



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΥΓΕΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ
ΠΜΣ “ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΤΗΣ
ΥΓΕΙΑΣ”

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Επικοινωνία και Φιλοπεριβαλλοντική στάση/συμπεριφορά: ένα
εξερευνητικό στίγμα

Φοιτήτρια : Μαρία-Ανθή Χανδρινού (ΑΜ:2022333)

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Κωνσταντίνα Σκαναβή

Αθήνα, Φεβρουάριος 2024

Μέλη της Συμβουλευτικής Επιτροπής

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι
Εξεταστική Επιτροπή:

A/α	Όνοματεπώνυμο	Βαθμίδα/Ιδιότητα	Ψηφιακή Υπογραφή
1	ΣΚΑΝΑΒΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ	ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	
2	ΒΑΣΣΑΛΟΥ ΕΥΔΟΚΙΑ	ΕΠΙΚΟΥΡΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	
3	ΘΕΟΔΟΥΛΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ	Post-Doc	

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Χανδρινού Μαρία-Ανθή του Γεωργίου, με αριθμό μητρώου 2022333 φοιτήτρια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Περιβαλλοντική Επικοινωνία και Προαγωγή της Υγείας του Τμήματος Δημόσιας και Κοινωνικής Υγείας της Σχολής Δημόσιας Υγείας του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι: «Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα
Χανδρινού Μαρία-Ανθή

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα

Πίνακας περιεχομένων

1. Εισαγωγή	5
1.1 Σημασία περιβαλλοντικής επικοινωνίας	6
1.2 Ο ρόλος της επικοινωνίας στην διαμόρφωση στάσεων και αντιλήψεων.....	7
1.3 Περιβαλλοντική συμπεριφορά και παράγοντες που την επηρεάζουν	8
1.4 Διατύπωση ερωτήματος που οδήγησε σε έρευνα	10
1.5 Με τι θα ασχοληθεί κάθε κεφάλαιο	13
2.Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	13
2.1 Εννοιολογικές αποσαφηνίσεις	13
2.2 Τύποι πλαισίωσης	17
2.3 Θεωρητικό υπόβαθρο για πλαισίωση μηνυμάτων	19
2.4 Θεωρία πλαισίωσης.....	24
2.5 Αυτόματη και Σκόπιμη Συμπεριφορά.....	29
2.6 Θεωρία προοπτικής.....	31
2.7 Θεωρία ωθήσεων.....	32
3.Εφαρμογές θεωριών και φιλοπεριβαλλοντική στάση/συμπεριφορά.....	36
3.1 Θεωρία πλαισίωσης.....	36
3.2 Θεωρία ωθήσεων.....	37
3.3 Θεωρία προοπτικών	39
4.Συζήτηση	41
4.1 Εξερευνητικό στίγμα.....	44
4.2 Προτάσεις για ενίσχυση φιλοπεριβαλλοντικής στάσης και συμπεριφοράς.....	48
4.3 Συμπεράσματα	48
5.Επίλογος.....	50
6.Βιβλιογραφία	52

1. Εισαγωγή

Η πλαισίωση μηνυμάτων είναι η διαδικασία με την οποία ο αποστολέας ενός μηνύματος καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο θα παρουσιαστεί το μήνυμα στον παραλήπτη. Η πλαισίωση μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο ο παραλήπτης ερμηνεύει και αντιδρά στο μήνυμα. Υπάρχουν διάφορες θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί για να εξηγήσουν πώς η πλαισίωση επηρεάζει την επικοινωνία. Μια από τις πιο γνωστές θεωρίες είναι η θεωρία της πλαισίωσης του Goffman (1974). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, η πλαισίωση είναι ένα σύνολο προκαταλήψεων και προσδοκιών που οι άνθρωποι έχουν για μια συγκεκριμένη κατάσταση. Αυτές οι προκαταλήψεις και προσδοκίες επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ερμηνεύουν και αντιδρούν σε αυτό που συμβαίνει στην κατάσταση.

Η κατανόηση του παραλήπτη μπορεί να επηρεαστεί από τη πλαισίωση με διάφορους τρόπους. Είναι σύνηθες μια φράση που χρησιμοποιείται σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο να έχει διαφορετική σημασία από την ίδια φράση που χρησιμοποιείται σε ένα διαφορετικό πλαίσιο. Ένα κλασικό παράδειγμα για αυτό το φαινόμενο είναι η φράση "Πες μου για το ψωμί". Σε ένα καθημερινό πλαίσιο, αυτή η φράση μπορεί να είναι μια απλή ερώτηση για να μάθεις πληροφορίες σχετικά με το ψωμί που κάποιος αγόρασε ή προτιμά. Ωστόσο, αν αυτή η ίδια φράση χρησιμοποιηθεί υπό ένα πολιτικό ή οικονομικό πρίσμα, μπορεί να αναφέρεται σε μια συζήτηση για το κόστος ή την πολιτική του ψωμιού, πιθανώς σε σχέση με την παραγωγή του ή κρατικούς πόρους. Συνεπώς κατά τον Harrington (2015) η ίδια φράση αποκτά διαφορετική σημασία ανάλογα με το πλαίσιο στο οποίο χρησιμοποιείται.

Έπειτα, παρατηρείται συχνά ότι ακόμη και οι αντιδράσεις του παραλήπτη μπορούν να επηρεαστούν από τη πλαισίωση. Ειδικότερα, ένας παραλήπτης είναι πιο πιθανό να ανταποκριθεί θετικά σε ένα μήνυμα που έχει πλαισιωθεί με θετικό τρόπο από έναν παραλήπτη στον οποίο το μήνυμα έχει πλαισιωθεί με αρνητικό τρόπο. Εν παραδείγματι, ας υποθέσουμε ότι στον εργασιακό μας χώρο ένα άτομο έχει πρόσφατα ολοκληρώσει ένα σημαντικό έργο και αποφασίζει να το μοιραστεί με δύο διαφορετικούς συναδέλφους του. Στην περίπτωση του θετικού πλαισίου στον πρώτο συνάδελφο του λέει: "Είμαι τόσο ευτυχισμένος που ολοκλήρωσα το έργο μου! Οι αντιδράσεις από την ηγεσία ήταν εξαιρετικές και νομίζω ότι είναι το καλύτερο έργο που έχω κάνει ποτέ." Αντιθέτως με την χρήση αρνητικού πλαισίου θα πει: "Ήταν τόσο δύσκολο αυτό το έργο. Η ηγεσία με κριτικάρει πάντα, και νομίζω ότι περίμεναν περισσότερα από μένα. Δεν είμαι

σίγουρος αν αξίζει όλη αυτή η προσπάθεια" (Zanna & Rempel,1988).

1.1 Σημασία περιβαλλοντικής επικοινωνίας

Η ταχεία ανάπτυξη της αστικοποίησης και της εκβιομηχάνισης ανά τους αιώνες είχε πολλές αρνητικές επιπτώσεις στα οικοσυστήματα και την ανθρώπινη υγεία, οι περισσότερες από τις οποίες οφείλονται στην ανισορροπία μεταξύ της ανθρώπινης κοινωνικής ανάπτυξης και της οικολογικής διακυβέρνησης. Όταν οι παραπάνω ενέργειες συνδυάστηκαν με την πλαισίωση της απώλειας, η περιβαλλοντική έκκληση δημιούργησε έμμεσα ισχυρότερο θετικό αντίκτυπο, διεγείροντας την αντίληψη του περιβαλλοντικού κινδύνου του ατόμου. Στον αντίποδα, όταν τα νομισματικά κίνητρα συνδυάστηκαν με τη διαμόρφωση της απώλειας, η ατομική φιλοπεριβαλλοντική ταυτότητα αποδυναμώθηκε, αναστέλλοντας έτσι τον θετικό αντίκτυπο στην πρόθεση διαχωρισμού των απορριμμάτων. Άρα ο οικονομικός παράγοντας ως ανταμοιβή ή τιμωρία δεν είναι από μόνος του επαρκής για να οδηγήσει σε φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές. Συνεπώς, το ζήτημα είναι πολυπαραγοντικό και σύνθετο . Σύμφωνα με την Wang (2022) οι σοβαρές οικολογικές κρίσεις έχουν προκαλέσει ευρεία δημόσια ανησυχία και έχουν ωθήσει τους ερευνητές να διερευνήσουν τους μηχανισμούς των ατομικών φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών (PEBs) για να παρέχουν πρακτικές στρατηγικές για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών συνθηκών.

Η περιβαλλοντική επικοινωνία είναι η διαδικασία μετάδοσης πληροφοριών και ιδεών σχετικά με το περιβάλλον, με στόχο τη βελτίωση της κατανόησης και της ευαισθητοποίησης σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα (Cox, 2013). Είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης μας, καθώς μπορεί να βοηθήσει στην ενημέρωση του κοινού σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα, στην προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και στην αλλαγή της συμπεριφοράς προς την προστασία του περιβάλλοντος. Με την αποτελεσματική περιβαλλοντική επικοινωνία, μπορούμε να βοηθήσουμε στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου μέλλοντος για όλους.

1.2 Ο ρόλος της επικοινωνίας στην διαμόρφωση στάσεων και αντιλήψεων

Η πλαισίωση του μηνύματος αποτελεί ένα σημαντικό και συχνά παραγνωρισμένο στοιχείο που επηρεάζει σημαντικά την περιβαλλοντική συμπεριφορά. Σε μια εποχή όπου η επικοινωνία έχει εκτιναχθεί με τον ψηφιακό κόσμο, η απόδοση των μηνυμάτων και ο τρόπος διατύπωσης τους μπορεί να έχει ευρύτερες επιπτώσεις. Από τον τρόπο που προβάλλονται πληροφορίες σχετικά με την περιβαλλοντική προστασία μέχρι τον τρόπο που ενθαρρύνονται οι βιώσιμες συμπεριφορές, η πλαισίωση μπορεί να καθορίσει την απόκριση και την ετοιμότητα των ανθρώπων και των κοινοτήτων στις περιβαλλοντικές προκλήσεις. Σε αυτήν την εργασία, θα εξετάσουμε πώς η πλαισίωση των μηνυμάτων επηρεάζει την αντίληψη, τη συμπεριφορά και την στάση μας σε θέματα περιβάλλοντος, ανοίγοντας τον δρόμο για μια πιο βιώσιμη και υπεύθυνη συμπεριφορά προς το περιβάλλον. Η πλαισίωση συνδέεται με πολλούς τρόπους πολύ στενά με τη θεωρία του Agenda Setting (Θέτοντας την Ατζέντα). Και οι δύο επικεντρώνονται στον τρόπο με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης στρέφουν το βλέμμα του κοινού σε συγκεκριμένα θέματα - με αυτόν τον τρόπο καθορίζουν την ατζέντα. Σύμφωνα όμως με τον Harrington (2015) η πλαισίωση το πάει ένα βήμα παραπέρα, καθώς ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται οι ειδήσεις δημιουργεί ως ένα πλαίσιο για τις πληροφορίες αυτές. Αυτό είναι συνήθως μια συνειδητή επιλογή των δημοσιογράφων - σε αυτή την περίπτωση το πλαίσιο αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης έχουν πρόσβαση στην πληροφορία από το κοινό οργανώνουν και παρουσιάζουν τις ιδέες, τα γεγονότα και τα θέματα που καλύπτουν.

Η πλαισίωση είναι ο τρόπος με τον οποίο μια πηγή επικοινωνίας ορίζει και κατασκευάζει ένα οποιοδήποτε κομμάτι της επικοινωνούμενης πληροφορίας. Η πλαισίωση αποτελεί αναπόφευκτο μέρος της ανθρώπινης επικοινωνίας – άλλωστε γίνεται συχνά εισαγωγή προσωπικών πλαισίων στις επικοινωνίες. Αναλύοντας την συγκεκριμένη φράση είναι πλέον γεγονός ότι η κάθε μορφή επικοινωνίας επηρεάζεται από προσωπικές απόψεις, αξίες και προκαταλήψεις του κάθε ατόμου. Το φαινόμενο αυτό μοιάζει ικανό κατά τους Homar & Cvelbar (2021) να δημιουργήσει διαφορετικές ερμηνείες, αντιλήψεις και αντιδράσεις σε μια ίδια κατάσταση, ανάλογα με το πώς κάθε άτομο βλέπει τα πράγματα. Συνεπώς, είναι σημαντικό να υπάρχει βαθιά επίγνωση των πλαισίων και κατανόηση των διαφορετικών απόψεων και προοπτικών των άλλων ατόμων, προκειμένου να διαμορφωθούν εύστοχες και αμοιβαία επωφελείς μορφές επικοινωνίας.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους η πλαισίωση μηνύματος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει τη φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά. Ένας τρόπος είναι να επικεντρωθεί στα οφέλη της περιβαλλοντικής προστασίας, όπως η βελτίωση της ποιότητας του αέρα και του νερού, η προστασία της βιοποικιλότητας και η μείωση των κινδύνων από την κλιματική αλλαγή. Ένας άλλος τρόπος είναι να επικεντρωθεί στα αρνητικά αποτελέσματα της περιβαλλοντικής υποβάθμισης, όπως η αύξηση των φυσικών καταστροφών, η επιδείνωση των ασθενειών και η μείωση των ευκαιριών για οικονομική ανάπτυξη (Harrington, 2015).

Έρευνες έχουν δείξει ότι η πλαισίωση μηνύματος μπορεί να είναι αποτελεσματική στην προώθηση της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς. Για παράδειγμα, η Wang (2022) σε μια έρευνά της διαπίστωσε ότι οι άνθρωποι ήταν πιο πιθανό να ανακυκλώσουν όταν τους είπαν ότι η ανακύκλωση θα βοηθήσει στη μείωση της ρύπανσης του αέρα και του νερού. Σε μια ακόμη μελέτη της διαπίστωσε ότι οι άνθρωποι ήταν πιο πιθανό να μειώσουν την κατανάλωση ενέργειας όταν τους είπαν ότι η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας θα βοηθήσει στη μείωση των λογαριασμών ενέργειας σε συνδυασμό με την προστασία του περιβάλλοντος.

1.3 Περιβαλλοντική συμπεριφορά και παράγοντες που την επηρεάζουν

Η περιβαλλοντική μας συμπεριφορά σύμφωνα με τον Stern (2000) επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες, καλύπτοντας μια ευρεία γκάμα κοινωνικών, πολιτιστικών, οικονομικών και ατομικών πτυχών. Ορισμένοι από αυτούς τους παράγοντες περιλαμβάνουν την εκπαίδευση, όπου το επίπεδο αυτής μπορεί να επηρεάσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με περιβαλλοντικά ζητήματα και την κατανόηση του αντίκτυπου της ατομικής συμπεριφοράς. Επίσης, η συμπεριφορά μας επηρεάζεται από το κοινωνικό περιβάλλον, όπως η οικογένεια, οι φίλοι, οι συνάδελφοι και η κοινότητα, ενώ οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν τη δυνατότητα επιλογής περιβαλλοντικά φιλικών προϊόντων. Επιπλέον, κοινωνικές προτιμήσεις και τάσεις καθορίζουν την περιβαλλοντική συμπεριφορά, ενώ η νομοθεσία και η πολιτική επηρεάζουν τις πρακτικές μας και καθορίζουν περιβαλλοντικά πρότυπα. Ταυτόχρονα, οι προσωπικές πεποιθήσεις, οι αξίες και η ηθική μπορούν να καθοδηγήσουν σε επιλογές υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντος.

Η επικοινωνία είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την προώθηση της φιλοπεριβαλλοντικής

συμπεριφοράς. Με αποτελεσματική επικοινωνία, μπορούμε να ενημερώσουμε τους ανθρώπους για τις περιβαλλοντικές προκλήσεις, να τους ενθαρρύνουμε να κάνουν αλλαγές στον τρόπο ζωής τους και να τους εμπνεύσουμε να δράσουν για την προστασία του περιβάλλοντος.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους η επικοινωνία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει τη φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά. Ένας τρόπος είναι να χρησιμοποιηθούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για την ενημέρωση του κοινού για τις περιβαλλοντικές προκλήσεις. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω ειδήσεων, εκπομπών, διαφημίσεων και άλλων μορφών επικοινωνίας. Ένας άλλος τρόπος είναι μέσω της εκπαίδευσης και της ευαισθητοποίησης οι άνθρωποι να κάνουν αλλαγές στον τρόπο ζωής τους. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω σχολείων, κοινοτήτων, οργανισμών και άλλων φορέων. Τέλος, η επικοινωνία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να εμπνεύσει και να κατευθύνει τους ανθρώπους να δράσουν για την προστασία του περιβάλλοντος. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω εκστρατειών, διαδηλώσεων και άλλων μορφών κοινωνικής κινητοποίησης (Grilli & Curtis, 2021).

