

# ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΙΧΘΥΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΥΔΑΤΙΝΟΥ  
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΕΙΔΙΚΗΣ  
ΑΓΩΓΗΣ



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ  
ΣΠΟΥΔΩΝ «ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΟ  
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*«Η απάντηση των παιδιών στην οικολογική επισήμανση-ετικέτα»*

Μητρούσια Σωτηρία

ΒΟΛΟΣ 2021

**UNIVERSITY OF THESSALY**  
**DEPARTMENT OF ICHTHYOLOGY AND AQUATIC**  
**ENVIRONMENT AND DEPARTMENT OF SPECIAL EDUCATION**



**JOINT POSTGRADUATE PROGRAMME «EDUCATION FOR**  
**SUSTAINABILITY AND THE ENVIRONMENT»**

**JOINT POSTGRADUATE MASTER'S THESIS**

**«Children's response to eco-labeling»**

**Mitrousia Sotiria**

**VOLOS 2021**

**Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:**

**Στεριανή Ματσιώρη**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και

Υδάτινου Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο

Θεσσαλίας, *Επιβλέπουσα.*

**Στέφανος Παρασκευόπουλος**, Καθηγητής, Παιδαγωγικό Τμήμα Ειδικής Αγωγής,

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο

Θεσσαλίας, *Μέλος,*

**Σοφοκλής Δρίτσας**, Ε.ΔΙ.Π., Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου

Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο

Θεσσαλίας, *Μέλος.*

**ΒΟΛΟΣ 2021**

## Περίληψη

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο εκπόνησης μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, με σκοπό τη διερεύνηση των απόψεων των παιδιών σχετικά με την οικολογική επισήμανση-ετικέτα των διαφόρων προϊόντων. Ειδικότεροι στόχοι, της συγκεκριμένης έρευνας είναι η διερεύνηση των γνώσεων των παιδιών-καταναλωτών για τα οικολογικά σήματα που έχουν συναντήσει, τη διαδικασία της ανακύκλωσης αλλά και τις συνήθειες της οικογένειας τους σχετικά με αυτή.

Για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική δειγματοληπτική μεθοδολογία, με διενέργεια έντυπου ερωτηματολογίου. Ειδικότερα, στην παρούσα έρευνα, σε 100 άτομα που επιλέχθηκαν με τη μέθοδο της δειγματοληψίας ευκολίας, μοιράστηκε το ερωτηματολόγιο των 28 ερωτήσεων, τυπωμένο. Μοναδική προϋπόθεση των συμμετεχόντων του δείγματος ήταν η φοίτηση σε κάποιο δημοτικό της Αθήνας καθώς και η επιθυμία τους να συμμετέχουν στην έρευνα. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν την περίοδο από το Δεκέμβριο του 2020 μέχρι και τον Φεβρουάριο του 2021. Από αυτά, απαντήθηκαν πλήρως συμπληρωμένα τα 81 ερωτηματολόγια, διαμορφώνοντας το βαθμό ανταποκρισιμότητας στο 80%.

Από όλη την παραπάνω μελέτη προέκυψαν τα εξής κύρια συμπεράσματα. Από το σύνολο των 12 περιβαλλοντικών ετικετών, τα παιδιά του δείγματος αναγνώρισαν από 1 έως 9 σήματα, που υπήρχαν στην φωτογραφία. Τα περισσότερα παιδιά (27% του δείγματος) γνωρίζουν μόνο ένα από τα 12 σήματα της εικόνας και ακολουθούν τα παιδιά που γνωρίζουν 2 σήματα (18%) και 4 σήματα (16%). Επιπρόσθετα, η πιο αναγνωρίσιμη σήμανση από τα παιδιά του δείγματος είναι αυτή του Recycle (26%) και του 100% Natural (23%). Από τα επιμέρους σήματα που ρωτήθηκαν τα παιδιά αν τα γνωρίζουν το μόνο που όλα τα παιδιά δήλωσαν ότι το γνωρίζουν ήταν το σύμβολο της ανακύκλωσης και ακολουθεί το σύμβολο των βιολογικών προϊόντων, για το οποίο το 69% δηλώνει ότι το γνωρίζει και το έχει δει σε φρούτα και λαχανικά.

Όσον αφορά την ανακύκλωση το 77% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους μπλε κάδους, το 31% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους κίτρινους κάδους και το 56% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους καφέ κάδους ανακύκλωσης.

Συμπερασματικά, φαίνεται ότι οι γνώσεις των παιδιών ως προς τις φιλικές προς το περιβάλλον ετικέτες- επισημάνσεις είναι ελάχιστες. Απαραίτητη είναι η ευαισθητοποίηση των παιδιών σε περιβαλλοντικά ζητήματα (π.χ. ανακύκλωση), καθώς η περιβαλλοντική γνώση συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικολογικής συνείδησης των παιδιών. Πρέπει λοιπόν να βοηθήσουμε τα παιδιά να αποκτήσουν οικολογική συνείδηση με τα κατάλληλα εργαλεία, για ένα καλύτερο, πιο ασφαλές και πιο πράσινο κόσμο.

## Abstract

This research was carried out in the context of a master's thesis, in order to explore the views of children on the eco-labeling of various products. Specific objectives of this research are to investigate the knowledge of children-consumers about the eco-labels they have encountered and how it affects their actions regarding recycling.

For the needs of the present research, the quantitative sampling methodology was selected by conducting a printed questionnaire. In particular, in the present study, the 28-item questionnaire, printed, was distributed to 100 kids selected by the convenience sampling method. The only condition of the participants in the sample was to attend a primary school or a high school in Athens, as well as their desire to participate in the research. The questionnaires were completed in the period from December 2020 to February 2021. Of these, 81 questionnaires were fully completed, bringing the response rate to 80%.

The following main conclusions emerged from all the above study. Out of the total of 12 environmental labels, the children in the sample identified from 1 to 9 marks, which were present in the photo. Most children (27% of the sample) know only one of the 12 signals in the picture, followed by children who know 2 signals (18%) and 4 signals (16%). In addition, the most recognizable markings by the children in the sample are that of Recycle (26%) and 100% Natural (23%). Of the individual signals that children were asked if they knew, the only thing all the children said they knew was the symbol of recycling, followed by the symbol of organic products, which 69% say they know and have seen in fruit and vegetables. Regarding recycling 77% of the sample answered correctly about what we recycle in the blue bins, 31% of the sample answered correctly about what we recycle in the yellow bins and 56% of the sample answered correctly about what we recycle in the coffee bins recycling bins.

In conclusion, it seems that children's knowledge of environmentally friendly labels is limited. It is necessary to raise children's awareness of environmental issues (e.g. recycling), as environmental knowledge contributes to the development of children's ecological consciousness. We must therefore help children to acquire ecological awareness with the right tools, for a better, safer and greener world.

## Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη .....	4
Abstract.....	6
Πίνακας Περιεχομένων .....	8
Κατάλογος Πινάκων.....	10
Κατάλογος Διαγραμμάτων .....	11
Επεξήγηση Συντομογραφιών.....	12
Ευχαριστίες.....	13
1. Εισαγωγή .....	14
1.1 Το πρόβλημα της έρευνας.....	14
1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας.....	14
1.3 Περιορισμοί της έρευνας .....	15
1.4 Δομή της έρευνας .....	15
2. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας .....	17
2.1 Η έννοια της οικολογικής σήμανσης.....	17
2.2 Κατηγοριοποίηση περιβαλλοντικών σημάνσεων.....	20
2.3 Οικολογική σήμανση και κύκλος ζωής .....	22
2.4 Eco Labeling και παιδιά.....	23
3. Θεωρητικό πλαίσιο έρευνας .....	26
3.1 Ερευνητικά ερωτήματα.....	26
3.2 Ερευνητικές υποθέσεις .....	27
4. Μεθοδολογικό πλαίσιο της έρευνας.....	28
4.1. Ερευνητική προσέγγιση .....	28
4.2 Στρατηγική συγκρότησης του δείγματος.....	28
4.3 Ανάπτυξη και αξιολόγηση ερευνητικού εργαλείου.....	29
4.4 Στρατηγικές ανάλυσης δεδομένων .....	30
5. Αποτελέσματα Έρευνας .....	32
5.1 Α΄ Μέρος: Δημογραφικά στοιχεία .....	32
5.2 Β΄ Μέρος: Αναγνώριση Οικολογικών Σημάτων.....	36
5.3 Γ΄ Μέρος: Ανακύκλωση .....	45

Συμπεράσματα – Συζήτηση.....	60
Βιβλιογραφία .....	62
Παράρτημα Ι.....	68
Παράρτημα ΙΙ.....	74



## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Ποσοστό αναγνώρισης περιβαλλοντικών σημάτων.....	34
Πίνακας 2. Ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών.....	47
Πίνακας 3. Ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση μπαταριών.....	48
Πίνακας 4. Ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση παπουτσιών και ρούχων .....	49
Πίνακας 5. Ανακύκλωση λαδιών τηγανίσματος.....	50
Πίνακας 6. Σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον».....	51
Πίνακας 7. Αγορά προϊόντων με σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον» από τους γονείς των παιδιών του δείγματος.....	52
Πίνακας 8. Συμμετοχή της οικογένειας στην ανακύκλωση.....	53
Πίνακας 9. Διαλογή σκουπιδιών προς ανακύκλωση.....	54
Πίνακας 10. Οφέλη για το περιβάλλον της ανακύκλωσης.....	55

## Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Το φύλο του δείγματος.....	32
Διάγραμμα 2. Η τάξη που φοιτούν τα παιδιά του δείγματος.....	33
Διάγραμμα 3. Τύπος κτιρίου που κατοικούν τα παιδιά του δείγματος .....	34
Διάγραμμα 4. Επάγγελμα πατέρα των παιδιών του δείγματος .....	34
Διάγραμμα 5. Επάγγελμα μητέρας των παιδιών του δείγματος.....	35
Διάγραμμα 6. Ποσοστό αναγνώρισης περιβαλλοντικών σημάτων.....	36
Διάγραμμα 7. Σημάνσεις που γνωρίζουν περισσότερα τα παιδιά του δείγματος .....	37
Διάγραμμα 8. Τα τρόφιμα που αντιστοίχισε το δείγμα στις σημάνσεις.....	38
Διάγραμμα 9. Οι απόψεις των παιδιών για την ερμηνεία του σήματος: Πετάω τα σκουπίδια στους κάδους.....	41
Διάγραμμα 10. Ανακύκλωση στους μπλε κάδους.....	46
Διάγραμμα 11. Ανακύκλωση στους κίτρινους κάδους .....	47
Διάγραμμα 12. Ανακύκλωση στους κίτρινους κάδους .....	48
Διάγραμμα 13. Ειδικό κάδοι για ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών.....	49
Διάγραμμα 14. Ειδικό κάδοι για ανακύκλωση μπαταριών.....	50
Διάγραμμα 15. Ειδικό κάδοι για ανακύκλωση παπουτσιών και ρούχων .....	50
Διάγραμμα 16. Ανακύκλωση λαδιών τηγανίσματος.....	51
Διάγραμμα 17. Σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον» .....	52
Διάγραμμα 18. Αγορά προϊόντων με σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον» από τους γονείς των παιδιών του δείγματος.....	53
Διάγραμμα 19. Συμμετοχή της οικογένειας στην ανακύκλωση .....	53
Διάγραμμα 20. Διαλογή σκουπιδιών προς ανακύκλωση.....	54
Διάγραμμα 21. Οφέλη για το περιβάλλον της ανακύκλωσης.....	54

## **Επεξήγηση Συντομογραφιών**

ISO: International Organization for Standardization

ΗΠΑ: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

## Ευχαριστίες

Ευχαριστώ την καθηγήτριά μου Κα. Ματσιώρη για την καθοδήγησή της, τις συμβουλές της και την πολύτιμη βοήθειά της.

Ευχαριστώ την οικογένειά μου που με στήριξε.

# 1. Εισαγωγή

## 1.1 Το πρόβλημα της έρευνας

Οι οικολογικές ετικέτες μπορούν να ενθαρρύνουν τις οικολογικές συμπεριφορές των παιδιών και να τα βοηθήσουν να αποκτήσουν οικολογική συνείδηση. Για το λόγο αυτό, το οικογενειακό υπόβαθρο, το σχολείο και η κοινωνία ως όλον, μπορεί να βοηθήσει στο χτίσιμο της οικολογικής συνείδησης των παιδιών και στην ευαισθητοποίησή τους σε περιβαλλοντικά ζητήματα από μικρή ηλικία. Τα μικρά παιδιά μπορούν να συμμετέχουν με τις ιδέες, τις εμπειρίες και τη δράση τους στη διαμόρφωση της οικολογικής τους γνώσης και ηθικής, αλλά και στη διερεύνηση και επίλυση ζητημάτων του καθημερινού περιβάλλοντός τους (Boileau, 2013, McKay, 2012).

Η έννοια του ενεργού πολίτη με περιβαλλοντική συνείδηση αφορά πλέον και τα παιδιά μικρής ηλικίας, τα οποία θεωρούνται ικανά όχι απλά να συμμετέχουν στα διάφορα περιβαλλοντικά ζητήματα, αλλά να επηρεάζουν θετικά ολόκληρη την οικογένεια, αναλαμβάνοντας δράση (Norrdahl, 2008).

Για το λόγο αυτό, τα παιδιά είναι σημαντικό να ενημερώνονται από μικρή ηλικία για τις διάφορες περιβαλλοντικές επισημάνσεις αλλά και για τα ζητήματα της ανακύκλωσης, έτσι ώστε να επιλέγουν με σωστούς δείκτες τα προϊόντα που αγοράζουν αλλά και να ενισχύουν στην πράξη το σημαντικότερο ρόλο της ανακύκλωσης σε όλο του το φάσμα, μέσα από την καθημερινή τους πράξη.

## 1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Η έρευνα αυτή θα πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο εκπόνησης μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, με σκοπό τη διερεύνηση των απόψεων των παιδιών σχετικά με την οικολογική επισήμανση-ετικέτα των προϊόντων. Ειδικότεροι στόχοι, της συγκεκριμένης έρευνας είναι η διερεύνηση:

- των γνώσεων των παιδιών- καταναλωτών για τα οικολογικά σήματα που έχουν συναντήσει.
- των χαρακτηριστικών της φιλικής προς το περιβάλλον επισήμανσης-ετικέτας όπως χρησιμότητα, αξιοπιστία.
- της αγοράς προϊόντων με οικολογική ετικέτα.
- των οφελών του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος.

### **1.3 Περιορισμοί της έρευνας**

Η παρούσα έρευνα υπόκειται σε κάποιους μεθοδολογικούς περιορισμούς, οι οποίοι σχετίζονται με τις έρευνες που βασίζονται στην συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από το δείγμα. Οι περιορισμοί αυτοί σχετίζονται κυρίως με την κατανόηση των ερωτήσεων από το δείγμα, (Bowling, 1997), η οποία όπως φάνηκε από κάποιες απαντήσεις των παιδιών δεν ήταν πλήρης. Επιπρόσθετα, το ότι το ερωτηματολόγιο απευθυνόταν σε παιδιά από πέμπτη δημοτικού έως και έκτη, ενέχει τον κίνδυνο ανεπάρκειας του εκπαιδευτικού επιπέδου και της ικανότητας χειρισμού της γλώσσας των ερωτήσεων από τα παιδιά, τόσο στην κατανόηση όσο και στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

### **1.4 Δομή της έρευνας**

Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται σε πέντε κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί την Εισαγωγή. Στο κεφάλαιο αυτό ουσιαστικά ο αναγνώστης εισάγεται στο υπό μελέτη ζήτημα, μέσα από την παράθεση του προβλήματος της έρευνας, του σκοπού και των στόχων της έρευνας και τέλος των περιορισμών της έρευνας.

Ακολουθεί το δεύτερο κεφάλαιο, το οποίο αποτελεί την βιβλιογραφική ανασκόπηση, γύρω από το υπό μελέτη ζήτημα. Ειδικότερα στο κεφάλαιο αυτό διερευνώνται η έννοια της οικολογικής σήμανσης, η κατηγοριοποίηση των περιβαλλοντικών σημάνσεων, η οικολογική σήμανση και ο κύκλος ζωής και τέλος το Eco Labeling σε σχέση με τα παιδιά.

Το τρίτο κεφάλαιο αναλύει το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας και πιο συγκεκριμένα διατυπώνονται τα ερευνητικά ερωτήματα και οι υποθέσεις της παρούσας έρευνας. Ακολουθεί το τέταρτο κεφάλαιο με τίτλο «Μεθοδολογικό πλαίσιο της έρευνας», στο οποίο και γίνεται μια ανάλυση της ερευνητικής προσέγγισης, της στρατηγικής συγκρότησης του δείγματος, της ανάπτυξης και αξιολόγησης του ερευνητικού εργαλείου και των στρατηγικών ανάλυσης των δεδομένων.

Ακολουθεί το πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο, στο οποίο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας. Αρχικά, αναλύονται τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, έπειτα οι ερωτήσεις σχετικά με την αναγνώριση των οικολογικών σημάτων, και τέλος οι ερωτήσεις σχετικά με την ανακύκλωση.

Τέλος, εξάγονται τα συμπεράσματα από όλη την εργασία και παρατίθεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για τη σύνθεση της παρούσας μελέτης.

