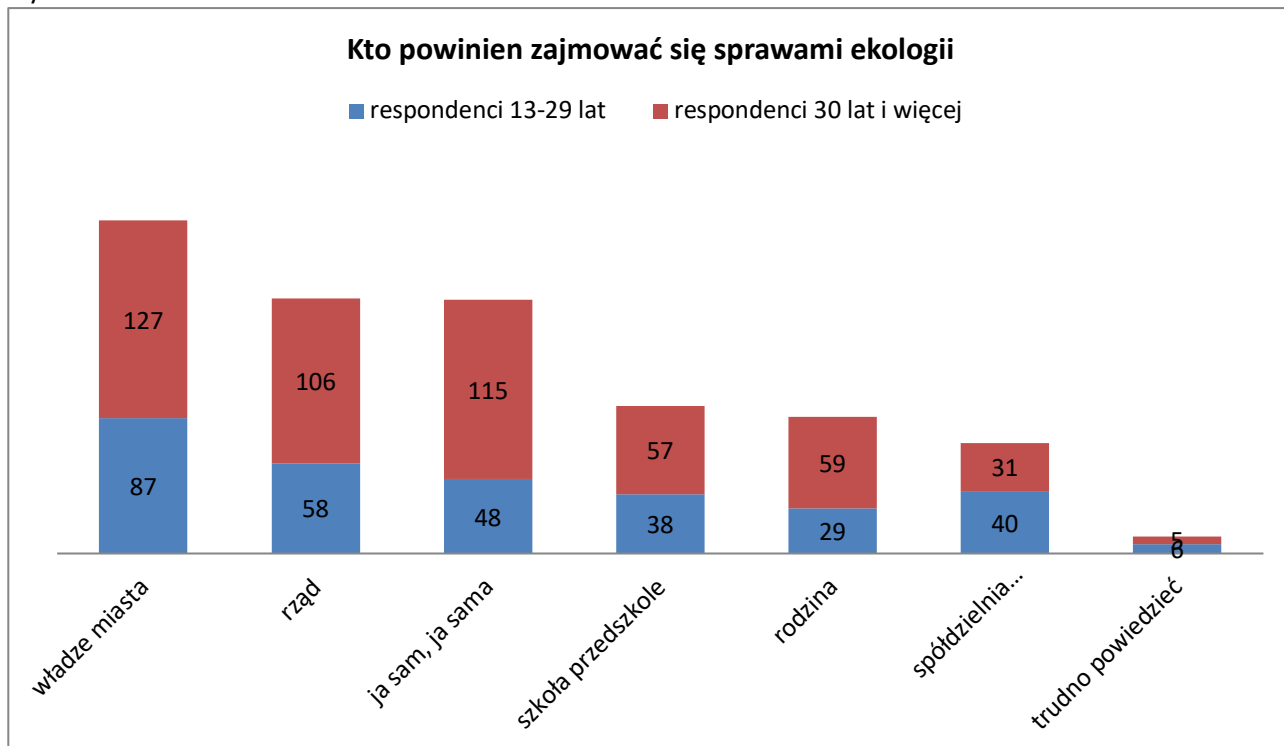
W odpowiedzi na pytanie ankiety dotyczące tego kto powinien zajmować się sprawami ekologii możliwa była dowolna liczba odpowiedzi i respondenci/cki wskazywali/ły więcej niż jedną odpowiedź. Uczestnicy/czki badania najczęściej wskazują władze miasta jako te, które powinny zajmować się sprawami ekologii. Drugie miejsce zajął rząd, a na trzecim miejscu (tylko jeden głos różnicy) jako podmiot, który powinien zajmować się sprawami ekologii respondenci/cki wskazali/ły samych siebie.

Jeśli zsumujemy odpowiedzi respondentów/tek wskazujące instytucje władzy (władze miasta i rząd) z jednej strony oraz odpowiedzi wskazujące samych respondentów/cki (ja sam/a, rodzina) z drugiej strony, otrzymamy dużą dysproporcję w liczbie wskazań na rzecz instytucji władzy – 386 do 256. Kwestie ekologii dotyczą poziomu strukturalnego, za który odpowiedzialne są władze samorządowe i centralne, ale również poziomu osobistego, za który odpowiedzialny jest każdy/a. W odpowiedziach uczestników/czek badania można zauważyć przywiązywanie większej wagi do poziomu strukturalnego. Ta sytuacja może wskazywać na potrzebę uświadamiania mieszkańców/nek na czym może polegać ich osobisty wkład w działania na rzecz ochrony klimatu i jak duże znaczenie mają osobiste wybory wszystkich mieszkańców/nek – jakie konsekwencje dla środowiska mają codzienne wybory związane z zachowaniami konsumenckimi i stylem życia.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że zarówno respondenci/cki młodzi/e (od 13 do 29 roku życia), jak i starsi/sze (powyżej 30 roku życia) mają bardzo podobne poglądy na kwestię lokowania odpowiedzialności za sprawy ekologii.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykres 10



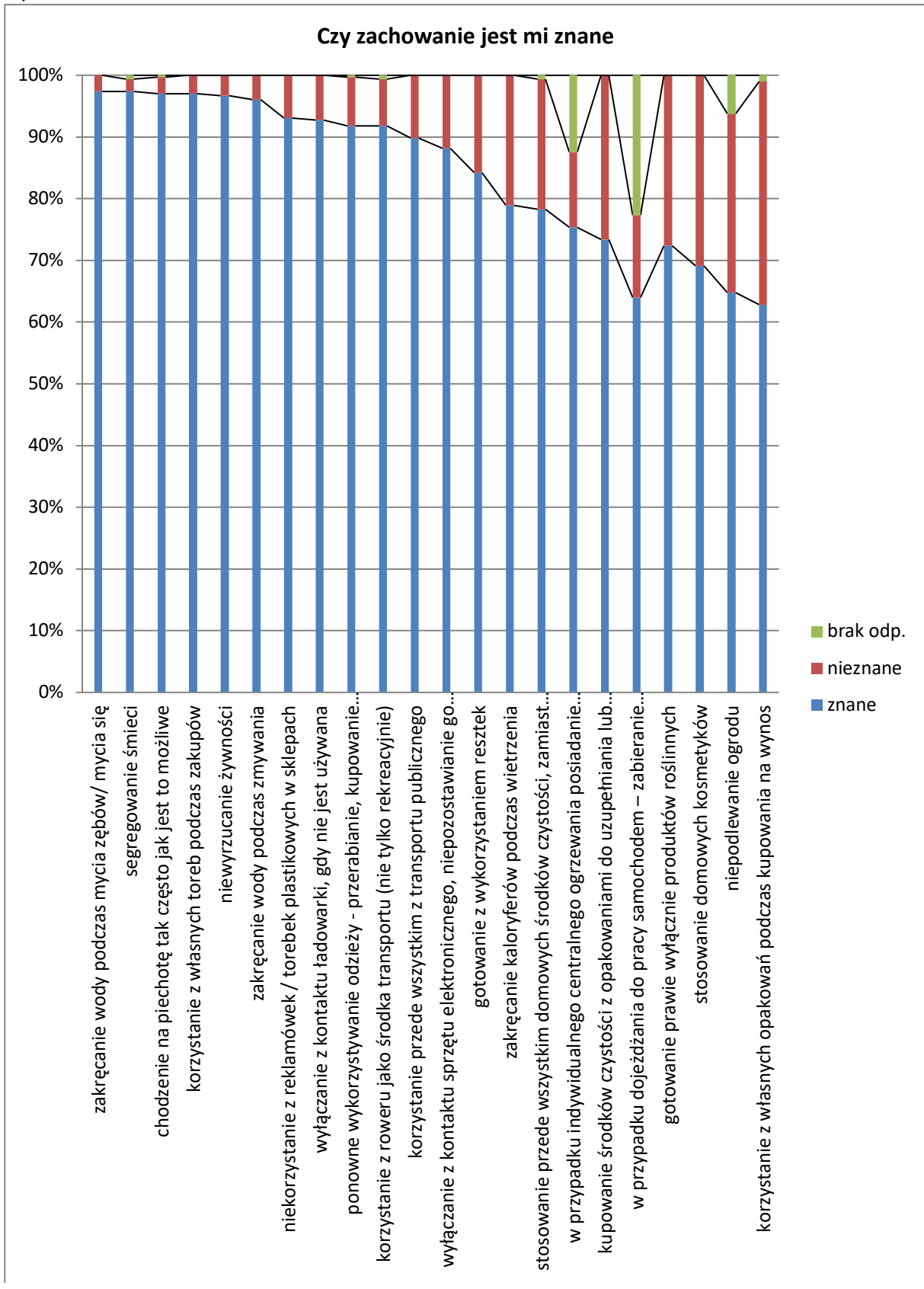
Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są znane respondentom/tkom?