Οι στάσεις είναι σύνθετες μορφές συμπεριφοράς που εκφράζουν τη γνώμη, τις πεποιθήσεις και τις προτιμήσεις μας για ένα συγκεκριμένο θέμα ή αντικείμενο. Οι αντιλήψεις, από την άλλη πλευρά, είναι οι ερμηνείες που δίνουμε στο περιβάλλον γύρω μας. Ως μια άλλη διάσταση οι στάσεις αποτελούν κατηγοριοποιήσεις. Η κατηγοριοποίηση αναφέρεται «σε διεργασία με ελάχιστη έστω γνωστική δραστηριότητα». Παρόλο που κατά τους Zanna & Rempel (1988) αυτό σημαίνει πως οι στάσεις είναι γνωστικά εργώδεις, τα δεδομένα δείχνουν πως η απαιτούμενη προσπάθεια τις περισσότερες φορές είναι ελάχιστη, και στην πραγματικότητα, οι στάσεις μπορεί να ενεργοποιηθούν αυτόματα, και όχι κατόπιν λεπτομερούς σκέψης. Επιπροσθέτως, οι στάσεις είναι επικοινωνιακές, δηλαδή έχουν νόημα μόνο στο βαθμό που μεταδίδουν πληροφορίες από το ένα άτομο στο άλλο. Οι στάσεις είναι κοινωνικές. Από κοινού, τα δύο σημεία μας λένε ότι οι στάσεις αποτελούν ταυτόχρονα μέρος της γνωστικής ζωής και μέρος του κοινού λόγου που διαχέεται στην κοινωνία. Τέλος, αντιμετωπίζοντας τη συμπεριφορά ως συστατικό μέρος της στάσης, το πρόβλημα της όποιας θεωρητικής σχέσης μεταξύ στάσεως και συμπεριφοράς απλώς καταργείται «εξ ορισμού» και έτσι γεννιέται ένα από τα πιο μεγάλα αιώνια προβλήματα της κοινωνικής ψυχολογίας: «προβλέπουν οι στάσεις την συμπεριφορά;» (Zanna & Rempel, 1988).

Διάφορα παραδείγματα που ενσαρκώνουν τα προαναφερθέντα θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα εξής : αν ακούσουμε έναν ομιλητή που υποστηρίζει μια συγκεκριμένη πολιτική θέση, μπορεί να επηρεάσει τις δικές μας απόψεις για αυτό το θέμα. Αν διαβάσουμε ένα άρθρο που παρουσιάζει

μια διαφορετική οπτική γωνία για ένα γεγονός, μπορεί να μας αλλάξει την αντίληψη για αυτό όμως δεν είναι απαραίτητο ότι θα πράξουμε αντίστοιχα (συμπεριφορά) ή αν ζούμε σε μια κοινωνία που είναι προκατειλημμένη εναντίον μιας συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων, μπορεί να επηρεάσει τις δικές μας απόψεις για αυτούς τους ανθρώπους.

Συγκεκριμένα, η επικοινωνία μπορεί να επηρεάσει τις στάσεις και τις αντιλήψεις μας με ποικίλους τρόπους. Αρχικά, η επικοινωνία μπορεί να παρέχει νέες πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο θέμα ή αντικείμενο. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να βοηθήσουν να κατανοήσουμε καλύτερα το θέμα και να σχηματίσουμε πιο ενημερωμένες απόψεις γι' αυτό. Επιπλέον, οι επικοινωνιακές αλληλεπιδράσεις μπορούν να μας κάνουν να αμφισβητήσουμε τις υπάρχουσες πεποιθήσεις μας. Αυτό μπορεί να συμβεί όταν ακούμε νέα στοιχεία που αντικρούουν τις πεποιθήσεις μας ή όταν συζητάμε με κάποιον που έχει διαφορετική άποψη. Τέλος, η επικοινωνία μπορεί να μας πείσει να αποδεχτούμε μια νέα άποψη. Αυτό μπορεί να συμβεί όταν η νέα άποψη είναι καλά τεκμηριωμένη ή όταν η επικοινωνία είναι αποτελεσματική και μας κάνει να αισθανθούμε ότι κατανοούμε και εκτιμούμε την άποψη του συνομιλητή μας. Κατά τον McGuire (1985) ο ρόλος της αποτελεσματικής επικοινωνίας, δηλαδή επικοινωνίας σχεδιασμένης για αλλαγή ή υιοθέτηση στάσης, μπορεί να έχει βαθύ αντίκτυπο στη ζωή μας αφού η αποτελεσματική επικοινωνία μπορεί να μας βοηθήσει να μάθουμε και να αναπτυχθούμε, να λάβουμε τεκμηριωμένες αποφάσεις και να δημιουργήσουμε πιο θετικές σχέσεις με τους άλλους.

1.4 Διατύπωση ερωτήματος που οδήγησε σε έρευνα

Το ερώτημα που οδήγησε σε έρευνα σχετικά με την φιλοπεριβαλλοντική στάση είναι:

Πως η επιστήμη της επικοινωνίας μπορεί να αξιοποιηθεί στην προώθηση της φιλοπεριβαλλοντικής/στάσης συμπεριφοράς?

Αυτό το ερώτημα ανοίγει τον δρόμο για ανάλυση της σχέσης μεταξύ επικοινωνίας και περιβαλλοντικής συνείδησης, εστιάζοντας στο πώς ο τρόπος με τον οποίο μεταδίδονται πληροφορίες, προκαλεί συναισθηματικές και γνωσιακές αντιδράσεις και διαμορφώνει την κοινή γνώμη επηρεάζοντας την πρόθεση των ανθρώπων να αναλάβουν περιβαλλοντική δράση.

Η έρευνα σχετικά με τη φιλοπεριβαλλοντική στάση προσδιορίζει τους παράγοντες που επηρεάζουν τη στάση των ανθρώπων έναντι του περιβάλλοντος. Προσωπικές εμπειρίες, όπως η αντιμετώπιση περιβαλλοντικών προβλημάτων, συνδέονται με θετική στάση, ενώ η εκπαίδευση και η ενημέρωση επί περιβαλλοντικών θεμάτων ενισχύουν την κατανόηση και προάγουν θετική αντίληψη. Πολιτικές και οικονομικές συνθήκες επίσης διαμορφώνουν τη φιλοπεριβαλλοντική στάση, καθώς η ύπαρξη ισχυρών περιβαλλοντικών πολιτικών ενθαρρύνει θετική στάση προς το περιβάλλον. Εν συνεχεία, τα ευρήματα των ερευνών επεκτείνονται στην ανάπτυξη πολιτικών και προγραμμάτων που θα βοηθήσουν στην αύξηση της περιβαλλοντικής συνείδησης και δράσης των ανθρώπων. Ειδικότερα, οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν θετική στάση απέναντι στο περιβάλλον όταν πιστεύουν ότι μπορούν να κάνουν τη διαφορά, όταν βλέπουν άλλους να ενεργούν με περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο και έχοντας πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα (Wang, 2022). Οι περιβαλλοντικές εκκλήσεις αφορούν κυρίως την ευαισθητοποίηση των ατόμων σχετικά με τους κινδύνους που προκαλεί η ρύπανση από τα απόβλητα και την ανάδειξη της συμβολής του διαχωρισμού των αποβλήτων στην προστασία του περιβάλλοντος, με στόχο την ενίσχυση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τους περιβαλλοντικούς κανόνες και την ενθάρρυνση των κατοίκων να διαχωρίζουν εθελοντικά τα απόβλητα. Τα χρηματικά κίνητρα αναφέρονται στην παροχή οικονομικών ανταμοιβών στους κατοίκους που συμμετέχουν στο διαχωρισμό των αποβλήτων ή στην ενημέρωσή τους για τα πρόστιμα που μπορεί να τους επιβληθούν σε περίπτωση μη συμμετοχής τους στο διαχωρισμό των αποβλήτων, ώστε να αυξηθεί το κίνητρό τους για διαχωρισμό.

Τα συγκεκριμένα ευρήματα προκύπτουν βάσει τεσσάρων μελετών για να εξεταστεί η δομή των περιβαλλοντικών στάσεων. Οι μελέτες αποσκοπούσαν στην επιβεβαίωση της ύπαρξης τριών σχετιζόμενων παραγόντων ανησυχίας για τα περιβαλλοντικά ζητήματα: ανησυχία για τον εαυτό, ανησυχία για τους άλλους ανθρώπους και ανησυχία για τη βιόσφαιρα. Η μελέτη 1 περιελάμβανε μια επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων μεταξύ φοιτητών, ενώ η μελέτη 2 ανέλυσε δεδομένα από μια τηλεφωνική έρευνα. Η μελέτη 3 εξέτασε τη σχέση μεταξύ των εντοπισμένων τύπων περιβαλλοντικών ανησυχιών, των υφιστάμενων μετρήσεων περιβαλλοντικών στάσεων, της ενσυναίσθησης και του προσανατολισμού στις κοινωνικές αξίες. Η μελέτη 4 διεξήγαγε μια επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων πολλαπλών ομάδων μεταξύ φοιτητών σε δέκα χώρες. Τα αποτελέσματα παρείχαν ισχυρές ενδείξεις για τη διάκριση μεταξύ εγωιστικών, αλτρουιστικών και περιβαλλοντικών ανησυχιών. Πιο συγκεκριμένα, βάσει των ερευνών του Schultz (2001) διαπιστώθηκε ότι οι εγωιστικές ανησυχίες συσχετίστηκαν θετικά με την αυτοενίσχυση και αρνητικά με την αυτο-υπερβατικότητα, ενώ οι περιβαλλοντικές ανησυχίες συσχετίστηκαν

αρνητικά με την αυτοενίσχυση και θετικά με την αυτο-υπερβατικότητα. Τα αποτελέσματα αυτά υποστηρίζουν τη θεωρία της αξιακής βάσης, η οποία υποδηλώνει ότι οι στάσεις σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα επηρεάζονται από τις υποκείμενες αξίες και τις πεποιθήσεις σχετικά με τις επιπτώσεις της περιβαλλοντικής ζημίας σε αυτές τις αξίες.

Η ανάλυση των Gifford & Nilsson (2014) συνδέει τις ανησυχίες σχετικά με το περιβάλλον με τις έννοιες της αυτοενίσχυσης και την αυτο-υπερβατικότητα. Οι εγωιστικές ανησυχίες συνδέονται θετικά με την αυτοενίσχυση, υποδεικνύοντας ότι άτομα που εκφράζουν ανησυχίες σχετικά με το περιβάλλον είναι πιθανό να προωθούν δράσεις που εξυπηρετούν τα προσωπικά τους συμφέροντα. Αντίθετα, υπάρχει αρνητική συσχέτιση με την αυτο-υπερβατικότητα, υποδηλώνοντας ότι οι άνθρωποι με εγωιστικές ανησυχίες τείνουν να μην υιοθετούν υπερβολικά θετικές απόψεις για τον εαυτό τους σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα και παρατηρείται αρνητική συσχέτιση με την αυτοενίσχυση, υποδεικνύοντας ότι όσοι έχουν αυτές τις ανησυχίες δεν επικεντρώνονται τόσο πολύ στον εαυτό τους. Ενώ, υπάρχει θετική συσχέτιση με την αυτο-υπερβατικότητα, υποδεικνύοντας ότι εκείνοι που είναι ευαισθητοποιημένοι στα περιβαλλοντικά ζητήματα τείνουν να έχουν υπερβολικές απόψεις για τον εαυτό τους όσον αφορά τη στάση τους έναντι του περιβάλλοντος.

Η θεωρία της αξιακής βάσης επισημαίνεται από τον Adam Smith ως εξής: οι πεποιθήσεις και οι αξίες κάποιου σχετικά με το περιβάλλον επηρεάζουν τη στάση τους προς αυτό. Συγκεκριμένα, η έρευνα του Douglas (1927) για τον Smith υποστηρίζει την ιδέα ότι οι προσωπικές αξίες και οι πεποιθήσεις επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο κάποιος αντιμετωπίζει τα περιβαλλοντικά ζητήματα και προβαίνει σε σχετικές δράσεις. Συνολικά, αυτή η ανάλυση υπογραμμίζει τη σύνθετη φύση των σχέσεων μεταξύ των ατομικών ψυχολογικών παραγόντων και της στάσης προς το περιβάλλον, προσφέροντας περισσότερη κατανόηση για τον τρόπο με τον οποίο οι προσωπικές πεποιθήσεις επηρεάζουν τις στάσεις και τη συμπεριφορά σε περιβαλλοντικά ζητήματα.

Επιπλέον, ο Schultz (2001) βρήκε στοιχεία για την αντιληπτή διασύνδεση μεταξύ εαυτού και φύσης, καθώς οι αξιολογήσεις της διασύνδεσης εαυτού και φύσης συσχετίστηκαν θετικά με τις περιβαλλοντικές ανησυχίες. Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι αξίες και η αντιλαμβανόμενη διασύνδεση παίζουν ρόλο στη διαμόρφωση των περιβαλλοντικών ανησυχιών. Εν κατακλείδι, θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι πολιτικές και τα προγράμματα που στοχεύουν στην αύξηση της περιβαλλοντικής συνείδησης και δράσης των ανθρώπων θα πρέπει να

επικεντρώνονται στην ενίσχυση της αίσθησης του ελέγχου, της κοινωνικής προτύπωσης, της πληροφόρησης και της συμμετοχής των ανθρώπων.

1.5 Με τι θα ασχοληθεί κάθε κεφάλαιο

Στην αρχή της βιβλιογραφικής ανασκόπησης θα επισημανθούν οι βασικότερες έννοιες που αφορούν στην επικοινωνία και στην περιβαλλοντική συνείδηση και συμπεριφορά. Έπειτα, αναλύονται οι βασικότεροι τύποι πλαισίωσης μηνυμάτων εμπλουτισμένοι με παραδείγματα και το θεωρητικό υπόβαθρό τους. Σε συνέχεια του τελευταίου, επεξηγούνται εκτενώς οι τρεις βασικότερες θεωρίες: της πλαισίωσης, της προοπτικής και της ώθησης συνοδευόμενες από τα αποτελέσματά τους. Εν κατακλείδι, στο πλαίσιο της συζήτησης, παρουσιάζονται προτάσεις για ενίσχυση της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς και συμπεράσματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα των τριών βασικών θεωριών.

2.Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

2.1 Εννοιολογικές αποσαφηνίσεις

Ο όρος επικοινωνία μπορεί να εκφραστεί ως ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν μηνύματα για την δημιουργία νοημάτων εντός και σε διάφορα περιβάλλοντα, πολιτισμούς, κανάλια και μέσα. Η κωδικοποίηση και αποκωδικοποίηση μηνυμάτων συμβαίνουν ταυτόχρονα από την πλευρά του αποστολέα και του δέκτη καθιστώντας την όλη διαδικασία περίπλοκη. Στο ίδιο φάσμα, ένας πιο πλήρης ορισμός της επικοινωνίας για την υγεία περιλαμβάνει την μελέτη και χρήση στρατηγικών επικοινωνίας για την ενημέρωση και επιρροή ατομικών και κοινοτικών αποφάσεων που ενισχύουν την υγεία. Πρωταρχικό ρόλο της αποτελεί η υποστήριξη της μετάφρασης της επιστήμης στην πράξη και η ταυτόχρονη σύνδεση πληροφοριών σχετικά με προβλήματα και πιθανές λύσεις (National Communication Association, n.d.).

Ο όρος "περιβάλλον" αναφέρεται στο σύνολο των φυσικών, κοινωνικών, οικονομικών, πολιτιστικών και άλλων στοιχείων που περιβάλλουν έναν οργανισμό ή μια κοινότητα. Είναι ένα ευρύτατο και πολυδιάστατο έννοια που περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία και τις σχέσεις που επηρεάζουν τη ζωή και την ανάπτυξη ενός συστήματος ή οργανισμού. Το περιβάλλον περιλαμβάνει τα φυσικά στοιχεία όπως ο αέρας, το νερό, το έδαφος, τα είδη και οι

οικοσυστημικές σχέσεις, αλλά και τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές πτυχές του περιβάλλοντος. Επομένως, το περιβάλλον μπορεί να εξεταστεί από πολλές διαφορετικές οπτικές γωνίες, συμπεριλαμβανομένων των πτυχών της βιολογίας, της οικολογίας, της οικονομίας, της κοινωνιολογίας και άλλων επιστημονικών πεδίων. Ειδικότερα, η έννοια του περιβάλλοντος, όπως επισημαίνει και ο Gewirtz (1969), πρέπει να προσδιοριστεί τόσο με όρους των ερεθισμών που επηρεάζουν τη συμπεριφορά όσο και με όρους της λειτουργικής σχέσης της συμπεριφοράς με τον έλεγχο των ερεθισμών. Ο όρος περιβάλλον περιλαμβάνει, ακόμη, σύμφωνα με τους Ittelson et al (1974) τον τρόπο με τον οποίο το αντιλαμβανόμαστε και έχουμε την εμπειρία του, τον τρόπο με τον οποίο το αλλάζουμε και το χρησιμοποιούμε για κάλυψη των αναγκών μας, και ακόμη το πώς προσδιορίζουμε τη συμπεριφορά μας σε ένα οικοσύστημα που βρίσκεται σε διαρκή αλλαγή.

