



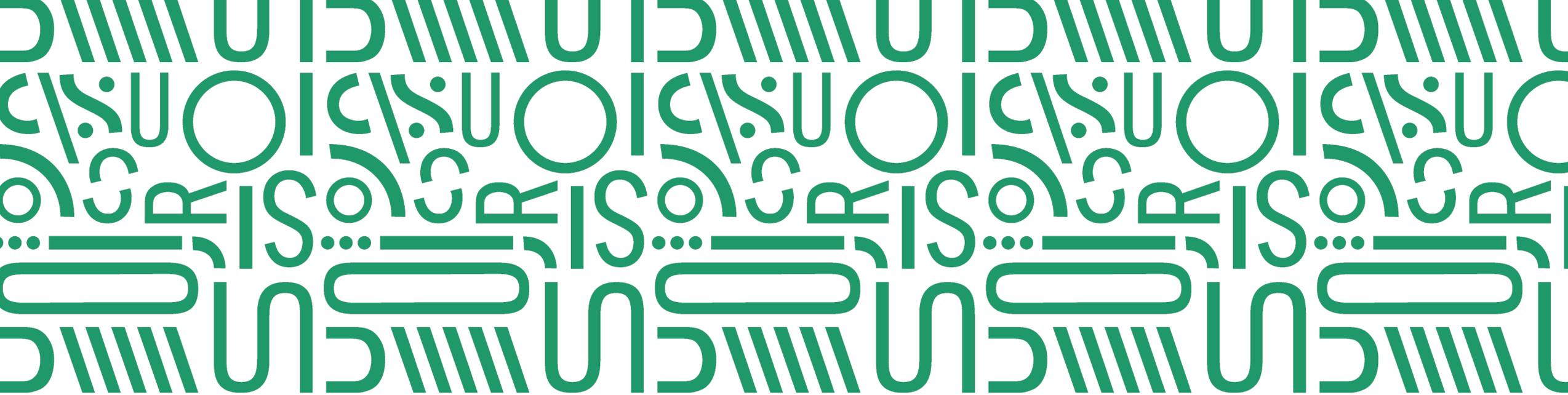
17 giugno 2021
09:30-18:00

Workshop on line

GDL CAMBIAMENTI CLIMATICI

«PERCHÉ COSÌ TARDI? PERCHÉ COSÌ LENTI?»

*Aspetti psico-sociali nel ritardo alla lotta ai cambiamenti climatici.
Dai comportamenti quotidiani alle azioni collettive.*



«MA QUANTO CI COSTA?»

Effetti di framing e moral licensing nella comunicazione sulle politiche ambientali



Mauro Bertolotti, Ilaria Miligi e Patrizia Catellani
Università Cattolica di Milano

LA PERCEZIONE DEL CAMBIAMENTO

Tra l'82.2 % e il 97.7% degli europei sono convinti dell'esistenza del cambiamento climatico (ESS, 2018). Negli Stati Uniti la percentuale è del 72% (Yale, 2020).

Inoltre, il 93% dei cittadini UE considera i cambiamenti climatici un problema grave e il 79% lo ritiene un problema molto grave (Eurobarometro, 2019).

Nonostante la consapevolezza del problema sembra sia un dato ormai acquisito, l'azione politica per affrontarlo stenta ancora a decollare.

Come mai?



IT'S THE ECONOMY, STUPID

Un freno al pieno sostegno alle politiche ambientali potrebbe venire dal loro costo economico.

Alcune ricerche hanno mostrato che nei periodi di difficoltà economica le preoccupazioni ambientali passano in secondo piano (Capstick, et al., 2015).

Questa tendenza potrebbe essere dovuta al fatto che la sicurezza economica è considerata un bisogno più fondamentale rispetto agli altri (Carmichael & Brulle, 2016; Maslow, 1954).

- La comunicazione sulle politiche ambientali può essere usata per enfatizzare le diverse dimensioni del problema, influenzando così il sostegno dei cittadini?



L'IMPATTO DELLA EMERGENZA COVID

Questa tendenza potrebbe essere ulteriormente accentuata dalle **conseguenze economiche della pandemia**.

