

Cambiamenti climatici, emozioni morali e orientamento all'azione. Direzioni di ricerca



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

S. Migliorisi

G. Leone

B. M. Mazzara

Scopo

- Emozioni morali e comunicazione sul cambiamento climatico, per:
 - combattere il denial
 - motivare comportamenti pro-ambientali
- Nella presentazione:
 - 1) **Cambiamento climatico e denial**
 - 2) **Ruolo delle emozioni (moralì)**
 - 3) **Rassegna di studi empirici recenti**
 - 4) **Implicazioni pratiche per la comunicazione sul cambiamento climatico**

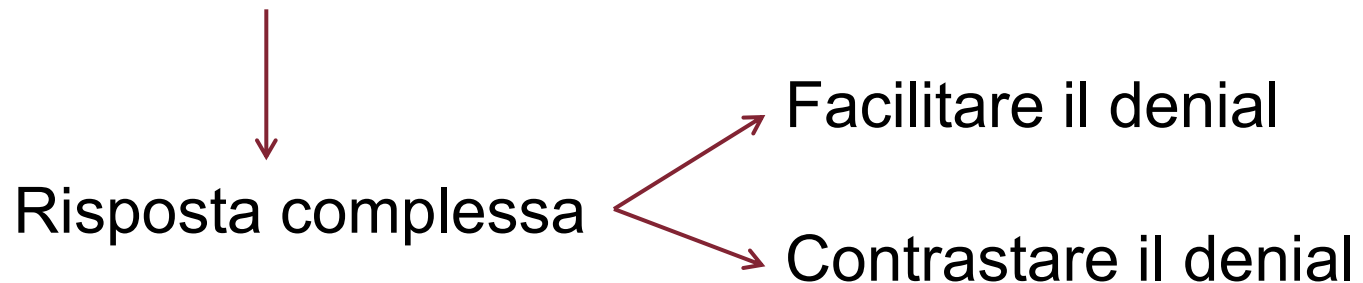
Cambiamento climatico e denial

- Dalle reazioni di difesa agli stati di denial
- Tre stati principali di denial (Cohen, 2001):
 - letterale
 - interpretativa
 - sulle implicazioni
- Rispetto al cambiamento climatico sono avvenuti tutti e tre gli stati di denial

Cambiamenti climatici: la razionalità non basta

- Anche i ricercatori:
 - Negano le proprie emozioni
 - Sopprimono i pensieri sulle conseguenze dei cambiamenti climatici (Head & Harada, 2017):

Centralità e ambivalenza della risposta emotiva



Il caso delle emozioni morali

- Un esempio di ruolo di contrasto al denial:
 - Emozioni morali e accettazione delle responsabilità storiche *passate* del proprio gruppo (e.g. Leone, Giner-Sorolla, D'Errico, Migliorisi & Sessa, 2018).
- È possibile un ruolo delle emozioni morali nella presa di responsabilità collettiva, anche per rischi *futuri* come il cambiamento climatico?

Le emozioni morali, in teoria

- Emozioni morali: “quelle emozioni che motivano il comportamento morale o rispondono alle sue violazioni” (Haidt, 2003).
- **Vergogna** → vergogna sociale e vergogna morale
- **Colpa** → riparazione del danno fatto
- **Orgoglio** → stima di sé per il conseguimento di un risultato

La rassegna bibliografica: Metodologia

- **Articoli empirici** dal 2000 a Ottobre 2020
- **Banche dati:** APA PsycArticles, APA PsycInfo e GreenFILE
- **Parole chiave:** “Climate change” AND “Self-conscious emotion*”, “Moral emotion*”, “Group based emotion*”, “Pride”, “Shame”, “Guilt”, “Moral guilt”, “Moral shame”, “Social guilt” e “Social shame”.
- **Esclusi:** articoli che non fanno riferimento alle teorie delle emozioni e quelli che citano il ruolo delle emozioni morali, ma che poi non ne misurano l’impatto