Οι κοινωνικοί επιστήμονες με έμφαση στους Dahlberg & Krug (2022) χρησιμοποιούν το οικολογικό μοντέλο έτσι ώστε να εντοπίσουν τις ρίζες των προβλημάτων και τα πιθανά σημεία παρέμβασης. Ειδικότερα, με την χρήση αυτού του μοντέλου εξετάζονται τα εξωτερικά στρώματα ενός προβλήματος και ανευρίσκονται λύσεις σε αυτά. Είναι πλέον αποδεδειγμένο ότι οι παρεμβάσεις που εκτελούνται σε πολλαπλά επίπεδα του οικολογικού μοντέλου είναι πιο αποτελεσματικές από εκείνες που εστιάζονται σε ένα μόνο επίπεδο. Όσον αφορά στις παρεμβάσεις, μια οικολογική προσέγγιση στην επικοινωνία για την υγεία υποδηλώνει πως όλοι οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν μια κατάσταση θα πρέπει να διερευνηθούν πριν από την έναρξη προσπαθειών αλλαγής της ατομικής συμπεριφοράς. Συνεπώς η επικοινωνία από μόνη της δεν είναι ικανή να αλλάξει ορισμένους συστημικούς καθοριστικούς παράγοντες της κακής υγείας όπως για παράδειγμα τα τοξικά απόβλητα, τους περιορισμένους πόρους υγειονομικής περίθαλψης ή την φτώχεια.

Οι τρεις λέξεις-κλειδιά για επιτυχή επικοινωνία σε θέματα υγείας και περιβάλλοντος οι οποίες αποτελούν συνάμα και μορφές στρατηγικής είναι η εμπλοκή, η πληροφόρηση και η πειθώ (Wanless & Berk, 2017). Αρχίζοντας με την εμπλοκή, ορίζεται ως η διαδραστική επικοινωνία με την προσδοκία της έγκαιρης δωρεάς και λήψης μηνυμάτων από όλα τα μέρη. Η εμπλοκή παρουσιάζεται συχνά ως αυτοσκοπός αλλά είναι και επίσης το πρώτο βήμα πειθούς του κοινού με στόχο τη λήψη και αποδοχή του μηνύματός μας. Έπειτα, η έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση μας βοηθά να δώσουμε απαντήσεις σε ερωτήματα που μας απασχολούν και για αυτό οι υπεύθυνοι επικοινωνίας με την βοήθεια της νευροεπιστήμης στοχεύουν στην βελτίωση του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες λαμβάνουν και επεξεργάζονται πληροφορίες για την υγεία και

το περιβάλλον. Τέλος, στην έννοια της πειθούς απαιτείται η αναγωγή ενός κρίσιμου αντικειμένου σε αντικείμενο προσοχής. Μια πρακτική στρατηγικής είναι μια προγραμματισμένη διαδικασία για την επίτευξη του συνολικού στόχου επικοινωνίας για εμπλοκή, πληροφόρηση ή πειθώ.

Τα πλαίσια αποτελούν ένα πολύτιμο εργαλείο στην παρουσίαση πολύπλοκων ζητημάτων. Αφενός αφορούν στους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι χρησιμοποιούν πληροφορίες και τις παρουσιάσεις χαρακτηριστικών συγκεκριμένων ζητημάτων στην διαμόρφωση αντιλήψεων και αφετέρου στις μεθόδους παρουσίασης πληροφοριών από τους επικοινωνιολόγους με τέτοιο τρόπο ώστε να αντηχούν προς το κοινό χωρίς απαραίτητα με προσπάθεια προσηλυτισμού τους.

Συνήθως τα θέματα υγείας και περιβάλλοντος πλαισιώνονται:

Θεματικά, δηλαδή συνδέονται με ένα ευρύτερο φάσμα παρόμοιων γεγονότων παρουσιάζοντας επιδράσεις που είναι πιθανό να εμφανιστούν στο μέλλον έτσι ώστε το κοινό να είναι ικανό να συνδέει τις αιτίες με τις συνέπειες του θέματος.

Περιπτωσιολογικά, δηλαδή γίνεται παρουσίαση των γεγονότων με εξειδίκευση στο συμβάν και συνεπώς η παρεχόμενη γνώση αφορά σε συγκεκριμένα στιγμιότυπα δίχως σύνδεση με άλλα.

Ανταγωνιστικά, όπου το θέμα αναδεικνύεται διαμέσου διαμάχης με συγκρουόμενα συμφέροντα και επιδιώξεις (Lele et al., 2018).

Οι Pro-environmental behaviors (PEBs) ορίζονται ως "περιβαλλοντική" ή φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά και περιλαμβάνουν ανθρώπινες δραστηριότητες που εκτελούνται με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος ή την πρόληψη της περιβαλλοντικής υποβάθμισης, όπως για παράδειγμα τα πράσινα ταξίδια, η πράσινη κατανάλωση και ο διαχωρισμός των αποβλήτων (Wang, 2022). Ως μια σημαντική μορφή συμμετοχής του κοινού στην περιβαλλοντική διακυβέρνηση, οι PEBs μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά την ποιότητα του περιβάλλοντος, παρέχοντας παράλληλα στους κατοίκους μια αίσθηση ευεξίας και ικανοποίησης από τη ζωή τους. Οι PEBs είναι ενέργειες που πραγματοποιούνται για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή τη διασφάλιση της βιώσιμης χρήσης των φυσικών πόρων και περιλαμβάνουν δημόσιες PEBs, όπως η ατομική συμμετοχή σε οργανώσεις προστασίας του περιβάλλοντος και η υποστήριξη ή αποδοχή δημόσιων πολιτικών, και ιδιωτικών όπως η πράσινη κατανάλωση, η ταξινομημένη ανακύκλωση και τα πράσινα ταξίδια. Η βιβλιογραφία εξηγεί κυρίως τις ατομικές PEBs και προθέσεις, όπως αυτές που βασίζονται στη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς, τα πρότυπα αξιακών πεποιθήσεων, την αφύπνιση και τη γνωστική ευελιξία.

Όσον αφορά στους παράγοντες που επηρεάζουν την εμπλοκή σε PEBs, οι παρεμβάσεις ατομικών-συγκεκριμένων συμπεριφορών, όπως η ενθάρρυνση, η πληροφόρηση, η δημοσιότητα και ο σχεδιασμός πολιτικής, μπορούν είτε να επηρεάσουν θετικά είτε αρνητικά τόσο τις PEBs στόχου όσο και τις PEBs μη στόχου.

Αφενός οι περιβαλλοντικοί Στόχοι (Στοχοθετημένοι Στόχοι) είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, επιτεύξιμοι, ρεαλιστικοί και χρονοδιαγραμματισμένοι (SMART goals) (Bjerke & Renger, 2017). Στόχοι που σχετίζονται με τη μείωση της περιβαλλοντικής επίδρασης, τη βελτίωση της βιωσιμότητας ή την υιοθέτηση περιβαλλοντικά φιλικών πρακτικών. Για παράδειγμα, ένας περιβαλλοντικός στόχος μπορεί να είναι η μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα κατά 20% μέχρι το τέλος του επόμενου έτους. Αφετέρου οι περιβαλλοντικοί Μη Στόχοι (Περιγραφικοί Στόχοι) αποτελούν πιο γενικές περιγραφές ή προσανατολισμούς που δεν είναι τόσο εύκολα μετρήσιμοι, αλλά περιγράφουν κατευθυντήριες αρχές ή αξίες που συνδέονται με την περιβαλλοντική συμπεριφορά. Για παράδειγμα, ένας περιβαλλοντικός μη στόχος μπορεί να είναι η προώθηση της εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης για τα περιβαλλοντικά θέματα στην εταιρεία (Udall et al., 2021).

Στόχος της περιβαλλοντικής ψυχολογίας είναι να κατανοήσει πώς οι περιβαλλοντικοί παράγοντες επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά και την ψυχική υγεία, προκειμένου να αναπτύξει πρακτικές και πολιτικές που προωθούν ένα υγιές και βιώσιμο περιβάλλον. Σύμφωνα με την Wang (2022) οι στρατηγικές παρέμβασης για ένα PEB μπορεί να αλλάξουν την πιθανότητα τα άτομα να εκτελέσουν άλλα PEB, και οι διαφορετικές παρεμβάσεις έχουν διαφορετικές επιπτώσεις στη διαμόρφωση. Εάν ένας συγκεκριμένος τύπος στρατηγικής παρέμβασης μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο και να επιτύχει καλύτερο αποτέλεσμα με λιγότερη προσπάθεια, οι κυβερνήσεις θα υιοθετήσουν και θα προωθήσουν δυναμικά τη στρατηγική αυτή. Αντίθετα, αν οι στρατηγικές παρέμβασης οδηγούν σε μείωση της εμπλοκής σε άλλες PEBs, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να αναγνωρίσουν και να παρακάμψουν αυτόν τον περιορισμό.

Οι περιβαλλοντικές εκκλήσεις σύμφωνα με τους Udall et al. (2021) μπορούν να ενεργοποιήσουν την ατομική αυτο-υπερβατική αντίληψη των αξιών και, ως εκ τούτου, να έχουν θετικό αντίκτυπο στην εμπλοκή σε άλλες PEBs. Εν παραδείγματι, έκκληση για μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, ειδικά του διοξειδίου του άνθρακα, με τη μετάβαση σε αειφόρες πρακτικές, χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών όπως επίσης και έκκληση

για τη μείωση της χρήσης πλαστικών, τον περιορισμό των πλαστικών απορριμμάτων και την προώθηση εναλλακτικών βιώσιμων υλικών συναντώνται συχνά ως αφορμές για εμπλοκή σε φιλοπεριβαλλοντικές δράσεις.

Συνοψίζοντας, η αλληλεπιδραστική διαδικασία μεταξύ του τύπου έκκλησης και της διαμόρφωσης του μηνύματος μπορεί γενικά να οφείλεται στην αντίληψη της ευχέρειας και της ευκολίας επεξεργασίας των πληροφοριών. Τα ευρήματα της Wang (2022) υποστηρίζουν σε σημαντικό βαθμό τα αποτελέσματα των Udall et al. (2021). Εν τέλει, η αντιστοίχιση χρηματικών κινήτρων και διαμόρφωσης κέρδους έχει ως αποτέλεσμα την τόνωση του ενθουσιασμού για συμμετοχή σε ατομικές συμπεριφορές περιβαλλοντικής προστασίας, οδηγώντας έτσι σε ισχυρότερο αντίκτυπο στην πρόθεση εκτέλεσης διαφόρων μορφών PEBs.

2.2 Τύποι πλαισίωσης

Η διαμόρφωση μηνυμάτων είναι μια τεχνική επικοινωνίας που περιλαμβάνει την παρουσίαση πληροφοριών με τρόπο που δίνει έμφαση σε ορισμένες πτυχές και υποβαθμίζει άλλες, ώστε να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι τις αντιλαμβάνονται και αντιδρούν σε αυτές. Είναι ένα ισχυρό εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να πείσει τους ανθρώπους να υιοθετήσουν ορισμένες συμπεριφορές, να λάβουν αποφάσεις ή να αλλάξουν τις στάσεις τους (Wilson, 1988).

Υπάρχουν διάφοροι τύποι διαμόρφωσης μηνυμάτων, καθένας από τους οποίους έχει τα δικά του πλεονεκτήματα και αδυναμίες (Meyers-Levy & Maheswaran, 2004). Αρχικά, η διαμόρφωση κέρδους δίνει έμφαση στα οφέλη ή τα θετικά αποτελέσματα της υιοθέτησης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς ή στάσης. Για παράδειγμα, μια πολιτική εκστρατεία μπορεί να χρησιμοποιήσει την πλαισίωση κέρδους τονίζοντας τα οικονομικά οφέλη των πολιτικών της. Αντιθέτως, η πλαισίωση απώλειας επικεντρώνεται στο κόστος ή στα αρνητικά αποτελέσματα της μη υιοθέτησης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς ή στάσης. Για παράδειγμα, μια καμπάνια για την υγεία μπορεί να χρησιμοποιήσει το πλαίσιο απώλειας (loss framing) τονίζοντας τους κινδύνους του καπνίσματος.

Στην συνέχεια κατά τον Wilson (1988) υπάρχουν διαφορετικά είδη πλαισίωσης. Η κοινωνική πλαισίωση τονίζει τους κοινωνικούς κανόνες ή τις προσδοκίες που συνδέονται με μια συγκεκριμένη συμπεριφορά ή στάση. Για παράδειγμα, μια καμπάνια μάρκετινγκ μπορεί να

χρησιμοποιήσει κοινωνική πλαισίωση δείχνοντας ανθρώπους να χρησιμοποιούν ένα προϊόν που είναι δημοφιλές στους συνομηλίκους τους. Η συναισθηματική πλαισίωση από την άλλη προκαλεί συναισθήματα για να επηρεάσει τις αντιλήψεις και τις αποφάσεις των ανθρώπων. Για παράδειγμα, μια διαφήμιση για ένα αυτοκίνητο μπορεί να χρησιμοποιεί συναισθηματική πλαισίωση δείχνοντας ευτυχισμένες οικογένειες να οδηγούν το αυτοκίνητο. Τέλος, η πλαισίωση προσανατολισμένη στη δράση διευκολύνει τους ανθρώπους να αναλάβουν δράση. Για παράδειγμα, ένας ιστότοπος μπορεί να χρησιμοποιεί πλαισίωση προσανατολισμένη στη δράση παρέχοντας μια σαφή πρόσκληση για δράση, όπως "Μάθετε περισσότερα" ή "Εγγραφείτε τώρα".

Η σχέση μεταξύ της αλλαγής συμπεριφοράς και της εκτίμησης των συνεπειών μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον προσδιορισμό τριών τύπων διαμόρφωσης μηνυμάτων: κέρδος, απώλεια και φόβος. Πειστικά μηνύματα διαμορφωμένα σε γλώσσα κέρδους ή απώλειας τονίζουν τη σημασία της απόκτησης ή μη απόκτησης θετικών συνεπειών, αντίστοιχα. Αντίθετα, η διαμόρφωση φόβου τονίζει τη σημασία της αποφυγής αρνητικών συνεπειών (Meyers-Levy & Maheswaran, 2004).

Οι έρευνες του Wilson (1988) και των Meyers-Levy & Maheswaran (2004) σχετικά με την πλαισίωση μπορούν σε γενικές γραμμές να κατηγοριοποιηθούν σε δύο ομάδες: μελέτες που αντιπαραβάλλουν την πλαισίωση του κέρδους και του φόβου και μελέτες που συγκρίνουν την πλαισίωση του κέρδους με την πλαισίωση της απώλειας. Οι ερευνητές εξέτασαν την πειστική δύναμη των μηνυμάτων που εκφράζουν τα πλεονεκτήματα της συμμετοχής σε μια συμπεριφορά έναντι των μηνυμάτων που εκφράζουν το κόστος (δηλαδή την απώλεια θετικών συνεπειών) της συμμετοχής σε μια συμπεριφορά στην έρευνα για την πλαισίωση κέρδους έναντι απώλειας. Μια δήλωση πλαισίου κέρδους θα έλεγε: "Η άσκηση θα αυξήσει τις πιθανότητες να ελέγξετε την αρτηριακή σας πίεση". "Η μη άσκηση θα μειώσει τις πιθανότητές σας να διατηρήσετε την αρτηριακή σας πίεση υπό έλεγχο" είναι η ανάλογη δήλωση πλαισίου απώλειας. Οι πληροφορίες που δίνουν έμφαση στα πλεονεκτήματα της συμμετοχής σε μια συμπεριφορά (πλαίσιο κέρδους) έχουν συγκριθεί με τις πληροφορίες που εστιάζουν στα μειονεκτήματα της συνέχισης της συμμετοχής σε μια ανθυγιεινή συμπεριφορά (πλαίσιο φόβου) σε μελέτες που συνέκριναν τα μηνύματα του πλαισίου κέρδους με τα μηνύματα του πλαισίου φόβου. "Η συνέχιση της αδράνειας θα αυξήσει τις πιθανότητες η αρτηριακή σας πίεση να βρίσκεται σε κακό έλεγχο", μπορεί να είναι η δήλωση πλαισίου για μια δήλωση φόβου.

2.3 Θεωρητικό υπόβαθρο για πλαισίωση μηνυμάτων

Από τον Αριστοτέλη στον Ομπάμα: Μια σύντομη ιστορία της επικοινωνίας

Τους αρχαίους Έλληνες ρήτορες όπως ο Αριστοτέλης ακολούθησαν Ρωμαίοι ρήτορες όπως ο Κικέρωνας. Ο Κικέρωνας συνέβαλε στον τομέα της ρητορικής επεκτείνοντας τις θεωρίες σχετικά με τους πέντε κανόνες της ρητορικής, οι οποίοι περιλαμβάνουν την επινόηση, τη διάταξη, το ύφος, την εκφορά και τη μνήμη. Η επινόηση αναφέρεται στη χρήση αποδεικτικών στοιχείων και επιχειρημάτων για να σκεφτούμε τα πράγματα με νέους τρόπους και είναι ο πιο μελετημένος από τους πέντε κανόνες. Η διάταξη αναφέρεται στην οργάνωση της ομιλίας, το ύφος αναφέρεται στη χρήση της γλώσσας και η εκφορά της αναφέρεται στα φωνητικά και φυσικά χαρακτηριστικά του ομιλητή. Η μνήμη είναι ο λιγότερο μελετημένος από τους πέντε κανόνες και αναφέρεται στις τεχνικές που χρησιμοποιούσαν οι ομιλητές εκείνης της εποχής για να συγκρατούν και στη συνέχεια να επαναλαμβάνουν μεγάλες ποσότητες πληροφοριών (Dugan, 2013).