Un recente sondaggio (YouGov, 2020) ha mostrato che mentre per la **maggior parte degli europei la transizione ecologica** è la questione politica più urgente, i cittadini dei Paesi con **condizioni economiche più instabili** danno la **priorità alla ripresa economica**.

I cittadini Inoltre potrebbero percepire di aver già **compiuto molti sacrifici** per contrastare la pandemia ed essere **poco propensi** ad intraprenderne altri per salvare il pianeta.



MORAL LICENSING

Il **moral licensing** è la tendenza a **giustificare scelte poco etiche** (o la **riluttanza a fare scelte etiche**) con i comportamenti **etici tenuti in passato** (Merritt et al., 2010).

Le **buone azioni** del passato vengono usate come **crediti morali** da «spendere» in futuro (Efron, 2012).

Il rapporto tra **moral licensing** e **comportamento pro-ambientale** è stato poco investigato finora (Gholamzadehmir et al., 2019).

- La **comunicazione sulla situazione sanitaria** potrebbe innescare (involontariamente?) un **effetto di moral licensing** rispetto allo **sforzo collettivo** richiesto dalle politiche sui cambiamenti climatici?



Comunicazione sulle conseguenze economiche politiche ambientali e MORAL LICENSING

In una serie di studi sperimentali abbiamo analizzato gli effetti sul sostegno alle politiche di contrasto dei cambiamenti climatici di:

- messaggi sulle conseguenze ambientali ed economiche delle politiche;
- messaggi sulle conseguenze economiche della pandemia di COVID-19 e sulle misure prese per contrastarla.

Abbiamo analizzato anche il ruolo moderatore di questi effetti di due variabili individuali:

- la credenza nei cambiamenti climatici;
- il sostegno alle norme anti-COVID.



Effetti del framing delle conseguenze ambientali economiche / DISEGNO

Bertolotti, Catellani & Nelson,
Environmental Communication, 2021

Nel nostro Paese è in corso un intenso dibattito su una serie di misure relative al tema dell'energia. La proposta prevede di spostare la produzione nazionale di energia elettrica dalle tradizionali fonti fossili alle fonti rinnovabili (eolico, solare, idroelettrico). Secondo questo piano, entro il 2030 oltre il 30% dell'energia elettrica del Paese verrà prodotta da fonti rinnovabili. Cosa ne pensa di questa proposta? Qual è la sua posizione in merito?

La mia posizione è che [...] se passeremo a fonti di energia rinnovabili avremo consistenti benefici ambientali. [...] Se questa transizione verrà portata a termine salvaguarderemo molte specie animali in pericolo, [...] miglioreremo il paesaggio.



La mia posizione è che [...] se passeremo a fonti di energia rinnovabili avremo molti costi ambientali. [...] Se questa transizione verrà portata a termine metteremo in pericolo molte specie animali, [...] danneggeremo il paesaggio.