Respondentom/tkom przedstawiono listę 22 zachowań wspierających ochronę klimatu. 90% respondentów/tek zna połowę z tych zachowań, a nieco ponad 60% respondentów/tek zna je wszystkie. Można więc powiedzieć, że podstawowa wiedza na temat możliwych zachowań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu jest dość szeroko rozpropagowana wśród respondentów/tek.

Zachowania, które są nieznanie szerszej grupie respondentów/tek to zachowania dotyczące jedynie pewnych grup respondentów/tek, np. raczej kobiet, w przypadku sporządzania domowych kosmetyków, posiadaczy ogrodów, w przypadku niepodlewania ogrodu czy zabierania pasażerów, jeśli jest się posiadaczem samochodu. Niższa liczba odpowiedzi pozytywnych przy tych kategoriach odpowiedzi, może oznaczać, że dane zachowanie ich nie dotyczy, a nie że jest im nieznanie.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykres 11



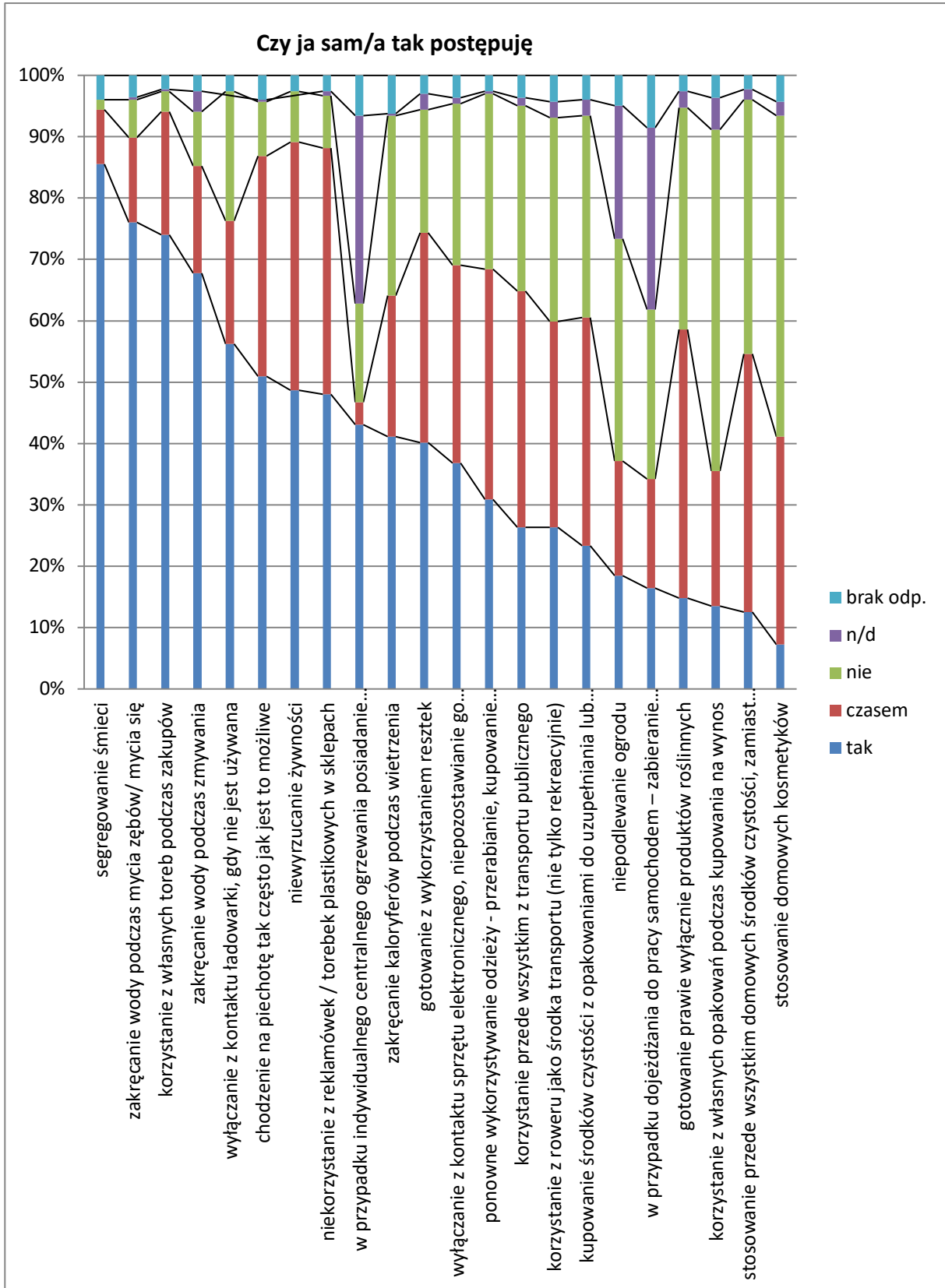
Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/tki? – wyniki badania ankietowego

Zachowania z listy wymienionej w ankiecie są znane respondentom/tkom w zdecydowanej większości, jednak nie wszystkie znane zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane na co dzień. W zasadzie można powiedzieć, że tylko w odniesieniu do trzech, spośród wymienionych w ankiecie 22 zachowań, powyżej 70% respondentów/tek deklaruje, że je stosuje, a są to : segregowanie śmieci, zakręcanie wody podczas mycia zębów/ciała, korzystanie z własnych toreb podczas zakupów. Między 70% a 50% respondentów/tek deklaruje, że zakręca wodę podczas zmywania, wyłącza z kontaktu nieaktywne ładowarki i chodzi na piechotę tak często jak to możliwe. Pozostałe działania deklaruje, że podejmuje mniej niż połowa respondentów/tek.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykres 12



Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/teki? – wyniki obserwacji

W przypadku zastosowania metody badawczej, jaką jest obserwacja mamy do czynienia z analizą rzeczywistych zachowań. W projekcie powadżono obserwacje zachowań konsumenckich klientów/tek warzywniaka na bazarze, większego sklepu spożywczego, kawiarni z kawą na wynos, baru z jedzeniem na wynos i użytkowników/czek terenów zielonych.

Obserwacje w warzywniaku były prowadzone przez cztery dni, dwa razy w godzinach porannych i dwa razy w godzinach popołudniowych. Obserwacje w sklepie spożywczym były prowadzone przez trzy dni – raz w godzinach porannych i dwa razy w popołudniowych. Obserwacje w kawiarni były prowadzone w ciągu trzech dni – raz w godzinach porannych, raz w południowych i raz w popołudniowych. Obserwacje w barze z jedzeniem na wynos były prowadzone w ciągu czterech dni w godzinach popołudniowych. Użytkownicy/czki terenów zielonych byli/ły obserwowani/ne w ciągu trzech dni, raz w godzinach porannych i dwa razy w godzinach popołudniowych.

Na podstawie przeprowadzonych obserwacji można wskazać zachowania podejmowane podczas robienia zakupów wiążące się z ekologią, ponieważ w sklepach i punktach gastronomicznych obserwowano sposoby korzystania z opakowań – czy kupujący/ce przynoszą własne torby, opakowania, czy pomimo przyniesienia własnych opakowań korzystają dodatkowo z toreb i opakowań oferowanych przez sprzedawców/czynie.

Obserwacje były prowadzone przez uczestników/czki projektu i miały zarówno charakter badawczy jak i pośrednio edukacyjny. Uczestnicy/czki analizując zachowania konsumenckie innych mogli również zastanowić się nad własnymi wyborami, których dokonują podczas zakupów.

W wyniku przeprowadzonych obserwacji wiemy, że część konsumentów/tek nie przychodzi na zakupy z własnymi torbami i jest ich około połowy, spośród osób obserwowanych. To bardzo dużo biorąc pod uwagę od jak dawna i jak dużo mówi się w środkach masowego przekazu i w szkołach o zanieczyszczeniu plastikiem wody, ziemi i powietrza. Warto też zwrócić uwagę, że respondenci/teki w odpowiedzi na pytanie ankiety czy korzystają z własnych toreb na zakupy odpowiedzieli/ały w ponad 70%, że tak właśnie czynią. Oczywiście osoby odpowiadające na pytania ankiety to nie były te same osoby, których zachowania obserwowano, jednak warto zauważyć różnicę między deklaracjami a postępowaniem, ponieważ można przypuszczać, że ta różnica występuje na co dzień. Można postawić tezę, że wiemy już jak być powinno, ale nie zachowujemy się tak jak powinniśmy.