## 2. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Σήμερα η γη μας είναι αντιμέτωπη με πολλά και σημαντικά περιβαλλοντικά ζητήματα, κυριότερα από τα οποία θεωρούνται η κλιματική αλλαγή, η ρύπανση του αέρα και η μόλυνση των υδάτων, η εξάντληση των φυσικών πόρων καθώς και η μείωση της βιοποικιλότητας. Η ανθρώπινη κοινωνία, καταναλώνει καθημερινά έναν τεράστιο όγκο προϊόντων που η ίδια παράγει. Όλα αυτά τα προϊόντα επιδρούν με διάφορους τρόπους στο περιβάλλον, όπως για παράδειγμα με την εξάντληση των φυσικών πόρων ως υλικά των προϊόντων αυτών, με την κατανάλωση ενέργειας για την παρασκευή τους καθώς και με τη μόλυνση του περιβάλλοντος από τα υλικά τους όταν τα προϊόντα αχρηστεύονται. Σταδιακά τα προϊόντα αυτά και οι επιδράσεις τους στο περιβάλλον άρχισαν να προβληματίζουν έντονα την κοινωνία και τους σχετικούς φορείς, οι οποίοι και προώθησαν διάφορες τεχνολογίες πιο φιλικές για το περιβάλλον καθώς και τα προγράμματα οικολογικής σήμανσης προϊόντων και υπηρεσιών.

### 2.1 Η έννοια της οικολογικής σήμανσης

Η ιστορία της διαβίβασης πληροφοριών σχετικά με τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά των προϊόντων ξεκινάει τη δεκαετία του 1970. Τα τελευταία χρόνια η οικολογική σήμανση έχει συμπεριλάβει μια μεγάλη ποικιλία διαφορετικών τύπων και μορφών και έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες για την ταξινόμηση των υφιστάμενων ετικετών σύμφωνα με την υποχρεωτική/εθελοντική εφαρμογή, καθώς και τα γενικά χαρακτηριστικά τους (Rubik et al., 2007). Μια συχνά εφαρμοζόμενη κατηγοριοποίηση είναι αυτή του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης (ISO), ο οποίος στοχεύει στη δόμηση και εγκαθίδρυση των περιβαλλοντικών σημάτων.

Τα οικολογικά σήματα αποτελούν πλέον ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία για την επίτευξη των περιβαλλοντικών στόχων της εκάστοτε περιβαλλοντικής πολιτικής. Ο τρόπος που η οικολογική σήμανση λειτουργεί είναι να αναγνωρίζεται εύκολα και να επιλέγεται από τους καταναλωτές το προϊόν ή η υπηρεσία με τις υψηλότερες περιβαλλοντικές επιδόσεις. Η οικολογική σήμανση λαμβάνει πλέον σημασία όχι μόνο από τους καταναλωτές αλλά και από την πλευρά των επιχειρήσεων



κατά την κατασκευή και προώθηση των προϊόντων τους. Με άλλα λόγια η οικολογική σήμανση αποτελεί πλέον ένα σημαντικό εργαλείο και για τη χάραξη περιβαλλοντικής πολιτικής αλλά και ένα δυνατό εργαλείο μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις (Ευρωπαϊκή Ένωση 2010).

Η ιστορία της περιβαλλοντικής σήμανσης ξεκίνησε αρχικά από τη Γερμανία το έτος 1977-78, με το πρόγραμμα «Μπλε Άγγελος». Το πρόγραμμα αυτό δημιουργήθηκε για τη χάραξη της γερμανικής περιβαλλοντικής πολιτικής και έπειτα υιοθετήθηκε από διάφορες επιχειρήσεις ως ένα εμπορικό πλεονέκτημα. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990, ένα κύμα περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης προκάλεσε μια περίοδο πράσινου μάρκετινγκ. Οι κατασκευαστές αντιμετώπισαν αυτήν την τάση δημιουργώντας το δικό τους σύνολο πράσινων προϊόντων, με κάποιους να παρουσιάζουν κάπως υπερβολικές πράσινες αξιώσεις για τα υπάρχοντα προϊόντα τους. Ωστόσο, οι περισσότεροι καταναλωτές δήλωναν ότι έμειναν με «χαμηλή απόδοση πράσινων προϊόντων και υπερβολικούς διαφημιστικούς ισχυρισμούς, που ήταν ανακριβείς, μη επιστημονικοί και ασυνεπείς ως προς τη νομοθεσία (Crane, 2000). Στα μέσα έως τα τέλη της δεκαετίας του 1990, τα προϊόντα που βασίζονταν αποκλειστικά σε περιβαλλοντικές αρετές είχαν «φύγει από το αγορά, ή απορροφήθηκαν/αντιγράφηκαν από τους βασικούς ανταγωνιστές» (Peattie, 1999, Crane, 2000). Λόγω των αρνητικών εμπειριών με τα λεγόμενα πράσινα προϊόντα, οι καταναλωτές έμειναν κάπως καχύποπτοι. Τότε οι κατασκευαστές συνειδητοποίησαν ότι οι πραγματικά περιβαλλοντικοί καταναλωτές ήταν μια πολύ μικρή μειοψηφία, και ότι το ενδιαφέρον για περιβαλλοντικά ζητήματα σπάνια μεταφράζονται σε αποφάσεις αγοράς. Μια άλλη συνειδητοποίηση που προέκυψε ήταν ότι τα πράσινα προϊόντα έπρεπε επίσης να συνοδεύονται από ένα στοιχείο πρακτικότητας. Αυτά περιλαμβάνουν χαρακτηριστικά όπως εξοικονόμηση ενέργειας/κόστους, υγεία/ασφάλεια, υψηλά απόδοση, ευκολία και ευελιξία (Stafford and Hartman, 2007). Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, τα οικολογικά σήματα θεωρήθηκαν ως μηχανισμός αγοράς για να διασφαλιστούν οι καταναλωτές που αγόραζαν προϊόντα που ήταν πραγματικά φιλικά προς το περιβάλλον ή λιγότερο επιβλαβή από ανταγωνιστικά προϊόντα. Το πρώτο λουπόν σχέδιο της οικολογικής σήμανσης εμφανίστηκε το 1977 στη Γερμανία, όπως και προαναφέρθηκε και ακολούθησε το 1988 στον Καναδά το οικολογικό σήμα Environmental Choice. Και οι δύο υιοθέτησαν μια προσέγγιση κύκλου ζωής για την αξιολόγηση των προϊόντων. Μετά την κυκλοφορία του Al Gore's An Inconvenient

Truth το 2006, ένα άλλο κύμα περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης εμφανίστηκε και το πράσινο μάρκετινγκ ήταν και πάλι σε άνοδο. Μερικά λάθη του προηγούμενου κύματος και λόγω του ότι οι καταναλωτές ήταν πλέον πιο ενημερωμένοι, αποφεύχθηκαν. Ωστόσο, στον τομέα των οικολογικών ετικετών, έχει δημιουργηθεί κάποια σύγχυση με αποτέλεσμα σήμερα να υπάρχουν πάνω από τριακόσιες (Makower, 2008). Προκειμένου να μειωθεί η σύγχυση των καταναλωτών στο μέλλον, υπάρχει ανάγκη για μεγαλύτερη εκπαίδευση ή τυποποίηση σε παρόμοια οικολογικά σήματα εστίασης.

Έτσι, σταδιακά προέκυψαν διάφορες περιβαλλοντικές δηλώσεις, ισχυρισμοί και σήματα τόσο για προϊόντα όσο και για υπηρεσίες. Χαρακτηριστικά αναφέρονται τα εξής (EEA, 2020):

- «ανακυκλώσιμο»
- «φιλικό προς το περιβάλλον»
- «χαμηλής ενέργειας»
- «με ανακυκλωμένο περιεχόμενο».

Οι πληροφορίες των οικολογικών σημάνσεων θα πρέπει να είναι αξιόπιστες και ακριβείς έτσι ώστε οι καταναλωτές να ενημερώνονται αληθώς και να μην εξαπατώνται. Για να διασφαλιστεί αυτό δημιουργήθηκαν κάποια πρότυπα και ο έλεγχος αυτών γίνεται από ανεξάρτητο οργανισμό, ο οποίος μπορεί να είναι ιδιωτικός ή δημόσιος. Ο οργανισμός αυτός απονέμει αλλά και επιβλέπει τις οικολογικές σημάνσεις, εφόσον δει ότι πληρούνται τα κριτήρια συμμόρφωσης από τη δημιουργία του και σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του εκάστοτε προϊόντος. Συνεπώς και σύμφωνα με όλα τα παραπάνω η Οικολογική Σήμανση (Eco Labelling) αποτελεί μια εθελοντική πιστοποίηση και σήμανση που πληροφορεί τους καταναλωτές σχετικά με την περιβαλλοντική επίδοση των προϊόντων και των υπηρεσιών που φέρουν το σήμα (Amstel et al., 2008).

Οι κύριοι στόχοι της οικολογικής σήμανσης παρόλο που διαφέρουν ελαφρώς ανά χώρα ή ανά επιχείρηση, είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σε ζητήματα σχετικά με το περιβάλλον, ενώ τα κύρια χαρακτηριστικά ενός προγράμματος οικολογικής σήμανσης θα πρέπει να είναι η εθελοντική συμμετοχή, η συμμόρφωση με την περιβαλλοντική και άλλη σχετική νομοθεσία, η συνολική ποιότητα του προϊόντος και η οικοδόμηση πάνω σε σταθερές

επιστημονικές και τεχνολογικές αρχές και αξιόπιστα κριτήρια που είναι μετρήσιμα και επαληθεύσιμα από τη μια αλλά και λογικά και χρήσιμα για τα προϊόντα και τις επιχειρήσεις που θα τα εφαρμόσουν, από την άλλη.

Ο οργανισμός που απονέμει την οικολογική σήμανση θα πρέπει να είναι ανεξάρτητος από κάθε εμπορικό ή άλλο συμφέρον τόσο στον καθορισμό όσο και στην εφαρμογή των περιβαλλοντικών κριτηρίων και να χαρακτηρίζεται από διαφάνεια και υπευθυνότητα. Οι διαδικασίες σε όλα τα στάδια του προγράμματος θα πρέπει να είναι ανοιχτές και να διασφαλίζεται η δίκαιη εφαρμογή των θεσπισμένων διαδικασιών, ενώ ταυτόχρονα θα πρέπει να υπάρχει αρκετή ευελιξία έτσι ώστε να συμπλέει με τις απαιτήσεις της αγοράς (περιοδική επανεξέταση, αναθεώρηση κριτηρίων (Borin, Cerf & Krishnan, 2011)).

Παρά τα πλεονεκτήματά τους, τα οικολογικά σήματα έχουν συχνά επικριθεί, λόγω ανησυχιών σχετικά με την επιβολή ή λόγω της δημιουργίας φραγμών στην αγορά για μικρές επιχειρήσεις ή λόγω του υψηλού κόστους που συνεπάγονται (Erskine et al., 1997, Grolleau et al., 2007). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ετικέτα Marine Stewardship Council, της οποίας το κόστος πιστοποίησης είναι δυνητικά μεγαλύτερο από τα έσοδα που λαμβάνει ένας ιδιώτης ψαράς για την πώληση των αλιευμάτων του σε ένα χρόνο (Pointe, 2006). Τέλος, υπήρξε κριτική από τους κατασκευαστές στο ότι κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την επιλογή προϊόντων σε μια συγκεκριμένη κατηγορία δε βασίζονται σε επιστημονική βάση, αλλά μάλλον σε κάποιους «πολιτικούς συμβιβασμούς» (Procter & Gamble, 2005). Συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι υπάρχει έλλειψη μιας αποδεκτής μεθοδολογίας και τα κριτήρια εκχωρούνται αυθαίρετα που δεν απεικονίζουν με ακρίβεια ολόκληρο το προφίλ του προϊόντος.

Δεδομένων όλων των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων των οικολογικών σημάτων, υπάρχουν σαφώς προκλήσεις στο σχεδιασμό μιας αποτελεσματικής οικολογικής σήμανσης.

## **2.2 Κατηγοριοποίηση περιβαλλοντικών σημάνσεων**

Οι τρεις τύποι του Διεθνή Οργανισμού Τυποποίησης (ISO) σχετικά με την περιβαλλοντική σήμανση είναι οι εξής:

- Τύπος I με το ISO 1424:1999, ο οποίος βασίζεται στην πιστοποίηση από έναν τρίτο ανεξάρτητο φορέα για συγκεκριμένα αγαθά και υπηρεσίες.
- Τύπος II με το ISO 1421:1999)6, ο οποίος βασίζεται σε ισχυρισμούς από την ίδια την επιχείρηση.
- Τύπος III με το ISO 1425:2006, ο οποίος βασίζεται στις επιπτώσεις του κύκλου ζωής των προϊόντων.

Αναλυτικότερα, στον τύπο I, τα Οικολογικά σήματα (Ecolabels) απονέμονται αφού το προϊόν ή η υπηρεσία αξιολογηθεί από τον ανεξάρτητο φορέα για όλο τον κύκλο ζωής των επιπτώσεων. Αξίζει βέβαια να σημειωθεί ότι ο τύπος I περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα ισχυρισμών και όχι μόνο τους περιβαλλοντικούς.

Στον τύπο II, περιλαμβάνονται ισχυρισμοί που δηλώνονται από τις ίδιες τις εταιρείες, χωρίς να απονέμονται από κάποια ανεξάρτητη αρχή, όπως στον τύπο I. Με άλλα λόγια οι επιχειρήσεις δημιουργούν ένα δικό τους σήμα για να δώσουν έμφαση σε κάποιο χαρακτηριστικό του προϊόντος του σε σχέση με τις επιπτώσεις του στο περιβάλλον, έτσι ώστε οι καταναλωτές και οι προμηθευτές να γνωρίζουν τι αγοράζουν. Με άλλα λόγια οι εταιρείες με αυτό τον τρόπο διαφημίζουν την περιβαλλοντική επίδοση των προϊόντων τους, έτσι ώστε να έχουν έναν ακόμα λόγο οι καταναλωτές να τα προτιμήσουν. Η δήλωση αυτή από την ίδια την εταιρεία για το προϊόν αποτελεί έναν περιβαλλοντικό ισχυρισμό, ή διαφορετικά έναν «πράσινο ισχυρισμό». Ιδιαίτερη σημασία σε αυτόν τον τύπο πρέπει να δίνεται στην ακρίβεια και την αλήθεια που αποτυπώνει η εταιρεία στο μήνυμά, διότι διαφορετικά μπορεί η δήλωση να γίνει παραπλανητική και να εξαπατήσει τους καταναλωτές.

Τέλος, στο τύπο III και τις ετικέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων, τα περιβαλλοντικά κριτήρια καθορίζονται από ένα τρίτο ανεξάρτητο και εξειδικευμένο φορέα. Με άλλα λόγια η ίδια η επιχείρηση συλλέγει τις απαραίτητες περιβαλλοντικές πληροφορίες για το προϊόν και έπειτα ο φορέας επαληθεύει το κατά πόσο ισχύουν αυτοί οι ισχυρισμοί. Αυτός ο τύπος έχει φανεί ιδιαίτερα χρήσιμος για τις δημόσιες συμβάσεις διότι δεν κρίνει τόσο τις περιβαλλοντικές επιδόσεις αλλά παρουσιάζει τα αντικειμενικά δεδομένα του προϊόντος. Η αξιολόγηση αυτών επαφίεται στους αγοραστές (European Commission, 2000).

Συνοψίζοντας λοιπόν όλα τα παραπάνω, ο ISO ανέπτυξε μια κατηγοριοποίηση των περιβαλλοντικών εθελοντικών σημάτων σε τρεις τύπους, ως εξής:

- Τύπος I: αναφέρεται σε προγράμματα πιστοποίησης βάσει κριτηρίων και καθορίζει τη σήμανση ISO Τύπο I ως ένα «Εθελοντικό πρόγραμμα πολλαπλών κριτηρίων που απονέμει άδεια χρήσης περιβαλλοντικών ετικετών σε προϊόντα. Αυτά υποδεικνύουν τη συνολική περιβαλλοντική στάση / προτίμηση ενός προϊόντος μιας κατηγορίας προϊόντων με βάση τις εκτιμήσεις του κύκλου ζωής τους. Αυτές οι σημάσεις παρέχουν ποιοτικές περιβαλλοντικές πληροφορίες». (ISO, 1999) και καλύπτονται από το ISO 14024 που δημοσιεύθηκε τον Απρίλιο του 1999.
- Τύπος II: περιγράφει περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς, «Αυτοαποκαλούμενος περιβαλλοντικός ισχυρισμός από κατασκευαστές, εισαγωγείς, διανομείς, λιανοπωλητές ή οποιοσδήποτε άλλο που είναι πιθανό να επωφεληθεί από μια τέτοια απαίτηση χωρίς ανεξάρτητη πιστοποίηση τρίτου μέρους.» (ISO, 2000). Καλύπτονται από το ISO 14021 που δημοσιεύθηκε το 1999.
- Τύπος III: ισχύει για ποσοτικοποιημένες πληροφορίες προϊόντος που βασίζονται σε ανεξάρτητες επαληθεύσεις χρησιμοποιώντας τους εξής δείκτες: «Παροχή ποσοτικοποιημένων περιβαλλοντικών δεδομένων χρησιμοποιώντας προκαθορισμένες παραμέτρους και, όπου χρειάζεται, πρόσθετων περιβαλλοντικών πληροφοριών» (ISO, 2007). Καλύπτονται από το διεθνές πρότυπο 14025 που δημοσιεύθηκε το 2007. Αυτή η κατηγοριοποίηση παρέχει μια χρήσιμη διάκριση μεταξύ ποιοτικών πληροφοριών, σκοπεύοντας να παραδώσει ένα σαφές και εύκολο στην ερμηνεία του, συμπυκνωμένο και συγκεντρωτικό όγκο πληροφοριών, ο οποίος καθοδηγεί τους πελάτες σε ένα ευρύ σύνολο κατηγοριών που χρειάζονται για να μπορούν να ερμηνεύουν οι ίδιοι τις πληροφορίες.