Η Εποχή του Διαφωτισμού (από τον 17ο αιώνα έως τον 18ο αιώνα) σηματοδότησε μια κοινωνική στροφή προς την επιστημονική ανακάλυψη και την απόκτηση γνώσεων, η οποία οδήγησε σε μια έκρηξη φιλοσοφικών και επιστημονικών συγγραμμάτων για πολλές πτυχές της ανθρώπινης ύπαρξης. Αυτή η εστίαση στην ακαδημαϊκή ανάπτυξη οδήγησε στην δημιουργία ξεχωριστών τμημάτων επιστημονικών και επικοινωνιακών πρακτικών.

Η επιστημοποίηση των τμημάτων λόγου οδήγησε σε μια διευρυμένη αντίληψη του ρόλου της επικοινωνίας. Παρόλο που ο Αριστοτέλης και άλλοι αρχαίοι ρητορικοί και φιλόσοφοι είχαν θεωρητικοποιήσει τη σχέση μεταξύ ρητορικής και ιδιότητας του πολίτη, ο ρόλος του επικοινωνούντος έγινε το επίκεντρο αντί να επικεντρώνεται αποκλειστικά στο μήνυμα. Ο James A. Winans (1915) ένας από τους πρώτους σύγχρονους καθηγητές λόγου και υπέρμαχος της διδασκαλίας της επικοινωνίας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, είπε ότι "υπάρχουν δύο κίνητρα για να μάθει κανείς να μιλάει. Η αύξηση της πιθανότητας να επιτύχει κανείς και η αύξηση της δύναμης του να υπηρετήσει" (Keith, 2008). Αργότερα, καθώς η κοινωνική ψυχολογία άρχισε να επεκτείνεται στα ακαδημαϊκά ιδρύματα, οι μελετητές της επικοινωνίας λόγου είδαν σημεία σύνδεσης για να διευρύνουν περαιτέρω τους ορισμούς της επικοινωνίας ώστε να συμπεριλάβουν κοινωνικά και ψυχολογικά πλαίσια.

Αν χρησιμοποιήσουμε τον πρόεδρο Ομπάμα ως μελέτη περίπτωσης, μπορούμε να δούμε το εύρος του τομέα της επικοινωνίας. Επεκτείνοντας από τα μηνύματα στα κανάλια επικοινωνίας, οι μελετητές μπορεί να μελετήσουν τον τρόπο με τον οποίο τα διάφορα μέσα ενημέρωσης καλύπτουν την προεδρική πολιτική. Σε διαπροσωπικό επίπεδο, οι μελετητές μπορούν να μελετήσουν τι είδους συγκρούσεις προκύπτουν μέσα σε οικογένειες που έχουν φιλελεύθερα και συντηρητικά άτομα. Σε πολιτισμικό επίπεδο, οι μελετητές της επικοινωνίας θα μπορούσαν να μελετήσουν πώς η εκλογή ενός Αφροαμερικανού προέδρου δημιουργεί ένα αφήγημα μεταφυλετικής πολιτικής (Sevin et al, 2011).

Τα κύρια ιστορικά τμήματα στα οποία χωρίζεται η ιστορία των μέσων επικοινωνίας είναι η ιστορία της γραφής και η ιστορία των τεχνικών μέσων. Η ιστορία της γραφής διαιρείται περαιτέρω σε ένα τμήμα για τις γραφές και ένα για την εκτύπωση. Η ιστορία των τεχνικών μέσων μάς οδηγεί από τη βασική εφεύρεση της τηλεγραφίας μέσω των αναλογικών μέσων στο ψηφιακό μέσο του υπολογιστή. Η ιστορία των τεχνολογιών επικοινωνίας είναι μια επιστημονική και ανθρωπίνως δυνατή επισκόπηση, καθώς οι επιστήμες των μέσων ενημέρωσης είναι ένας νέος τομέας έρευνας που δεν θα υπήρχε χωρίς τη θριαμβευτική πρόοδο των σύγχρονων τεχνολογιών της πληροφορίας. Ωστόσο, η ιστορία αυτή αντιμετωπίζει μεθοδολογικά και πρακτικά προβλήματα. Ένα πρακτικό πρόβλημα είναι ότι οι τεχνολογίες επικοινωνιών τεκμηριώνονται σε μικρότερο βαθμό ή είναι λιγότερο προσιτές από το περιεχόμενό τους, όπως φαίνεται στο ρόλο των υπηρεσιών πληροφοριών στους πολέμους (Kittler, 1996).

Το μεθοδολογικό πρόβλημα είναι η σύγχυση μεταξύ του όρου "επικοινωνία" και άλλης ορολογίας, όπως η μυθολογία ή η θρησκεία. Η φιλοσοφία συχνά αποτυγχάνει να διερευνήσει πώς οι άνθρωποι κατέληξαν στις ιδέες και τις αντιλήψεις τους χωρίς γλώσσα. Η σύγχυση αυτή επιλύθηκε με τη "Μαθηματική θεωρία της επικοινωνίας" του Shannon (1948), η οποία αποφεύγει κάθε αναφορά σε ιδέες ή έννοιες και συνεπώς σε ανθρώπους. Έτσι, τα μηνύματα είναι ουσιαστικά εντολές στις οποίες τα άτομα αναμένεται να αντιδράσουν και τα πρόσωπα δεν είναι αντικείμενα αλλά διευθύνσεις που καθιστούν δυνατή την αξιολόγηση περαιτέρω επικοινωνιών. Εάν τα δεδομένα καθιστούν δυνατή τη λειτουργία της αποθήκευσης, οι διευθύνσεις εκείνη της μετάδοσης και οι εντολές εκείνη της επεξεργασίας δεδομένων, κάθε σύστημα επικοινωνίας είναι ένα σύστημα πληροφοριών.

Η θεωρία της προοπτικής, το μοντέλο της πεποιθήσεων για την υγεία, η θεωρία της λελογισμένης δράσης, η θεωρία της κοινωνικής συμπεριφοράς και η έρευνα για την αρνητική προκατάληψη είναι μεταξύ των θεωριών που αναδεικνύουν την αντιλαμβανόμενη αξία μιας συγκεκριμένης συνέπειας. Αυτή η ομάδα θεωριών ενοποιείται από την ιδέα ότι οι υποκειμενικές διαδικασίες αξιολόγησης καθορίζουν την αξία που αποδίδεται σε ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

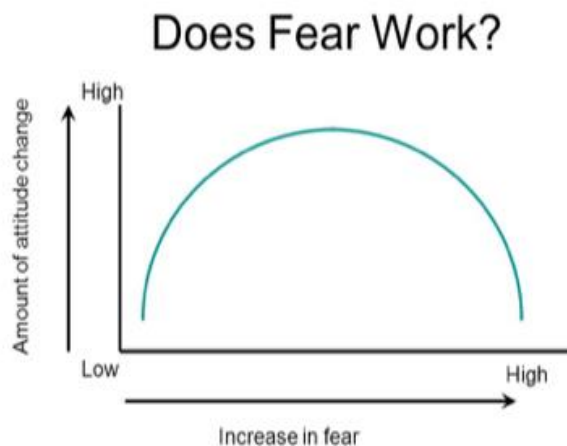
Το μοντέλο πεποιθήσεων για την υγεία (Becker, 1974) προτείνει μια υποκειμενική αξιολόγηση του σχετικού κόστους και των πλεονεκτημάτων μιας συγκεκριμένης συνταγής υγείας, καθώς και μια αξιολόγηση της σοβαρότητας και της ευαισθησίας. Σε γενικές γραμμές, το μοντέλο πεποιθήσεων για την υγεία είναι σύμφωνο με ορισμένες κοινωνικοψυχολογικές θεωρίες που έχουν διερευνήσει την επίδραση της αντιλαμβανόμενης αξίας ενός αποτελέσματος σε σχέση με στοιχεία όπως τα ατομικά κίνητρα, η συναισθηματική αντίδραση και οι αξίες της κοινωνίας.

Η Θεωρία της Λελογισμένης Δράσης (ΘΛΔ) υπογραμμίζει το ρόλο της υποκειμενικής εκτίμησης της αξίας ενός αποτελέσματος στον επηρεασμό των προθέσεων συμπεριφοράς. Η στάση του ατόμου απέναντι σε μια συμπεριφορά και οι κανονιστικές απόψεις σχετικά με τις συνέπειες που συνδέονται με τη συμπεριφορά θεωρείται ότι επηρεάζουν την αξιολόγηση. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, η αντίληψη και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων μπορεί να επηρεάσει τη στάση του ατόμου απέναντι σε μια συγκεκριμένη συμπεριφορά (Ajzen & Fishbein, 1980).

Η Θεωρία Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς (ΘΠΣ) παράχθηκε ύστερα από τροποποίηση από τον Ajzen (1989) της ΘΛΔ. Ειδικότερα, υποστηρίζει ότι η πρόβλεψη μίας συμπεριφοράς από τη μέτρηση μίας στάσης βελτιώνεται αν οι άνθρωποι πιστεύουν ότι έχουν αυτή τη συμπεριφορά υπό τον έλεγχο τους. Η ΘΠΣ εισάγει δηλαδή, την έννοια του Αντιληπτού Συμπεριφορικού Ελέγχου ως παράγοντα που επηρεάζει είτε την πρόθεση για συμπεριφορά, είτε άμεσα την ίδια τη συμπεριφορά. Ο Αντιληπτός Συμπεριφορικός Έλεγχος αφορά το βαθμό στον οποίο το άτομο πιστεύει ότι είναι εύκολο ή δύσκολο να εκτελέσει μια πράξη.

Ο Αντιληπτός Συμπεριφορικός Έλεγχος (Terry & O'Leary, 1995) καθορίζεται από πεποιθήσεις ελέγχου οι οποίες αφορούν στο κατά πόσο το άτομο πιστεύει ότι διαθέτει ή ελέγχει τους παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η επιτυχής εκτέλεση της συμπεριφοράς (πχ. πόροι, ικανότητες) και από την δυνατότητα των παραγόντων αυτών να διευκολύνουν, ή να δυσχεράνουν, την εκτέλεση της συμπεριφοράς.

Όσον αφορά στην παράμετρο του φόβου, μηνύματα που τον ενέχουν μπορεί να ενισχύσουν την πειθώ, αλλά στις σωστές δόσεις φόβου. Όταν ο φόβος βρίσκεται σε πολύ χαμηλό επίπεδο το κοινό ίσως να έχει μικρό κίνητρο να προσέξει το μήνυμα. Όσο το περιεχόμενο αυξάνει σε φόβο, τόσο αυξάνεται το ενδιαφέρον και η προσοχή στο μήνυμα. Ωστόσο, ένας πολύ τρομακτικός τρόπος παρουσίασης μιας ιδέας μπορεί να προκαλέσει τόσο άγχος ώστε να χάσουμε το πραγματολογικό περιεχόμενο του μηνύματος.



Παρατηρώντας το συγκεκριμένο σχήμα, βλέπουμε πως η σχέση μεταξύ φόβου και αλλαγής των στάσεων με τη μορφή καμπύλης σε σχήμα ανεστραμμένου U. Το μέγεθος της αλλαγής των στάσεων αυξάνεται ως συνάρτηση του φόβου έως ένα μέσο επίπεδο διέγερσης. Σε υψηλά επίπεδα φόβου, ωστόσο, υπάρχει αισθητή μείωση στην αλλαγή των στάσεων. Αυτό θα μπορούσε να οφείλεται στην έλλειψη προσοχής στο ερέθισμα ή στις αποδιοργανωτικές επιδράσεις του έντονου συναισθήματος ή και στα δύο (McGuire, 1985).

Σύμφωνα με τη Θεωρία της Κοινωνικής Συμπεριφοράς (Triandis, 1989), η εμφάνιση μιας συμπεριφοράς υποτίθεται ότι είναι συνάρτηση της διαδραστικής συμβολής των κοινωνικών παραγόντων (κανονιστικές πεποιθήσεις, αυτοαντίληψη και διαπροσωπικές συμφωνίες), καθώς και της επίδρασης του ατόμου προς τη συμπεριφορά. Το Μοντέλο Πεποιθήσεων για την Υγεία, η Θεωρία της Λελογισμένης Δράσης και η Θεωρία της Κοινωνικής Συμπεριφοράς τονίζουν τη σημασία της υποκειμενικής αξιολόγησης των αποτελεσμάτων στις διαδικασίες αλλαγής συμπεριφοράς.

Η ιδέα της αρνητικής προκατάληψης (Kanouse & Hanson, 1987) και η θεωρία προοπτικής (Kahneman & Tversky, 1979, 1982, 1984) έχουν ασχοληθεί με τη σχετική επιρροή της έκφρασης

των αποτελεσμάτων σε γλώσσα κέρδους ή απώλειας. Μια παραδοχή της αρνητικής προκατάληψης, για παράδειγμα, είναι ότι ένα αποτέλεσμα που μεταφέρεται στη γλώσσα της απώλειας μπορεί να είναι πιο σημαντικό για ένα άτομο από ένα αποτέλεσμα που δίνεται στη γλώσσα του κέρδους. Η σημαντικότητα μπορεί να είναι αποτέλεσμα της υψηλότερης αντιλαμβανόμενης αξίας ενός αποτελέσματος που περιγράφεται στη γλώσσα της απώλειας όσον αφορά την υποκειμενική διαδικασία αξιολόγησης του αποτελέσματος.

Η θεωρία προοπτικής των Kahneman και Tversky (1982) δίνει έμφαση στις σχετικές απώλειες ή κέρδη που συνδέονται με μια δεδομένη απόφαση και όχι στο απόλυτο κόστος ή όφελος. Όταν το άτομο βρίσκεται αντιμέτωπο με ένα έργο απόφασης στο οποίο οι εναλλακτικές λύσεις ενέχουν κάποιο κίνδυνο, θεωρείται ότι είναι πιθανότερο να επιλέξει μια επιλογή όταν το αποτέλεσμα της μη επιλογής αυτής της επιλογής δηλώνεται με όρους δυνητικής απώλειας παρά όταν το αποτέλεσμα της επιλογής αυτής της επιλογής δηλώνεται με όρους δυνητικού κέρδους, ακόμη και όταν η αντικειμενική αξία του αποτελέσματος παραμένει σταθερή.

Για παράδειγμα εάν μια εταιρεία αντιμετωπίζει την επιλογή μεταξύ της επένδυσης σε καινοτόμα τεχνολογία που μπορεί να αλλάξει τον τρόπο παραγωγής και της παραμονής στην υφιστάμενη τεχνολογία, πρέπει να λάβει υπόψη τον συνδεδεμένο κίνδυνο. Η επένδυση στη νέα τεχνολογία μπορεί να φέρει δυνητικά κέρδη, αλλά υπάρχει και ο κίνδυνος ανεπιτυχούς υλοποίησης. Αντίθετα, η παραμονή στην υφιστάμενη τεχνολογία μπορεί να θεωρηθεί ως δυνητική απώλεια ευκαιρίας για επωφελείς εξελίξεις. Με βάση αυτούς τους κινδύνους, η εταιρεία μπορεί να επιλέξει να διατηρήσει την υφιστάμενη τεχνολογία, παρά τη σταθερή αντικειμενική αξία του αποτελέσματος.

Ως αποτέλεσμα της εξέτασης των διαφόρων θεωριών, θα πρέπει να επισημανθεί μια ποικιλία υποθέσεων που σχετίζονται με τις δομές που διέπουν τη μελέτη διαμόρφωσης μηνυμάτων. Όλες οι προαναφερθείσες θεωρίες τονίζουν τη σημασία των συνεπειών στις διαδικασίες που συνδέονται με την αλλαγή συμπεριφοράς. Πιο συγκεκριμένα, η αντιλαμβανόμενη αξία ενός αποτελέσματος αποκτά βασικό ρόλο. Επιπλέον, η απώλεια ενός αποτελέσματος μπορεί να θεωρηθεί σημαντικότερη από το κέρδος ενός άλλου. Η αξιολόγηση αυτή αποκαλύπτει ένα σημαντικό φαινόμενο στη λειτουργική εφαρμογή της διαμόρφωσης μηνυμάτων. Επειδή η αντιλαμβανόμενη αξία μιας συνέπειας είναι τόσο σημαντική, αναμένεται ότι η ουσία του αποτελέσματος θα έχει διακριτό αντίκτυπο στις διαδικασίες αλλαγής συμπεριφοράς. Για την αποφυγή συγχυτικών παραγόντων στη μελέτη αξιολόγησης του σχετικού αντίκτυπου των

πλαισιωμένων μηνυμάτων κέρδους έναντι απώλειας, το περιεχόμενο των αποτελεσμάτων που μεταφέρονται στις συστάσεις συμπεριφοράς πρέπει να είναι παρόμοιο (π.χ. κέρδος ετών ζωής έναντι απώλειας ετών ζωής) (Zanna & Rempel, 1988).