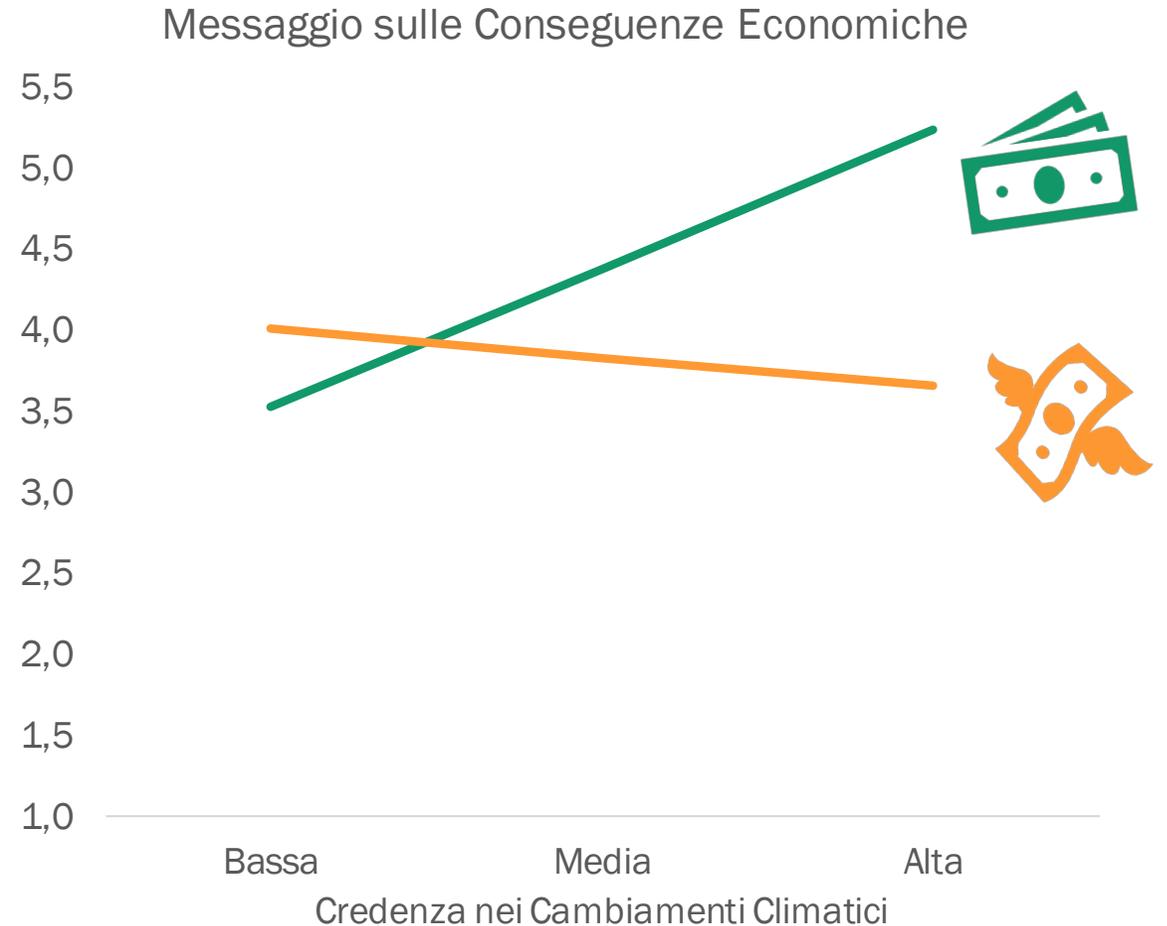
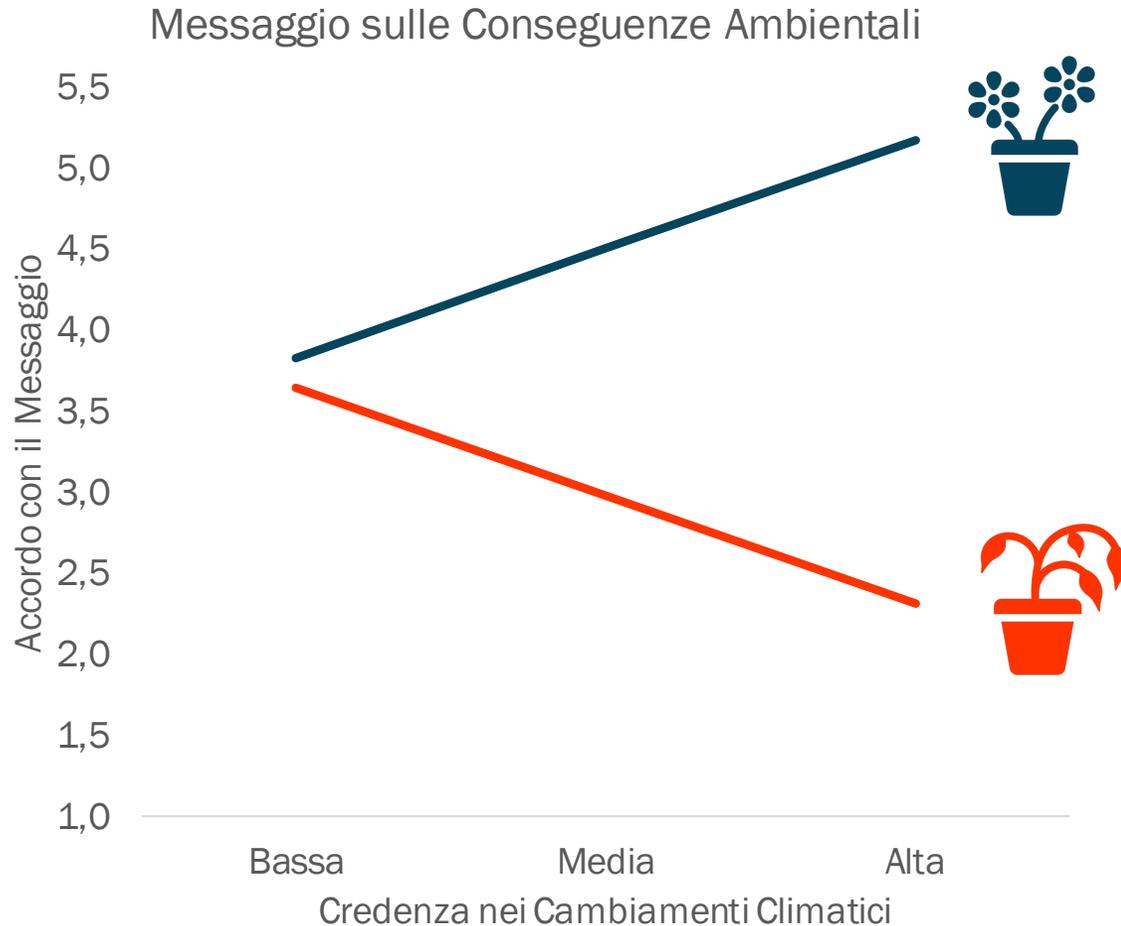
La mia posizione è che [...] se passeremo a fonti di energia rinnovabili avremo considerevoli benefici economici. [...] Se questa transizione verrà portata a termine creeremo nuovi posti di lavoro, [...] faremo passi avanti in ambito tecnologico.



