

چرا مردها کمتر دوستدار محیط زیست هستند؟

گزارشی جدید از هفت مطالعه که روی دو هزار نفر داوطلب زن و مرد انجام گرفته‌اند نشان می‌دهد مردها و زن‌ها رفتارهای دوستدار محیط زیست را با رفتارهای زنانه مرتبط می‌دانند.



گزارشی جدید از هفت مطالعه که روی دو هزار نفر داوطلب زن و مرد انجام گرفته‌اند نشان می‌دهد مردها و زن‌ها رفتارهای دوستدار محیط زیست را با رفتارهای زنانه مرتبط می‌دانند.

براساس گزارش ساینتیفیک آمریکن، دانشمندان می‌گویند به این دلیل است که مردها علاقه چندانی به انجام فعالیت‌هایی در راستای محافظت از محیط زیست از خود نشان نمی‌دهند، زیرا می‌ترسند رفتار آنها زنانه در نظر گرفته شود.

به گفته دانشمندان مطالعات پیشین نشان داده‌اند که نگرانی مردان برای حفظ هویت مردانه بیشتر از نگرانی زن‌ها برای حفظ هویت زنانه آنها است. در این صورت اگر مردان از این نظر احساس امنیت بیشتری داشته باشند، نسبت به استفاده از محصولات پاک و غیر مضر برای محیط زیست گرایش بیشتری پیدا می‌کنند.

محققان در مجموعه‌ای از آزمایش‌ها رفتار مردان و زنان را نسبت به خریداری محصولات پاک و رفتار این افراد در حین خرید مورد بررسی قرار دادند تا مرز و محدوده پدیده‌ای که محققان آن را "کلیشه سبز-زنانه" نامیده‌اند را مشخص سازند.

مطالعات پیشین نشان داده بودند که مردان بیشتر از زنان انرژی مصرف کرده و بازیافت کمتری انجام می‌دهد اما دلیل این رفتار مشخص نشده‌اند. اکنون محققان موفق به کشف ارتباط روانی میان زنانگی و دوستدار محیط زیست بودن شده‌اند. قطعاً این روند در مورد تمامی مردان زمین صادق نیست، اما محققان دریافتند هم مردان و هم زنان فعالیت‌های سازگار با محیط زیست را رفتارهایی زنانه می‌بینند.

برای مثال در یکی از آزمایش‌ها داوطلبان مرد و زن اعلام کردند استفاده از کیسه‌های برزنتی در فروشگاه‌ها رفتاری زنانه‌تر از استفاده از کیسه‌های پلاستیکی است، صرف‌نظر از اینکه مشتری زن باشد یا مرد. در آزمایشی دیگر داوطلبان با یادآوری آوردن خاطره زمانی که عملی مثبت در راستای محافظت از محیط زیست انجام داده‌اند، اعلام کردند نسبت به این خاطره حس زنانه بیشتری دارند.

محققان باور دارند از این یافته می‌توان به عنوان فرصتی برای بررسی این موضوع استفاده کرد که چگونه می‌توان دوستدار محیط زیست بودن را دچار تغییر ساختار کرد به شکلی که تصویر مردانه مردان از بین نرود. برای مثال یک سازمان خیریه محافظ محیط زیست اگر نامش "دوستان طبیعت" باشد و لوگوی به شکل یک درخت سبز روشن داشته باشد، بیشتر مورد پسند زنان است اما مردان ترجیح می‌دهند نام این سازمان "رنج‌های حیات وحش" باشد و لوگوی به شکل یک گرگ در حال زوزه کشیدن به سمت ماه داشته باشد.

چنین تغییراتی در بازاریابی به صورت مداوم در حوزه‌های دیگر برای جذب مشتری بیشتر در حال اجرا هستند و اکنون زمان آن رسیده تا در زمینه محصولات و فعالیت‌های دوستدار محیط زیست نیز به اجرا گذاشته شوند.