### **2.3 Οικολογική σήμανση και κύκλος ζωής**

Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος εξετάζει το περιβαλλοντικό αντίκτυπο σε κάθε στάδιο της ζωής του προϊόντος. Αναλυτικότερα, εξετάζονται οι φυσικοί πόροι και η ενέργεια που χρησιμοποιούνται κατά την εξόρυξη, τη μεταφορά, τη μεταποίηση, τη χρήση και την απόρριψη του. Με την ολική επισκόπηση του προϊόντος, δεν

μετακυλίνονται οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις από το ένα στάδιο ζωής στο άλλο ή από μια χώρα σε άλλη, αλλά το προϊόν ή η υπηρεσία εξετάζεται συνολικά. Η προσέγγιση που βασίζεται στον κύκλο ζωής συμβάλει στην αποφυγή της μετακύλησης επιπτώσεων από το ένα στάδιο του κύκλου ζωής σε κάποιο άλλο ή σε κάποιες άλλες χώρες.

Επιπρόσθετα, με την τεχνική της κοστολόγησης του κύκλου ζωής, καθορίζεται το πραγματικό κόστος ενός προϊόντος και έτσι ο καταναλωτής γνωρίζει πραγματικά τι θα κοστίσει το προϊόν αυτό όχι μόνο όταν το αγοράζει αλλά σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του. Κατά την αξιολόγηση αυτή λαμβάνονται υπόψη διάφοροι παράγοντες, όπως η χρήση της ενέργειας, η χρήση του νερού, η χρήση των φυσικών πόρων, η ατμοσφαιρική ρύπανση και οι εκπομπές χημικών και αποβλήτων, σύμφωνα με τις αναλυτικές αρχές του ISO 14044:2006 και 14040:2006 για την κοστολόγηση και αξιολόγηση του κύκλου ζωής (European Commission, 2021).

## **2.4 Eco Labelling και παιδιά**

Η έρευνα σχετικά με την προώθηση των περιβαλλοντικών στάσεων και συμπεριφορών των παιδιών παραμένει κάπως περιορισμένη (Collado & Corraliza, 2015), αν και θεωρείται ουσιαστική και ιδιαίτερα σημαντική. Η σημαντικότητα αυτή έγκειται στο γεγονός ότι οι στάσεις της παιδικής ηλικίας είναι πιθανό να διαμορφώσουν κριτικά τις δια βίου στάσεις και συμπεριφορές προς το περιβάλλον ενός ανθρώπου (Chawla, 1999) καθώς και στο ότι τα παιδιά μπορούν να επηρεάσουν τη στάση και τη συμπεριφορά των γονιών, των αδελφών και των συνομηλίκων τους σε μεγάλο βαθμό (Ballantyne, Connell, & Fien, 2006; Evans, Gill, & Marchant, 1996; Larsson, Andersson, & Osbeck, 2010).

Η μέχρι τώρα έρευνα έχει δείξει ότι πιέζοντας τα παιδιά να συμπεριφέρονται με συγκεκριμένο τρόπο, φέρνει συχνά το αντίστροφο αποτέλεσμα (Goldberg & Gunasti, 2006). Με βάση λοιπόν τη βιβλιογραφία, η αποτελεσματικότητα των κοινωνικών τεχνικών επισήμανσης βασίζονται σε δύο βασικές προϋποθέσεις. Πρώτον, στο ότι οι αλλαγές στην αυτοαντίληψη γίνονται σιωπηρά (Miller et al., 1975), αν και στα παιδιά η αυτοαντίληψη ξεκινάει να αναπτύσσεται περίπου στην ηλικία των επτά ή οκτώ ετών (Leflot, Onghena, & Colpin, 2010) και αυξάνεται με την ηλικία (Campbell et al., 1996). Επιπρόσθετα, τα παιδιά τις περισσότερες φορές έχουν έλλειψη γνώσης της πειθούς και

συνεπώς πιο εύκολα μπορούν να εξαπατηθούν (John, 1999; Valkenburg & Cantor, 2001) και να βρεθούν θύματα πειστικών χαρακτηριστικών μηνυμάτων που ενεργοποιούν τη γνώση πειθούς (Rozendaal, Buijzen, & Valkenburg, 2010; van Reijmersdal, Rozendaal, & Buijzen, 2012). Τέλος, τα παιδιά φιλοδοξούν για τον εαυτό τους το «Καλό» περισσότερο από ότι οι ενήλικες, γεγονός που μπορεί να τους παρασύρει πιο εύκολα ένας ισχυρισμός για το «Καλό» σε ένα προϊόν (Allen, 1982; Kraut, 1973; Tasimi & Young, 2016).

Σύμφωνα με εκτενή έρευνα που έλαβε χώρα κατά τη δεκαετία του 1970, η κοινωνική επισήμανση επηρεάζει τις συμπεριφορές των προεφήβων. Στη μελέτη του Bolen (1975), οι ερευνητές πέτυχαν να ενθαρρύνουν τα παιδιά 10 ετών με το να τους λένε επανειλημμένα μια φράση μέσα σε διάστημα οκτώ ημερών. Οι Miller et al. (1975) έδειξαν επίσης ότι η έκθεση παιδιών ηλικίας επτά ετών σε τρία διαφορετικά λεκτικά σχόλια που σχετίζονται με την ικανότητά τους στα μαθηματικά, βοήθησε τα παιδιά να ανταπεξέλθουν καλύτερα στις σχολικές απαιτήσεις και να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους.

Η κοινωνική επισήμανση μετά από κάποια επαναληπτικότητα μπορεί να τροποποιήσει την αυτοαντίληψη των παιδιών και των προεφήβων και να τα οδηγήσει σε αλλαγές της συμπεριφοράς τους (Cornelissen et al., 2007). Πράγματι, η επίτευξη αλλαγών συμπεριφοράς σε περιβαλλοντικά ζητήματα στα παιδιά είναι εφικτή, αλλά απαιτεί και ιδιαίτερη προσοχή. Εάν οι φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές ωφελούν την κοινωνία μακροπρόθεσμα, συχνά υπονοούν τη θυσία προσωπικών πόρων, όπως τα χρήματα, χρόνο ή προσπάθεια βραχυπρόθεσμα (Pieters, Bijmolt, van Raaij, & de Kruijk, 1998; Rothschild, 1979). Παρόλο που τα παιδιά αντιμετωπίζουν κάποιες δυσκολίες περιμένοντας επιπλέον χρόνο ή δίνοντας περισσότερο κόπο για κάτι, φαίνεται ότι τελικώς το απολαμβάνουν περισσότερο (Mischel, Shoda, & Rodriguez, 1989).

Οι νεαροί έφηβοι εμφανίζουν αυτονομία στις επιλογές τους (Palan, Gentina, & Muratore, 2010) και προτιμούν τα προϊόντα που έχουν επιλέξει οι ίδιοι και όχι οι γονείς τους για αυτούς (Freeman & Brucks, 2002). Όταν η διαφήμιση και η κοινωνική πίεση αποτυγχάνουν να πείσουν τα παιδιά, τα οποία εμφανίζουν υψηλότερη διαύγεια για τον εαυτό τους (Isaksen & Roper, 2008; Lee et al., 2010; Reeves et al., 2012), η κοινωνική επισήμανση μπορεί να λειτουργήσει.

Ειδικότερα, όσον αφορά τις ετικέτες τροφίμων, έχει τονιστεί ότι είναι πολύ σημαντικό να αποκτήσουν τα παιδιά συνήθειες ανάγνωσης ετικετών τροφίμων, διότι αυτό καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την υγιεινή τους διατροφή και την ανάπτυξη υγιών ατόμων στο μέλλον (Fine, 1995; Higginson et al., 2002). Παρά το ότι η έρευνα δεν είναι εκτενής στο συγκεκριμένο ζήτημα, οι μαθητές διαβάζουν μερικές φορές τις συσκευασίες τροφίμων, δίνοντας βάση στην έκφραση των ετικετών και στα συστατικά του προϊόντος. Στη μελέτη των McCullum & Achterberg (1997), διαπιστώθηκε ότι οι φοιτήτριες ήταν πιο ευαίσθητες στην ανάγνωση πληροφοριών ετικετών από τους άνδρες. Σε προηγούμενες μελέτες, οι οποίες τόνισαν τη σημασία της ανάγνωσης ετικετών τροφίμων, υπογραμμίστηκε ότι η διδασκαλία της σημασίας της ανάγνωσης ετικετών τροφίμων και η παροχή διατροφικής εκπαίδευσης μπορεί να βοηθήσει τους καταναλωτές να αγοράσουν κατάλληλα τρόφιμα για μια υγιεινή διατροφή και για την πρόληψη διαφόρων ασθενειών (Fine, 1995; Higginson et al., 2002; Misra, 2007). Αναφέρεται επίσης ότι ο λόγος ανάγνωσης ετικετών τροφίμων αυξάνεται μετά την εκπαίδευση που παρέχεται στα παιδιά και η εκπαίδευση είχε επίδραση στις προτιμήσεις υγιεινών τροφίμων τόσο των παιδιών όσο και των ενηλίκων καταναλωτών (Falciglia, Norton & Wagner, 1997; Neale & Langnäse, 1998; Unusan, 2004).

Επιπρόσθετα, στη μελέτη των Falciglia et al. (1997) αναφέρθηκε ότι η προειδοποίηση των γονέων στα παιδιά τους σχετικά με τη διατροφή ήταν αποτελεσματική στην επιλογή υγιεινών τροφών. Οι Kelly et al (2006), Chan και McNeal (2003) και Bassett et al. (2008) αναφέρουν ότι η συζήτηση για το φαγητό με παιδιά κατά τη διάρκεια των αγορών είχε θετική επίδραση στα παιδιά και τα παιδιά επιλέγουν υγιεινά τρόφιμα μετά από αυτές τις συζητήσεις - συμβουλές. Λαμβάνοντας υπόψη ότι τα παιδιά θα συμμετέχουν στην κοινωνία ως μητέρες, πατέρες, δάσκαλοι ή απλά ως ενήλικοι πολίτες, για την ανατροφή μιας υγιούς γενιάς, η έναρξη της διατροφικής εκπαίδευσης σε μικρή ηλικία μπορεί να βοηθήσει στην ανατροφή των συνειδητών καταναλωτών.



### **3. Θεωρητικό πλαίσιο έρευνας**

#### **3.1 Ερευνητικά ερωτήματα**

Στην παρούσα έρευνα με σκοπό τη διερεύνηση των απόψεων των παιδιών σχετικά με την οικολογική επισήμανση-ετικέτα των προϊόντων, έχουν τεθεί τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

1. Σε τι ποσοστό αναγνωρίζουν τα παιδιά την οικολογική επισήμανση-ετικέτα;
2. Ποια οικολογική ετικέτα είναι η πιο αναγνωρίσιμη και ποια η λιγότερο αναγνωρίσιμη;
3. Σε ποια τρόφιμα ανακαλούν τα παιδιά την ύπαρξη οικολογικών επισημάνσεων-ετικετών;
4. Γνωρίζουν τα παιδιά τη σημασία βασικών ετικετών-επισημάνσεων της ανακύκλωσης;
5. Γνωρίζουν τα παιδιά την ύπαρξη ειδικών κάδων ανακύκλωσης αλλά και τη σημασία του χρώματος στους κάδους ανακύκλωσης;
6. Ποιες οι συνήθειες της μέσης ελληνικής οικογένειας σε ό,τι αφορά την διαλογή των απορριμμάτων και την ανακύκλωση;

# 1. Μεθοδολογικό πλαίσιο της έρευνας

## 1.1. Ερευνητική προσέγγιση

Η μεθοδολογία της εκάστοτε έρευνας αφορά τις παραμέτρους εκείνες που διαμορφώνουν τη μεθοδολογική προσέγγιση, τις μεθόδους δηλαδή, τα μέσα και τις τεχνικές που θα επιλέξει ο εκάστοτε ερευνητής για να προσεγγίσει ολόπλευρα, επιστημονικά και αξιόπιστα το θέμα του (Δημητρόπουλος, 2004).

Η βασική κατηγοριοποίηση των ερευνών είναι σε ποσοτική και ποιοτική. Η ποιοτική έρευνα βασίζεται στην κατανόηση των παρατηρήσεων ή περιπτώσεων ενώ η ποσοτική σε στατιστικές μετρήσεις και συγκρίσεις. Οι ποσοτικές μέθοδοι είναι η πειραματική, η δειγματοληπτική (με συλλογή δεδομένων μέσω διενέργεια ερωτηματολογίου), η δευτερογενής και η ανάλυση περιεχομένου (Keith & Sharp, 1994; Martin, 2008; Mertens, 2009).

Για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική δειγματοληπτική μεθοδολογία, με διενέργεια έντυπου ερωτηματολογίου.

## 4.2 Στρατηγική συγκρότησης του δείγματος

Σύμφωνα με τους Babin και Zikmund (2015) θα ήταν πραγματικά ανέφικτο η κάθε έρευνα ερωτηματολογίου να μελετάει όλο το σύνολο του πληθυσμού. Η δειγματοληψία αποτελεί μια διαδικασία, η οποία επιτρέπει στους ερευνητές να συνάγουν πληροφορίες σχετικά με τον πληθυσμό, χωρίς να χρειάζεται να διερευνήσουν όλον τον πληθυσμό, αλλά μονάχα ένα αντιπροσωπευτικό μέρος του. Αυτό βέβαια θα πρέπει πάντα να σταθμίζεται σε σχέση με ένα αρκετά μεγάλο μέγεθος δείγματος με αρκετή δύναμη και αξιοπιστία, για να ανιχνεύσει μια πραγματική σύνδεση και συνεπώς να μπορούν να γενικευτούν τα αποτελέσματα της έρευνας. (Κυριαζή, 2012).

Για την επιλογή του αντιπροσωπευτικού δείγματος υπάρχουν πολλές διαφορετικές διαθέσιμες τεχνικές δειγματοληψίας (τυχαία, στρωματοποιημένη, ποσόστωσης κ.α.) από τις οποίες στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η δειγματοληψία ευκολίας. Κατά τη δειγματοληψία οι συμμετέχοντες επιλέγονται με τον πιο πρόσφορο

τρόπο, και συχνά υπάρχει η δυνατότητα να επιλέξουν ή να λάβουν μέρος εθελοντικά. Κατά τη μέθοδο αυτή υπάρχει ένα αδύναμο σημείο, που είναι το ότι το σύνολο των δεδομένων μπορεί να είναι σοβαρά μεροληπτικό (Παπανής, 2012).

Στην παρούσα έρευνα, σε 100 άτομα που επιλέχθηκαν με την μέθοδο της δειγματοληψίας ευκολίας, μοιράστηκε το ερωτηματολόγιο των 28 ερωτήσεων, τυπωμένο. Μοναδική προϋπόθεση των συμμετεχόντων του δείγματος ήταν η φοίτηση σε κάποιο Δημοτικό σχολείο της Αθήνας καθώς και η επιθυμία τους να συμμετέχουν στην έρευνα. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν την περίοδο από τον Δεκέμβριο του 2020 μέχρι και τον Φεβρουάριο του 2021. Από αυτά, απαντήθηκαν πλήρως συμπληρωμένα τα 81 ερωτηματολόγια, διαμορφώνοντας τον βαθμό ανταποκρισιμότητας στο 80%.

#### **4.3 Ανάπτυξη και αξιολόγηση ερευνητικού εργαλείου**

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας αποτελείται από συνολικά 28 ερωτήσεις που είναι χωρισμένες σε τρία τμήματα. Το πρώτο τμήμα του ερωτηματολογίου αποτελούνταν από 7 ερωτήσεις που αναφέρονταν στα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος. Το δεύτερο τμήμα του ερωτηματολογίου αποτελούνταν από 10 ερωτήσεις που διερευνούσαν τον βαθμό αναγνώρισης των περιβαλλοντικών σημάτων. Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελούνταν από 11 ερωτήσεις σχετικά με την ανακύκλωση.

Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα της παρούσας πτυχιακής εργασίας και ο επόμενος πίνακας παρουσιάζει τις υποκατηγορίες του εν λόγω ερωτηματολογίου. Εξάλλου, η αξιοπιστία το ερωτηματολογίου ήταν πολύ υψηλή, καθώς η τιμή του Cronbach ήταν αρκετά ικανοποιητική, τόσο για το σύνολο του ερωτηματολογίου, όσο και για τα επιμέρους τμήματά του, όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί.