La mia posizione è che [...] se passeremo a fonti di energia rinnovabili avremo molti costi economici. [...] Se questa transizione verrà portata a termine perderemo molti posti di lavoro, [...] faremo passi indietro in ambito tecnologico.

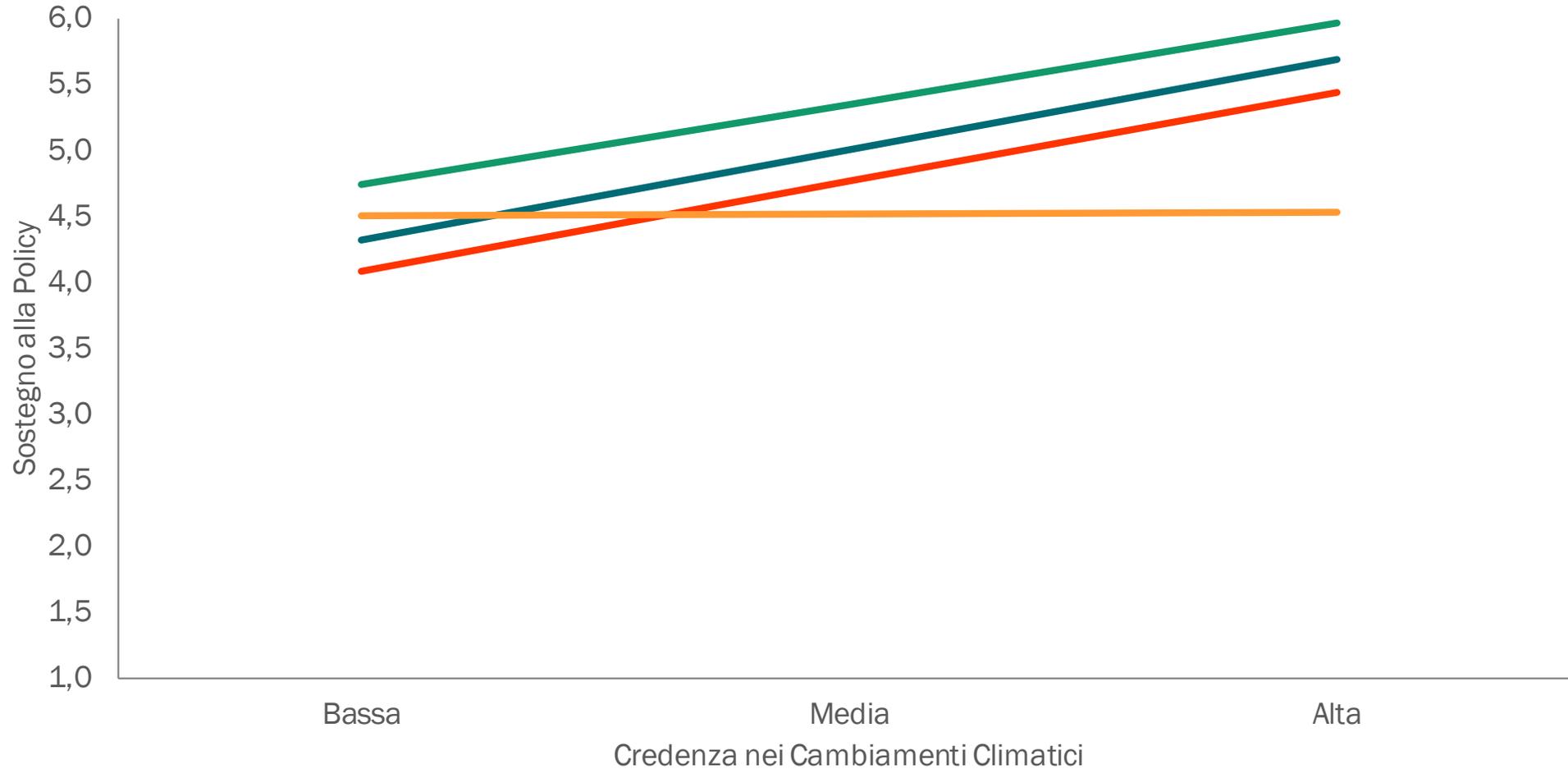
Effetti del framing delle conseguenze ambientali economiche / **RISULTATI**

Bertolotti, Catellani & Nelson,
Environmental Communication, 2021



Effetti del framing delle conseguenze ambientali economiche / **RISULTATI**

Bertolotti, Catellani & Nelson,
Environmental Communication, 2021



Effetti di MORAL LICENSING NELLA COMUNICAZIONE SULLE POLITICHE AMBIENTALI / DISEGNO

Bertolotti, Miligi & Catellani, in prep.

Nelle prossime pagine, ti proporremo uno scenario politico immaginario, chiedendoti di leggere due brevi descrizioni delle posizioni di due partiti fittizi (il Partito A e il Partito B) su alcuni temi politici.

A La nostra posizione è che la lotta al riscaldamento globale sia un tema da affrontare al più presto, facendo uno sforzo importante per ridurre le emissioni di gas serra. Quindi proponiamo un grande piano nazionale per convertire interamente la produzione di energia elettrica dalle fonti fossili tradizionali alle fonti rinnovabili. [...]

B La nostra posizione è che il piano nazionale proposto dai nostri avversari ci imporrebbe costi economici difficili da sostenere. Se adoteremo questo piano, spenderemo molti soldi per la conversione dalle fonti fossili a quelle rinnovabili, e questo avrà una ricaduta negativa sulle finanze statali. [...]

La nostra posizione è che avremmo potuto adottare il piano nazionale proposto dai nostri avversari, se solo non avessimo già sostenuto costi economici ingenti per l'emergenza sanitaria. Se il Paese non avesse già speso molti soldi per affrontare la pandemia, avremmo potuto adottare questo piano. [...]



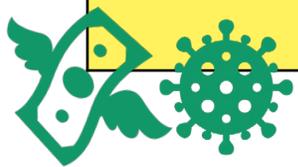
Costi futuri della policy



Costi passati delle misure anti-COVID

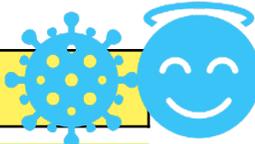
Effetti di MORAL LICENSING NELLA COMUNICAZIONE SULLE POLITICHE AMBIENTALI / DISEGNO

Bertolotti, Miligi & Catellani, in prep.