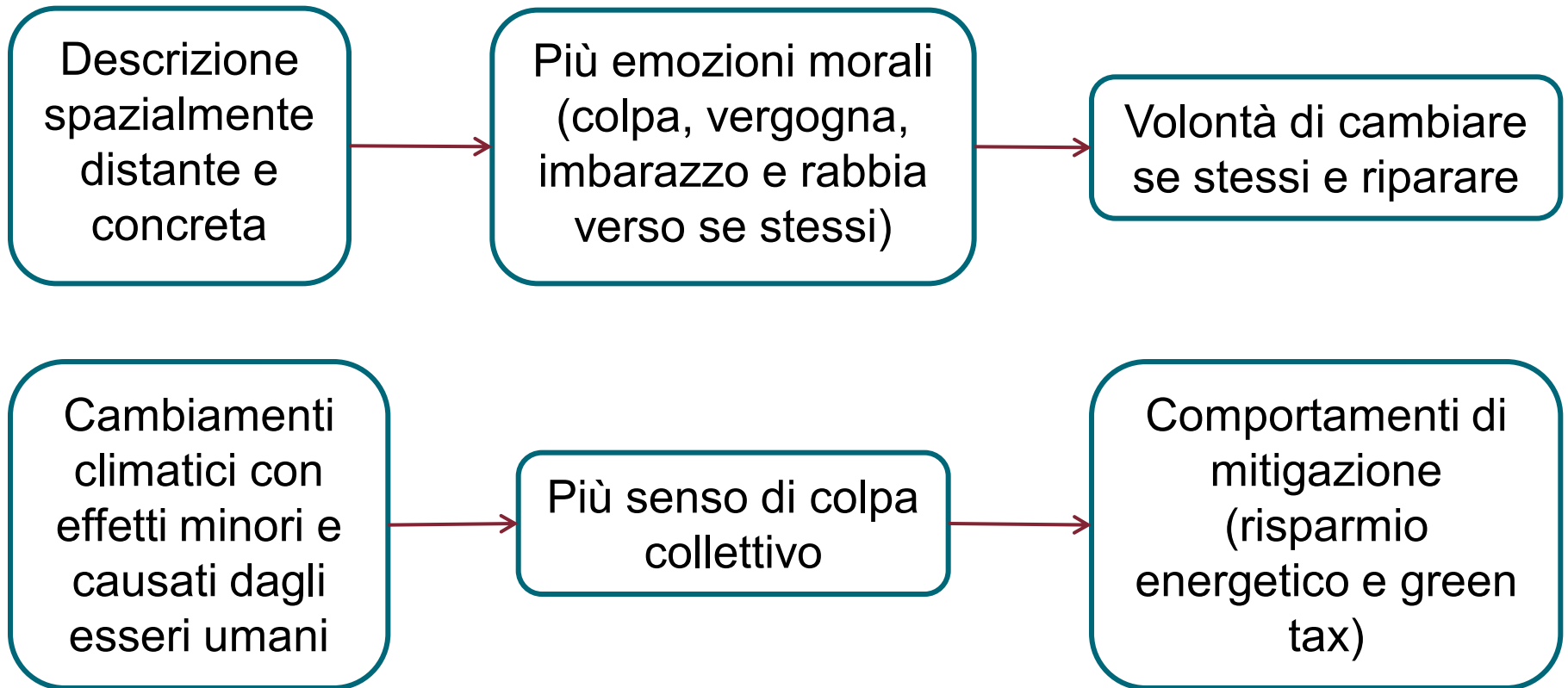
Risultati

- 12 articoli
- Domande di ricerca:
 - 1) Emozioni morali e disponibilità ai comportamenti pro-ambientali (5 articoli):
 - a. ruolo delle emozioni morali nella decisione di agire in modo pro-ambientale
 - b. processi che contrastano il ruolo positivo di queste emozioni
 - 2) Comunicazione del rischio ambientale, emozioni morali, azioni pro-ambientali (7 articoli)