**Πίνακας 1. Έλεγχος αξιοπιστίας ερωτηματολογίου**

<b>Τμήμα ερωτηματολογίου</b>	<b>Επιμέρους ερωτήσεις</b>	<b>Τιμή Cronbach's <math>\alpha</math></b>
<i>Συνολικό ερωτηματολόγιο</i>	28	0.872
<i>Τμήμα Α</i>	7	0.340
<i>Τμήμα Β</i>	10	0.790
<i>Τμήμα Γ</i>	11	0,920

Κάποιες από τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου είναι ανοιχτού τύπου και κάποιες κλειστού, με τη βαθμιαία κλίμακα Likert. Το ερωτηματολόγιο, τέλος, σχεδιάστηκε και διαμοιράστηκε στο δείγμα δια ζώσης. Για την μεγαλύτερη αξιοπιστία του ερευνητικού εργαλείου, διενεργήθηκε πιλοτική έρευνα, σε 12 παιδιά της ηλικίας του δείγματος, σε στυλ συνέντευξης, όπου και διαπιστώθηκαν κάποια προβλήματα κατανόησης τα οποία και διορθώθηκαν.

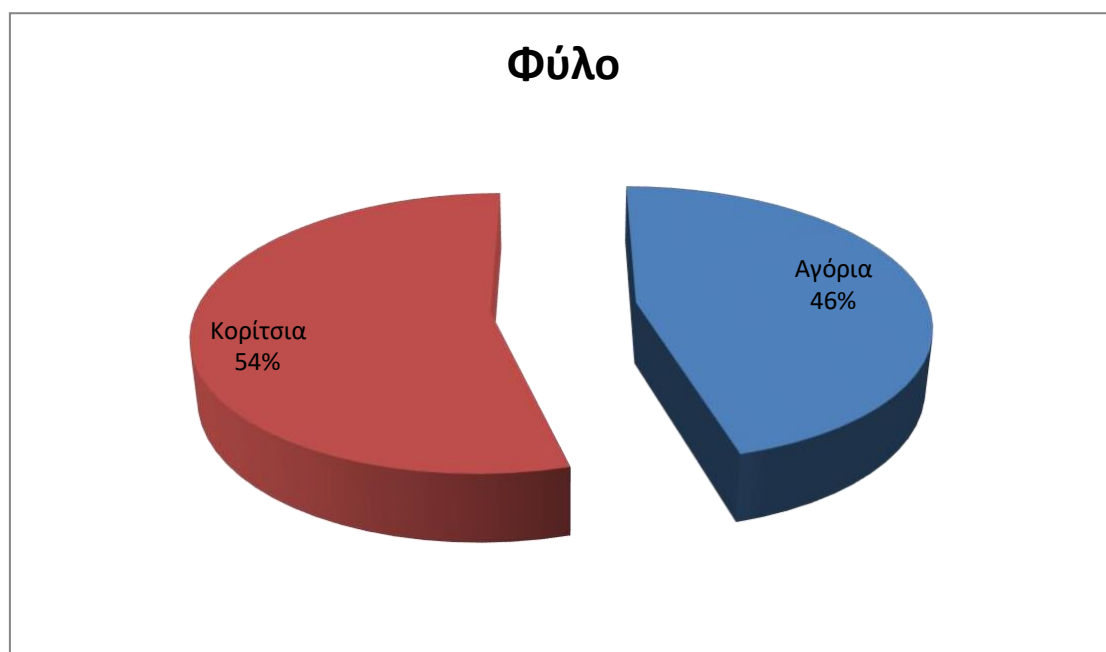
#### **4.4 Στρατηγικές ανάλυσης δεδομένων**

Μετά την συλλογή τους, τα δεδομένα, μετά την κατάλληλη κωδικοποίηση τους εισήχθησαν στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS v.26. Προκειμένου να παρουσιαστούν με κατάλληλο τρόπο τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής, χρησιμοποιήθηκαν πίνακες και διαγράμματα, τα οποία περιείχαν απόλυτες και σχετικές συχνότητες, αλλά και άλλα μέσα περιγραφικής στατιστικής, όπως η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση.

## 2. Αποτελέσματα Έρευνας

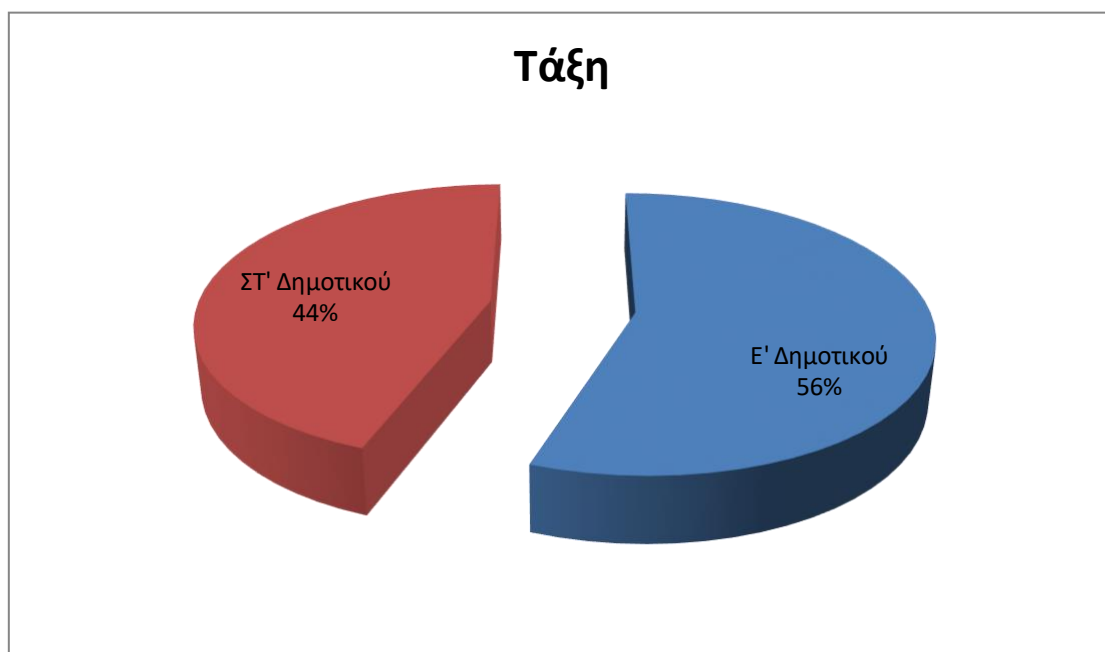
### 5.1 Α΄ Μέρος: Δημογραφικά στοιχεία

Τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, κωδικοποιήθηκαν στο πρόγραμμα SPSS και αναλύθηκαν με βάση το ίδιο πρόγραμμα. Ακολουθούν τα αποτελέσματα του πρώτου μέρους του ερωτηματολογίου, παρουσιαζόμενα σε κυκλικά διαγράμματα.



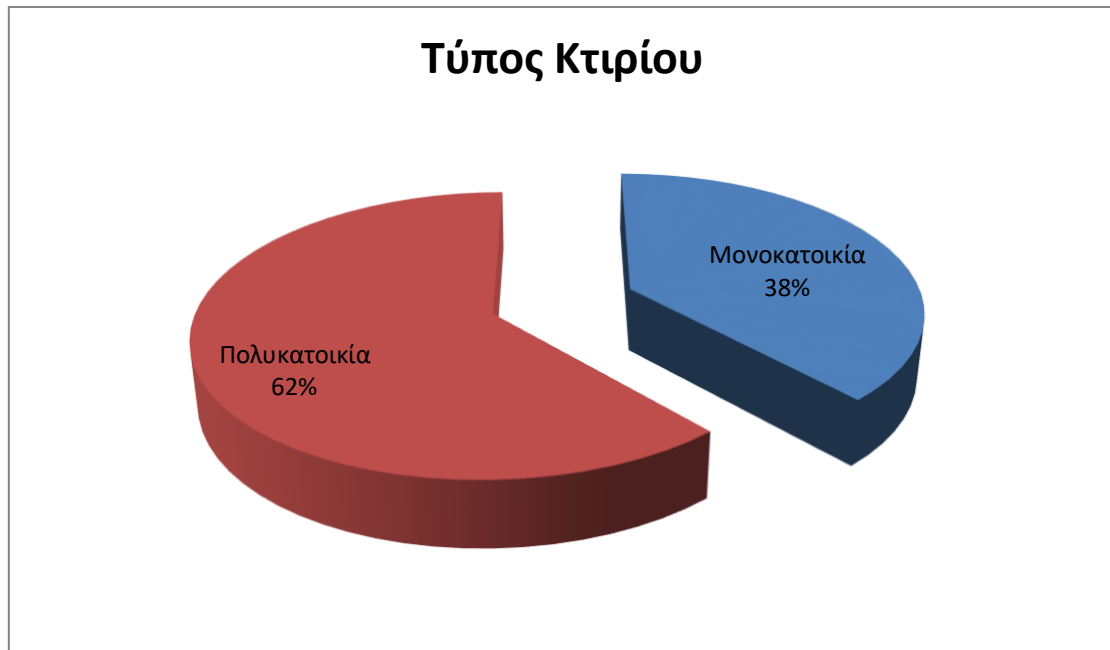
Διάγραμμα 1. Το φύλο του δείγματος

Στο Διάγραμμα 1, από το σύνολο του δείγματος τα 37 είναι αγόρια και τα 44 κορίτσια, συνεπώς το 46% του δείγματος αποτελείται από αγόρια και το 54% από κορίτσια. Το ποσοστό αυτό είναι σύνηθες σε μία τάξη και μας δείχνει ότι το δείγμα είναι αρκετά αντιπροσωπευτικό ως προς το φύλο.



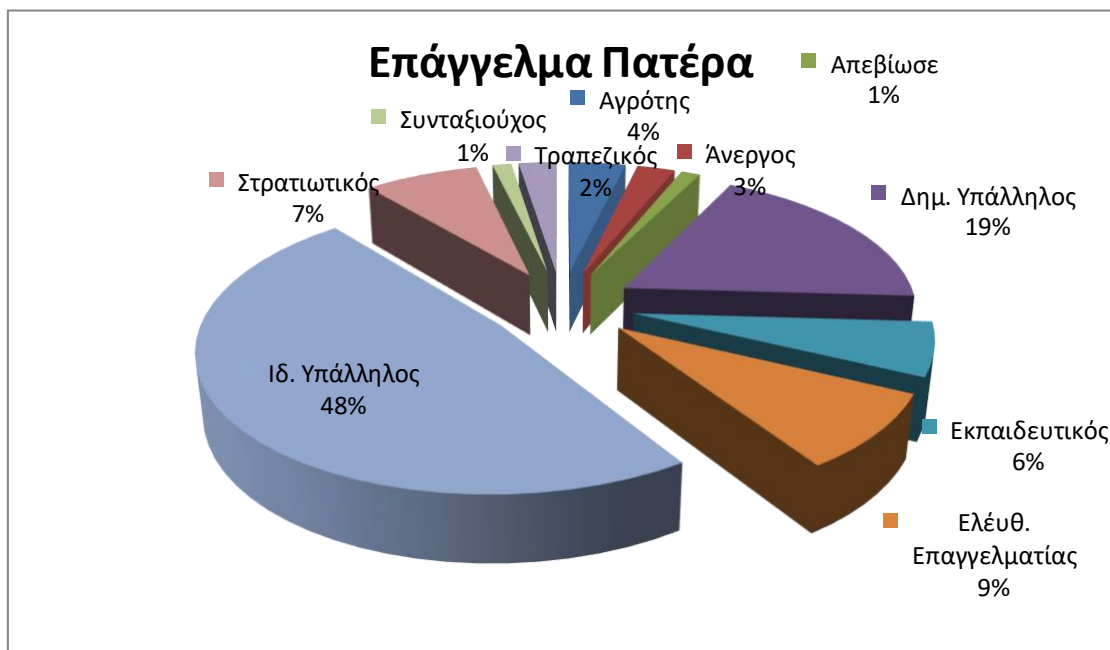
**Διάγραμμα 2. Η τάξη που φοιτούν τα παιδιά του δείγματος**

Στο Διάγραμμα 2, από το σύνολο του δείγματος τα το 56% είναι παιδιά της πέμπτης δημοτικού και το 44% παιδιά της έκτης δημοτικού.



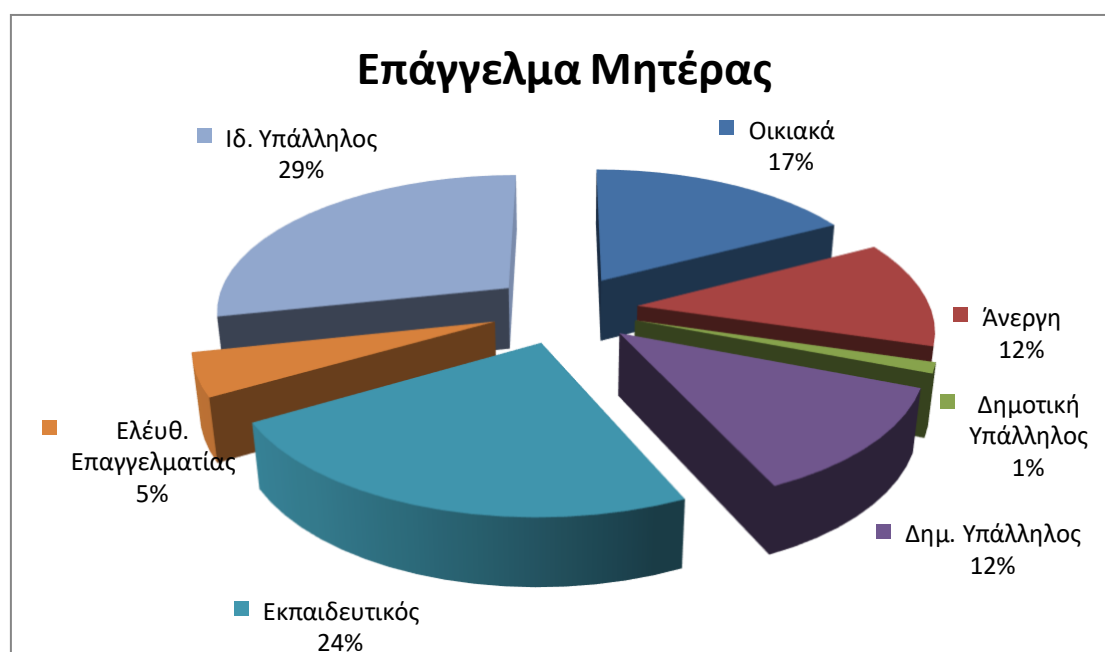
**Διάγραμμα 3. Τύπος κτιρίου που κατοικούν τα παιδιά του δείγματος**

Όπως εύκολα παρατηρεί κανείς στο Διάγραμμα 3, από το σύνολο του δείγματος τα 31 παιδιά μένουν σε μονοκατοικία και τα 50 σε πολυκατοικία, συνεπώς το 38% του δείγματος ζουν σε μονοκατοικία και το υπόλοιπο 62% σε πολυκατοικία.



**Διάγραμμα 4. Επάγγελμα πατέρα των παιδιών του δείγματος**

Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 4 το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (48%) έχουν πατέρα ιδιωτικό υπάλληλο και ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι με ποσοστό 19%. Το 9% έχουν πατέρα ελεύθερο επαγγελματία και το 7% στρατιωτικό. Το υπόλοιπο 17% των παιδιών του δείγματος έχουν πατέρα που εργάζεται ως εκπαιδευτικός (6%), αγρότης (4%), άνεργος (3%), τραπεζικός (2%), συνταξιούχος (1%) και 1% που απεβίωσε.



**Διάγραμμα 5. Επάγγελμα μητέρας των παιδιών του δείγματος**

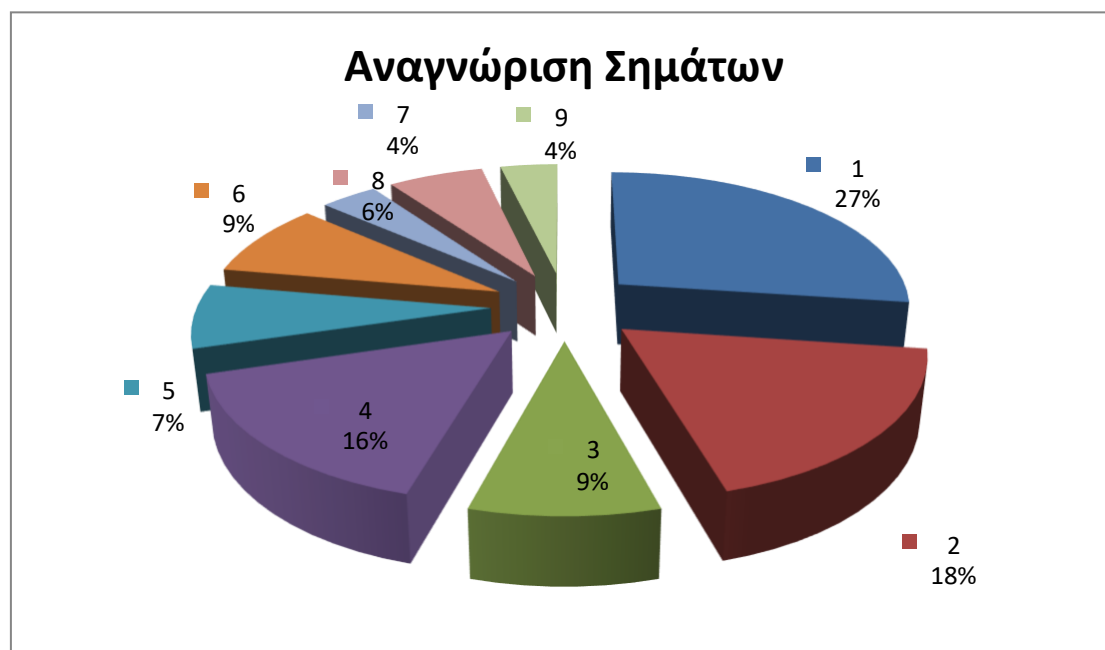
Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 5 το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (29%) έχουν μητέρα ιδιωτικό υπάλληλο και ακολουθούν οι εκπαιδευτικοί με ποσοστό 24%. Το 17% έχουν μητέρα που ασχολείται με οικιακά, ενώ ένα 12% έχουν μητέρα δημόσιο υπάλληλο και ένα ακόμη 12% μητέρα άνεργη. Τέλος, ένα 5% των μητέρων του δείγματος είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και το 1% δημοτικοί υπάλληλοι.