Costi COVID

Costi COVID + Credito morale



Riguardo al modo di affrontare la pandemia di Covid-19, il nostro partito intende continuare lungo la linea seguita in questi mesi dalla maggior parte dei governi del mondo [...]

A

Se in questi mesi non avessimo sostenuto dei gravi costi economici, i danni alla salute dei cittadini sarebbero stati maggiori. [...]

B

La nostra posizione è che la lotta al riscaldamento globale sia un tema da affrontare al più presto, facendo uno sforzo importante per ridurre le emissioni di gas serra. Quindi proponiamo un grande piano nazionale per convertire interamente la produzione di energia elettrica dalle fonti fossili tradizionali alle fonti rinnovabili. [...]

A

La nostra posizione è che avremmo potuto adottare il piano nazionale proposto dai nostri avversari, se solo non avessimo già sostenuto costi economici ingenti per l'emergenza sanitaria. Se il Paese non avesse già speso molti soldi per affrontare la pandemia, avremmo potuto adottare questo piano. [...]

B

Effetti di MORAL LICENSING NELLA COMUNICAZIONE SULLE POLITICHE AMBIENTALI / Misure

Bertolotti, Miligi & Catellani, *in prep.*

Supporto alla policy ambientale

- *“In che misura sei d'accordo con questa proposta?”*
- *“Che livello di priorità daresti all'attuazione di queste misure nell'agenda di governo?”*
- *“Che percentuale del bilancio dello Stato dedicheresti per l'attuazione di queste misure?”*

Credenza nei cambiamenti climatici

- *“Per quanto ne sai, quanto pensi che il clima del mondo stia cambiando?”*
- *“E pensi che il cambiamento climatico sia causato da processi naturali o dall'attività umana?”*

Approvazione norme anti-COVID

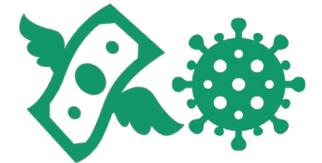
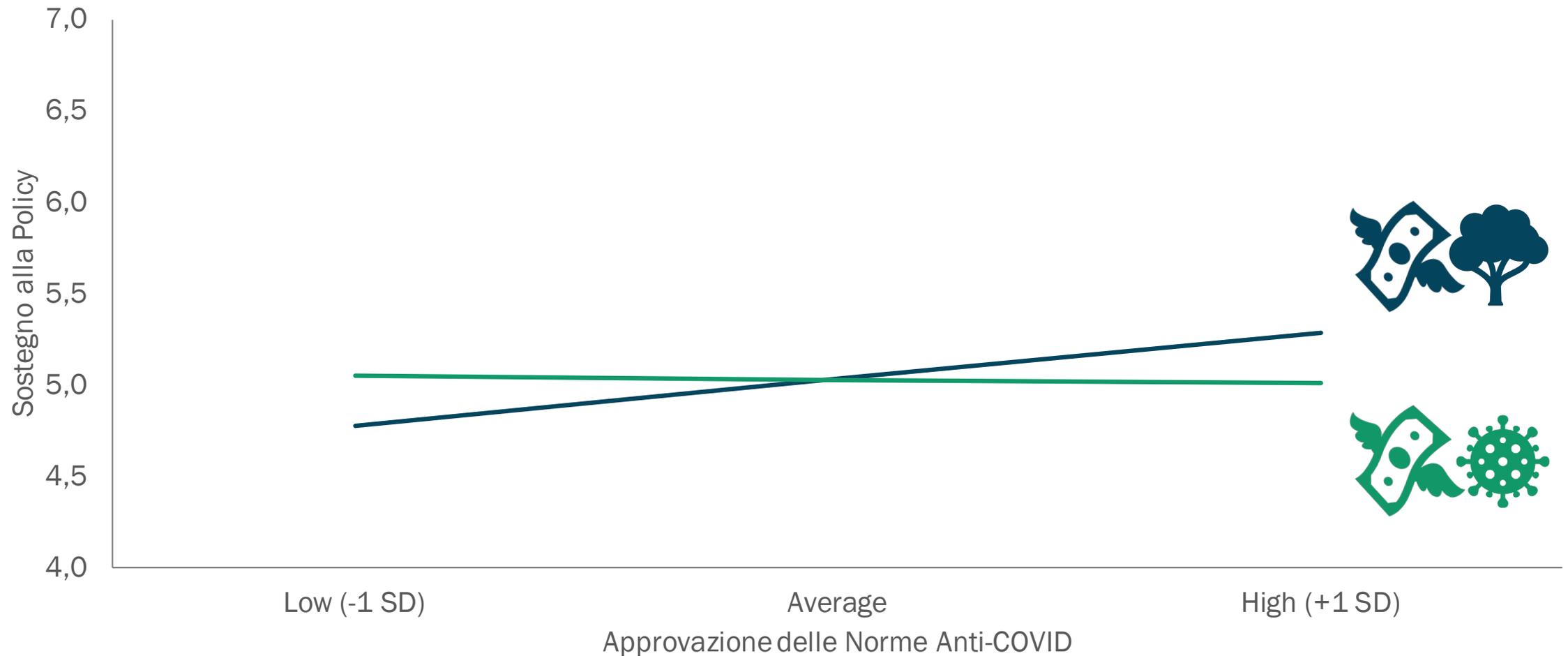
- *“È giusto che lo Stato limiti la libertà di circolazione dei cittadini per motivi sanitari”*
- *“Le restrizioni imposte per contenere i contagi nel mio Paese sono state adeguate”*