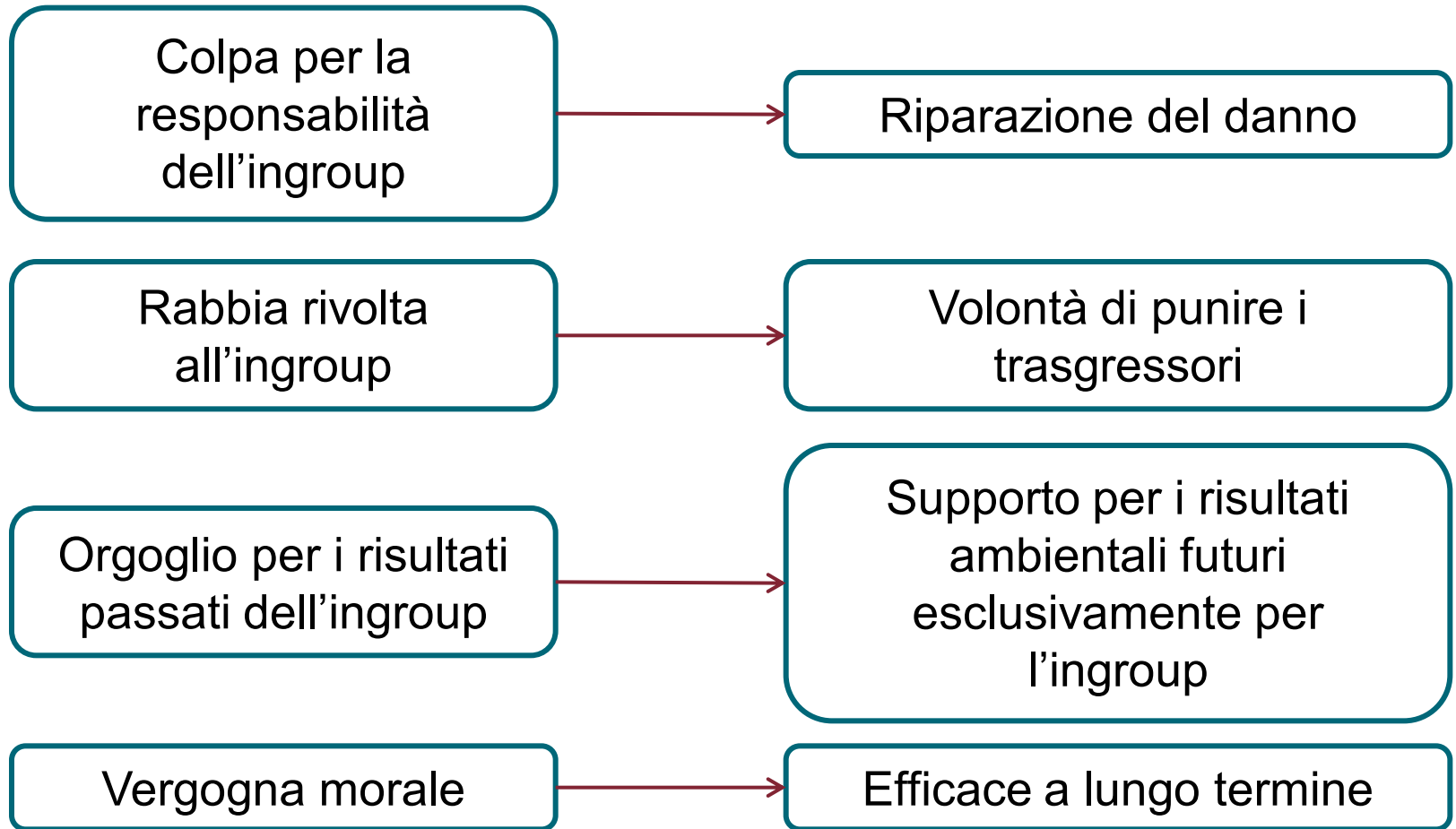


Implicazioni pratiche per la comunicazione sul cambiamento climatico

Implicazioni pratiche per la comunicazione sul cambiamento climatico



Implicazioni pratiche per la comunicazione sul cambiamento climatico



Conclusioni e direzioni di ricerca

- Lavorare sulle emozioni (moralì) è cruciale
- Possono contrastare lo stato di denial interpretativo e di denial sulle implicazioni
- Approfondire lo studio degli effetti delle emozioni anche da un punto di vista più qualitativo

Grazie per l'attenzione



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

stefano.migliorisi@uniroma1.it

giovanna.leone@uniroma1.it

bruno.mazzara@uniroma1.it