Osoby, które przynoszą na zakupy własne torby często mimo to korzystają z dodatkowych toreb foliowych oferowanych przez sprzedawców/czynie albo dlatego, że zakupy nie mieszczą się w jednej torbie albo dlatego, że poszczególne rodzaje produktów są przez sprzedawcę/czynię pakowane osobno w foliowe torebki (zrywki). Lepsze planowanie wyjścia na zakupy, np. zabranie ze sobą trzech własnych toreb, a nie jednej, zabranie słoika na ogórki kiszane, czy kapustę oraz zgoda na włożenie do jednej siatki zarówno pomidorów jak i ogórków spowodowałyby znacznie mniejsze zużycie plastiku. Zapewne ważną rolę odgrywają tu również przyzwyczajenia sprzedawców/czyni czy standard obsługi w sklepie – dostępne torebki foliowe, pakowanie każdego rodzaju produktu do osobnej siatki foliowej dla wygody klienta/teki i łatwości ważenia. Wydaje się, że świadomość potrzeby zmniejszania ilości używanego plastiku jest dość płytka i nie stoi za nią wiedza i wyobraźnia, które mogłyby spowodować zmianę zachowań w większym stopniu.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykorzystanie własnego kubka na kawę na wynos czy własnych pojemników na jedzenie na wynos, jak wynika z przeprowadzonych obserwacji, nie jest popularne, prawie nikt się w ten sposób nie zachował. Konsumenci/teki chętnie korzystali/ły też ze sztućców jednorazowych i dodatkowych toreb plastikowych na jedzenie.

Obserwowane tereny zielone nie są zdewastowane, niewielka liczba kierowców parkuje wjeżdżając na trawniki. Oznacza to, że kultura korzystania z terenów zielonych jest wysoka.

Jednak dość duża liczba użytkowników/czek wchodzi na trawniki (co nie zawsze musi oznaczać dewastację) i pali papierosy w parku.

Zmian wymagają zachowania dotyczące psów wyprowadzanych na spacer, a mianowicie sprzątanie po swoich pupilach. Ciągłe jeszcze dość duża część właścicieli/lek tego nie robi. Znacznie mniejszej liczbie osób, niż niesprzątająca po psach, zdarza się wyrzucać śmieci na ziemię.

Pojedyncze osoby dokarmiają ptaki i niestety wykorzystują do tego pieczywo.

Część terenów zielonych została już zagospodarowana łąkami kwietnymi (4 łąki), założono karmniki (5 karmników) i poidelka dla ptaków (2 poidelka).

Jakie zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane przez respondentów/teki? – kawiarenki diagnostyczne

Kolejnym narzędziem diagnostycznym wykorzystanym w projekcie były kawiarenki, które zakładały dyskusje mieszkańców/nek niezwiązanych z projektem w 8-osobowych grupach nad tematami dotyczącymi ekologii w zakresie ochrony klimatu.

Podczas kawiarenki *Eko-nawyki* dyskutowano o spektrum zachowań, które podejmują lub mogliby podejmować mieszkańcy/nki, a które wspomogłyby wysiłki na rzecz ochrony klimatu. Rozmawiano o świadomości potrzeby oszczędzania wody podczas mycia się i zmywania. Prawie wszyscy uczestnicy/czki spotkania deklarują, że oszczędzają wodę podczas mycia się (wybieranie prysznic, zamiast kąpieli w wannie i zakręcanie wody podczas mycia zębów) i zmywania. Większość uczestników/czek korzysta ze zmywarek. Jednak Ci, którzy ich nie mają nie zmywają w misce. Brak komfortu decyduje tu o zmywaniu pod bieżącą wodą. Niektóre z osób posiadających ogrody zbierają wodę deszczową, ale nie wszyscy.

Uczestnicy/czki spotkania mają dobre nawyki oszczędzania energii elektrycznej. W większości gaszą światło w pomieszczeniach, z których nie korzystają, kupują żarówki energooszczędne i wyłączają urządzenia, których aktualnie nie używają. Część osób nie wyjmuje z kontaktu nieużywanej ładowarki argumentując, że urządzenie jest często używane.

W przypadku krótkich, lokalnych podróży respondenci/teki starają się korzystać z roweru lub iść na piechotę, jednak stosunkowo rzadko rezygnują z jazdy samochodem z tego powodu, że będą jedynym pasażerem.

Zdecydowanie nie naprawiają sprzętów w swoim domu 2 osoby, spośród uczestników/czek spotkania. Pozostałe osoby starają się to robić, również domowymi sposobami.

Podczas zakupów respondenci/teki deklarują korzystanie z toreb wielorazowego użytku. Ponad połowa używa produktów sezonowych. Jednak wspieranie lokalnych producentów, rozumienie ekologicznych oznakowań na opakowaniach, czy kupowanie produktów fair trade nie są zachowaniami powszechnymi. Uczestnicy/czki kawiarenki stwierdzili/ły, że nie są im znane oznaczenia ekologiczne czy też nie wszyscy spotkali się dotychczas z ideą fair trade i nie zawsze

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

wiedzą w jaki sposób mogliby/łyby kupować od lokalnych producentów. Gdyby ich wiedza była większa mogliby/łyby ją wykorzystywać i zwracać większą uwagę na oznaczenia ekologiczne czy wybór lokalnych producentów produktów dobrej jakości.

Dyskutując o tym w jaki sposób można by pomóc mieszkańcom/nkom Legionowa, aby zmienili swoje nawyki na bardziej ekologiczne uczestnicy/czki doszli do wniosku, że podstawowe znaczenie ma edukacja. Wskazywano również na potrzebę edukowania dzieci i młodzieży. Kilkoro z uczestników/czek samemu prowadzi taką edukację wśród swoich znajomych i sąsiadów. Wskazywano na fakt, że nie wszyscy wiedzą jak warto się zachowywać – *Myszę, że dobrym pomysłem byłoby najpierw zapoznać ludzi z tematem, ponieważ na pewno nie wszyscy znają zachowania proekologiczne.* Zresztą sami uczestnicy/czki kawiarenki mówili o tym, że mają braki w wiedzy dotyczącej całego spektrum zachowań proekologicznych.

Nie dla plastiku było hasłem przewodnim kolejnej kawiarenki. Pomimo tego, że wszyscy uczestnicy/czki spotkania zadeklarowali, że segregują odpady, robią to już od dawna, bo porostu *tak się robi*, to można powiedzieć, że poddali się w walce z wszechobecnym plastikiem. Nie wszyscy sprawdzają z jakiego plastiku wykonano opakowania produktów, które kupują (czy plastik z recydingu), raczej nie znają też oznaczeń mówiących o recydingu i gospodarce odpadami czy też nie wszyscy wybierają opakowania papierowe czy szklane zamiast plastikowych. Trzy osoby na osiem zadeklarowało, że mogłoby obyć się przez tydzień bez plastiku, ale pozostali uważają, że nie jest to możliwe, *bo większość produktów jest pakowana w plastiki i plastik jest praktycznie wszędzie.*

Sposobem na usuwanie nadmiaru plastiku jest segregacja odpadów w przydomowych śmietnikach, ale również zbieranie odpadów z wykorzystaniem automatów czy skupów surowców wtórnych. Uczestnicy/czki stwierdzili/ły w większości, że korzystaliby/łyby z takich rozwiązań, gdyby były w pobliżu.

Dyskutując o tym co ułatwiłoby uczestnikom/czkom ograniczenie zużycia plastiku mówiono o uzupełnianiu opakowań np. mydła czy szamponu, zastępowaniu opakowań plastikowych papierowymi, materiałowymi, szklanymi ale uczestnicy/czki nie byli/ły przekonani/e, że te drobne działania pojedynczych osób spowodują, że fala plastiku się zmniejszy.

Dyskusja na temat wpływu decyzji dotyczących żywienia na klimat odbyła się podczas kawiarenki *Klimat na widelcu*. Rozmawiano przede wszystkim o ograniczaniu spożycia mięsa.

Wiedza, że Polska ma bardzo ograniczone zasoby wody nie jest jeszcze powszechnie znana. W zielonym kraju, który ma wiele rzek i jezior nie była to wiedza oczywista dla połowy uczestników/czek spotkania. Uczestnicy/czki nie wiedzieli również, że wyprodukowanie 1 kg mięsa wiąże się z dużym zużyciem wody, znacznie większym niż produkcja żywności roślinnej. W tym kontekście uczestnicy/czki nie bardzo rozumieli powiązania między jedzeniem mięsa, a ochroną klimatu.

Wszyscy uczestnicy/czki spotkania jedzą posiłki mięsne po prostu dlatego, że im smakują, w domu rodzinnym tak się jadło, a oni sami przejęli te zwyczaje. Ale uczestnicy/czki uważają również, że jedzenie mięsa nie ma negatywnych skutków dla zdrowia w ogóle (dwie osoby) lub nie ma jeśli spożywa się je w umiarkowanych ilościach (cztery osoby). Połowa uczestników/czek uważa, że dieta wegetariańska jest droższa od diety mięsnej i mieliby problem ze skomponowaniem posiłków w taki sposób, żeby zachować przekonanie iż odżywiają się zdrowo.