## 5.2 Β' Μέρος: Αναγνώριση Οικολογικών Σημάτων

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από δέκα ερωτήσεις, οι οποίες αφορούν την αναγνώριση των οικολογικών σημάτων από το δείγμα. Οι απαντήσεις κωδικοποιήθηκαν στο πρόγραμμα Microsoft excel και αναλύθηκαν με βάση το ίδιο πρόγραμμα. Ακολουθούν τα αποτελέσματα του πρώτου μέρους του ερωτηματολογίου, παρουσιαζόμενα με κυκλικά διαγράμματα.

Στην πρώτη ερώτηση ζητείται από τα παιδιά να κυκλώσουν ανάμεσα σε δώδεκα σήματα, αυτά που γνωρίζουν. Από τα αποτελέσματα αυτής της ερώτησης φάνηκαν τα εξής:

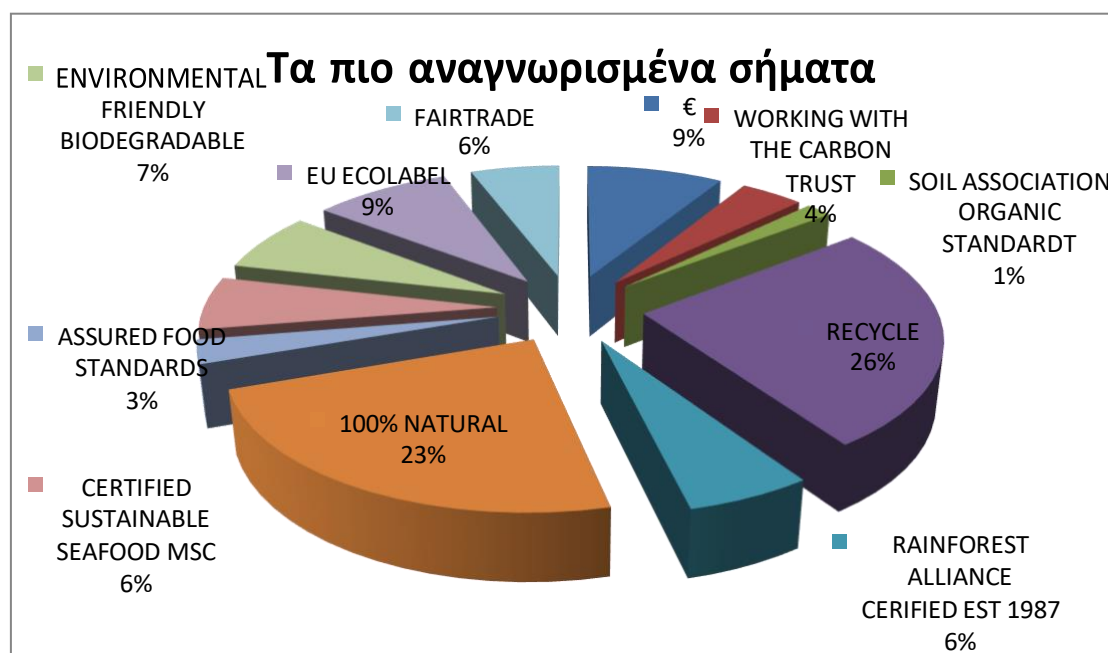


**Διάγραμμα 6. Ποσοστό αναγνώρισης περιβαλλοντικών σημάτων**

Όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 6 τα παιδιά αναγνώρισαν από 1 έως 9 σήματα, από το σύνολο των 12 σημάτων που υπήρχαν στην φωτογραφία. Τα περισσότερα παιδιά (27% του δείγματος) γνωρίζουν μόνο ένα από τα 12 σήματα της εικόνας και ακολουθούν τα παιδιά που γνωρίζουν 2 σήματα (18%) και 4 σήματα (16%). Τα παιδιά που γνωρίζουν 3 ή 6 σήματα αποτελούν το 9% του δείγματος το κάθε ένα, ενώ αυτά που γνωρίζουν 5 σήματα αποτελούν το 7% του δείγματος. Τέλος, τα παιδιά

που γνωρίζουν 8 σήματα αποτελούν το 6%, ενώ τα παιδιά που γνωρίζουν 7 ή 9 σήματα αποτελούν το 4% το κάθε ένα.

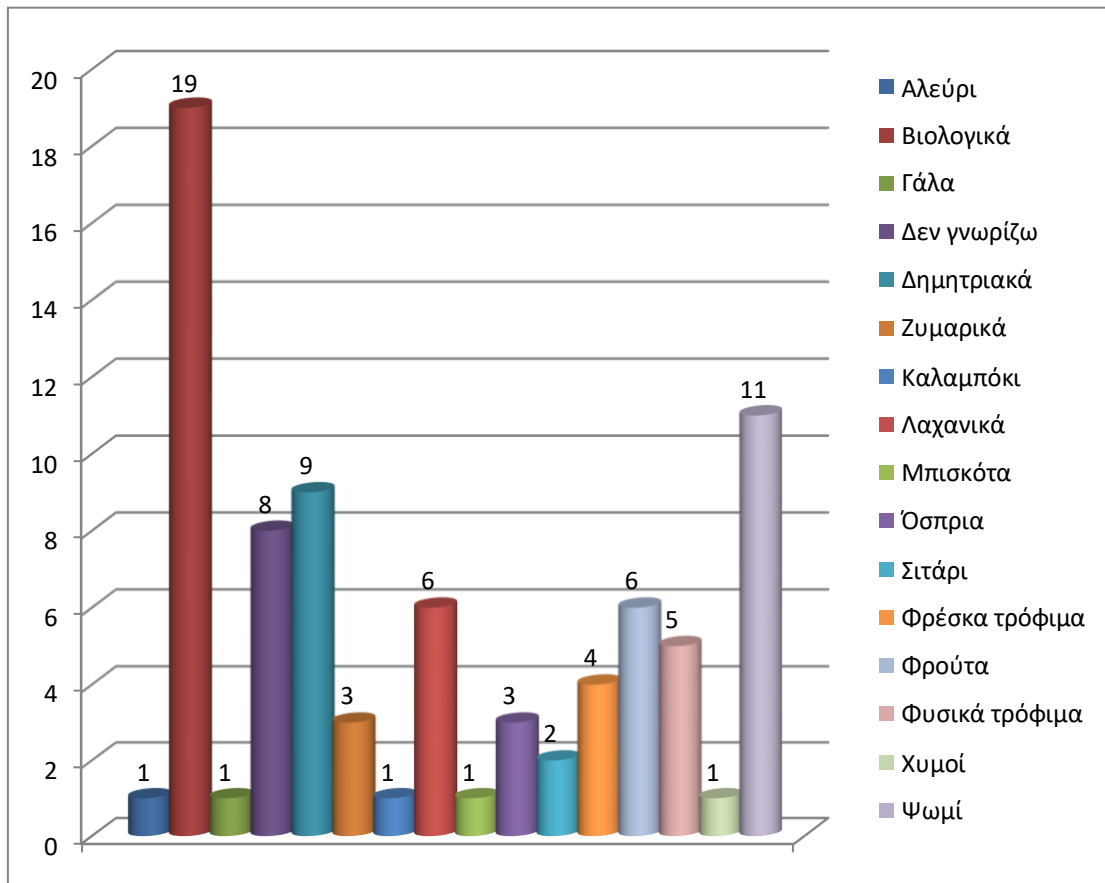
Αναλύοντας την συγκεκριμένη ερώτηση περαιτέρω, όλες οι σημάνσεις που κύκλωσαν τα παιδιά κωδικοποιήθηκαν στο Excel και προέκυψε το παρακάτω διάγραμμα το οποίο δείχνει, ποιες σημάνσεις από τις 12 της εικόνας, γνωρίζουν περισσότερο τα παιδιά.



Διάγραμμα 7. Σημάνσεις που γνωρίζουν περισσότερο τα παιδιά του δείγματος

Από το διάγραμμα 7 διαπιστώνει κανείς ότι η πιο αναγνωρίσιμη σήμανση από τα παιδιά του δείγματος είναι αυτή του Recycle (26%) και του 100% Natural (23%). Ακολουθούν οι € και EU ECOLABEL με 9% η κάθε μία, η ENVIRONMENTAL FRIENDLY BIODEGRADABLE με 7% και έπειτα η RAINFOREST ALLIANCE CERIFIED EST 1987, η CERTIFIED SUSTAINABLE SEAFOOD MSC και η FIRTRADE με 6% η κάθε μία. Τέλος η ετικέτα Working with Carbon Trust αναγνωρίζεται σε ποσοστό 4%, η Assured Food Standards με 3% και η Soil Association Organic Standard με μόλις 1%.

Έπειτα δόθηκε η παρακάτω εικόνα στα παιδιά του δείγματος και τους ζητήθηκε να πουν σε ποια τρόφιμα τα συναντούν συνήθως.



**Διάγραμμα 8. Τα τρόφιμα που αντιστοιχισε το δείγμα στις σημάνσεις**

Διαπιστώνει κανείς από το Διάγραμμα 8, ότι τα περισσότερα παιδιά θεωρούν ότι οι οικολογικές αυτές σημάνσεις απαντώνται σε βιολογικά τρόφιμα, στο ψωμί ή στα

δημητριακά, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 11% δηλώνει ότι δε γνωρίζει σε ποια τρόφιμα συναντώνται. Τέλος, αρκετά από τα παιδιά απάντησαν ότι συναντώνται σε φρέσκα τρόφιμα, φρούτα, λαχανικά και φυσικά τρόφιμα.

Στην επόμενη ερώτηση, τα παιδιά ρωτήθηκαν τι σημαίνει το παρακάτω σήμα. Το σήμα «*Energy Star*», είναι σήμα ποιότητας που φέρουν οι ηλεκτρικές συσκευές γραφείου που πληρούν ορισμένες προδιαγραφές ενεργειακής απόδοσης και συνεπώς είναι συσκευές χαμηλής κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας.



Μόνο 12 από τα παιδιά του δείγματος (15%) δήλωσαν ότι γνωρίζουν τι σημαίνει το σήμα αυτό και οι απαντήσεις τους ήταν οι εξής:

- Οργανισμός Προστασίας Περιβάλλοντος
- Ενέργεια
- Ενεργειακό αστέρι
- Εξοικονόμηση ενέργειας
- Ένα πρόγραμμα του Οργανισμού Προστασίας Περιβάλλοντος των ΗΠΑ
- Οικονομία στην ενέργεια
- Ενέργεια από τη φύση
- Ενέργεια από τον αέρα

Στην επόμενη ερώτηση, με τον ίδιο τρόπο, τα παιδιά του δείγματος ρωτήθηκαν τι σημαίνει το παρακάτω σήμα. Το σύμβολο αυτό, αναγράφεται στα προϊόντα που είναι κατάλληλα για ανακύκλωση.

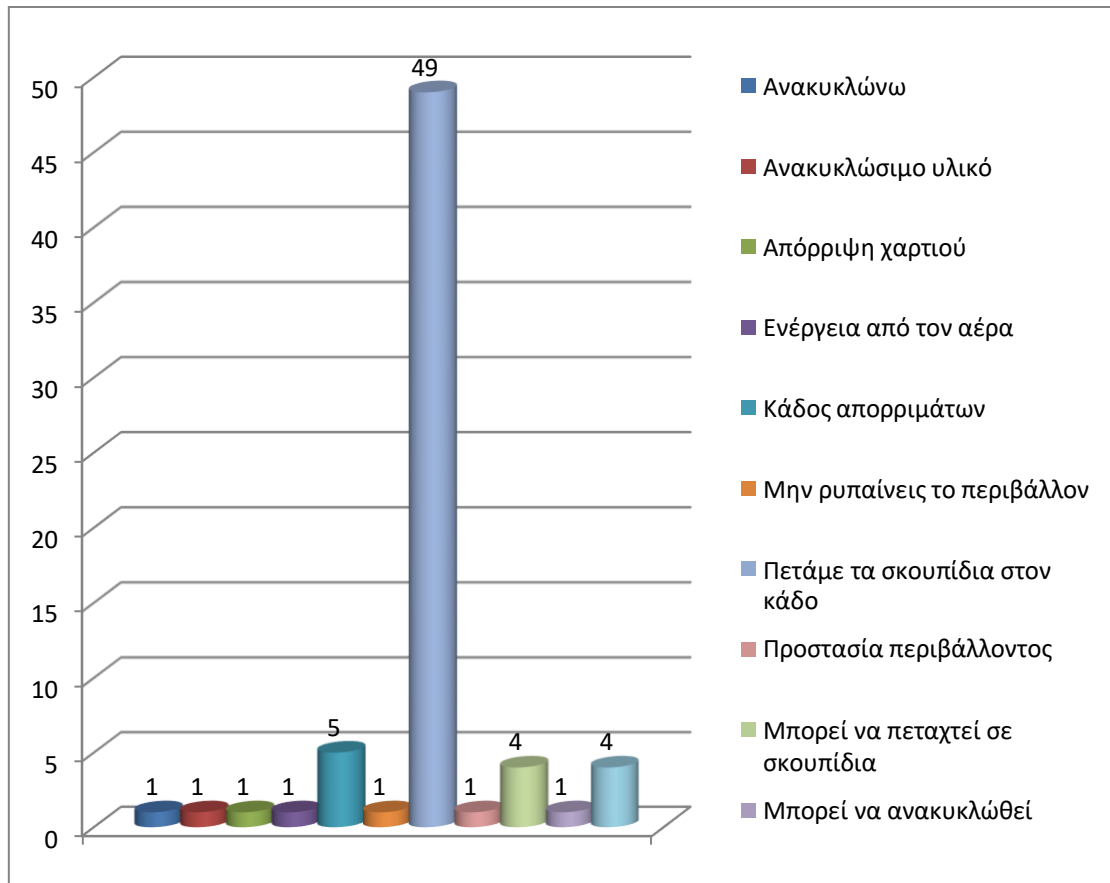


Όλα τα παιδιά ανεξαιρέτως απάντησαν ότι γνωρίζουν τι σημαίνει και όλα απάντησαν ότι θεωρούν ότι σημαίνει «ανακύκλωση».

Στην επόμενη ερώτηση, με τον ίδιο τρόπο, τα παιδιά του δείγματος ρωτήθηκαν τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:



Από το σύνολο των παιδιών του δείγματος, μόνο τα 7 δήλωσαν ότι δεν γνωρίζουν τι σημαίνει το σήμα αυτό ενώ τα υπόλοιπα 74, δήλωσαν ότι γνωρίζουν τι σημαίνει. Από τις απαντήσεις τους προκύπτει το παρακάτω διάγραμμα.



**Διάγραμμα 9. Οι απόψεις των παιδιών για την ερμηνεία του σήματος: Πετάω τα σκουπίδια στους κάδους**

Εύκολα διαπιστώνει κανείς ότι το 60% των παιδιών του δείγματος απάντησαν σωστά για την ερμηνεία του σήματος,

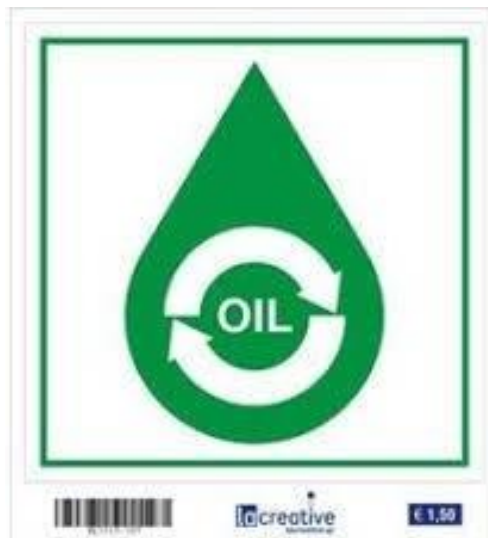
Ακολούθως στην ερώτηση 6 τα παιδιά κλήθηκαν να αναγνωρίσουν το παρακάτω σήμα που αφορά την ανακύκλωση του αλουμινίου. Το προϊόν με το εν λόγω σύμβολο είναι κατασκευασμένο από ανακυκλώσιμο αλουμίνιο που μπορεί να ανακυκλωθεί ξανά.