Altre misure

- *Valutazione messaggi dei partiti A e B*
- *Vicinanza ai partiti A e B*
- *Intenzione di voto per i partiti A o B*

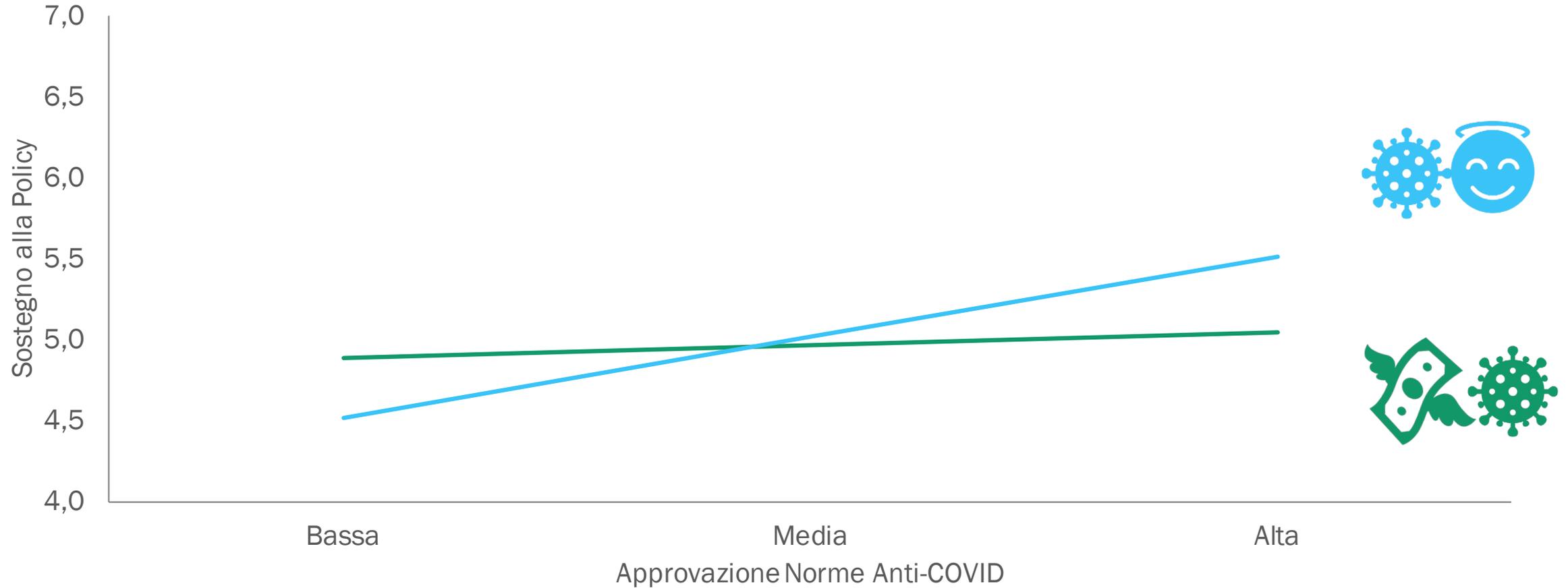
Effetti di MORAL LICENSING NELLA COMUNICAZIONE SULLE POLITICHE AMBIENTALI / RISULTATI