Większość uczestników/czek spotkania deklaruje, że byłaby w stanie ograniczyć spożycie mięsa *tak jestem w stanie [ograniczyć spożywanie mięsa] i mam to w planach*. Pojedyncze osoby wiedzą, że byłoby to z korzyścią dla ich zdrowia. W rodzinach niektórych uczestników/czek młode pokolenie przeszło na wegetarianizm lub weganizm i starsi mają impuls do zmiany nawyków żywieniowych, ale

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

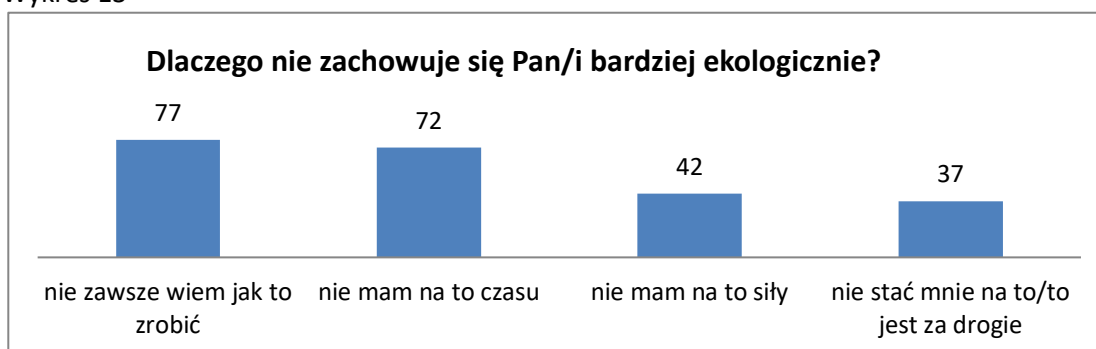
generalnie rodziny uczestników/czek spotkania nie wywierają na nich presji, żeby ograniczyli jedzenie mięsa.

Cały czas pokutują nieprawdziwe stereotypy dotyczące zdrowej, taniej, szybkiej w przygotowaniu diety mięsnej, chociaż uczestnicy/czki spotkania próbują albo mają w planach spróbowanie ograniczenia spożycia mięsa.

Jakie są powody niepodjęcia działań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu?

Analizując zbiorczo odpowiedzi na pytania z jakiego powodu respondenci/cki nie zachowują się bardziej proekologicznie na pierwszy plan wysuwają się dwie odpowiedzi – *nie zawsze wiem jak to zrobić* i *nie mam na to czasu*. Znacznie rzadziej respondenci/cki wskazywali takie przyczyny jak brak sił czy środków.

Wykres 13

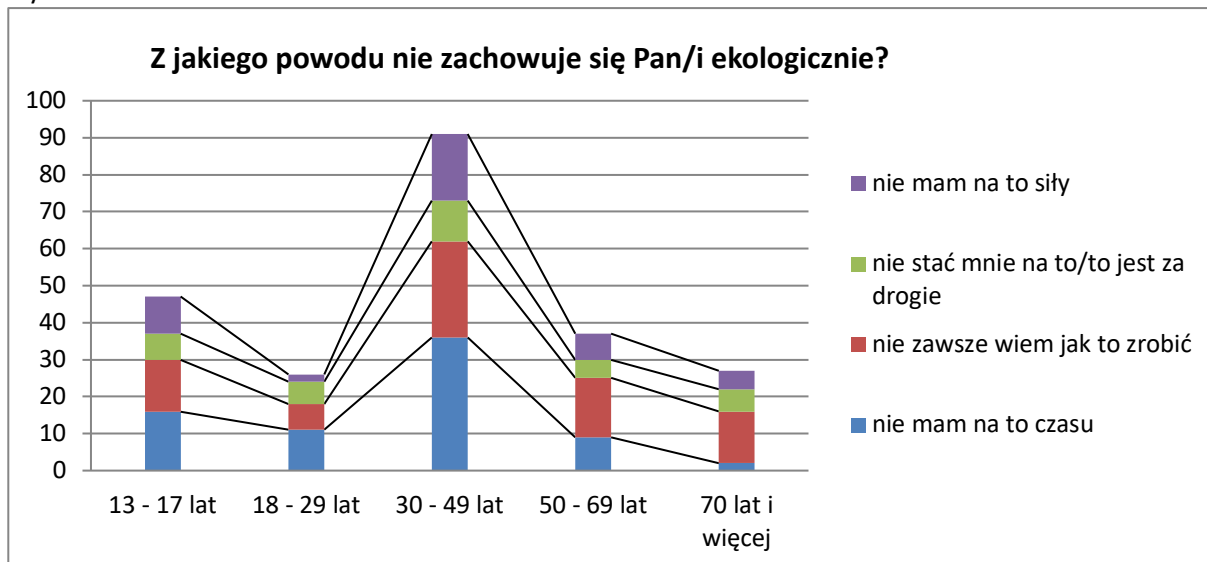


Analizując odpowiedzi na to samo pytanie w podziale na wiek respondentów/tek możemy zaobserwować różnice w odpowiedziach. Brak czasu na zachowania ekologiczne w zakresie ochrony klimatu odczuwają najbardziej respondenci/cki najmłodsze (między 13 a 17 lat), co jest zaskakujące, oraz Ci pracujący na utrzymanie rodziny w wieku między 30 a 49 rokiem życia, co zaskakujące nie jest.

Natomiast wraz z wiekiem wzrasta liczba respondentów/tek, którzy/re deklarują nie brak czasu, ale brak wiedzy na temat zachowań ekologicznych.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Wykres 14

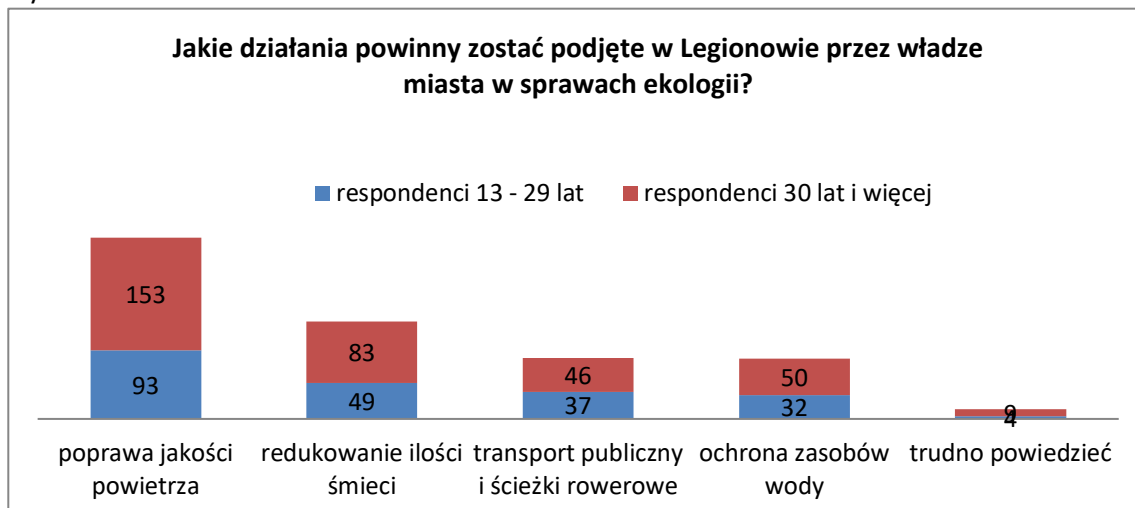


Jakie są problemy dotyczące ekologii w Legionowie?

Respondenci/cki, niezależnie od wieku, uważają, że najważniejszym działaniem na rzecz ekologii, które powinny podjąć władze miasta jest poprawa jakości powietrza, a drugim w kolejności zadaniem dla władz jest redukcja ilości śmieci. Następnie respondenci/cki wskazują, już mniej licznie, transport publiczny i ochronę zasobów wody.

Można powiedzieć, że jedynym działaniem, spośród wymienionych w odpowiedziach, na którego zrealizowanie mają wpływ jedynie władze miasta jest rozbudowa transportu publicznego i ścieżek rowerowych. Wszystkie pozostałe kategorie działań, nawet jeśli miałyby być inicjowane, a następnie wspierane przez władze miasta, wymagają zaangażowania mieszkańców/ek, tych posiadających domy jednorodzinne lub wszystkich.