2.4 Θεωρία πλαισίωσης

Η έννοια της πλαισίωσης σχετίζεται με την παράδοση του καθορισμού της ημερήσιας διάταξης, αλλά διευρύνει την έρευνα εστιάζοντας στην ουσία των ζητημάτων που εξετάζονται και όχι σε ένα συγκεκριμένο θέμα. Η αφετηρία της θεωρίας της πλαισίωσης είναι ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης εστιάζουν την προσοχή σε ορισμένα γεγονότα και στη συνέχεια τα τοποθετούν σε ένα πεδίο νοήματος (Goffman, 1974). Έτσι μπορεί εύκολα να συμπεράνει κάποιος ότι η πλαισίωση είναι ένα σημαντικό θέμα καθώς μπορεί να έχει μεγάλη επιρροή.

Εις βάθος, η θεωρία της πλαισίωσης υποδηλώνει ότι ο τρόπος (που ονομάζεται "το πλαίσιο") με τον οποίο παρουσιάζεται κάτι στο κοινό επηρεάζει τις επιλογές που κάνουν οι άνθρωποι σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο θα επεξεργαστούν τις δοθείσες πληροφορίες. Τα πλαίσια είναι αφαιρέσεις που λειτουργούν για να οργανώσουν ή να δομήσουν το νόημα του μηνύματος. Η πιο συνηθισμένη χρήση των πλαισίων αφορά σε εκείνα που θέτουν οι ειδήσεις ή τα μέσα ενημέρωσης στις πληροφορίες που μεταδίδουν. Κατά κύριο λόγο, θεωρείται ότι επηρεάζουν την αντίληψη των ειδήσεων από το ακροατήριο έτσι ώστε με αυτόν τον τρόπο δεν λένε μόνο στο ακροατήριο τι να σκεφτεί αλλά και πώς να σκεφτεί για το θέμα αυτό (Scheufele, 1999).

Η θεωρία αυτή στο σύνολό της διατυπώθηκε για πρώτη φορά από τον Goffman (1974). Ο ίδιος υποστήριξε ότι οι άνθρωποι ερμηνεύουν ό,τι συμβαίνει στον κόσμο τους μέσα από το πρωταρχικό τους πλαίσιο δηλαδή αυτό που είναι δεδομένο από τον χρήστη. Ειδικότερα, ο Goffman αναφέρει δύο διακρίσεις μέσα στα πρωτογενή πλαίσια: το φυσικό και κοινωνικό με τα δύο να βοηθούν τα άτομα να ερμηνεύουν τα δεδομένα έτσι ώστε οι εμπειρίες τους να γίνουν κατανοητές σε ένα ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο. Η διαφορά μεταξύ των δύο έγκειται στην λειτουργικότητά τους. Πιο συγκεκριμένα, τα φυσικά πλαίσια προσδιορίζουν τα γεγονότα ως φυσικά συμβάντα λαμβάνοντας τα κυριολεκτικά χωρίς να αποδίδουν κοινωνικές διαστάσεις στην αιτιολόγηση των γεγονότων. Εντούτοις τα κοινωνικά πλαίσια θεωρούν τα γεγονότα ως κοινωνικά συμβάντα, που οφείλονται στις ιδιοτροπίες, τους στόχους και τις πεποιθήσεις εκ

μέρους άλλων κοινωνικών παραγόντων (ανθρώπων).

Σημαντικό είναι να αναφερθεί πως τα κοινωνικά πλαίσια αλληλεπιδρούν στα φυσικά πλαίσια αφού επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα ερμηνεύονται, επεξεργάζονται και επικοινωνούνται (Goffman, 1974). Ειδικότερα, όταν λαμβάνουμε μια πληροφορία δεν μένουμε αμέτοχοι σε αυτήν και αυτομάτως την κατατάσσουμε ως αρνητική ή θετική ανάλογα με τις προσλαμβάνουσες μας. Συνεπώς, η βασική υπόθεση του Goffman είναι ότι τα άτομα είναι ικανοί χρήστες αυτών των πλαισίων σε καθημερινή βάση ακούσια ή εκούσια. Η εξωτερική παρέμβαση πληροφόρησης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην πειθώ του κοινού να συμμετάσχει σε PEBs, και η διαφορά μεταξύ του τύπου της έκκλησης ("τι να πούμε") και της διαμόρφωσης του μηνύματος ("πώς να το πούμε") διεγείρει διαφορετικά ατομικά κίνητρα, αντιστρέφοντας ή επηρεάζοντας περαιτέρω τις επακόλουθες επιλογές συμπεριφοράς.

Η αντίληψη του περιβαλλοντικού κινδύνου είναι μία από τις προϋποθέσεις για να επιλέξει και να εφαρμόσει το κοινό περιβαλλοντικές συμπεριφορές και οι διάφοροι τύποι διαμόρφωσης μηνυμάτων προκαλούν συναισθηματικές αντιδράσεις, επηρεάζοντας έτσι την αντίληψη του κινδύνου. Σύμφωνα με τους Udall et al. (2021) η φιλοπεριβαλλοντική ταυτότητα αναφέρεται στο βαθύτερο συναισθηματικό και πνευματικό δέσιμο που ένα άτομο έχει με το περιβάλλον και τη φύση. Είναι η αίσθηση της σύνδεσης με τον φυσικό κόσμο, που μπορεί να επηρεάσει τις προτιμήσεις, τις συμπεριφορές και τις επιλογές ενός ατόμου σε σχέση με το περιβάλλον. Συνολικά, η φιλοπεριβαλλοντική ταυτότητα μπορεί να λειτουργήσει ως κινητήριος δύναμη για την άσκηση προσωπικής επίδρασης στο περιβάλλον και τη συμβολή στη δημιουργία μιας πιο βιώσιμης και φιλικής προς το περιβάλλον κοινωνίας.

Η αξιοποίηση των γνωστικών προκαταλήψεων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την επίτευξη στόχων βιωσιμότητας. Οι γνωσιακές προκαταλήψεις αντιπροσωπεύουν ψυχολογικές τάσεις που επηρεάζουν την ανθρώπινη σκέψη, οδηγώντας τον εγκέφαλο προς εσφαλμένα συμπεράσματα. Αυτές οι τάσεις βασίζονται σε διάφορες γνωσιακές παραμέτρους αντί για αντικειμενικές αποδείξεις. Κατά βάση, αποτελούν μορφές γνωσιακής "σύντομης κοπής" που επιτρέπουν γρηγορότερη λήψη αποφάσεων (Homar & Cvelbar, 2021). Ωστόσο, μπορούν να οδηγήσουν σε λάθη στη μνήμη, στη διαδικασία της κρίσης, στη λήψη αποφάσεων και σε μη-λογικές ή ασυνάρτητες ερμηνείες βάσει των διαθέσιμων πληροφοριών. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι αυτές οι προκαταλήψεις είναι ένα αναπόσπαστο μέρος της ανθρώπινης σκέψης και σε αυτό

εμπεριέχεται ο στρατηγικός καθορισμός ο οποίος επιτρέπει στους καταναλωτές να δοκιμάσουν ένα πράσινο προϊόν πριν επενδύσουν σε αυτό με ταυτόχρονη αποτύπωση της απώλειας και όχι του κέρδους στην επικοινωνία περιβαλλοντικών συνεπειών της συμπεριφοράς. Η αποτύπωση αυτή είναι απαραίτητη διότι ο άνθρωπος εκ φύσεως είναι φίλα προσκείμενος σε οτιδήποτε σχετίζεται με κάποιο δυσάρεστο γεγονός αφού ευαισθητοποιείται προς αυτό.

Οι άνθρωποι με έντονη φιλοπεριβαλλοντική ταυτότητα μπορεί να νιώθουν στενή σχέση με τη φύση, να εκτιμούν την ομορφιά του φυσικού κόσμου και να αντιλαμβάνονται τον ενεργό ρόλο τους στη διατήρηση και προστασία του περιβάλλοντος (Wang, 2022). Η φιλοπεριβαλλοντική ταυτότητα μπορεί επίσης να επηρεάσει τη συμπεριφορά των ατόμων σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης και βιώσιμης συμπεριφοράς, όπως τον τρόπο ζωής, τις αγοραστικές επιλογές και τη συμμετοχή σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες.

Σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, οι προοπτικές αξιοποίησης της αποστροφής προς την απώλεια για την επίτευξη στόχων περιβαλλοντικής βιωσιμότητας μας ωθεί συλλογικά σε μια καλύτερη κατανόηση του πότε και γιατί η διαμόρφωση λειτουργεί. Η θεωρία της αποστροφής προς την απώλεια (Kanouse & Hanson 1987) αφορά σε ένα ψυχολογικό μοντέλο που προτείνει ότι οι άνθρωποι συχνά αποφεύγουν να αντιμετωπίσουν τις συναισθηματικές αποστροφές και τον πόνο που συνοδεύει την απώλεια, είτε αυτή αφορά τον θάνατο κοντινών προσώπων, τον χωρισμό από αγαπημένα πρόσωπα, την απώλεια ενός ονείρου ή στόχου, ή άλλα είδη απωλειών. Αυτή η θεωρία εστιάζει στην τάση των ανθρώπων να αποφεύγουν την επεξεργασία των συναισθημάτων τους που σχετίζονται με την απώλεια, προκειμένου να αποφύγουν τον πόνο και τη θλίψη που μπορεί να προκαλέσει αυτή η διαδικασία. Παράδειγμα αυτής της θεωρίας αποτελεί η αντίδραση ενός ατόμου μετά από τον θάνατο ενός αγαπημένου του προσώπου. Σε αυτήν την περίπτωση, το άτομο ενδέχεται να αποφεύγει να συζητήσει το θέμα του θανάτου, να αγνοεί τα συναισθήματά του, και να προσπαθήσει να συνεχίσει την καθημερινή του ζωή ως να μην είχε συμβεί τίποτα. Έτσι το άτομο αυτό αποφεύγει να πηγαίνει στην κηδεία ή μια τελετή και να αγνοεί το θέμα για μεγάλο χρονικό διάστημα. Αυτή η αποφυγή της αντιμετώπισης της απώλειας ενδέχεται να οφείλεται στον φόβο του ατόμου να αντιμετωπίσει τον πόνο και τη θλίψη που σχετίζονται με τον θάνατο. Η διάκριση που υφίσταται σε αυτήν την περίπτωση δύναται μεταξύ των δηλωμένων προτιμήσεων και της πραγματικής συμπεριφοράς. Πιο συγκεκριμένα, η δεύτερη εμπεριέχει διάφορους τύπους έκφρασης της αυτοαναφερόμενης προτίμησης, όπως στάσεις, προθέσεις και διάθεση αλλαγής.

Εξετάζοντας σε αυτό το σημείο τις αιτίες της διάκρισης αυτής, διαμορφώνονται ως εξής. Αρχικά, η συνειδητοποίηση πως διαβιούμε σε ένα φύσει και θέσει ερευνητικό περιβάλλον οδηγεί στο γεγονός ότι οι δηλωμένες προτιμήσεις είναι αναγκαστικά συνειδητές λαμβάνοντας υπόψη ότι η απουσία επίγνωσης συνεπάγεται με αυτόματες έως και υποσυνείδητες αποφάσεις. Επιπροσθέτως, οι εκάστοτε προτιμήσεις μπορεί να δημιουργούνται με αποφάσεις αδρές και με απλή διαδικασία λήψης, δίχως έτσι να αντικατοπτρίζουν τις “πραγματικές” μας προτιμήσεις. Τέλος, βάσει ερευνών, είναι πρόδηλη η ανακολουθία μεταξύ στάσεων και πεποιθήσεων και συμπεριφοράς (Homar & Cvelbar, 2021).

Η έρευνα αυτή απορρέει από τη θεωρία των προοπτικών (Kahneman & Tversky, 1981) η οποία αναπτύσσει την έννοια της αποστροφής απώλειας ως την ασύμμετρη εμπειρία κερδών και ζημιών ίσης αξίας από τους λήπτες αποφάσεων. Με άλλα λόγια, ο πόνος που βιώνεται από τις προκύπτουσες απώλειες είναι μεγαλύτερος από ό,τι η ευχαρίστηση που βιώνεται από ανάλογα κέρδη. Συνεπώς η αποστροφή των απωλειών θεωρείται από πολλούς μια μορφή αρνητικής προκατάληψης και διατυπώνεται η αντίληψη ότι οι άνθρωποι επηρεάζονται ψυχολογικά περισσότερο από τα αρνητικά παρά από τα θετικά φαινόμενα.

Αποτελεί πλέον συχνό φαινόμενο, οι άνθρωποι να παραβιάζουν συστηματικά τις απαιτήσεις της συνέπειας και της συνοχής δηλαδή των ψυχολογικών αρχών που διέπουν την αντίληψη των προβλημάτων απόφασης και την αξιολόγηση των επιλογών. Ούτως ειπείν, οι ατελείς “τελειότητες” της ανθρώπινης αντίληψης και απόφασης σε συνδυασμό με τις αλλαγές προοπτικής αντιστρέφουν το σχετικό φαινομενικό μέγεθος των αντικειμένων και τη σχετική επιθυμητότητα των επιλογών. Η αλλαγή προοπτικής μπορεί να συμβεί λόγω νέων εμπειριών, πληροφοριών ή αλλαγών στο περιβάλλον. Επίσης, μπορεί να προκαλείται από προσωπική ανάλυση, εκπαίδευση ή αναστάτωση στις συνήθειες και τις πεποιθήσεις ενός ατόμου. Συνεπώς, όπως αναφέρουν και οι Levin et al. (1998) η αλλαγή προοπτικής μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις στη συμπεριφορά, τις αποφάσεις και τις αλληλεπιδράσεις του ανθρώπου με το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Συχνά θεωρείται θετική διαδικασία, καθώς μπορεί να συμβάλει στην προσωπική ανάπτυξη και την προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.

Όπως αναφέρθηκε οι ψυχολογικές αρχές που διέπουν την αντίληψη των προβλημάτων λήψης αποφάσεων και την αξιολόγηση των πιθανοτήτων και των αποτελεσμάτων προκαλούν προβλέψιμες μετατοπίσεις των προτιμήσεων όταν το ίδιο πρόβλημα διατυπώνεται με διαφορετικούς τρόπους. Εκτενέστερα, οι επιδράσεις των πλαισίων στις προτιμήσεις

συγκρίνονται με τις επιδράσεις των προοπτικών στην αντιληπτική εμφάνιση. Η εξάρτηση των προτιμήσεων από τη διατύπωση των προβλημάτων απόφασης είναι μια σημαντικό ζήτημα για τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής (Kahneman, 1981).

Η βασική θεωρία της λήψης αποφάσεων σε περίπτωση κινδύνου μετατρέπεται σε μοντέλο της αναμενόμενης χρησιμότητας (Schoemaker, 1982). Πιο συγκεκριμένα, το μοντέλο αυτό βασίζεται σε ένα σύνολο αξιωμάτων, για παράδειγμα, τη μεταβατικότητα των προτιμήσεων, τα οποία παρέχουν κριτήρια για την ορθολογικότητα των επιλογών. Η χρησιμότητα μιας ρισκοκίνδυνης προοπτικής ισούται με την αναμενόμενη χρησιμότητα των αποτελεσμάτων της, η οποία προκύπτει από τη στάθμιση της χρησιμότητας κάθε πιθανού αποτελέσματος με την πιθανότητά του. Συνεπώς όταν βρίσκεται αντιμέτωπος με μια επιλογή, ένας ορθολογικός λήπτης αποφάσεων θα προτιμήσει την προοπτική που προσφέρει την υψηλότερη αναμενόμενη χρησιμότητα.

Ορισμένες μελέτες έχουν δείξει ότι οι παρεμβάσεις πληροφόρησης που διαμορφώνουν τα οφέλη μιας ΡΕΒ σε νομισματικούς έναντι ηθικών όρων μπορούν να δημιουργήσουν μια νέα φιλοπεριβαλλοντική ταυτότητα, η οποία αφορά στην υιοθέτηση δευτερευουσών συμπεριφορών, όπως η αύξηση των προτιμήσεων του κοινού για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, οι περιβαλλοντικές προθέσεις και η υποστήριξη της πολιτικής (Udall et al., 2021).

Σύμφωνα με τον Kahneman (1981) διακρίνονται δύο φάσεις στη διαδικασία επιλογής: μια αρχική φάση κατά την οποία οι πράξεις, τα αποτελέσματα και τα ενδεχόμενα βρίσκονται σε ένα πλαίσιο και μια επακόλουθη φάση αξιολόγησης. Για λόγους απλότητας, περιορίζουμε την τυπική επεξεργασία της θεωρίας σε επιλογές που περιλαμβάνουν δηλωμένες αριθμητικές πιθανότητες και ποσοτικά αποτελέσματα, όπως χρήματα, χρόνος ή αριθμός ζώων. Ταυτόχρονα, η διαμόρφωση των αποτελεσμάτων λαμβάνοντας υπόψιν το συνολικό πλούτο ή ευημερία και όχι τους όρους συγκεκριμένων κερδών και απωλειών μπορεί να μετριάσει τη συναισθηματική αντίδραση σε μια περιστασιακή απώλεια. Ομοίως, η εμπειρία μιας αλλαγής προς το χειρότερο μπορεί να ποικίλει αν η αλλαγή διαμορφώνεται ως μη αντισταθμισμένη απώλεια ή ως κόστος που προκύπτει για την επίτευξη κάποιου οφέλους. Η διαμόρφωση των πράξεων και αποτελεσμάτων μπορεί επίσης να αντανακλά την αποδοχή ή την απόρριψη της ευθύνης για συγκεκριμένες συνέπειες, και ο σκόπιμος χειρισμός της διαμόρφωσης χρησιμοποιείται συνήθως ως μέσο αυτοελέγχου. Όταν η διαμόρφωση επηρεάζει την εμπειρία των συνεπειών, η υιοθέτηση ενός πλαισίου απόφασης αποτελεί μια σημαντική ηθική επιλογή.