Από το σύνολο των 81 παιδιών, μόνο τα 9 απάντησαν ότι γνωρίζουν τι σημαίνει το παραπάνω σήμα και οι απαντήσεις που έδωσαν είναι οι εξής:

- Ότι η συσκευασία είναι φτιαγμένη από αλουμίνιο και μπορεί να ανακυκλωθεί
- Ανακυκλώσιμο αλουμίνιο
- Ανακύκλωση αλουμινίου

Ακολούθως στην έβδομη ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν αν γνωρίζουν τι σημαίνει το παρακάτω σήμα, το οποίο αφορά την ανακύκλωση λαδιών.



Από το σύνολο του δείγματος το 38% δηλώνει ότι γνωρίζει την ερμηνεία του παραπάνω σήματος, ενώ το υπόλοιπο 62% δηλώνει ότι δεν γνωρίζει ή δεν θυμάται το

τι σημαίνει το σήμα αυτό. Από τα παιδιά που δήλωσαν ότι γνωρίζουν την ερμηνεία οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν οι εξής:

- Ανακυκλώσιμο λάδι
- Ανακύκλωση λαδιού
- Λάδι
- Βενζίνη
- Ετικέτα για λάδι

Ακολούθως στην όγδοη ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν αν γνωρίζουν τι σημαίνει το παρακάτω σήμα, το οποίο είναι γνωστό και ως «Green Dot». Το σύμβολο αυτό δε σημαίνει απαραίτητα ότι η συσκευασία είναι ανακυκλώσιμη, αλλά χρησιμοποιείται στις συσκευασίες και σημαίνει ότι ο παραγωγός συμμετέχει σε σύστημα εναλλακτικής διαχείρισης και συνεισφέρει οικονομικά για την ανακύκλωση του προϊόντος.



Από το σύνολο του δείγματος το 37% δηλώνει ότι γνωρίζει την ερμηνεία του παραπάνω σήματος, ενώ το υπόλοιπο 63% δηλώνει ότι δεν γνωρίζει ή δεν θυμάται το τι σημαίνει το σήμα αυτό. Από τα παιδιά που δήλωσαν ότι γνωρίζουν την ερμηνεία οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν οι εξής:

- Χρηματοδότηση ανακύκλωσης ενός προϊόντος
- Ανακυκλώσιμη συσκευασία
- Ανακύκλωση
- Ενέργεια
- Ανακύκλωση πλαστικών
- Ανακύκλωση μπαταρίας



- Ανακύκλωση μπουκαλιών
- Ανακύκλωση χαρτιού

Ακολούθως στην ένατη ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν αν γνωρίζουν τι σημαίνει το παρακάτω σήμα.



Από το σύνολο του δείγματος το 53% δηλώνει ότι γνωρίζει την ερμηνεία του παραπάνω σήματος, ενώ το υπόλοιπο 47% δηλώνει ότι δεν γνωρίζει ή δεν θυμάται το τι σημαίνει το σήμα αυτό. Από τα παιδιά που δήλωσαν ότι γνωρίζουν την ερμηνεία οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν οι εξής:

- Ανακύκλωση συσκευών (16)
- Ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών (13)
- Περιβάλλον (1)
- Φορτιστής ρεύματος (3)
- Οικονομία στο ρεύμα (3)
- Ανακυκλώσιμη συσκευή (2)
- Φιλικό προς το περιβάλλον (1)
- Επαναφορτιζόμενο υλικό (1)
- Φιλικό προς το περιβάλλον ρεύμα (3)

Τέλος, στη δέκατη και τελευταία ερώτηση αναγνώρισης σήματος τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν αν έχουν δει πάνω σε φρούτα ή λαχανικά αυτοκόλλητα όπως το παρακάτω.



Από το σύνολο του δείγματος το 69% δηλώνει ότι έχει δει το παραπάνω σήμα σε φρούτα και λαχανικά, ενώ το υπόλοιπο 31% δηλώνει ότι δεν το έχει δει. Από τα παιδιά που δήλωσαν ότι το έχουν δει οι απαντήσεις που δόθηκαν για το τι σημαίνει ήταν όλες ότι το προϊόν είναι βιολογικό.

### **5.3 Γ' Μέρος: Ανακύκλωση**

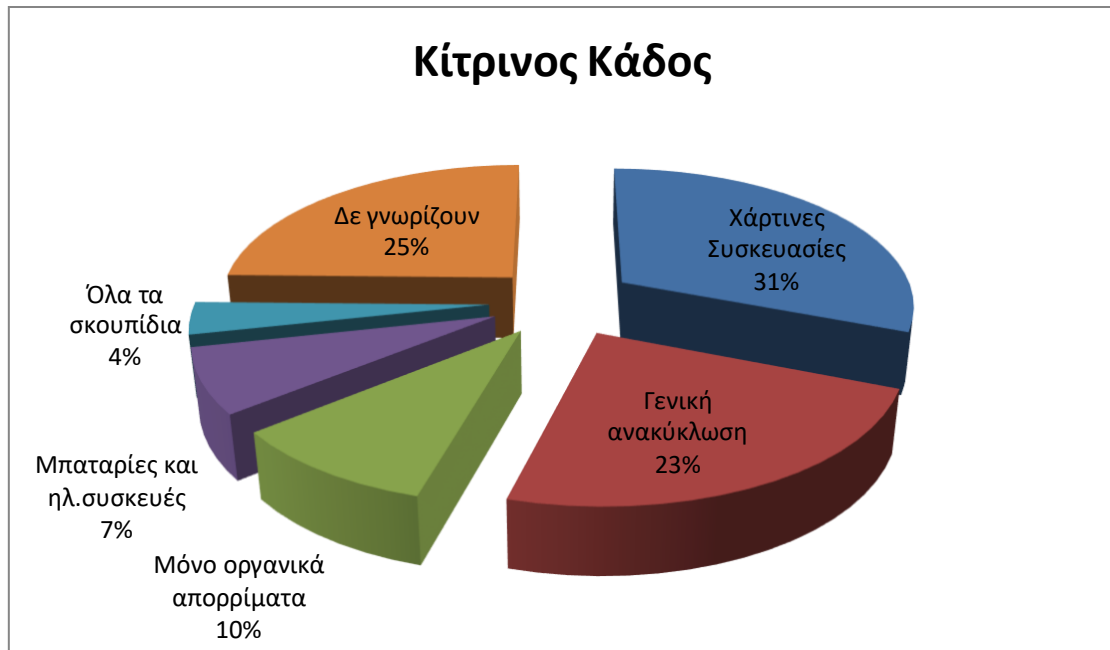
Ακολουθούν τέσσερις ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής με τέσσερις δυνατές επιλογές, στις οποίες τα παιδιά κλήθηκαν να κυκλώσουν αυτή που θεωρούν πιο σωστή. Η πρώτη ερώτηση αφορούσε τους μπλε κάδους και πιο συγκεκριμένα το τι σκουπίδια ανακυκλώνονται σε αυτούς. Από τις απαντήσεις των παιδιών προέκυψε το παρακάτω διάγραμμα.



**Διάγραμμα 10. Ανακύκλωση στους μπλε κάδους**

Διαπιστώνει κανείς από το παραπάνω διάγραμμα ότι το 77% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους μπλε κάδους, δηλαδή γενική ανακύκλωση όπως, χαρτιά, πλαστικά, αλουμίνια, λευκοσίδηρο και γυαλί. Ένα ποσοστό της τάξης του 23% απάντησε ότι ανακυκλώνουμε χάρτινες συσκευασίες, ενώ κανένα παιδί δεν επέλεξε το Γ) μόνο βιοαποδομήσιμα ή αλλιώς οργανικά απορρίμματα, δηλαδή φλούδες, φρούτα και λαχανικά, φύλλα και γρασίδι, υπολείμματα τροφών, ωμά ή μαγειρεμένα τρόφιμα, το Δ) μπαταρίες και ηλεκτρικές συσκευές ή το Ε) όλα τα σκουπίδια ενός νοικοκυριού.

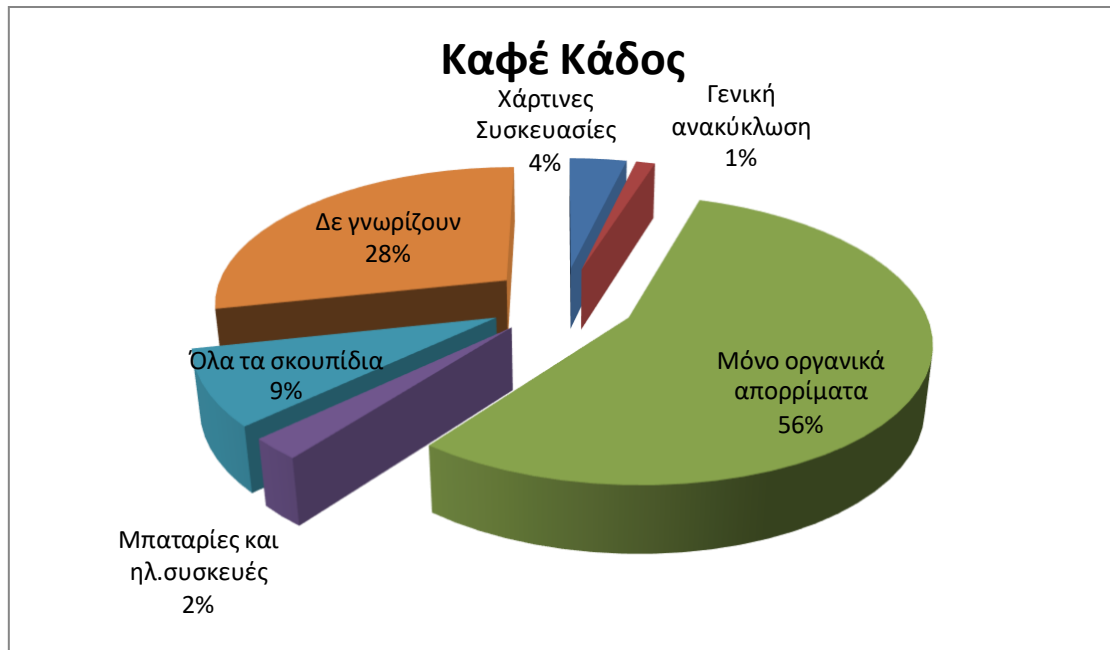
Ακολούθως στην ερώτηση 12 τα παιδιά ρωτούνται για τα σκουπίδια που ανακυκλώνονται στους κίτρινους κάδους. Από τις απαντήσεις των παιδιών προέκυψε το παρακάτω διάγραμμα.



**Διάγραμμα 11. Ανακύκλωση στους κίτρινους κάδους**

Διαπιστώνει κανείς από το παραπάνω διάγραμμα ότι το 31% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους κίτρινους κάδους, δηλαδή χάρτινες συσκευασίες. Ένα ποσοστό της τάξης του 25% δήλωσαν ότι δε γνωρίζουν τι πρέπει να ανακυκλώσουν στους κίτρινους κάδους, ενώ ένα 23% απάντησε ότι μπορούμε να κάνουμε γενική ανακύκλωση στους κίτρινους κάδους. Επιπρόσθετα, ένα ποσοστό της τάξης του 10% του δείγματος απάντησε ότι στους κίτρινους κάδους ανακυκλώνουμε οργανικά απορρίματα, ένα 7% μπαταρίες και ηλεκτρικές συσκευές και ένα 4% όλα τα σκουπίδια του νοικοκυριού.

Ακολούθως στην ερώτηση 13 τα παιδιά ρωτούνται για τα σκουπίδια που ανακυκλώνονται στους καφέ κάδους. Από τις απαντήσεις των παιδιών προέκυψε το παρακάτω διάγραμμα.



**Διάγραμμα 12. Ανακύκλωση στους κίτρινους κάδους**

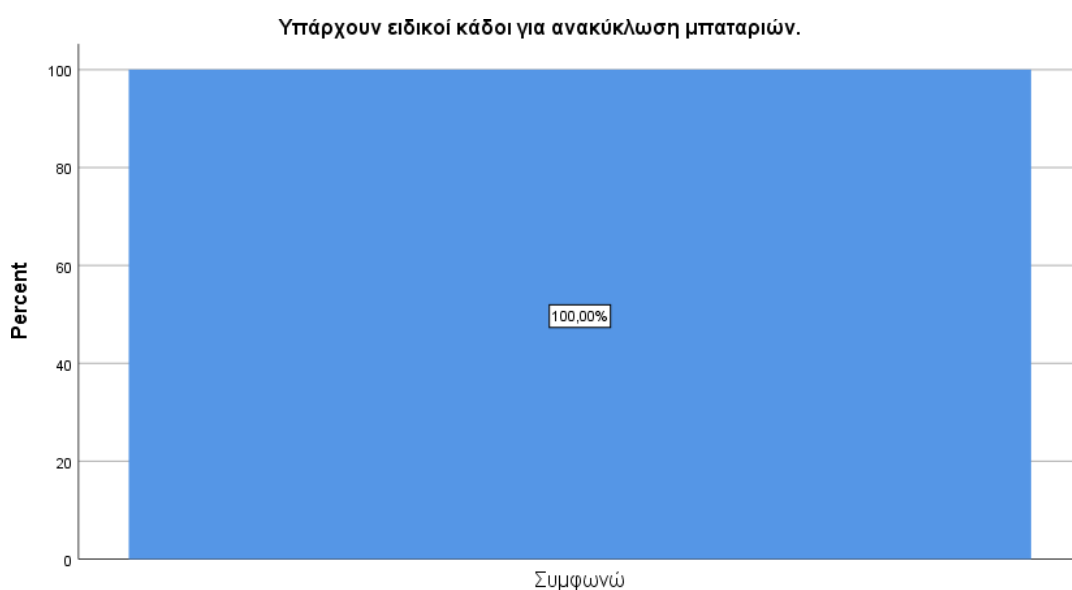
Διαπιστώνει κανείς από το παραπάνω διάγραμμα ότι το 56% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους καφέ κάδους, δηλαδή μόνο βιοαποδομήσιμα ή αλλιώς οργανικά απορρίμματα, φλούδες, φρούτα και λαχανικά, φύλλα και γρασίδι, υπολείμματα τροφών, ωμά ή μαγειρεμένα τρόφιμα. Ένα ποσοστό της τάξης του 28% δήλωσαν ότι δε γνωρίζουν τι πρέπει να ανακυκλώσουν στους καφέ κάδους, ενώ ένα 9% απάντησε ότι μπορούμε να ρίξουμε όλα τα σκουπίδια του νοικοκυριού. Τέλος, υπάρχει ένα 4% που απάντησε τις χάρτινες συσκευασίες, ένα 2% τις μπαταρίες και τις ηλεκτρικές συσκευές και 1% η γενική ανακύκλωση.

Ακολουθεί η περιγραφική ανάλυση των ερωτήσεων 14-22 με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS. Αναλυτικότερα, στη φράση 14, υπάρχουν ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών, όλα τα παιδιά του δείγματος συμφωνούν ότι υπάρχουν.



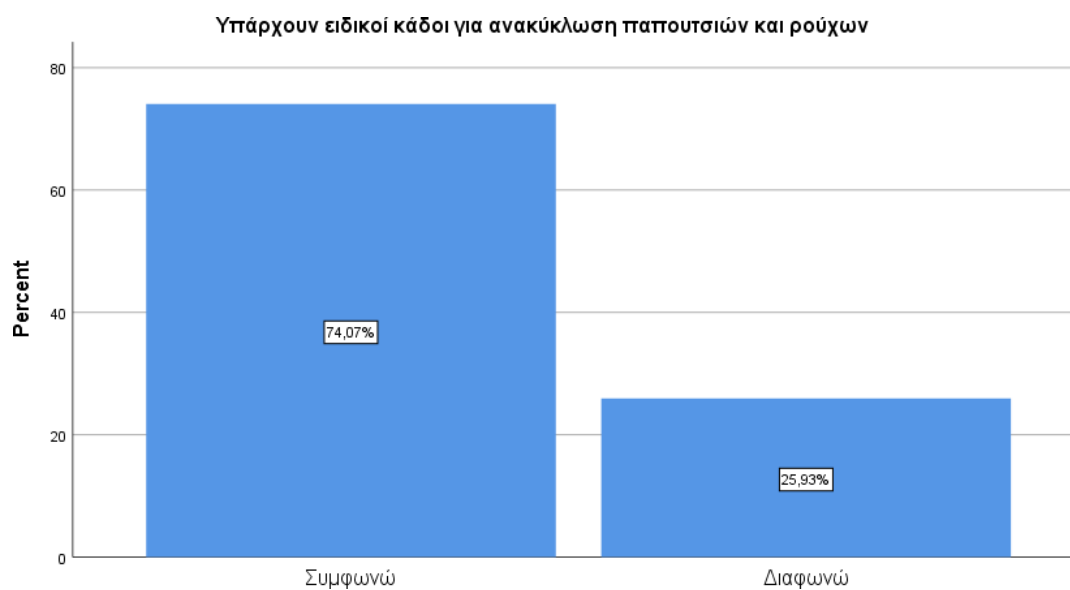
**Διάγραμμα 13. Ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών**

Ακολουθεί η ερώτηση 15, για την ανακύκλωση μπαταριών. Τόσο στην προηγούμενη όσο και σε αυτήν την ερώτηση όλα τα παιδιά του δείγματος συμφωνούν ότι υπάρχουν ειδικοί κάδοι για την ανακύκλωση μπαταριών.