Wykres 15



Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Podsumowanie i rekomendacje

I. Zdaniem uczestników/czek diagnozy sprawy ekologii w zakresie ochrony klimatu są ważne

Prawie wszyscy respondenci/cki biorący udział w badaniu ankietowym i w kawiarenkach diagnostycznych uważają sprawy ekologii za istotne. Dwa najliczniej wskazywane uzasadnienia to: obawa o przetrwanie planety w przyszłości, troska o pozostawienie przyszłym pokoleniom, dzieciom, wnukom miejsca do życia oraz troska o zdrowie własne i zdrowie rodziny.

Rekomendacja

Świadomość potrzeby zajmowania się ochroną klimatu jest rozbudzona w uczestnikach/czkach diagnozy, natomiast znajomość argumentów opartych na wiedzy jest ciągle niewystarczająca. Należy więc edukować mieszkańców/nki nawiązując do ważnych dla nich kwestii takich jak przyszłość planety, dbałość o zdrowie, życie w czystym środowisku w większej harmonii z naturą.

II. Uczestnicy/czki diagnozy określają siebie jako osoby dbające o środowisko

Większość respondentów/tek określa się jako osoby dbające o środowisko oraz osoby, którym znane są różne zachowania proekologiczne. Respondentom/tkom w ankiecie przedstawiono listę 22 zachowań wspierających ochronę klimatu. 90% respondentów/tek zna połowę z tych zachowań, a nieco ponad 60% respondentów zna je wszystkie. Można więc powiedzieć, że podstawowa wiedza na temat możliwych zachowań proekologicznych w zakresie ochrony klimatu jest dość szeroko rozpropagowana wśród respondentów/tek.

Rekomendacja

Uczestnicy/czki diagnozy są zaznajomieni/one z różnymi zachowaniami ekologicznymi, a to dobry punkt wyjścia do wcielania tych zachowań w życie. Właśnie praktykowanie zachowań ekologicznych w zakresie ochrony klimatu wymaga wsparcia. Swoją rolę mogą tutaj odegrać dzienniczki, które mają prowadzić uczestnicy/czki projektu, w których będą odnotowywać swoje zachowania i nagradzać się za wspierające ochronę klimatu.

III. Uczestnicy/czki diagnozy znają sposoby dbania o środowisko, ale niekoniecznie je stosują

Zachowania z listy wymienionej w ankiecie są znane respondentom/tkom w zdecydowanej większości, jednak nie wszystkie znane zachowania proekologiczne w zakresie ochrony klimatu są stosowane na co dzień. W zasadzie można powiedzieć, że tylko w odniesieniu do trzech, spośród wymienionych w ankiecie 22 zachowań, powyżej 70% respondentów/tek deklaruje, że je stosuje, a są to : segregowanie śmieci, zakręcanie wody podczas mycia zębów/ciała, korzystanie z własnych toreb podczas zakupów. Między 70% a 50% respondentów/tek deklaruje, że zakręca wodę podczas zmywania, wyłącza z kontaktu nieaktywne ładowarki i chodzi na piechotę tak często jak to możliwe. Pozostałe działania deklaruje, że podejmuje mniej niż połowa respondentów/tek.

Pomimo tego, że wszyscy uczestnicy/czki kawiarenki *Nie dla plastiku!* Zadeklarowali/ły, że segregują odpady, robią to już od dawna, bo porostu *tak się robi*, to można powiedzieć, że poddali/ły się w walce z wszechobecnym plastikiem. Nie wszyscy sprawdzają z jakiego plastiku wykonano opakowania produktów, które kupują (czy plastik z recydingu), raczej nie znają też oznaczeń

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

mówiących o recydingu i gospodarce odpadami czy też nie wszyscy wybierają opakowania papierowe czy szklane, zamiast plastikowych. Trzy osoby na osiem zadeklarowało, że mogłoby obyć się przez tydzień bez plastiku, ale postali uważają, że nie jest to możliwe, *bo większość produktów jest pakowana w plastiki i plastik jest praktycznie wszędzie.*

Podczas kawiarenki *Eko-nawyki* dyskutowano o spektrum zachowań, które podejmują lub mogliby/łyby podejmować mieszkańcy/nki, a które wspomogłyby wysiłki na rzecz ochrony klimatu. Uczestnicy/czki deklarują oszczędzanie wody i prądu (te nawyki są wspierane również przez ich aspekt ekonomiczny – oszczędności finansowe). Natomiast już rezygnacja z jazdy samochodem z tego powodu, że będzie się jedynym pasażerem nie jest popularnym działaniem.

Podczas zakupów respondenci/cki deklarują korzystanie z toreb wielorazowego użytku. Ponad połowa używa produktów sezonowych. Jednak wspieranie lokalnych producentów, rozumienie ekologicznych oznakowań na opakowaniach, czy kupowanie produktów fair trade nie są zachowaniami powszechnymi. Uczestnicy/czki kawiarenki stwierdzili/ły, że nie są im znane oznaczenia ekologiczne czy też nie wszyscy spotkali się dotychczas z ideą fair trade i nie zawsze wiedzą w jaki sposób mogliby kupować od lokalnych producentów.

Dyskusja na temat wpływu decyzji dotyczących żywienia na klimat odbyła się podczas kawiarenki *Klimat na widelcu*. Rozmawiano przede wszystkim o ograniczaniu spożycia mięsa.

Wszyscy uczestnicy/czki spotkania jedzą posiłki mięsne po prostu dlatego, że im smakują, w domu rodzinnym tak się jadło, a oni sami przejęli te zwyczaje. Ale uczestnicy/czki uważają również, że jedzenie mięsa nie ma negatywnych skutków dla zdrowia w ogóle (dwie osoby) lub nie ma jeśli spożywa się je w umiarkowanych ilościach (cztery osoby). Połowa uczestników/czek uważa, że dieta wegetariańska jest droższa od diety mięsnej i mieliby/miałyby problem ze skomponowaniem posiłków w taki sposób, żeby zachować przekonanie iż odżywiają się zdrowo.

Cały czas pokutują nieprawdziwe stereotypy dotyczące zdrowej, taniej, szybkiej w przygotowaniu diety mięsnej, chociaż uczestnicy spotkania próbują albo mają w planach spróbowanie ograniczenia spożycia mięsa.

Zmian w korzystaniu z terenów zielonych wymagają zachowania dotyczące psów wyprowadzanych na spacer, a mianowicie sprzątanie po swoich pupilach. Ciągłe jeszcze dość duża część właścicieli/lek tego nie robi. Pojedyncze osoby dokarmiają ptaki i niestety wykorzystują do tego pieczywo.

Analizując zbiorczo odpowiedź na pytania ankiety z jakiego powodu respondenci/cki nie zachowują się bardziej proekologicznie na pierwszy plan wysuwają się dwie odpowiedzi – *nie zawsze wiem jak to zrobić* i *nie mam na to czasu*. Znacznie rzadziej respondenci wskazywali takie przyczyny jak brak sił czy środków. Wraz z wiekiem wzrasta liczba respondentów, którzy deklarują nie brak czasu, ale brak wiedzy na temat zachowań ekologicznych.

Rekomendacja

Uczestnicy/czki diagnozy nie byli/ły przekonani/ne, że drobne działania pojedynczych osób spowodują, że np. fala plastiku się zmniejszy. Prawdopodobnie podobne przekonania kryją się za innymi niepodjętymi zachowaniami ekologicznymi, np. rezygnacją z jazdą samochodem w pojedynkę czy ograniczaniem spożywania mięsa – jeśli ja tak postępuję to przecież nie ma to wielkiego znaczenia dla planety.

W związku z tym należy poszerzać wiedzę mieszkańców/nek, odwoływać się do ich wyobraźni obrazując zwłaszcza skalę działań jaką mogą osiągnąć pojedynczy ludzie działający wspólnie.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Warto przygotować uczestników/czki projektu do bycia agentem zmiany i prowadzenia edukacji, może nawet kampanii informacyjnych, w swoim środowisku, np. pokazania jak łatwo i czym można zastąpić plastik.

Sami mieszkańcy/nki dyskutując podczas kawiarenek diagnostycznych mówili/ły o tym, że podstawowe znaczenie ma edukacja, w tym dzieci i młodzieży. Kilkoro z uczestników/czek samemu prowadzi taką edukację wśród swoich znajomych i sąsiadów. Wskazywano na fakt, że nie wszyscy wiedzą jak warto się zachowywać – *Myślę, że dobrym pomysłem byłoby najpierw zapoznać ludzi z tematem, ponieważ na pewno nie wszyscy znają zachowania proekologiczne.*

Należy zauważyć, że powszechnie stosowane zachowania ekologiczne wiążą się z oszczędnościami finansowymi (oszczędzanie wody, czy segregowanie śmieci – jeśli ktoś nie segreguje płaci więcej w domu jednorodzinnym). Oszczędzanie może więc być dobrym punktem wyjścia do mówienia o zachowaniach służących ochronie klimatu. Podobnie zdrowie jest dobrym punktem wyjścia do mówienia o ochronie klimatu.