2.5 Αυτόματη και Σκόπιμη Συμπεριφορά

Η συμπεριφορά μας κατά τον Kahneman (2013) ελέγχεται από δύο διαφορετικά συστήματα - το ένα αυτόματο και το άλλο το σκόπιμο. Είναι σημαντικό να πούμε πως στο μυαλό μας εξελίσσεται ένα συναρπαστικό έργο, μια ιστορία σαν ταινία ανάμεσα σε δύο χαρακτήρες με πολλές ανατροπές, δράματα και αντιφάσεις. Οι δύο χαρακτήρες περιλαμβάνουν το Σύστημα 1 - ενστικτώδες, αυτόματο και συναισθηματικό- και το Σύστημα 2 - ώριμο, αργό και υπολογισμένο. Έτσι, οι αλληλεπιδράσεις τους καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε, κρίνουμε, αποφασίζουμε και ενεργούμε).

Το Σύστημα 1 είναι το τμήμα του εγκεφάλου που ενεργεί διαισθητικά και ξαφνικά, συχνά χωρίς συνειδητό έλεγχο. Μπορείτε να βιώσετε αυτό το σύστημα σε δράση όταν ακούτε έναν πολύ δυνατό και ξαφνικό ήχο. Αυτό το σύστημα είναι η κληρονομιά εκατομμυρίων ετών εξέλιξης: τα ζωτικά πλεονεκτήματα έγκεινται στην ικανότητα λήψης γρήγορων αποφάσεων και κρίσεων.

Το Σύστημα 2 είναι αυτό που εννοούμε όταν φανταζόμαστε το τμήμα του εγκεφάλου που είναι υπεύθυνο για τη λήψη αποφάσεων, τη συλλογιστική και τις πεποιθήσεις ενός ατόμου. Ελέγχει τις συνειδητές δραστηριότητες του νου, όπως ο αυτοέλεγχος, η επιλογή και η σκόπιμη εστίαση. Για παράδειγμα, φανταστείτε ότι ψάχνετε για έναν άνθρωπο μέσα στο πλήθος. Το μυαλό θα επικεντρωθεί σκόπιμα στο έργο: θυμάται τα χαρακτηριστικά του προσώπου ή ό,τι άλλο βοηθάει στον προσδιορισμό των συντεταγμένων του. Αυτή η ικανότητα εξαλείφει τους περισπασμούς, βοηθώντας σας να αγνοήσετε άσχετα θέματα.

Στη συνέχεια πρέπει να σημειωθεί ότι στο βιβλίο του Kahneman (2013) θίγεται η ρύθμιση της εστίασης του νου που έχει επίδραση στις σκέψεις και τη συμπεριφορά μας. Το μυαλό μας χρησιμοποιεί διαφορετικά επίπεδα ενέργειας ανάλογα με το είδος της εργασίας. Όταν δεν υπάρχει ανάγκη να ζητηθεί προσοχή και λίγη ενέργεια, βρισκόμαστε σε κατάσταση γνωστικής ευκολίας. Ωστόσο, όταν απαιτείται προσοχή, το μυαλό χρησιμοποιεί περισσότερη ενέργεια και εισέρχεται σε μια γνωστική ένταση. Αλλαγές στα επίπεδα ενέργειας του εγκεφάλου έχουν δραματική επίδραση στον τρόπο που ενεργούμε. Όταν το μυαλό βρίσκεται σε ηρεμία, το συναισθηματικό Σύστημα 1 κυριαρχεί στο μυαλό και το λογικό και ενεργοβόρο Σύστημα 2 αποδυναμώνεται. Αυτό σημαίνει ότι θα είμαστε πιο διαισθητικοί, δημιουργικοί και χαρούμενοι στη λήψη αποφάσεων, αλλά είναι επίσης πιο πιθανό να κάνουμε λάθη. Αντιθέτως, όταν το μυαλό μας είναι τεταμένο, η επίγνωσή μας είναι αυξημένη και το Σύστημα 2 αναλαμβάνει τα ηνία.

Υπάρχει η δυνατότητα βέβαια να επηρεαστεί σκόπιμα η ποσότητα ενέργειας που χρησιμοποιεί το μυαλό για να επιλέξει ποιο σύστημα θα κυριαρχήσει για κάθε εργασία. Ένας τρόπος για να γίνει αυτό είναι να εκτίθεστε σε επαναλαμβανόμενες πληροφορίες ξανά και ξανά. Εάν οι πληροφορίες επαναλαμβάνονται σε εμάς ή είναι ευκολότερο να τις θυμόμαστε, γίνονται πιο πειστικές. Αυτό συμβαίνει επειδή το μυαλό έχει αλλάξει ώστε να ανταποκρίνεται πιο θετικά όταν εκτίθεται στο ίδιο μήνυμα ξανά και ξανά. Όταν βλέπουμε κάτι που μας είναι οικείο, εισερχόμαστε σε μια χαλαρή κατάσταση του νου.

Για παράδειγμα, μια διαφήμιση για την ανακύκλωση προβάλλει ότι η διαδικασία είναι εύκολη και χωρίς κόστος και μπορεί να πραγματοποιηθεί από τον καθένα. Με την επανάληψη του ίδιου μηνύματος, το κοινό εκτίθεται συχνά σε αυτήν τη διαφήμιση, και έτσι το μήνυμα γίνεται πιο οικείο στο νου του. Καθώς οι άνθρωποι βλέπουν ή ακούν το ίδιο μήνυμα ξανά και ξανά, η επανάληψη μπορεί να οδηγήσει σε μια χαλαρή κατάσταση του νου τους, καθιστώντας το μήνυμα πιο πειστικό.

Επιπλέον, ένα ακόμη παράδειγμα αποτελεί μια καμπάνια που επαναλαμβάνει συνεχώς το μήνυμα της ανακύκλωσης και της μείωσης των πλαστικών αποβλήτων. Η συγκεκριμένη καμπάνια μπορεί να περιλαμβάνει διάφορα μέσα, όπως αφίσες, τηλεοπτικά διαφημιστικά, διαδικτυακές εκστρατείες και εκπαιδευτικά προγράμματα. Το κεντρικό μήνυμα της εκστρατείας είναι ότι η μείωση των πλαστικών αποβλήτων συμβάλλουν στη διατήρηση του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας. Με τη συνεχή επανάληψη αυτού του μηνύματος σε διάφορα μέσα, οι άνθρωποι εκτίθενται στην ιδέα της φροντίδας του περιβάλλοντος. Καθώς επαναλαμβάνουν το μήνυμα, η ευαισθητοποίηση αυξάνεται, και οι άνθρωποι μπορεί να αναπτύξουν μια πιο θετική στάση προς την ανακύκλωση και την προστασία του περιβάλλοντος. Κατά συνέπεια, η συνεχής επανάληψη του μηνύματος μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά των ανθρώπων, προωθώντας πρακτικές που σέβονται το περιβάλλον.

Από την άλλη πλευρά, ένα αγχωμένο μυαλό θα μας βοηθήσει να πετύχουμε σε δουλειές που περιλαμβάνουν αριθμούς. Μπορούμε να μεταβούμε σε αυτή την κατάσταση με το να εκτεθούμε σε πληροφορίες που παρουσιάζονται με συγκεχυμένο τρόπο, για παράδειγμα σε μια δύσκολη για ανάγνωση γραμματοσειρά. Τότε το μυαλό θα πρέπει να δώσει μεγαλύτερη προσοχή και να αυξήσει τα επίπεδα ενέργειας για να κατανοήσει το πρόβλημα, και έτσι είναι λιγότερο πιθανό να τα παρατήσουμε (Kahneman,2013).

2.6 Θεωρία προοπτικής

Αρχικά, είναι πρόδηλη η κριτική της θεωρίας της αναμενόμενης χρησιμότητας ως περιγραφικού μοντέλου λήψης αποφάσεων υπό συνθήκες κινδύνου και η πρόταση ενός εναλλακτικού μοντέλου που ονομάζεται θεωρία προοπτικής. Η θεωρία της αναμενόμενης χρησιμότητας είναι ένα κανονιστικό μοντέλο ορθολογικής επιλογής που έχει εφαρμοστεί στον τομέα των οικονομικών. Στη θεωρία της αναμενόμενης χρησιμότητας, τα αποτελέσματα σταθμίζονται με βάση τις πιθανότητες τους κατά τον υπολογισμό της χρησιμότητας. Ένα άτομο θεωρείται ότι αποστρέφεται τον κίνδυνο εάν προτιμά μια συγκεκριμένη προοπτική από οποιαδήποτε επικίνδυνη προοπτική με την ίδια αναμενόμενη αξία (Schoemaker, 1982). Ωστόσο, οι μελέτες πεδίου είναι περιορισμένες ως προς την ακριβή μέτρηση των πιθανοτήτων και των χρησιμότητων. Οι δύο συγγραφείς Kahneman & Tversky (1981) προτείνουν τη θεωρία των προοπτικών ως μοντέλο, το οποίο αποδίδει αξία στα κέρδη και τις απώλειες και αντικαθιστά τις πιθανότητες με τα βάρη απόφασης. Έπειτα από πειράματα που διεξήχθησαν διαπιστώθηκε ότι οι προτιμήσεις συχνά παραβιάζουν τα αξιώματα της θεωρίας της αναμενόμενης χρησιμότητας. Συνολικά υποστηρίζεται πως η θεωρία της χρησιμότητας, όπως συνήθως ερμηνεύεται και εφαρμόζεται, δεν αποτελεί επαρκές περιγραφικό μοντέλο επιλογής υπό συνθήκες κινδύνου και προτείνουν τη θεωρία των προοπτικών ως εναλλακτική λύση.

Το φαινόμενο της πλαισίωσης κατά τους Kahneman και Tversky (1979) ορίζεται ως μια γνωστική προκατάληψη που προκύπτει από τον τρόπο με τον οποίο αναλύονται ή παρουσιάζονται οι πληροφορίες. Αν και η "Κλασική Οικονομική Θεωρία της Ορθολογικής Επιλογής" καταλήγει στο συμπέρασμα ότι τα άτομα βασίζονται στις επιλογές τους αποκλειστικά στο περιεχόμενο των πληροφοριών και όχι στον τρόπο παρουσίασής τους, η "Θεωρία της Προοπτικής" υποστηρίζει ότι διαφορετικοί τύποι πλαισίωσης μπορούν να επηρεάσουν τη λήψη αποφάσεων και συνεπώς την συμπεριφορά .

Η θεωρία προοπτικής υποστηρίζει βάσει των Nelson & Kahan (2021) ότι οι μελλοντικές αντιλαμβανόμενες απώλειες (πλαίσιο απώλειας) ή τα αντιλαμβανόμενα κέρδη (πλαίσιο κέρδους) από ένα συγκεκριμένο σημείο αναφοράς με το οποίο παρουσιάζονται οι πληροφορίες (π.χ. 10% ζώες που χάνονται έναντι 90% ζώων που σώζονται) μπορούν να επηρεάσουν τη λήψη αποφάσεων.

Η θεωρία των προοπτικών επιδιώκει επίσης να ενσωματώσει τις παρατηρήσιμες παραβιάσεις του αναμενόμενου οφέλους σε μια εναλλακτική θεωρία της επικίνδυνης συμπεριφοράς. Συνεπώς, σύμφωνα με τον Levy (1992) η συγκεκριμένη θεωρία διαχωρίζει δύο στάδια στη διαδικασία λήψης αποφάσεων: (1) Η διαδικασία επεξεργασίας περιλαμβάνει μια προκαταρκτική διερεύνηση του διλήμματος απόφασης. Περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των εναλλακτικών λύσεων που είναι ανοικτές στον δράστη, τα πιθανά αποτελέσματα ή τις επιπτώσεις της καθεμιάς, καθώς και τις αξίες και την πιθανότητα που συνδέονται με καθένα από αυτά τα αποτελέσματα. Στο συγκεκριμένο στάδιο εμπεριέχεται η οργάνωση και η αναδιατύπωση των αντιληπτών δυνατοτήτων προκειμένου να "απλοποιηθεί η επακόλουθη αξιολόγηση και επιλογή", (2) Οι επεξεργασμένες προοπτικές επανεξετάζονται στη συνέχεια και επιλέγεται η προτιμώμενη προοπτική. Ενώ οι Kahneman και Tversky δημιούργησαν ένα μοντέλο για την αξιολόγηση των προοπτικών, η θεωρία τους για την επεξεργασία ή τη διαμόρφωση είναι λιγότερο ανεπτυγμένη. Η θεωρία των προοπτικών βασίζεται τόσο στις φάσεις επεξεργασίας όσο και αξιολόγησης, με την πρώτη να λαμβάνει λιγότερη έμφαση.

2.7 Θεωρία ωθήσεων

Γενικά, η γνώση του πώς και γιατί αλλάζει ή δεν αλλάζει η ανθρώπινη συμπεριφορά είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική διατήρηση και διαχείριση του περιβάλλοντος. Γενικότερα, οι επιστήμες της συμπεριφοράς αποτελούν "σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτο πόρο για τη διατήρηση του περιβάλλοντος", σύμφωνα με την έκθεση. Αυτό αλλάζει, χάρη στην αυξανόμενη βιβλιογραφία σχετικά με το "nudging" ως εννοιολογικό πλαίσιο για το πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν βασικές παρεμβάσεις για να οδηγηθεί η συμπεριφορά προς πιο επιθυμητά κοινωνικά και περιβαλλοντικά αποτελέσματα (Thaler and Sunstein, 2009).

Οι προσεγγίσεις τύπου Nudging, ιδίως με τη χρήση πλαισιωμένων ενημερωτικών μηνυμάτων, αποτελούν μια υποτιμημένη χαμηλού κόστους και μη επεμβατική στρατηγική προώθησης φιλικότερης προς το περιβάλλον συμπεριφοράς (Nelson & Kahan, 2021).

Ο Daniel Kahneman (2013) ο οικονομολόγος και ψυχολόγος, παρουσιάζει δύο γνωστικά συστήματα που χρησιμοποιούμε στον τρόπο σκέψης μας. Το Αυτόματο Σύστημα είναι γρήγορο και ενστικτώδες, ενώ το Αναστοχαστικό Σύστημα είναι αργό και σκόπιμο. Αναδεικνύει επίσης

πώς οι νοητικές συντομεύσεις μπορούν να οδηγήσουν σε λανθασμένες αποφάσεις και προκαταλήψεις. Η επίδραση των κοινωνικών επιρροών είναι επίσης ισχυρή, καθώς οι άνθρωποι τείνουν να συμμορφώνονται με τα ομαδικά πρότυπα. Τελικά, με τη χρήση "nudges," μπορούμε να βοηθήσουμε τους ανθρώπους να λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις, διατηρώντας παράλληλα την ελευθερία επιλογής τους.

Η ελεύθερη εκμετάλλευση είναι μια έννοια που χρησιμοποιείται σε διάφορους τομείς, όπως η οικονομία, το δίκαιο και η ηθική. Σε γενικές γραμμές, αναφέρεται στην ελευθερία ενός ατόμου ή μιας ομάδας να χρησιμοποιούν ή να απολαμβάνουν ένα αγαθό ή υπηρεσία χωρίς περιορισμούς. Η ελεύθερη εκμετάλλευση έχει τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις. Από τη θετική πλευρά, μπορεί να οδηγήσει σε οικονομική ανάπτυξη, καινοτομία και κοινωνική πρόοδο. Από την αρνητική πλευρά, μπορεί να οδηγήσει σε ανισότητες, εκμετάλλευση και καταστροφή του περιβάλλοντος (Thaler & Sunstein, 2009).

Στο φάσμα εφαρμογής της συγκεκριμένης θεωρίας εντάσσεται η έννοια του ελευθεριακού πατερναλισμού. Ειδικότερα, ο Hansen (2016) προτείνει τον Ελευθεριακό Πατερναλισμό ως την ιδανική προσέγγιση. Αυτή συνδυάζει τον ελευθεριασμό (δίνοντας την ελευθερία της επιλογής) και τον πατερναλισμό (επηρεάζοντας τους ανθρώπους να ενεργούν με τρόπους που κάνουν τη ζωή τους καλύτερη, όπως την ορίζουν οι ειδικοί). Εν ολίγοις, οι ειδικοί βοηθούν τους ανθρώπους να κάνουν τις επιλογές που θα έκαναν αν είχαν τέλεια πληροφόρηση, προσοχή, αυτοέλεγχο και δεν είχαν προκαταλήψεις. Ο χρυσός κανόνας είναι να προσφέρονται ωθήσεις που είναι πιο πιθανό να βοηθήσουν και λιγότερο πιθανό να προκαλέσουν βλάβη.