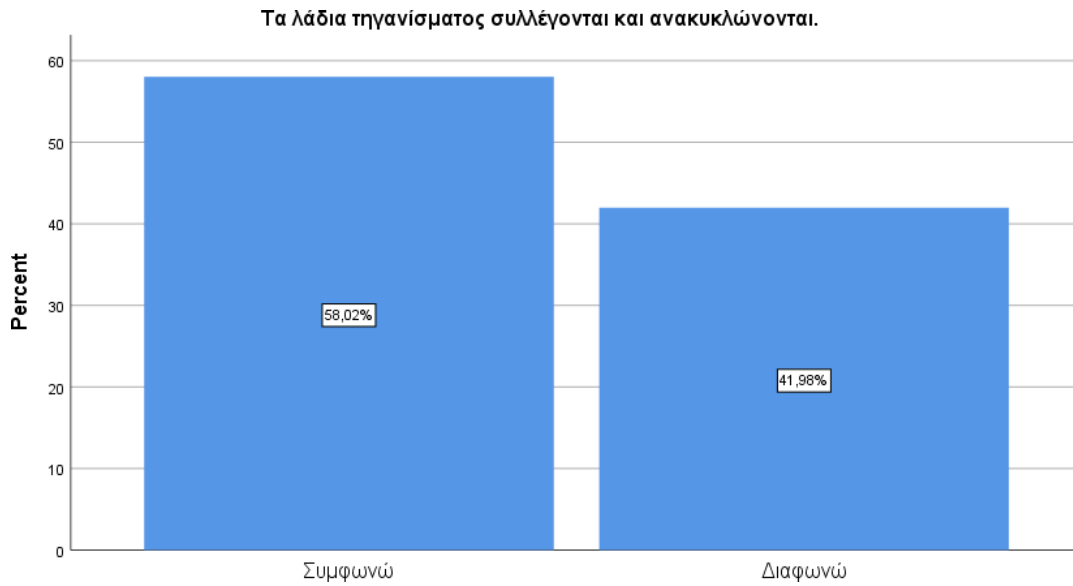
#### Διάγραμμα 14. Ειδικόί κάδοι για ανακύκλωση μπαταριών

Ακολουθεί η ερώτηση 16, για την ανακύκλωση παπουτσιών και ρούχων. Το 74% του δείγματος συμφωνούν ότι υπάρχουν ειδικόί κάδοι για την ανακύκλωση παπουτσιών και ρούχων, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 26% αναφέρει ότι δεν υπάρχουν τέτοιοι κάδοι.



#### Διάγραμμα 15. Ειδικόί κάδοι για ανακύκλωση παπουτσιών και ρούχων

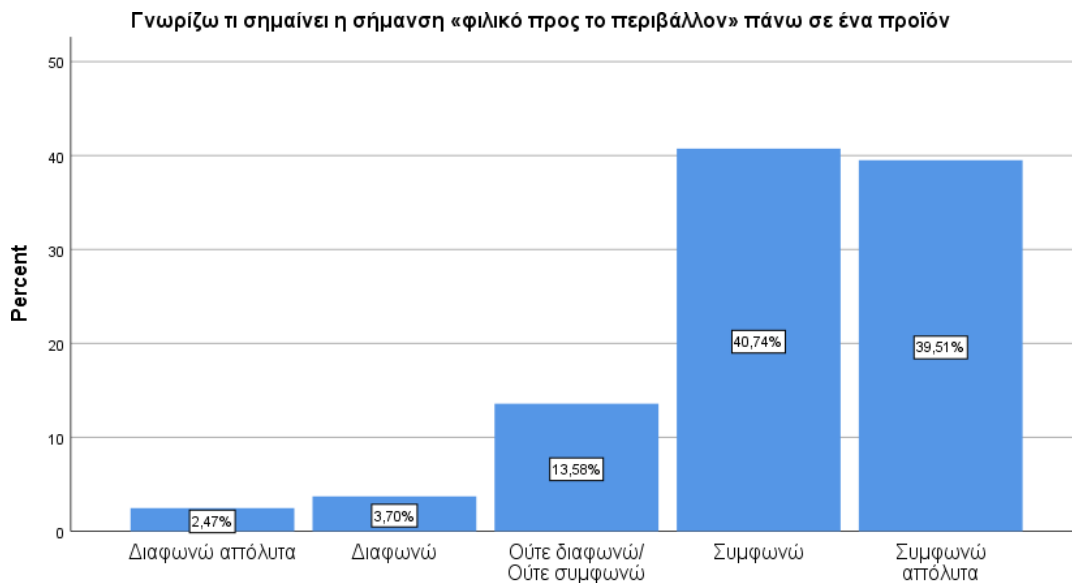
Ακολουθεί η ερώτηση 17, για την ανακύκλωση των λαδιών τηγανίσματος. Το 58% του δείγματος συμφωνούν ότι τα λάδια τηγανίσματος συλλέγονται και ανακυκλώνονται, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 42% διαφωνούν στο ότι τα λάδια τηγανίσματος συλλέγονται και ανακυκλώνονται.



### Διάγραμμα 16. Ανακύκλωση λαδιών τηγανίσματος

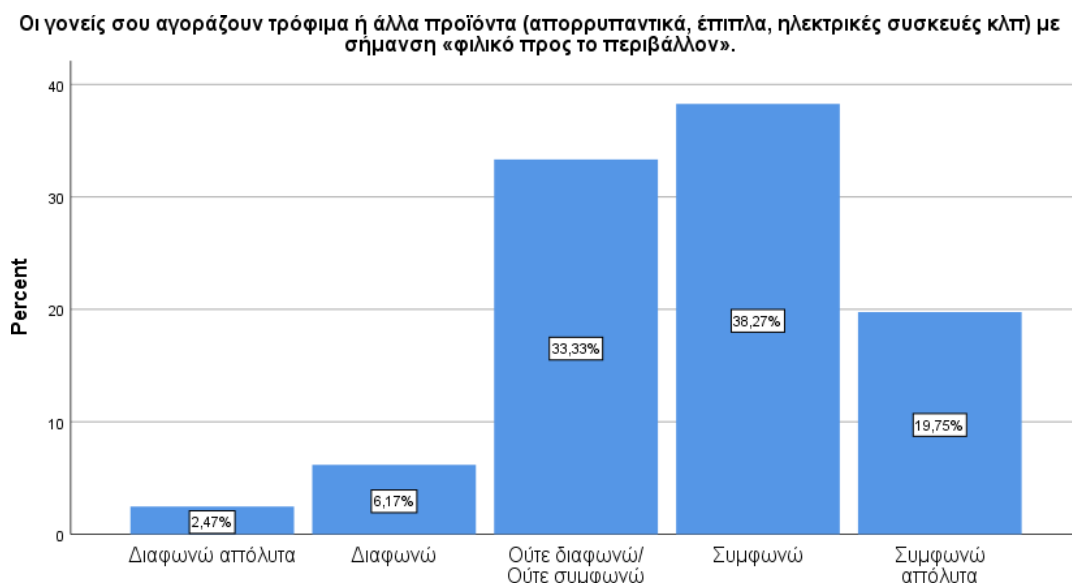
Ακολουθεί η ερώτηση 18, για το εάν τα παιδιά γνωρίζουν τι σημαίνει η σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον». Σχεδόν το 80% του δείγματος συμφωνούν και συμφωνούν απόλυτα στο ότι γνωρίζουν τι σημαίνει η σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον» πάνω σε ένα προϊόν ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 14% κρατάει ουδέτερη στάση, ενώ υπάρχει ένα ποσοστό μόλις 6% που διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα με την φράση αυτή.





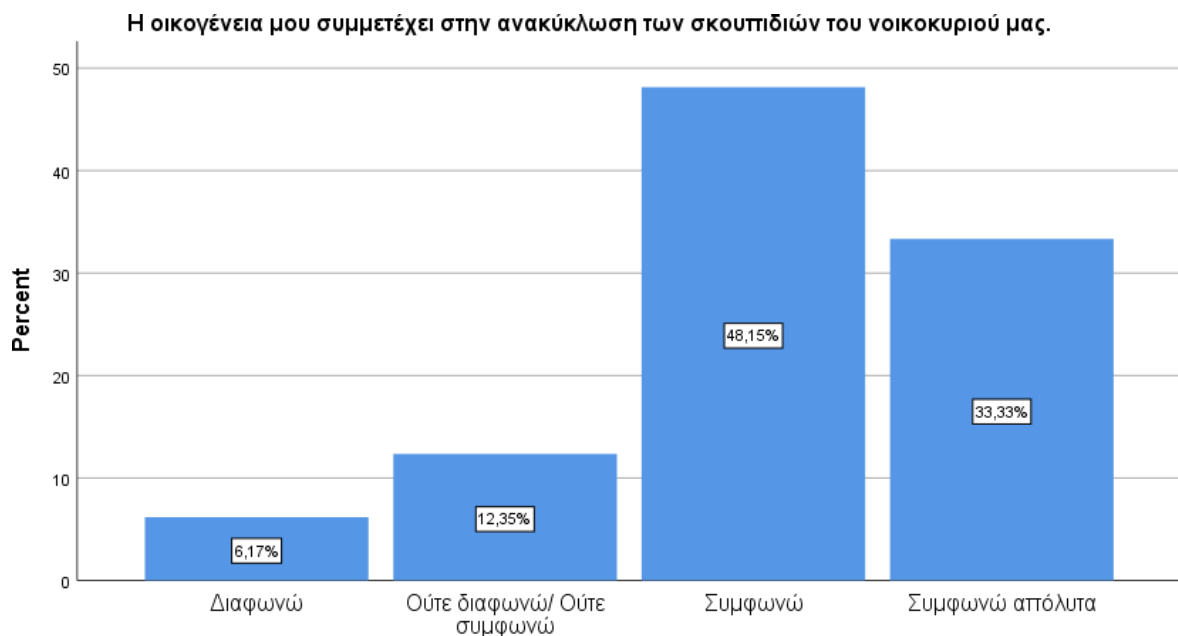
### Διάγραμμα 17. Σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον»

Ακολουθεί η ερώτηση 19, για το εάν οι γονείς των παιδιών του δείγματος αγοράζουν τρόφιμα ή άλλα προϊόντα με σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον». Σχεδόν το 58% του δείγματος συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στο ότι οι γονείς τους αγοράζουν τέτοια προϊόντα, 33% δηλώνουν ότι δε γνωρίζουν εάν οι γονείς τους αγοράζουν τέτοια προϊόντα και τέλος ένα 9% διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα στο ότι οι γονείς τους αγοράζουν τέτοια προϊόντα.



### Διάγραμμα 18. Αγορά προϊόντων με σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον» από τους γονείς των παιδιών του δείγματος

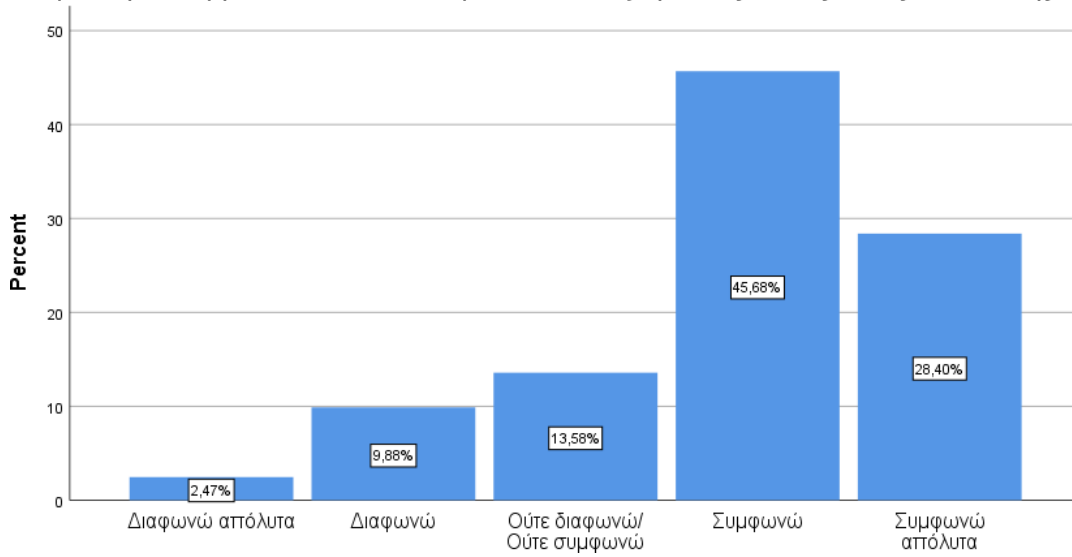
Ακολουθεί η ερώτηση 20, για το εάν η οικογένεια των παιδιών του δείγματος συμμετέχει στην ανακύκλωση των σκουπιδιών του νοικοκυριού τους. Σχεδόν το 82% του δείγματος συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στο ότι οι η οικογένειά τους συμμετέχει στην ανακύκλωση των σκουπιδιών του νοικοκυριού, ενώ ένα 12% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με τη φράση αυτή. Τέλος, υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξης του 6% που διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα στο ότι η οικογένειά του συμμετέχει στην ανακύκλωση των σκουπιδιών του νοικοκυριού τους.



### Διάγραμμα 19. Συμμετοχή της οικογένειας στην ανακύκλωση

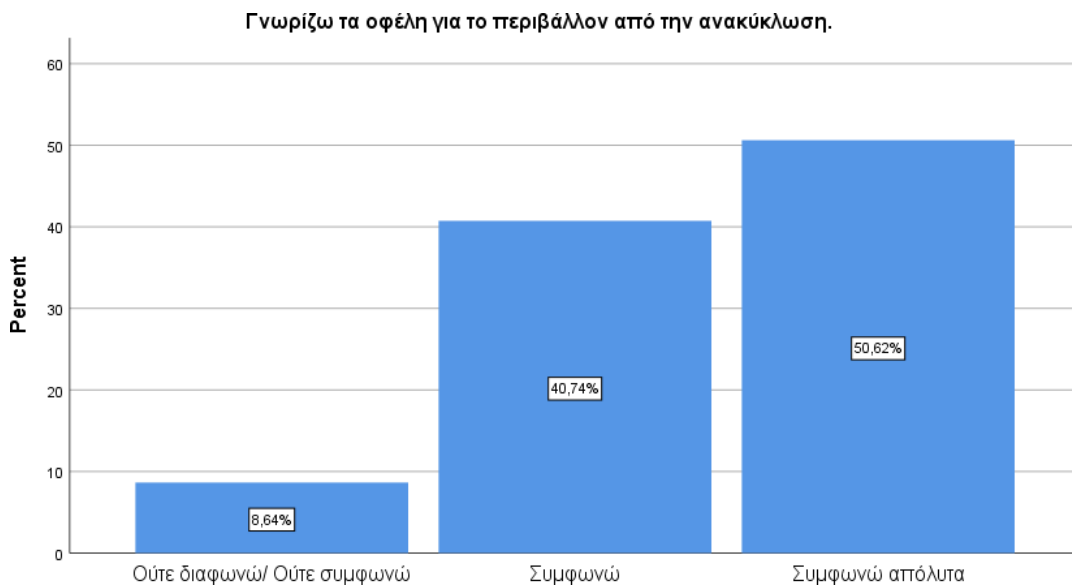
Ακολουθεί η ερώτηση 21, για το εάν τα παιδιά βοηθούν στη διαλογή των σκουπιδιών που πρόκειται να ανακυκλωθούν. Σχεδόν το 74% του δείγματος συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στο ότι βοηθούν στη διαλογή των σκουπιδιών προς ανακύκλωση, ενώ ένα 14% περίπου ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με τη φράση αυτή. Τέλος, υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξης του 12% που διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα στο ότι βοηθάει στη διαλογή των σκουπιδιών προς ανακύκλωση.

Βοηθώ στην διαλογή των σκουπιδιών που πρόκειται να πετάξουμε στους ειδικούς κάδους ανακύκλωσης.



### Διάγραμμα 20. Διαλογή σκουπιδιών προς ανακύκλωση

Ακολουθεί η τελευταία ερώτηση 22, για το εάν τα παιδιά του δείγματος γνωρίζουν τα οφέλη για το περιβάλλον από την ανακύκλωση. Σχεδόν το 91% του δείγματος συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στο ότι γνωρίζουν τα οφέλη για το περιβάλλον από την ανακύκλωση, ενώ ένα 9% περίπου ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με τη φράση αυτή.



### Διάγραμμα 21. Οφέλη για το περιβάλλον της ανακύκλωσης





## Συμπεράσματα – Συζήτηση

Από όλη την παραπάνω μελέτη προέκυψαν τα εξής κύρια συμπεράσματα. Από το σύνολο των 12 περιβαλλοντικών ετικετών, τα παιδιά του δείγματος αναγνώρισαν από 1 έως 9 σήματα, που υπήρχαν στην φωτογραφία. Τα περισσότερα παιδιά (27% του δείγματος) γνωρίζουν μόνο ένα από τα 12 σήματα της εικόνας και ακολουθούν τα παιδιά που γνωρίζουν 2 σήματα (18%) και 4 σήματα (16%). Επιπρόσθετα, η πιο αναγνωρίσιμη σήμανση από τα παιδιά του δείγματος είναι αυτή του Recycle (26%) και του 100% Natural (23%). Από τα επιμέρους σήματα που ρωτήθηκαν τα παιδιά αν τα γνωρίζουν το μόνο που όλα τα παιδιά δήλωσαν ότι το γνωρίζουν ήταν το σύμβολο της ανακύκλωσης και ακολουθεί το σύμβολο των βιολογικών προϊόντων, για το οποίο το 69% δηλώνει ότι το έχει δει σε φρούτα και λαχανικά.