IV. Szczególnie obserwacje zachowań konsumenckich potwierdzają, że mieszkańcy/nki Legionowa niekoniecznie zachowują się ekologicznie w zakresie ochrony klimatu

W wyniku przeprowadzonych obserwacji wiemy, że część konsumentów/tek nie przychodzi na zakupy z własnymi torbami i jest ich około połowy, spośród osób obserwowanych. Warto też zwrócić uwagę, że respondenci/cki w odpowiedzi na pytanie ankiety czy korzystają z własnych toreb na zakupy odpowiedzieli/ały w ponad 70%, że tak właśnie czynią. Oczywiście osoby odpowiadające na pytania ankiety to nie były te same osoby, których zachowania obserwowano, jednak warto zauważyć różnicę między deklaracjami a postępowaniem, ponieważ można przypuszczać, że ta różnica występuje na co dzień. Osoby, które przynoszą na zakupy własne torby często mimo to korzystają z dodatkowych toreb foliowych oferowanych przez sprzedawców/czynie.

Wykorzystanie własnego kubka na kawę na wynos czy własnych pojemników na jedzenie na wynos, jak wynika z przeprowadzonych obserwacji, nie jest popularne, prawie nikt się w ten sposób nie zachował. Konsumenci chętnie korzystali też ze sztućców jednorazowych i dodatkowych toreb plastikowych na jedzenie.

Rekomendacja

Warto wykorzystać dzienniczki uczestników/czek projektu jako narzędzie samoobserwacji, w których odnotowują swoje codzienne zachowania do analizy tego czy to co myślą, że robią, to jest to co rzeczywiście robią. Czy idąc z własną torbą na zakupy wracam z dodatkowymi plastikowymi torebkami? Jeśli tak to dlaczego tak się dzieje? Jak uniknąć takiej sytuacji? Ile plastikowych opakowań znalazło się w moich dzisiejszych zakupach? Czy był sposób na uniknięcie tego? Jaki?

Po pierwsze sytuacje trzeba rozłożyć na czynniki pierwsze, a następnie wdrożyć procedury naprawcze, jeśli potrzeba.

Warto też mówić o dobrym planowaniu zakupów, bo bez tego elementu trudno będzie zachować się ekologicznie w sklepie czy na bazarze.

V. Uczestnicy/czki diagnozy lokują odpowiedzialność za sprawy ekologii w dużej mierze poza sobą i swoją rodziną

Uczestnicy/czki badania najczęściej wskazują władze miasta jako te, które powinny zajmować się sprawami ekologii. Drugie miejsce zajął rząd, a na trzecim miejscu (tylko jeden głos różnicy) jako podmiot, który powinien zajmować się sprawami ekologii respondenci/cki wskazali/ały samych siebie.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Jeśli zsumujemy odpowiedzi respondentów/tek wskazujące instytucje władzy (władze miasta i rząd) z jednej strony oraz odpowiedzi wskazujące samych respondentów (ja sam/a, rodzina) z drugiej strony, otrzymamy dużą dysproporcję w liczbie wskazań na rzecz instytucji władzy – 386 do 256.

Kwestie ekologii dotyczą poziomu strukturalnego, za który odpowiedzialne są władze samorządowe i centralne, ale również poziomu osobistego, za który odpowiedzialny jest każdy. W odpowiedziach uczestników/czek badania można zauważyć przywiązywanie większej wagi do poziomu strukturalnego.

Rekomendacja

Ta sytuacja może wskazywać na potrzebę uświadamiania mieszkańcom/nkom na czym może polegać ich osobisty wkład w działania na rzecz ochrony klimatu i jak duże znaczenie mają osobiste wybory wszystkich mieszkańców/nek – jakie konsekwencje dla środowiska mają codzienne wybory związane z zachowaniami konsumenckimi i stylem życia. Podobnie jak w punkcie III.

Podsumowując można powiedzieć, że w dużej mierze wiemy już jak być powinno, ale nie zachowujemy się tak jak powinniśmy, a żeby to zmienić musimy być przekonani, że zmiana jest niezbędna i praktykować.

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Aneks

Narzędzia badawcze

Ankieta

Ankieta w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

Szanowni Państwo,

Realizujemy projekt, którego celem jest diagnoza proekologicznych zachowań mieszkańców Legionowa i okolicznych gmin. Na tej podstawie zaplanujemy różne działania wspierające postawy proekologiczne. Dlatego prosimy o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania. Dziękujemy Państwu za poświęcony czas i zaangażowanie.

Z wyrazami szacunku,
Realizatorzy projektu:
Fundacja Pracownia Kompetencji
i Miejska Biblioteka Publiczna w Legionowie

Prosimy o zaznaczenie kwadratu odpowiadającego Państwa opinii oraz wpisanie odpowiedzi w miejsca „wykropkowane”.

1. Czy uważa Pan/i, że sprawy ekologii są ważne?				
<input type="checkbox"/> tak	<input type="checkbox"/> raczej tak	<input type="checkbox"/> raczej nie	<input type="checkbox"/> nie	<input type="checkbox"/> trudno powiedzieć

1a. Dlaczego Pan/i tak uważa:

.....

.....

2. Czy uważa się Pan/i za osobę, która dba o środowisko?				
<input type="checkbox"/> tak	<input type="checkbox"/> raczej tak	<input type="checkbox"/> raczej nie	<input type="checkbox"/> nie	<input type="checkbox"/> trudno powiedzieć

3. JEŻELI odpowiedział/a Pan/i RACZEJ NIE I NIE, to czy chciał/aby Pan/i być bardziej eko?				
<input type="checkbox"/> tak	<input type="checkbox"/> raczej tak	<input type="checkbox"/> raczej nie	<input type="checkbox"/> nie	<input type="checkbox"/> trudno powiedzieć

4. Kto powinien zajmować się sprawami ekologii? Proszę wskazać NAJWYŻEJ TRZY odpowiedzi.						
<input type="checkbox"/> szkoła/przed szkole	<input type="checkbox"/> władze miasta	<input type="checkbox"/> spółdzielnia mieszkaniowa /wspólnota mieszkaniowa	<input type="checkbox"/> rodzina	<input type="checkbox"/> rząd	<input type="checkbox"/> ja sama, ja sama	<input type="checkbox"/> trudno powiedzieć

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

5. Zachowania proekologiczne						
Zachowanie proekologiczne	1. Czy jest mi znane:		2. Czy ja sam/a tak postępuję:			
	TAK	NIE	TAK	CZASEM	NIE	n/d
A. niewyrzucanie żywności	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. gotowanie z wykorzystaniem resztek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. gotowanie prawie wyłącznie produktów roślinnych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. zakręcanie wody podczas zmywania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. zakręcanie wody podczas mycia zębów/ mycia się	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. niepodlewanie ogrodu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. stosowanie przede wszystkim domowych środków czystości, zamiast sklepowych (np. ocet, soda oczyszczona)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. kupowanie środków czystości z opakowaniami do uzupełniania lub bez opakowań np. szampon w kostce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I. stosowanie domowych kosmetyków	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J. segregowanie śmieci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K. niekorzystanie z reklamówek / torebek plastikowych w sklepach	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L. korzystanie z własnych toreb podczas zakupów	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M. korzystanie z własnych opakowań podczas kupowania na wynos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N. ponowne wykorzystywanie odzieży - przerabianie, kupowanie używanej odzieży	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

	1. Czy jest mi znane:		2. Czy ja sam/a tak postępuję:			
	TAK	NIE	TAK	CZASEM	NIE	n/d
O. zakręcanie kaloryferów podczas wietrzenia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P. wyłączanie z kontaktu ładowarki, gdy nie jest używana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
R. wyłączanie z kontaktu sprzętu elektronicznego, niepozostawianie go na „stand by”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S. korzystanie przede wszystkim z transportu publicznego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T. korzystanie z roweru jako środka transportu (nie tylko rekreacyjnie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U. chodzenie na piechotę tak często jak jest to możliwe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W. w przypadku dojeżdżania do pracy samochodem – zabieranie współpasażera/ów	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z. w przypadku indywidualnego centralnego ogrzewania posiadanie nowoczesnego pieca i palenie opałem niepowodującym smogu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Jeżeli w **pytaniu 5.2** odpowiedział/a Pan/i chociaż raz CZASEM LUB NIE to z jakiego powodu nie podejmuje Pan/i zachowań proekologicznych? Można wskazać dowolną liczbę odpowiedzi.