Bertolotti, Miligi & Catellani, *in prep.*



Effetti di MORAL LICENSING NELLA COMUNICAZIONE SULLE POLITICHE AMBIENTALI / RISULTATI

Bertolotti, Miligi & Catellani, *in prep.*



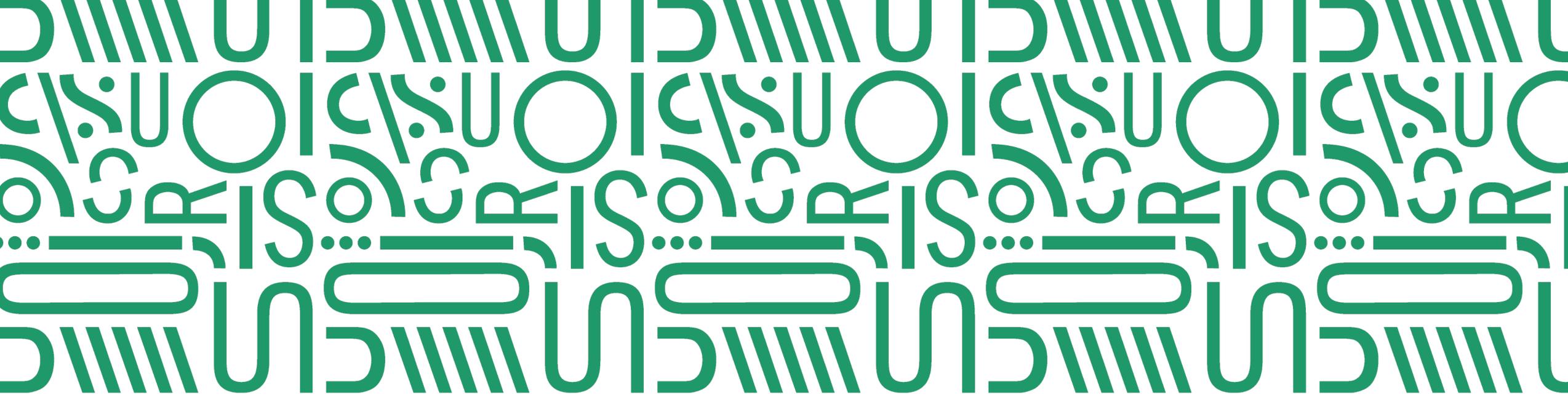
CONCLUSIONE

Nei nostri studi abbiamo individuato che i messaggi sui costi economici delle politiche ambientali possono ridurre il sostegno, soprattutto tra i cittadini più convinti dell'esistenza dei cambiamenti climatici.

Inoltre, mettere in relazione le politiche ambientali con le conseguenze economiche della pandemia e i sacrifici compiuti in passato può avere due conseguenze, in funzione dell'approvazione delle misure anti-COVID:

- Il **moral licensing**, che in questo campo corrisponde ad un mancato supporto delle policy pro-ambientali
- L'**effetto spillover**, che risulta in una disponibilità a sostenere le politiche ambientali, avendo già sostenuto e rispettato le misure di emergenza Covid.

La consapevolezza di questi meccanismi psico-sociali va integrata nel processo di comunicazione, tenendo in considerazione le caratteristiche dell'audience e le conseguenze di determinati tipi di comunicazione.



CONTATTI E INFORMAZIONI

Mauro Bertolotti mauro.bertolotti@unicatt.it

Ilaria Miligi ilaria.miligi@unicatt.it

Patrizia Catellani patrizia.catellani@unicatt.it