Όσον αφορά την ανακύκλωση το 77% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους μπλε κάδους, το 31% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους κίτρινους κάδους και το 56% του δείγματος απάντησε σωστά σχετικά με το τι ανακυκλώνουμε στους καφέ κάδους ανακύκλωσης.

Συμπερασματικά, φαίνεται ότι οι γνώσεις των παιδιών ως προς τις φιλικές προς το περιβάλλον ετικέτες- επισημάνσεις είναι ελάχιστες. Απαραίτητη είναι η ευαισθητοποίηση των παιδιών καθώς και η περιβαλλοντική γνώση για την ανάπτυξη της οικολογικής τους συνείδησης.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική

- Δημητρόπουλος, Ε. (2004). *Εισαγωγή στη μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας : προς ένα συστημικό δυναμικό μοντέλο μεθοδολογίας επιστημονικής έρευνας*, Αθήνα : Έλλην,
- Ευρωπαϊκή Ένωση (2010). Οικοκαινοτομία, Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [http://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/eco\\_innovation/el.pdf](http://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/eco_innovation/el.pdf) [15/08/2021].
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2000). Κατευθυντήριες γραμμές για την διατύπωση και την αξιολόγηση των περιβαλλοντικών ισχυρισμών, Δεκέμβριος 2000, ορισμοί σελ. 31-33. Η πρωτότυπη εκδοχή αυτών των ορισμών στην αγγλική γλώσσα βρίσκεται στο διεθνές πρότυπο ISO 14021:1999.
- Κυριαζή, Ν. (2012) *Η Κοινωνιολογική Έρευνα: Κριτική Επισκόπηση των Μεθόδων και των Τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- ISO 14024:1999 Environmental labels and declarations – Type I environmental labelling – Principles and procedures. [Περιβαλλοντικά σήματα και δηλώσεις – Περιβαλλοντική σήμανση τύπου I – Αρχές και διαδικασίες.
- ISO 14021:1999 Environmental labels and declarations – Self-declared environmental claims (Type II environmental labelling). [Περιβαλλοντικά σήματα και δηλώσεις – Περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί από τις ίδιες τις επιχειρήσεις (Περιβαλλοντική σήμανση τύπου II).
- ISO/DTR 14025 Environmental labels and declarations – Environmental labelling Type III – Guiding principles and procedures. [Περιβαλλοντικά σήματα και δηλώσεις – Περιβαλλοντική σήμανση τύπου III– Κατευθυντήριες αρχές και διαδικασίες.
- Παπάνης Ε., (2012), *Μεθοδολογία Έρευνας και Διαδίκτυο*, Αθήνα, Εκδόσεις: Σιδέρη.

## Διεθνής

- Allen, C. T. (1982). Self-perception based strategies for stimulating energy conservation. *Journal of Consumer Research*, 8, 381–390
- Amstel van M., Driessen, P., Glasbergen, P. (2008). Eco-labeling and information asymmetry: a comparison of five eco-labels in the Netherlands, *Journal of cleaner production*, 16(3), 263-276.
- Babin, B., Zikmund, W. (2015). *Exploring Marketing Research*, Boston: Cengage Learning.
- Ballantyne, R., Connell, S. B., & Fien, J. (2006). Students as catalysts of environmental change: A framework for researching intergenerational influence through environmental education. *Environmental Education Research*, 12, 413–427
- Bassett, R., G. E. Chapman and B. L. Beagan, 2008. Autonomy and control: The co-construction of adolescent food choice. *Appetite*, 50, 325-332.
- Boileau, E. (2013). Young Voices: The Challenges and Opportunities That Arise in Early Childhood Environmental Education Research. *Canadian Journal of Environmental Education*, 18, 142-154.
- Borin, N., Cerf, D.C., Krishnan, R. (2011). Consumer effects of environmental impact in product labelling, *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), 76-86.
- Bowling, A. (2009). *Research Methods in Health: Investigating Health and Health Services*. Bowling, A. (2002) *Research methods in health: investigating health and health services*. Open University Press, Buckingham, UK. ISBN 0335206433.
- Chan, K. and J. U. McNeal, 2003. Parent-child communications about consumption and advertising in China. *Journal of Consumer Marketing*, 20, 317-334.



- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavalley, L. E., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality. Correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 141–156.
- Collado, S., & Corraliza, J. A. (2015). Children's restorative experiences and self-reported environmental behaviors. *Environment and Behavior*, 47, 38–56.
- Cornelissen, G., Dewitte, S., Warlop, L., & Yzerbyt, V. (2007). Whatever people say I am, that's what I am: Social labeling as a social marketing tool. *International Journal of Research in Marketing*, 24, 278–288.
- Crane, A. (2000). Facing the backlash: green marketing and strategic reorientation in the 1990s. *Journal of Strategic Marketing*. 8, 277-296.
- European Commission (2021). More about the EU Ecolabel, Available at: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/the-ecolabel-scheme.html> [28/08/2021].
- European Commission (2000). Study on different types of Environmental Labelling (ISO Type II and III Labels): Proposal for an Environmental Labelling Strategy.
- Evans, S. M., Gill, M. E., & Marchant, J. (1996). Schoolchildren as educators: The indirect influence of environmental education in schools on parents' attitudes towards the environment. *Journal of Biological Education*, 30, 243–248.
- Falciglia, G. A., P. A. Norton and M. Wagner, 1997. Future direction for foods and nutrition teaching: perceptions of Ohio Elementary School teachers. *American Journal of Health Studies*, 13, 152-158.
- Fine, G., 1995. What is the British Nutrition Foundation doing to improve food education in school. *Nutrition and Food Science*, 3, 20-23.
- Freeman, D., & Brucks, M. (2002). Drugs, alcohol, and tobacco use prevention efforts. Benefits and challenges of targeting young children. In J. R. Flemming Hansen, A. Martensen, & B. Tufte (Eds.). *Children : Consumption, advertising and media* (pp. 243–252). Copenhagen: Copenhagen Business School Press First ed.

- Goldberg, M. E., & Gunasti, K. (2006). Creating an environment in which youths are encouraged to eat a healthier diet. *Journal of Public Policy and Marketing*, 26, 162–181.
- Higginson, C. S., M. J. Rayner, S. Draper and T. R. Kirk, 2002. The nutrition label which information is looked at. *Nutrition and Food Science*, 32, 92-99.
- Higginson, C. S., M. J., Rayner, S. Draper and T. R. Kirk, 2002. How do consumer use nutrition label information. *Nutrition and Food Science*, 32, 145-152.
- Isaksen, K. J., & Roper, S. (2008). The impact of branding on low-income adolescents: A vicious cycle? *Psychology and Marketing*, 25, 1063–1087.
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twentyfive years of research. *Journal of Consumer Research*, 26, 183–213.
- Keith H. & J. A. Sharp, (1994) *Η Επιστημονική Μελέτη*. Αθήνα: Gutenberg.
- Kelly, J., J. J. Turner and K. McKenna, 2006. What parents think: children and healthy eating. *British Food Journal*, 108, 413-423.
- Kraut, R. E. (1973). Effects of social labeling on giving to charities. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 551–562.
- Larsson, B., Andersson, M., & Osbeck, C. (2010). Bringing environmentalism home: Children's influence on family consumption in the Nordic countries and beyond. *Childhood*, 17, 129–147.
- Lee, G., Lee, J., & Sanford, C. (2010). The roles of self-concept clarity and psychological reactance in compliance with product and service recommendations. *Computers in Human Behavior*, 26, 1481–1487.
- Leflot, G., Onghena, P., & Colpin, H. (2010). Teacher–child interactions: Relations with children's self-concept in second grade. *Infant and Child Development*, 19, 385–405.
- Makower, J. (2008). Joel Makower on Ecolabels. Available at: <http://blog.terrachoice.com/category/environmental-standards> [13/08/2021].

- Martin, O. (2008). *Η Ανάλυση Ποσοτικών Δεδομένων*. Αθήνα: εκδόσεις Τόπος.
- Mertens, D. M. (2009). *Έρευνα και Αξιολόγηση στην Εκπαίδευση και την Ψυχολογία*. Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Mackey, G. (2012). To know, to decide, to act: The young child's right to participate in action for the environment. *Environmental Education Research*, 18(4),473-484.
- McCullum, C. and C. L. Achterberg, 1997. Food shopping and label use behaviour among high school-aged adolescents. *Adolescence*, 32, 181-197.
- Mischel, W., Shoda, Y., & Rodriguez, M. L. (1989). Delay of gratification in children. *Science*, 244, 933–938.
- Misra, R., 2007. Knowledge, attitudes, and label use among college students. *Journal of American Dietetic Association*, 107, 2130-2134.
- Neale, R. and K. Langnäse, 1998. School meals: teenagers' attitudes to nutritional labeling and intended effects on food choice. *British Food Journal*, 100, 320-325.
- Norddahl, K. (2008). What might early childhood education for sustainability look like? In I. Pramling Samuelsson & Y. Kaga (eds.), *The contribution of early childhood education to a sustainable society*, (p. 73-77). Paris: UNESCO.
- Palan, K. M., Gentina, E., & Muratore, I. (2010). Adolescent consumption autonomy: A cross-cultural examination. *Journal of Business Research*, 63, 1342–1348.
- Peattie, K. (1999). Trappings versus substance in the greening of marketing planning. *Journal of Strategic Marketing*. 7, 131-148.
- Pieters, R., Bijmolt, T., van Raaij, F., & de Kruijk, M. (1998). Consumers' attributions of proenvironmental behavior, motivation, and ability to self and others. *Journal of Public Policy and Marketing*, 17, 215–225.

- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluek, C. S. (2012). Celebrity worship, materialism, compulsive buying, and the empty self. *Psychology and Marketing*, 29, 674–679.
- Rothschild, M. L. (1979). Marketing communications in nonbusiness situations or why it's so hard to sell brotherhood like soap. *Journal of Marketing*, 43, 11–20.
- Rozendaal, E., Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2010). Comparing children's and adults' cognitive advertising competences in The Netherlands. *Journal of Children and Media*, 4, 77–89.
- Rubik, Frieder & Frankl, Paolo & Pietroni, Lucia & Scheer, Dirk. (2007). Eco-labelling and consumers: Towards a re-focus and integrated approaches. *International Journal of Innovation and Sustainable Development - Int J Innovat Sustain Dev*. 2. 10.1504/IJISD.2007.016932.
- Stafford, E., Hartman, C.L. (2007). Improving the Sustainability of Green Marketing. *Business Strategy and the Environment*. 16, 456-57.
- Tasimi, A., & Young, L. (2016). Memories of good deeds past: The reinforcing power of prosocial behavior in children. *Journal of Experimental Child Psychology*, 147, 159–166.
- Unusan, N., 2004. Preschool teachers' attitudes towards nutritional information on food label in Turkey and recommendations for an educational program. *Early Child Development and Care*, 174, 629-638.
- Valkenburg, P. M., & Cantor, J. (2001). The development of a child into a consumer. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 22, 61–72.
- van Reijmersdal, E. A., Rozendaal, E., & Buijzen, M. (2012). Effects of prominence, involvement, and persuasion knowledge on children's cognitive and affective responses to advergames. *Journal of Interactive Marketing*, 26, 33–42.
- EEA (2020). European Environment Agency, Environment and Health, Available at: <http://www.eea.europa.eu/themes/human/intro> [25/08/2021].

# Παράρτημα Ι

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

### ΜΕΡΟΣ Α' – ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΦΥΛΟ: ΑΓΟΡΙ

ΚΟΡΙΤΣΙ

ΗΛΙΚΙΑ: .....ή ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΓΕΝΝΗΣΗΣ:

.....

ΤΑΞΗ: .....

ΠΟΣΑ ΑΔΕΛΦΙΑ ΕΧΕΙΣ: 0 , 1 , 2 , 3 , 4 , περισσότερα

ΜΕΝΕΙΣ ΣΕ ΜΟΝΟΚΑΤΟΙΚΙΑ  ή ΠΟΛΥΚΑΤΟΙΚΙΑ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΠΑΤΕΡΑ: .....

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΜΗΤΕΡΑΣ: .....

### ΜΕΡΟΣ Β' – ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΗΜΑΤΩΝ

1.Κοιτάτε τις παρακάτω εικόνες και κυκλώστε τα σήματα που γνωρίζετε τι σημαίνουν.



2.Αναγνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω σήματα; Σε ποια τρόφιμα συνήθως τα συναντάμε;



ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΥ ΣΥΝΑΝΤΑΜΕ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΣΗΜΑΤΑ:

---

3. Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

4. Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

5. Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

6. **Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:**



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

7. **Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:**



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

8. **Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:**



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

9. **Τι σημαίνει το παρακάτω σήμα:**



ΣΗΜΑΙΝΕΙ: \_\_\_\_\_

**10. Έχετε δει πάνω σε φρούτα ή λαχανικά αυτοκόλλητα όπως το παρακάτω:**



ΝΑΙ

ΟΧΙ

**ΜΕΡΟΣ Γ' – ΓΝΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ**

**11. Τα σκουπίδια που ανακυκλώνονται στους ΜΠΛΕ κάδους είναι:**

- A) χάρτινες συσκευασίες (φακέλους, περιοδικά, εφημερίδες, τετράδια, χαρτόκουτα)
- B) γενική ανακύκλωση όπως, χαρτιά, πλαστικά, αλουμίνια, λευκοσίδηρο, γυαλιά (όχι σπασμένα)
- Γ) μόνο βιοαποδομήσιμα ή αλλιώς οργανικά απορρίμματα, δηλαδή φλούδες, φρούτα και λαχανικά, φύλλα και γρασίδι, υπολείμματα τροφών, ωμά ή μαγειρεμένα τρόφιμα.
- Δ) μπαταρίες και ηλεκτρικές συσκευές
- Ε) όλα τα σκουπίδια ενός νοικοκυριού.

**12. Τα σκουπίδια που ανακυκλώνονται στους ΚΙΤΡΙΝΟΥΣ κάδους είναι:**

- A) χάρτινες συσκευασίες (φακέλους, περιοδικά, εφημερίδες, τετράδια, χαρτόκουτα)
- B) γενική ανακύκλωση όπως, χαρτιά, πλαστικά, αλουμίνια, λευκοσίδηρο, γυαλιά (όχι σπασμένα)



Γ) μόνο βιοαποδομήσιμα ή αλλιώς οργανικά απορρίμματα, δηλαδή φλούδες, φρούτα και λαχανικά, φύλλα και γρασίδι, υπολείμματα τροφών, ωμά ή μαγειρεμένα τρόφιμα.

Δ) μπαταρίες και ηλεκτρικές συσκευές

Ε) όλα τα σκουπίδια ενός νοικοκυριού.

**13. Τα σκουπίδια που ανακυκλώνονται στους ΚΑΦΕ κάδους είναι:**

Α) χάρτινες συσκευασίες (φακέλους, περιοδικά, εφημερίδες, τετράδια, χαρτόκουτα)

Β) γενική ανακύκλωση όπως, χαρτιά, πλαστικά, αλουμίνια, λευκοσίδηρο, γυαλιά (όχι σπασμένα)

Γ) μόνο βιοαποδομήσιμα ή αλλιώς οργανικά απορρίμματα, δηλαδή φλούδες, φρούτα και λαχανικά, φύλλα και γρασίδι, υπολείμματα τροφών, ωμά ή μαγειρεμένα τρόφιμα.

Δ) μπαταρίες και ηλεκτρικές συσκευές

Ε) όλα τα σκουπίδια ενός νοικοκυριού.

**14. Υπάρχουν ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών.**

ΣΥΜΦΩΝΩ  ΔΙΑΦΩΝΩ

**15. Υπάρχουν ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση μπαταριών.**

ΣΥΜΦΩΝΩ  ΔΙΑΦΩΝΩ

**16. Υπάρχουν ειδικοί κάδοι για ανακύκλωση παπουτσιών και ρούχων**

ΣΥΜΦΩΝΩ  ΔΙΑΦΩΝΩ

**17. Τα λάδια τηγανίσματος συλλέγονται και ανακυκλώνονται.**

ΣΥΜΦΩΝΩ  ΔΙΑΦΩΝΩ

**18. Γνωρίζω τι σημαίνει η σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον» πάνω σε ένα προϊόν.**

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/ Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
-----------------	---------	----------------------------	---------	-----------------

**19. Οι γονείς σου αγοράζουν τρόφιμα ή άλλα προϊόντα (απορρυπαντικά, έπιπλα, ηλεκτρικές συσκευές κλπ) με σήμανση «φιλικό προς το περιβάλλον».**

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/ Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
-----------------	---------	----------------------------	---------	-----------------

**20. Η οικογένεια μου συμμετέχει στην ανακύκλωση των σκουπιδιών του νοικοκυριού μας.**

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/ Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
-----------------	---------	----------------------------	---------	-----------------

**21. Βοηθώ στην διαλογή των σκουπιδιών που πρόκειται να πετάξουμε στους ειδικούς κάδους ανακύκλωσης.**

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/ Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
-----------------	---------	----------------------------	---------	-----------------

**22. Γνωρίζω τα οφέλη για το περιβάλλον από την ανακύκλωση.**

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/ Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
-----------------	---------	----------------------------	---------	-----------------

*Ευχαριστούμε για την πολύτιμη συμβολή σας*

*και τον χρόνο που διαθέσατε για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.*