<input type="checkbox"/> nie mam na to czasu	<input type="checkbox"/> nie zawsze wiem jak to zrobić	<input type="checkbox"/> nie stać mnie na to/to jest drogie	<input type="checkbox"/> nie mam na to siły	<input type="checkbox"/> trudno powiedzieć
--	--	---	---	--

7. Jakie działania powinny zostać podjęte w Legionowie przez władze miasta w sprawach ekologii? Można wskazać **NAJWYŻEJ DWIE** odpowiedzi.

<input type="checkbox"/> transport publiczny i ścieżki rowerowe	<input type="checkbox"/> redukowanie ilości śmieci	<input type="checkbox"/> ochrona zasobów wody	<input type="checkbox"/> poprawa jakości powietrza	<input type="checkbox"/> trudno powiedzieć
---	--	---	--	--

METRYCZKA

M1. Płeć	
<input type="checkbox"/> kobieta	<input type="checkbox"/> mężczyzna

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

M2. Wiek				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 – 17 lat	18 – 29 lat	30 – 49 lat	50 - 69 lat	70 lat i więcej

M3. Wykształcenie			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe

M4. Liczba osób w gospodarstwie domowym				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 osoba	2 osoby	3 osoby	4 osoby	5 i więcej osób

M5. Poziom zadowolenia z sytuacji materialnej				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nie mam żadnych kłopotów finansowych	na ogół nie mam kłopotów finansowych	czasem zdarza mi się mieć kłopoty finansowe	często zdarza mi się mieć kłopoty finansowe	trudno powiedzieć

M6. Jestem członkiem/współpracownikiem organizacji pozarządowej	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tak	nie

Dziękujemy za udzielenie odpowiedzi!

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Scenariusze kawiarenek diagnostycznych

Kawiarenki diagnostyczne w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

Eko-nawyki

Scenariusz spotkania:

- I. Rozpoczęcie spotkania – przedstawienie się prowadzących, prezentacja projektu: cele realizatorze, fundatorzy. Wprowadzenie tematu spotkania.
- II. Przedstawienie się uczestników/czek spotkania.
- III. Zagajenie i prowadzenie dyskusji wg punktów:
 - a. Jakie uczestnicy/czki mają nawyki dot. oszczędzania wody
 - b. Jakie uczestnicy/czki mają nawyki dot. oszczędzania energii elektrycznej
 - c. Jakie uczestnicy/czki mają nawyki dot. transportu
 - d. Jakie uczestnicy/czki mają nawyki dot. robienia zakupów
 - e. Dyskusja nt. wsparcia mieszkańców/nek w celu zmiany ich nawyków
- IV. Podsumowanie dyskusji
- V. Podziękowanie uczestnikom/czkom spotkania

Kawiarenki diagnostyczne w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

Klimat na widelcu

Scenariusz spotkania:

- I. Rozpoczęcie spotkania – przedstawienie się prowadzących, prezentacja projektu: cele realizatorze, fundatorzy. Wprowadzenie tematu spotkania.
- II. Przedstawienie się uczestników/czek spotkania.
- III. Zagajenie i prowadzenie dyskusji wg punktów:
 - a. Powody spożywania mięsa
 - b. Powiązanie produkcji mięsa ze zmianami klimatu
 - c. Możliwości i powody ograniczania spożycia mięsa
 - d. Wykorzystanie diety wegetariańskiej
- IV. Podsumowanie dyskusji
- V. Podziękowanie uczestnikom/czkom spotkania

Kawiarenki diagnostyczne w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

Nie dla plastiku!

Scenariusz spotkania:

- I. Rozpoczęcie spotkania – przedstawienie się prowadzących, prezentacja projektu: cele realizatorze, fundatorzy. Wprowadzenie tematu spotkania.
- II. Przedstawienie się uczestników spotkania.
- III. Zagajenie i prowadzenie dyskusji wg punktów:
 - a. zachowania dot. segregowania odpadów
 - b. wybory dotyczące opakowań kupowanych produktów
 - c. sposoby ograniczenia używania plastiku
 - d. jak wspierać ograniczanie zużycia plastiku
- IV. Podsumowanie dyskusji
- V. Podziękowanie uczestnikom/czkom spotkania

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Obserwacje

Arkusz obserwacji w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

BAZAR WARZYWNIAK

Szanowni Państwo,

Realizujemy projekt, którego celem jest diagnoza proekologicznych zachowań Legionowian. Na tej podstawie zaplanujemy różne działania wspierające postawy proekologiczne. Dlatego chcielibyśmy zaobserwować zachowania konsumenckie klientów.

Dziękujemy Państwu za poświęcony czas i zaangażowanie.

Z wyrazami szacunku,
Realizatorzy projektu – Fundacja Pracownia kompetencji

Proszę zaznaczyć kwadrat z godzinie z tym, w których godzinach była prowadzona obserwacja:

METRYCZKA

M1. Obserwacja prowadzona w godzinach:

9 - 11

16 - 18

Proszę w arkuszu w polu „liczba pojedynczych zachowań” postawić kreskę pionową za każdym razem, gdy zaobserwują Państwo dane zachowanie. Po zakończeniu obserwacji proszę zliczyć kreski w poszczególnych kategoriach zachowań i wpisać sumę w pole „liczba zachowań łącznie”.

Obserwowane zachowanie	Liczba pojedynczych zachowań	Liczba zachowań łącznie
1. Kupujący ma własną torbę na zakupy		
2. Kupujący, pomimo posiadania własnej torby na zakupy, korzysta z		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

reklamówki na zakupy ze straganu (zakupy się nie zmieściły)		
3. Kupujący nie ma własnej torby na zakupy		
4. Kupujący korzysta z torebek foliowych , żeby zapakować poszczególne rodzaje warzyw/owoców		
5. Kupujący nie korzysta z torebek foliowych , żeby zapakować poszczególne rodzaje warzyw/owoców		
6. Kupujący nie korzysta z własnych pojemników na kupowane produkty (np. słoik na ogórki, pudełko na orzechy) (zaznaczamy w przypadku kupowania produktów wymagających pojemnika)		
7. Kupujący korzysta z własnych pojemników na kupowane produkty (np. słoik na ogórki, pudełko na orzechy) (zaznaczamy w przypadku kupowania produktów wymagających pojemnika)		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Arkusze obserwacji w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**
WIĘKSZY SKLEP SPOŻYWCZY

Szanowni Państwo,

Realizujemy projekt, którego celem jest diagnoza proekologicznych zachowań Legionowian. Na tej podstawie zaplanujemy różne działania wspierające postawy proekologiczne. Dlatego chcielibyśmy zaobserwować zachowania konsumenckie klientów. Dziękujemy Państwu za poświęcony czas i zaangażowanie.

Z wyrazami szacunku,
Realizatorzy projektu – Fundacja Pracownia kompetencji

Proszę zaznaczyć kwadrat z godzinami, w których godzinach była prowadzona obserwacja:
METRYCZKA

M1. Obserwacja prowadzona w godzinach:	
<input type="checkbox"/> 9 - 11	<input type="checkbox"/> 16 - 18

Proszę w arkuszu w polu „liczba pojedynczych zachowań” postawić kreskę pionową za każdym razem, gdy zaobserwują Państwo dane zachowanie. Po zakończeniu obserwacji proszę zliczyć kreski w poszczególnych kategoriach zachowań i wpisać sumę w pole „liczba zachowań łącznie”.

Obserwowane zachowanie	Liczba pojedynczych zachowań	Liczba zachowań łącznie
1. Kupujący ma własną torbę na zakupy		
2. Kupujący, pomimo posiadania własnej torby na zakupy, korzysta z reklamówki ze sklepu (zakupy się nie zmieściły)		

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

3. Kupujący nie ma własnej torby na zakupy		
4. Kupujący korzysta z torebek foliowych , żeby zapakować poszczególne rodzaje produktów, np. warzyw/owoców (zaznaczamy w przypadku kupowania takich produktów)		
5. Kupujący nie korzysta z torebek foliowych , żeby zapakować poszczególne rodzaje produktów, np. warzyw/owoców (zaznaczamy w przypadku kupowania takich produktów)		
6 Kupujący korzysta z torebek foliowych na pieczywo (zaznaczamy w przypadku kupowania pieczywa)		
7. Kupujący nie korzysta z torebek foliowych na pieczywo (zaznaczamy w przypadku kupowania pieczywa)		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Arkusz obserwacji w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

BAR Z JEDZENIEM NA WYNOS

Szanowni Państwo,

Realizujemy projekt, którego celem jest diagnoza proekologicznych zachowań Legionowian. Na tej podstawie zaplanujemy różne działania wspierające postawy proekologiczne. Dlatego chcielibyśmy zaobserwować zachowania konsumenckie klientów.