Σε αυτό το σημείο χρήσιμη θα ήταν η αναφορά των κάτωθι ως περαιτέρω επισημάνσεις. Αρχικά, το γεγονός ότι περισσότερες επιλογές μπορεί να μη σημαίνουν καλύτερα αποτελέσματα, αφού δεν επιλέγουμε πάντα με σύνεση. Μερικές φορές, προτιμούμε επίσης να μην επιλέγουμε, π.χ. όταν ζητάμε συστάσεις σε ένα εστιατόριο. Στην συνέχεια, πρέπει να γίνει διαφοροποίηση μεταξύ πατερναλισμού και εξαναγκασμού αφού οι νουθεσίες αφορούν τον επηρεασμό συμπεριφορών χωρίς σκληρούς νόμους ή απαγορεύσεις.

Στην πράξη άλλωστε η ελεύθερη εκμετάλλευση δεν είναι ποτέ απόλυτη. Υπάρχουν πάντα κάποιοι περιορισμοί που επιβάλλονται από το κράτος, το δίκαιο ή την ηθική. Για παράδειγμα, το κράτος μπορεί να επιβάλλει περιβαλλοντικούς κανονισμούς ή να προστατεύσει τα δικαιώματα των εργαζομένων. Το δίκαιο μπορεί να απαγορεύσει ορισμένες δραστηριότητες, όπως η δουλεία

ή η παιδική εργασία. Η ηθική μπορεί να περιορίσει την εκμετάλλευση των άλλων, όπως η σεξουαλική εκμετάλλευση ή η εκμετάλλευση των καταναλωτών. Συνεπώς η ισορροπία μεταξύ της ελεύθερης εκμετάλλευσης και των περιορισμών που επιβάλλονται είναι ένα σημαντικό ζήτημα που πρέπει να εξεταστεί σε κάθε περίπτωση (Hansen, 2016).

Δυστυχώς, οι ωθήσεις από μόνες τους δεν μπορούν να λύσουν το πρόβλημα. Ως εκ τούτου, οι συγγραφείς Thaler & Sunstein (2008) συνιστούν μια προσέγγιση με ένα μείγμα κανονισμών, κινήτρων, ποινών και παρεμβάσεων. Οι περισσότεροι άνθρωποι γνωρίζουν πολύ καλά τι είναι καλό και τι κακό για τους ίδιους. Για παράδειγμα, να τρώνε βάσει μεσογειακών προτύπων διατροφής, να αποταμιεύουν χρήματα για τα χρόνια της συνταξιοδότησης ή να σταματήσουν το κάπνισμα. Αλλά στην πραγματικότητα, συχνά κάνουμε ακριβώς το αντίθετο: τρώμε ανθυγιεινά, ξοδεύουμε αφειδώς, καπνίζουμε πολύ. Από την άλλη πλευρά, ακόμη και αν γνωρίζαμε όλες τις σχετικές πληροφορίες, θα ήταν και πάλι αρκετά δύσκολο να τις ευθυγραμμίσουμε και να τις αντιστοιχήσουμε με τις υπηρεσίες αντικειμενικά. Με απλά λόγια, η διαισθητική σκέψη περιλαμβάνει τόσο τα αυθόρμητα συναισθήματα όσο και τις υποκειμενικές εμπειρίες. Για παράδειγμα, όταν εκτιμούμε την πιθανότητα να πάθουμε εγκεφαλικό επεισόδιο, το πρώτο πράγμα που μας έρχεται στο μυαλό είναι ο αριθμός των ανθρώπων με αυτό το σύμπτωμα που γνωρίζουμε.

Το να μην έχουμε αρκετές γνώσεις και εμπειρία για να ανατρέξουμε είναι μια αιτία κακών αποφάσεων. Το κενό αυτό μπορεί κάλλιστα να αναπληρωθεί με την χρήση ωθήσεων. Ειδικότερα, οι ωθήσεις υπόκεινται σε μια στρατηγική υποκινητικού σχεδιασμού, η οποία χρησιμοποιείται για να επηρεάσει τις αποφάσεις των ανθρώπων με ελαφρές, μη υποχρεωτικές παρεμβάσεις. Στόχος της είναι να βελτιώσει την αντίληψη και την επιλογή των ατόμων, χωρίς να παρεμβαίνει αυθημερόν στην ελευθερία της επιλογής τους. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιηθούν απλές και κατανοητές πληροφορίες για να καθοδηγήσουν τις επιλογές τους, ή να χρησιμοποιηθούν θετικά κίνητρα για να ενθαρρύνουν συγκεκριμένες συμπεριφορές. Σημαντικό σε κάθε περίπτωση είναι να διατηρείται η μη παρεμβατική προσέγγιση προς την ελευθερία της επιλογής του ατόμου, αφήνοντας τον χρήστη να αποφασίζει ανεξάρτητα, αλλά παρέχοντας ταυτόχρονα τα εργαλεία και τις πληροφορίες που χρειάζεται για να λάβει βέλτιστες αποφάσεις (Nelson & Kahan, 2021).

Σύμφωνα με παρούσα έρευνα του Ajzen (1989) η καθιέρωση ενός περιγραφικού κανόνα που παρέχει στους ανθρώπους ενδείξεις σχετικά με την αναμενόμενη (ή ακατάλληλη) συμπεριφορά

μέσω κειμενικών πληροφοριών θα μπορούσε να ενθαρρύνει τη συμμόρφωση. Ειδικότερα, τα άτομα ανέφεραν μεγαλύτερη μέση θετική περιβαλλοντική στάση όταν τονίζονταν τα πλεονεκτήματα των μέτρων μετριασμού της κλιματικής αλλαγής, σε σύγκριση με το πλαίσιο που επικεντρωνόταν στους κινδύνους και τις απειλές της αποχής από συμπεριφορές μετριασμού. Παρ' όλα αυτά, όπως αναφέρεται σε συγκεκριμένα χωρία μέσα στο κείμενο, υπάρχουν ελάχιστες αποδείξεις ότι οι στάσεις και οι προθέσεις (π.χ. γνώση) μεταφράζονται σε πραγματική συμπεριφορά και απαιτείται περαιτέρω έρευνα σε άλλες συνθήκες.

Παραδόξως, μόνο ένα πείραμα φιλοπεριβαλλοντικής διαμόρφωσης έχει πραγματοποιηθεί ως φυσικό πείραμα πεδίου με τη χρήση παρατηρούμενης συμπεριφοράς, σύμφωνα με τους συγγραφείς. Σε μια μελέτη για την ανακύκλωση, οι ερευνητές ανακάλυψαν ότι η νοοτροπία του μηνύματος έπαιξε ρόλο: τα αρνητικά πλαίσια οδήγησαν σε περισσότερη ανακύκλωση με συγκεκριμένη νοοτροπία (πώς πρέπει να ανακυκλώνεται), ενώ τα θετικά πλαίσια οδήγησαν σε περισσότερη ανακύκλωση με αφηρημένη νοοτροπία (γιατί πρέπει να ανακυκλώνεται). Παρόλο που μετρήθηκε η πραγματική συμπεριφορά ανακύκλωσης, η διαμόρφωση εξετάστηκε σε συνδυασμό με το μήνυμα που προκαλούσε νοοτροπία. Διαπιστώνουν ότι ο αντίκτυπος της διαμόρφωσης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πλαίσιο και δεν διατυπώνουν γενικές συστάσεις υπέρ της θετικής ή αρνητικής διαμόρφωσης για τη βελτίωση των παρεμβάσεων αλλαγής συμπεριφοράς υπέρ του περιβάλλοντος. Συνολικά, τα αποτελέσματα αυτών των δύο ερευνών των Nelson & Kahan (2021) είναι δύσκολο να συγκριθούν άμεσα αλλά μπορούν να ερμηνευτούν ως εξής. Αρχικά, παρέχουν κρίσιμες και συνεπείς γνώσεις σχετικά με την αποτελεσματικότητα του ενημερωτικού μηνύματος ως μέσου προώθησης φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς. Αποκαλύπτουν επίσης ότι οι διαφορές μεταξύ ευνοϊκά και αρνητικά πλαίσιοιων ενημερωτικών μηνυμάτων είναι μικρές. Και τα δύο μηνύματα είναι αποτελεσματικά ως παρεμβάσεις, ενώ και τα δύο πειράματα καταδεικνύουν μια τάση προς μια ελαφρώς πιο αποτελεσματική αλλά όχι στατιστικά σημαντική θετική διαμόρφωση. Παρόμοιες παρεμβάσεις θα μπορούσαν να μελετηθούν στο μέλλον για να επικυρωθεί η αποτελεσματικότητά τους σε διάφορες περιστάσεις.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της παρούσας μελέτης (Nelson & Kahan, 2021) οι στρατηγικές αποστολής ενημερωτικών μηνυμάτων μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως αποτελεσματικά εργαλεία διαχείρισης για τη μείωση της επιβλαβούς περιβαλλοντικής συμπεριφοράς σε επίπεδο ατόμου. Τα ευρήματα αυτά έχουν ευρύτερες πρακτικές συνέπειες για την ενθάρρυνση της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς, ιδίως σε περιστάσεις που περιλαμβάνουν ανθρώπινη

αλληλεπίδραση (π.χ. είσοδος σε πάρκο, ταμείο, μεταφορά, ενοικίαση εξοπλισμού κ.ο.κ.). Σε ένα παντοπωλείο, η ερώτηση αν ο πελάτης χρειάζεται σακούλα είναι αποτελεσματική στη μείωση της ποσότητας των πλαστικών σακουλών που χρησιμοποιούνται και, ως εκ τούτου, θα πρέπει να εφαρμόζεται για τη μείωση της κατανάλωσης πλαστικών σακουλών μιας χρήσης, όπου αυτό είναι απαραίτητο .

3.Εφαρμογές θεωριών και φιλοπεριβαλλοντική στάση/συμπεριφορά

3.1 Θεωρία πλαισίωσης

Η θεωρία της πλαισίωσης όπως διατυπώθηκε από τους Kahneman & Tversky (1981) διερευνά τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης και η επικοινωνία διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και ερμηνεύουν γεγονότα, ζητήματα. Αρχικά, συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση της δημόσιας αντίληψης. Η γλώσσα, οι εικόνες και το πλαίσιο που χρησιμοποιούνται στις ειδήσεις μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα ερμηνεύουν και κατανοούν τα γεγονότα. Επιπλέον, η επιλογή των πλαισίων μπορεί να επηρεάσει τις στάσεις και τις απόψεις του κοινού για ένα συγκεκριμένο θέμα. Έχει αποδειχθεί άλλωστε ότι η προκατειλημμένη πλαισίωση συμβαίνει όταν τα μέσα ενημέρωσης παρουσιάζουν πληροφορίες με τρόπο που ευνοεί μια συγκεκριμένη προοπτική ή ατζέντα. Στο πλαίσιο της επικοινωνίας κρίσεων, η θεωρία της πλαισίωσης είναι σχετική με την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης και οι οργανισμοί πλαισιώνουν τις κρίσεις. Ο τρόπος με τον οποίο πλαισιώνεται μια κρίση μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη του κοινού, την εμπιστοσύνη και τη φήμη των εμπλεκόμενων ατόμων ή οργανισμών.

Σύμφωνα με τους γνωσιακούς επιστήμονες, κάθε σκέψη και επικοινωνία περιλαμβάνει τη χρήση δομών, είτε συνειδητών είτε ασυνείδητων, που δημιουργούν νόημα και προβλέπουν σχέσεις. Προκαλούν επίσης ορισμένα συναισθήματα και συχνά υπεραπλουστευμένες προκαταλήψεις. Ένας μόνο όρος (για παράδειγμα, φάλαινες ή δάση) που συνδέεται έντονα με ένα πλαίσιο μπορεί να προκαλέσει μια σειρά συναισθημάτων και σκέψεων, συμπεριλαμβανομένων στερεοτύπων. Από ακτιβιστική άποψη, το ερώτημα δεν είναι αν μπορεί να αποφευχθεί η πλαισίωση, αλλά μάλλον ποιο πλαίσιο ενεργοποιείται στο μυαλό του κοινού.

Η έννοια της "πλαισίωσης" μπορεί να αποκαλύψει τις υποκείμενες κανονιστικές και

περιγραφικές απόψεις στην περιβαλλοντική έρευνα, αλλά χρειάζεται υπομονή, αντανακλαστικότητα και δεκτικότητα. Ακόμα κι έτσι, μπορεί να μην υπάρχουν απλές "γέφυρες" μεταξύ διαφορετικών πλαισιώσεων λόγω της εξαιρετικά αλληλένδετης φύσης των θεμάτων, των παραδοχών, των μεθοδολογιών κ.ο.κ. Ορισμένες θεματικές ομάδες συμφώνησαν ότι το καλύτερο σενάριο θα ήταν η βελτίωση της αυτογνωσίας, ή τουλάχιστον η μερική ενσωμάτωση μερικών μερών για τη βελτίωση της κατανόησης. Υπήρξε επίσης η ιδέα ότι η ρητή προβολή όλων των αξιών μπορεί περιστασιακά να μειώσει τις πιθανότητες να υπάρξει επιρροή επί τόπου, επειδή όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να μην είναι αμέσως θετικά διακείμενα σε ρητά πολυδιάστατες προσεγγίσεις (Lele et al., 2018).

3.2 Θεωρία ωθήσεων

Η θέση των Thaler και Sunstein (2009) επικεντρώνεται στο γεγονός ότι τα nudges διαφέρουν ανάλογα με τις υποκείμενες διαφορές μεταξύ των λειτουργιών σκέψης του συστήματος 1 και του συστήματος 2. Ένας λόγος για τον οποίο οι ωθήσεις τύπου 1 φαίνεται να είναι αναποτελεσματικές και τείνουν να είναι βραχύβιες είναι επειδή δεν εμπλέκουν τον αποφασίζοντα σε κανένα ουσιαστικό επίπεδο να επανεξετάσει τη βάση στην οποία λαμβάνονται οι αποφάσεις, ώστε να αλλάξει ουσιαστικά τη συμπεριφορά επιλογής του.

Σχετικά με τις ωθήσεις τύπου 2 περιλαμβάνουν συνήθως παρεμβάσεις που παρέχουν σαφείς πληροφορίες που συνδέονται άμεσα με την επιδίωξη ενός σαφώς προσδιορισμένου στόχου, ο οποίος με τη σειρά του συνδέεται με μια συγκεκριμένη συμπεριφορά επιλογής (π.χ. μείωση της ανθυγιεινής διατροφής, της κατανάλωσης αλκοόλ, της κατανάλωσης καπνού)- αυτό έχει τη μορφή παροχής πληροφοριών για τις θερμίδες, την κατανάλωση αλκοόλ από μια ομάδα συνομηλίκων ή προειδοποιήσεις για την υγεία στα πακέτα τσιγάρων. Πιο συγκεκριμένα, βάσει των Thaler & Sunstein (2009) οι ωθήσεις τύπου 2 φαίνεται να είναι αποτελεσματικές στη μείωση των κακών συμπεριφορών υγείας, όπως η υπερκατανάλωση αλκοόλ και το κάπνισμα τσιγάρων, για χρονικό διάστημα ίσο ή μεγαλύτερο των 12 μηνών. Το σκεπτικό γι' αυτό είναι ότι, σε αντίθεση με τις ωθήσεις τύπου 1, οι ωθήσεις τύπου 2 συνήθως ενθαρρύνουν μια μορφή επανεκτίμησης της συμπεριφοράς μέσω ρητών μέσων, και αυτό συμβάλλει στη διατήρηση μεγαλύτερης συνοχής μεταξύ των πληροφοριών βάσει των οποίων οι νέες συμπεριφορές επιλογής γίνονται συνεκτικά.

Οι εναλλακτικές λύσεις για ενίσχυση φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς περιλαμβάνουν το περπάτημα, την ποδηλασία, τις δημόσιες συγκοινωνίες και τη χρήση μοτοσυκλετών και σκούτερ. Μια άλλη στρατηγική είναι η βελτιστοποίηση και ο περιορισμός της χρήσης των ιδιωτικών οχημάτων μέσω του carpooling και των υπηρεσιών στάθμευσης με κίνητρα. Για το σκοπό αυτό, είναι χρήσιμη μια σειρά από προσεγγίσεις εμπλοκής του χρήστη για να εφαρμόσουμε συστάσεις μικρής ώθησης σε διάφορες εφαρμογές. Επί του παρόντος, εξετάζουμε δύο τομείς: πιο φιλικές προς το περιβάλλον μεταφορές και καλύτερο τρόπο ζωής. Αρχικά, σύμφωνα με τους Karlsen & Andersen (2019) είναι εφικτό να πετύχουμε πιο φιλικές προς το περιβάλλον μεταφορές επηρεάζοντας τη συμπεριφορά του πληθυσμού κατά την επιλογή τρόπων μεταφοράς. Για παράδειγμα, μια ειδοποίηση στο smartphone ή το smartwatch τους με πληροφορίες που διευκολύνουν τον πελάτη να επιλέξει περιβαλλοντικά υπεύθυνες μεταφορές: "Αν φύγετε από το σπίτι σας σε 15 λεπτά και περπατήσετε μέχρι τη στάση λεωφορείου που καθορίζεται σε αυτόν τον χάρτη, θα προλάβετε εγκαίρως το λεωφορείο 35 και θα φτάσετε εγκαίρως στη δουλειά σας για έναν καφέ πριν από τη συνάντησή σας στις 9 π.μ. Ο καιρός είναι καλός σήμερα, γι' αυτό φέρτε μαζί σας τα γυαλιά σας" είναι ένας εύκολος, γρήγορος και αποτελεσματικός τρόπος για επιλογή φιλικών προς το περιβάλλον μέσων μεταφοράς.

