



GREEN NUDGES

“Green Nudges” เป็นการโน้มน้าวใจเชิงบวกและอ่อนโยน ที่ช่วยส่งเสริมพฤติกรรมและปลูกฝังค่านิยมด้านสิ่งแวดล้อม โดยในปี พ.ศ. 2563 โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) และหน่วยศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้านพฤติกรรม (Behavioural Insights Team) ได้จัดทำคู่มือในการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม “The Little Book of Green Nudges” ในพื้นที่มหาวิทยาลัยผ่านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ด้วยการ “กระตุ้น” ให้ทุกคนเลือกทางเลือกที่มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเรียกสั้น ๆ ว่า “EAST” คือ ง่าย (Easy), น่าดึงดูด (Attractive), เป็นที่นิยม (Social), และถูกที่ถูกลงเวลา (Timely) โดยมี 40 เทคนิค กระตุ้นการเปลี่ยนพฤติกรรมและสร้างมหาวิทยาลัยสีเขียว มหาวิทยาลัยมหิดลได้นำเสนอโครงการธนาคารขยะรีไซเคิล ที่ให้นักศึกษาและบุคลากรนำขยะรีไซเคิลมาฝากขาย ที่ธนาคารฯ ซึ่งสมาชิกจะได้รับสมุดบัญชีเพื่อบันทึก การฝากขยะและถอนยอดเงินจากการขายขยะคล้ายระบบ ธนาคารทั่วไป วิธีนี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการ คัดแยกขยะเมื่อเห็นจำนวนเงินที่เพิ่มขึ้นในสมุดบัญชี ความสำเร็จของโครงการช่วยแก้ปัญหาขยะในพื้นที่ มหาวิทยาลัยได้ และมีการต่อยอดไปปรับใช้ในโรงเรียนและ ชุมชนต่าง ๆ ด้วย



ในปี พ.ศ. 2564 กองกายภาพและสิ่งแวดล้อมได้ร่วมมือกับโรงเรียนเตรียมอุดมดนตรี วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจากให้นักเรียนได้เสนอโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่สนใจ และเลือกโครงการที่สามารถจัดทำได้ภายในพื้นที่ของโรงเรียน คือการปรับปรุงสวนบริเวณโถงชั้น 5 เพื่อเปลี่ยนเป็นแปลงผักปลอดสารพิษ การเพิ่มถังคัดแยกขยะในอาคารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักเรียน โดยนักเรียนทุกระดับชั้นได้มีส่วนร่วมในการเลือกพันธุ์ผัก ปลูกและดูแลรักษา รวมทั้งร่วมออกแบบโปสเตอร์และติดตั้งถังขยะแต่ละประเภท นอกจากนี้ ทุกคนยังได้เรียนรู้การรีไซเคิลขยะระบบธนาคารขยะรีไซเคิล การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ การทำน้ำหมัก และการต่อระบบรดน้ำต้นไม้แบบสปริงเกอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญจากกองกายภาพและสิ่งแวดล้อม ณ อาคารอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



MAKE IT ATTRACTIVE
Draw attention

The nudge: Attract attention to a sustainable option by using messaging that is personalized or relevant for your specific target audience. Make sustainable actions or infrastructure stand out with visual cues.

Evidence that it's effective: Study participants who read messages about the local effects of climate change (making it more personally relevant) reported higher engagement than those who read about global effects.¹⁹ Painting green footsteps on the ground leading up to bins (an eye-catching cue) resulted in less litter on the street around the bins in a Danish city.²⁰

Why it works: We have finite attention and mental capacity, so we're drawn to stimuli that stand out, are engaging and are relevant to us. This includes seeing our names and seeing bright and contrasting colours.

CASE STUDY
 Recycling is eye-catching at Mahidol University, Thailand, where a “recyclable waste bank” project has created recycling points that mimic banks’ transaction and withdrawal systems. When people deposit recyclable items, they get a bank statement showing the value of those items, and they can withdraw this in cash or save it in their account. The university’s IT division created software for the project, and the “banks” here now been expanded beyond campus to local elementary schools. The biggest barrier to implementation was raising awareness of the banks, so the university puts effort into promoting them to new students and staff.

Make recycling bins eye-catching
How? Use design and cues in the physical environment to draw people’s attention to recycling bins rather than rubbish bins, for example by painting them conspicuous colours or placing footstep markers leading up to them.
Who might be involved? Campus building managers

อ่าน The Little Book of Green Nudges ได้ที่ <https://www.unep.org/resources/publication/little-book-green-nudges>