Dziękujemy Państwu za poświęcony czas i zaangażowanie.

Z wyrazami szacunku,
Realizatorzy projektu – Fundacja Pracownia kompetencji

OBSERWACJA prowadzona w godzinach – 16.30 – 18.30

TYLKO w przypadku kupowania NA WYNOS.

Proszę w arkuszu w polu „liczba pojedynczych zachowań” postawić kreskę pionową za każdym razem, gdy zaobserwują Państwo dane zachowanie. Po zakończeniu obserwacji proszę zliczyć kreski w poszczególnych kategoriach zachowań i wpisać sumę w pole „liczba zachowań łącznie”.

Obserwowane zachowanie	Liczba pojedynczych zachowań	Liczba zachowań łącznie
1. Kupujący ma własną torbę na zakupy		
2. Kupujący, pomimo posiadania własnej torby na zakupy, korzysta z reklamówki z baru (zakupy się nie zmieściły)		

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

3. Kupujący nie ma własnej torby na zakupy		
4 Kupujący korzysta ze sztuców jednorazowych		
5. Kupujący nie korzysta ze sztuców jednorazowych		
6. Czy kupujący ma własne pojemniki na potrawy		
7. Kupujący nie ma własnych pojemników na potrawy		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Arkusz obserwacji w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu** **KAWIARNIA Z KAWĄ NA WYNOS**

Szanowni Państwo,

Realizujemy projekt, którego celem jest diagnoza proekologicznych zachowań Legionowian. Na tej podstawie zaplanujemy różne działania wspierające postawy proekologiczne. Dlatego chcielibyśmy zaobserwować zachowania konsumenckie klientów. Dziękujemy Państwu za poświęcony czas i zaangażowanie.

Z wyrazami szacunku,
Realizatorzy projektu – Fundacja Pracownia kompetencji

OBSERWACJA prowadzona w godzinach – 7.30 – 10.00

TYLKO w przypadku kupowania NA WYNOS.

Proszę w arkuszu w polu „liczba pojedynczych zachowań” postawić kreskę pionową za każdym razem, gdy zaobserwują Państwo dane zachowanie. Po zakończeniu obserwacji proszę zliczyć kreski w poszczególnych kategoriach zachowań i wpisać sumę w pole „liczba zachowań łącznie”.

Obserwowane zachowanie	Liczba pojedynczych zachowań	Liczba zachowań łącznie
1. Kupujący ma własny kubek na kawę (zaznaczamy w przypadku kupowania kawy)		
2. Kupujący nie ma własnego kubka na kawę (zaznaczamy w przypadku kupowania kawy)		

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

3. Kupujący korzysta ze sztucców jednorazowych		
4. Kupujący nie korzysta ze sztucców jednorazowych		
5. Kupujący ma własną torbę na zakupy (zaznaczamy w przypadku zakupów wymagających torby)		
6. Kupujący, pomimo posiadania własnej torby na zakupy, korzysta z reklamówki z kawiarni (zakupy się nie zmieściły)		
7. Kupujący nie ma własnej torby na zakupy (zaznaczamy w przypadku zakupów wymagających torby)		
8. Kupujący ma własne pojemniki na potrawy (zaznaczamy w przypadku kupowania potraw)		
9. Kupujący nie ma własnych pojemników na potrawy (zaznaczamy w przypadku kupowania potraw)		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Arkusz obserwacji w ramach projektu **Legionowanie dla klimatu**

TERENY ZIELONE

Szanowni Państwo,

Realizujemy projekt, którego celem jest diagnoza proekologicznych zachowań Legionowian. Na tej podstawie zaplanujemy różne działania wspierające postawy proekologiczne. Dlatego chcielibyśmy zaobserwować zachowania użytkowników terenów zielonych.

Dziękujemy Państwu za poświęcony czas i zaangażowanie.

Z wyrazami szacunku,

Realizatorzy projektu – Fundacja Pracownia kompetencji

Proszę zaznaczyć kwadrat z godnie z tym, w których godzinach była prowadzona obserwacja:

METRYCZKA

M1. Obserwacja prowadzona w godzinach:

9 - 11

17 - 19

Proszę w arkuszu w polu „liczba pojedynczych zachowań” postawić kreskę pionową za każdym razem, gdy zaobserwują Państwo dane zachowanie. Po zakończeniu obserwacji proszę zliczyć kreski w poszczególnych kategoriach zachowań i wpisać sumę w pole „liczba zachowań łącznie”.

Obserwowane zachowanie	Liczba pojedynczych zachowań	Liczba zachowań łącznie
1. Osoby korzystające z parku i nie prezentujące poniższych zachowań		
2. Osoby wchodzące na trawnik		
3. Osoby wyrzucające śmieci na ziemię		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

4. Osoby palące papierosy i epapierosy		
5. Osoby z psem niesprzątające po psie		
6. Osoby dokarmiające ptaki chlebem		
7. Samochody parkujące na trawniku, nawet częściowo		
8. Liczba zdewastowanych drzew i/lub krzewów		
9. Liczba łąk kwietnych (zamiast trawników – łąka nie wymagająca regularnego koszenia)		
10. Liczba karmników dla ptaków		
11. Liczba wodopojów dla ptaków		
12. Liczba domków dla jeży		

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

Podsumowanie wyników obserwacji

lp	bazar warzywniak	większy sklep spożywczy	g. 9 - 11	g. 16 - 18	ma własną torbę na zakupy	ma własną torbę, ale dodatkowo korzysta z reklamówki ze straganu	nie ma własnej torby na zakupy	korzysta z torebek foliowych do zapakowania poszczególnych rodzajów warzyw/owoców	nie korzysta z torebek foliowych do zapakowania poszczególnych rodzajów warzyw/owoców	nie korzysta z własnych pojemników	korzysta z własnych pojemników	korzysta z foliówek na piczywo	nie korzysta z foliówek na pieczywo
1	1		1		55	67	90	67	53	48	22		
2	1		1		3	0	20	20	3	15	2		
3	1			1	14	20	6	18	0	0	3		
4	1			1	18	11	2	12	1	20	0		
5		1	1		16	8	5	6	3	brak	brak	7	3
6		1		1	13	6	11	7	4	brak	brak	5	3
7		1		1	12	7	9	6	4	brak	brak	3	7
łącznie					131	119	143	136	68	83	27	15	13

lp	bar z jedzeniem na wynos	g. 16.30-18.30	ma własną torbę na zakupy	ma własną torbę, ale dodatkowo korzysta z reklamówki z baru	nie ma własnej torby na zakupy	korzysta ze sztućców jednorazowych	nie korzysta ze sztućców jednorazowych	ma własne pojemniki na potrawy	nie ma własnych pojemników na potrawy
1	1	1	4	7	8	8	2	0	8
2	1	1	6	5	5	6	1	1	6
3	1	1	3	5	7	8	2	1	6
4	1	1	2	9	4	11	0	0	11
łącznie			15	26	24	33	5	2	31

Lider:



FUNDACJA
PRACOWNIA
KOMPETENCJI

Partner:



BIBLIOTEKA LEGIONOWO

Projekt „Legionowanie dla klimatu” jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG

lp	kawiarnia z kawą na wynos	g. 7.30 - 10.00	g. 14.50 - 15.30	g. 12.30 - 14.00	ma własny kubek	nie ma własnego kubka	korzysta ze sztućców jednorazowych	nie korzysta ze sztućców jednorazowych	ma własną torbę na zakupy	pomimo posiadanie własnej torby na zakupy, korzysta z reklamówki z kawiarni	nie ma własnej torby ba zakupy	ma własne pojemniki na potrawy	nie ma własnych pojemników na potrawy
1	1	1			1	5	6	0	0	0	1	0	0
2	1		1		0	2	0	3	0	1	5	0	5
3	1			1	0	4	2	0	0	0	0	0	5
				łącznie	1	11	8	3	0	1	6	0	10

lp	tereny zielone	g. 9 - 11	g. 17 - 19	nie prezentujący w parku poniższych zachowań	wchodzący na trawnik	wyrzucający śmieci na ziemię	palący papierosy	niesprzątający po psie	dokarmiający ptaki chlebem	parkujący na trawniku	zdeastrowane drzewa/krzewy	liczba łąk kwiatnych	liczba karmników dla ptaków	liczba wodopojów dla ptaków	liczba domków dla jeży
1	1	1		28	39	0	0	0	1	4	1	2	0	0	0
2	1		1	11	25	9	17	19	4	3	2	1	3	1	0
3	1		1	8	14	7	11	5	2	2	1	1	2	1	0
			łącznie	47	78	16	28	24	7	9	4	4	5	2	0