Ένας πιο υγιεινός τρόπος ζωής μπορεί να έχει παρόμοια αποτελέσματα. Η εξατομίκευση χρησιμοποιείται για να προσδιοριστεί τι παρακινεί τον τρέχοντα χρήστη να είναι πιο ενεργός και παρέχονται ειδοποιήσεις όταν ο χρήστης μπορεί να πειστεί να είναι ενεργός. Για παράδειγμα, θα μπορούσαμε να στείλουμε μια ειδοποίηση σε έναν χρήστη που να του υπενθυμίζει μια ομαδική δραστηριότητα σε ένα κοντινό γυμναστήριο, την οποία παρακολουθούν συχνά πολλοί από τους φίλους του όπως για παράδειγμα "Ξεκινά σε 45 λεπτά- να την κλείσω για εσάς; "Η Kim έχει εγγραφεί για αυτή τη συνεδρία."

Συνοψίζοντας κατά τους Karlsen & Andersen (2019) θα πρέπει να τονίσουμε ότι η χρονική στιγμή μιας μικρής ώθησης είναι κρίσιμη για τον τρόπο με τον οποίο την δέχεται ο χρήστης. Πρώτον, η ώθηση πρέπει να προσφέρεται τη στιγμή που πρέπει να ληφθεί μια απόφαση, παρέχοντας στο χρήστη αρκετό χρόνο για να ενεργήσει σύμφωνα με αυτό. Θα πρέπει επίσης η έξυπνη ώθηση να προσφέρεται αρκετά συχνά ώστε να κρατάει τον χρήστη απασχολημένο, αλλά όχι τόσο συχνά ώστε ο χρήστης να ενοχλείται. Εάν μια παρότρυνση να πάρει το λεωφορείο επαναλαμβάνεται πολλές φορές, θα μπορούσε να σηματοδοτήσει ότι ο χρήστης έχει αλλάξει τη συνήθειά του και χρησιμοποιεί πλέον τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Σε αυτό το στάδιο, η παρότρυνση μπορεί να παρέχεται λιγότερο συχνά ή να διακόπτεται εντελώς για ένα χρονικό

διάστημα, ενώ η δραστηριότητα του χρήστη παρακολουθείται για να διαπιστωθεί αν εξακολουθεί να χρησιμοποιείται το λεωφορείο.

3.3 Θεωρία προοπτικών

Όσον αφορά τη φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά, η θεωρία της προοπτικής μπορεί να εφαρμοστεί για να κατανοήσουμε πώς τα άτομα λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα και τις φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές (Levy, 1992).

Αρχικά, οι άνθρωποι τείνουν να συγκρίνουν τις περιβαλλοντικές αποφάσεις με ένα σημείο αναφοράς, το οποίο μπορεί να είναι η τρέχουσα κατάσταση του περιβάλλοντος ή οι δικές τους συμπεριφορές στο παρελθόν. Συχνά υπάρχει προκατάληψη προς τη διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης, καθώς οι άνθρωποι μπορεί να αντιλαμβάνονται τις αλλαγές στη συμπεριφορά ως πιθανές απώλειες. Ειδικότερα, ο τρόπος παρουσίασης των περιβαλλοντικών επιλογών μπορεί να επηρεάσει τη λήψη αποφάσεων (Jhala et al., 2018). Η θετική πλαισίωση (με έμφαση στα κέρδη) μπορεί να ενθαρρύνει τη φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά, ενώ η αρνητική πλαισίωση (με έμφαση στις απώλειες) μπορεί να αποτρέψει επιβλαβείς ενέργειες. Έτσι τα άτομα γίνονται λιγότερο ευαίσθητα σε πρόσθετα κέρδη ή απώλειες καθώς το μέγεθος αυξάνεται. Η έννοια αυτή μπορεί να είναι σχετική όταν εξετάζονται σταδιακές περιβαλλοντικές αλλαγές ή προσπάθειες.

Εν συνεχεία, η αποστροφή απώλειας (Kanouse & Hanson, 1987) μια βασική πτυχή της θεωρίας προοπτικής, υποδηλώνει ότι τα άτομα έχουν μεγαλύτερο κίνητρο να αποφύγουν απώλειες παρά να αποκτήσουν ισοδύναμα κέρδη. Αυτό μπορεί να εφαρμοστεί στις περιβαλλοντικές αποφάσεις, όπου οι άνθρωποι μπορεί να έχουν περισσότερα κίνητρα να αποτρέψουν την περιβαλλοντική υποβάθμιση παρά να συμβάλουν ενεργά σε βελτιώσεις. Περιβαλλοντικά ζητήματα που αισθάνονται απομακρυσμένα στο χρόνο ή στο χώρο μπορεί να έχουν μικρότερο συναισθηματικό αντίκτυπο, επηρεάζοντας τα κίνητρα για την ανάληψη θετικών δράσεων. Πρόκειται για την τάση των ανθρώπων να αποδίδουν μεγαλύτερη αξία σε πράγματα που ήδη κατέχουν. Εφαρμόζοντας αυτό στις περιβαλλοντικές επιλογές, τα άτομα μπορεί να έχουν μεγαλύτερη τάση να προστατεύουν τους υπάρχοντες φυσικούς πόρους ή τα οικοσυστήματα.

Σύμφωνα με τους Lele et al. (2018), η θεωρία προοπτικής αποτελεί μια χρήσιμη βάση για την ανάπτυξη παρεμβάσεων που ενθαρρύνουν τη φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά. Παραδείγματα περιλαμβάνουν τη διατύπωση μηνυμάτων που επικεντρώνονται στην αποφυγή απώλειας, την

παρουσίαση της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς ως "κανονικής," την ενίσχυση της αίσθησης ελέγχου, και τη δημιουργία κοινωνικής πίεσης. Η εφαρμογή της θεωρίας προοπτικής επικεντρώνεται στην έμφαση των απωλειών, τη μείωση της αβεβαιότητας μέσω σαφών πληροφοριών, και τον σχεδιασμό παρεμβάσεων με μακροπρόθεσμη οπτική και εστίαση σε συλλογικά οφέλη. Με αυτόν τον τρόπο, η κατανόηση των ψυχολογικών μηχανισμών που επηρεάζουν τη λήψη αποφάσεων συμβάλλει στην ανάπτυξη πιο αποτελεσματικών στρατηγικών για την προαγωγή της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς.

Βάσει μελέτης (Heutel, 2019) η οποία εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο η θεωρία των προοπτικών και επηρεάζει τις επενδύσεις των ανθρώπων στην ενεργειακή απόδοση και τον αντίκτυπό της στις βέλτιστες ενεργειακές πολιτικές, αποδείχθηκε ότι τα άτομα που φοβούνται περισσότερο τις απώλειες έχουν λιγότερες πιθανότητες να προβούν σε ενεργειακά αποδοτικές επενδύσεις, όπως η αγορά ενός αποδοτικού ως προς την κατανάλωση καυσίμου αυτοκινήτου ή λαμπτήρων. Η ιδανική στρατηγική αντιμετωπίζει τόσο την εξωτερική ανεπάρκεια της αγοράς όσο και τη "συμπεριφορική" ανεπάρκεια της αγοράς που προκαλείται από την αποστροφή προς τις απώλειες. Ειδικότερα, η θεωρία της προοπτικής υποδηλώνει ότι αν η γνώση μεταβάλλει τα σημεία αναφοράς των πελατών, είναι πιο πιθανό να είναι αρνητικοί σε απώλειες, όπως οι υψηλότερες τιμές ενέργειας, σε σύγκριση με αυτά τα νέα σημεία. Οι περισσότερες μελέτες δεν δείχνουν ένα "φαινόμενο μπούμερανγκ" από την παροχή γνώσης βασισμένης σε κοινωνικούς κανόνες, όπου άτομα με χαμηλότερα επίπεδα κατανάλωσης αυξάνουν την κατανάλωσή τους μετά τη θεραπεία. Η θεωρία των προοπτικών προβλέπει αποστροφή προς τις απώλειες, γεγονός που εξηγεί την παρατηρούμενη ασυμμετρία.

Η θεωρία των προοπτικών υιοθετεί μια προσέγγιση με επίκεντρο τον χρήστη, χρησιμοποιώντας το φαινόμενο της στάθμισης των πιθανοτήτων για να μετατρέψει τις αντικειμενικές πιθανότητες των συμμετεχόντων σε υποκειμενικές πιθανότητες (Jhala et al., 2018). Η θεωρία εξηγεί γιατί οι άνθρωποι τείνουν να υπερεκτιμούν τα αποτελέσματα χαμηλής πιθανότητας και να υποτιμούν τα ενδιάμεσα έως υψηλής πιθανότητας αποτελέσματα, κάτι που δεν μπορεί να εξηγήσει η υπόθεση της αναμενόμενης χρησιμότητας. Η θεωρία της προοπτικής υποδηλώνει ότι τα άτομα αξιολογούν τα πιθανά αποτελέσματα με βάση τις υποκειμενικές πιθανότητες και όχι τις αντικειμενικές πιθανότητες. Το φαινόμενο αυτό έχει τεκμηριωθεί σε διάφορες μελέτες των κοινωνικών επιστημών.

4.Συζήτηση

Η διαμόρφωση μηνυμάτων είναι μια τεχνική επικοινωνίας που στοχεύει στην επιρροή της αντίληψης και της αντίδρασης των ανθρώπων παρουσιάζοντας πληροφορίες με τρόπο που υπογραμμίζει ορισμένες πτυχές και αποδυναμώνει άλλες. Αυτή η τεχνική χρησιμοποιείται για να πείσει ανθρώπους να υιοθετήσουν συγκεκριμένες συμπεριφορές, να λάβουν αποφάσεις ή να αλλάξουν τις στάσεις τους. Οι επικρατέστεροι τύποι διαμόρφωσης μηνυμάτων, όπως η διαμόρφωση κέρδους που επικεντρώνεται στα οφέλη, η πλαισίωση απώλειας που επικεντρώνεται στα αρνητικά, η κοινωνική πλαισίωση που στηρίζεται σε κοινωνικούς κανόνες, και η συναισθηματική πλαισίωση που χρησιμοποιεί συναισθήματα (Ajzen & Fishbein, 1980).

Το καδράρισμα προσανατολισμένο στη δράση ενθαρρύνει τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων. Η φράση αυτή υποδηλώνει ότι η προσέγγιση ή η δομή του μηνύματος που χρησιμοποιείται έχει σχεδιαστεί με έμφαση στην υποστήριξη ή προώθηση της δράσης (Becker, 1974). Αντί να είναι θεωρητική ή αφηρημένη, επικεντρώνεται στον τρόπο με τον οποίο μπορούν να πραγματοποιηθούν πρακτικές ενέργειες. Επιπλέον, προωθείται η άμεση υλοποίηση συγκεκριμένων μέτρων ή ενεργειών και δεν υπάρχει περιορισμός σε γενικές ιδέες, αλλά κινητοποίηση για υλοποίηση πρακτικών και συγκεκριμένων βημάτων.

Διάφορες θεωρίες, όπως η θεωρία της προοπτικής, το μοντέλο πεποιθήσεων για την υγεία, η θεωρία της λελογισμένης δράσης, η θεωρία της κοινωνικής συμπεριφοράς και η έρευνα για την αρνητική προκατάληψη. Αυτές οι θεωρίες συνδέονται με την αντίληψη της αξίας μιας συγκεκριμένης συνέπειας, με την κοινή ιδέα ότι οι υποκειμενικές διαδικασίες αξιολόγησης επηρεάζουν την αξία που αποδίδεται σε ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

Η ανάλυση διαφόρων θεωριών διαμόρφωσης μηνυμάτων οδηγεί σε υποθέσεις σχετικά με τις δομές που επηρεάζουν τη μελέτη αλλαγής συμπεριφοράς. Κοινό χαρακτηριστικό είναι η έμφαση στις συνέπειες και η αναγνώριση της αντιλαμβανόμενης αξίας των αποτελεσμάτων. Η απώλεια ενός αποτελέσματος θεωρείται πιθανόν σημαντικότερη από το κέρδος ενός άλλου, αποκαλύπτοντας ρεαλιστική σκέψη στη διαμόρφωση μηνυμάτων. Η αξία του αποτελέσματος προβλέπεται να επηρεάσει σημαντικά τις διαδικασίες αλλαγής συμπεριφοράς.

Η θεωρία της πλαισίωσης (Kahneman, 2013) γνωστή και ως πλαισίωση των μέσων ενημέρωσης ή πλαισίωση της επικοινωνίας, είναι μια έννοια των επιστημονικών και εκπαιδευτικών πρακτικών που διερευνά πώς τα μέσα ενημέρωσης και η επικοινωνία διαμορφώνουν τον τρόπο

με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και ερμηνεύουν τις πληροφορίες. Μεταξύ των πλεονεκτημάτων της είναι η συμβολή της στην κατανόηση της αντίληψης, βοηθώντας τους ερευνητές να αντιληφθούν πώς η πλαισίωση από τα μέσα ενημέρωσης επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται και ερμηνεύουν γεγονότα ή ζητήματα, παρέχοντας εικόνα για τις γνωστικές διαδικασίες που εμπλέκονται στην επεξεργασία πληροφοριών. Αναδεικνύει τον ισχυρό ρόλο των μέσων ενημέρωσης στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, επιτρέποντας στους ερευνητές να κατανοήσουν καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης συμβάλλουν στην κατασκευή και τη διάδοση συγκεκριμένων αφηγήσεων. Επιπλέον, η πλαισίωση βοηθά στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο ορισμένα θέματα γίνονται πιο προβεβλημένα ή εξέχοντα στο δημόσιο διάλογο, επηρεάζοντας την αντιληπτή σημασία τους και την προσοχή του κοινού. Επιπλέον, χρησιμεύει ως στρατηγικό εργαλείο επικοινωνίας, καθώς οι οργανισμοί και τα άτομα μπορούν να χρησιμοποιούν στρατηγικά την πλαισίωση για να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη και να επηρεάσουν τη λήψη αποφάσεων. Η κατανόηση της πλαισίωσης επιτρέπει στους επικοινωνιολόγους να επιλέγουν τη γλώσσα και τις αφηγήσεις που ευθυγραμμίζονται με τους στόχους τους.

Υπό διαφορετικό πρίσμα, η θεωρία της πλαισίωσης έχει πολιτικές προεκτάσεις, καθώς επηρεάζει την ανάπτυξη πολιτικής βοηθώντας τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να κατανοήσουν τις πιθανές επιπτώσεις των διαφορετικών πλαισίων στην υποστήριξη ή την αντίθεση του κοινού σε συγκεκριμένες πολιτικές. Πιο συγκεκριμένα, στον πολιτικό τομέα, η πλαισίωση μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο οι πολιτικοί λήψης αποφάσεων κατανοούν και παρουσιάζουν ένα θέμα. Ως εκ τούτου, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να χρησιμοποιήσουν τη θεωρία αυτή για να αναλύσουν πώς οι διάφορες προσεγγίσεις ενός θέματος μπορούν να επηρεάσουν την υποστήριξη ή την αντίθεση του κοινού. Τέλος, οι πολιτικοί μπορούν να προβλέπουν πώς η παρουσίαση ενός θέματος μπορεί να επηρεάσει την υποστήριξη ή την αντίθεση του κοινού και να προσαρμόζουν αναλόγως τις πολιτικές τους (Lele et al., 2018). Συνολικά, η πλαισίωση αναδεικνύεται ως σημαντικό εργαλείο στην πολιτική διαδικασία, επηρεάζοντας τον τρόπο παρουσίασης θεμάτων και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Η θεωρία προοπτικής (Kahneman & Tversky, 1981) παρουσιάζει αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με τα παραδοσιακά οικονομικά μοντέλα. Καταρχάς, εξειδικεύεται στην περιγραφή και πρόβλεψη της συμπεριφοράς λήψης αποφάσεων στον πραγματικό κόσμο με μεγαλύτερη ακρίβεια, λαμβάνοντας υπόψη ψυχολογικούς παράγοντες όπως η αποστροφή απώλειας και τα φαινόμενα πλαισίωσης. Δεύτερον, εξηγεί ανωμαλίες στη λήψη αποφάσεων, όπως την τάση των

ανθρώπων να αποφεύγουν τον κίνδυνο με πιθανά κέρδη και να αναζητούν τον κίνδυνο με πιθανές απώλειες. Τρίτον, η θεωρία είναι εφαρμόσιμη σε διάφορα πλαίσια λήψης αποφάσεων, όπως η χρηματοοικονομική λήψη αποφάσεων και η δημόσια πολιτική, παρέχοντας πληροφορίες για τις επιλογές των ατόμων. Τέλος, η ευελιξία της θεωρίας των προοπτικών την καθιστά ένα εύλεκτο πλαίσιο που μπορεί να προσαρμοστεί σε διάφορες καταστάσεις, λαμβάνοντας υπόψη ατομικές διαφορές και συγκυριακούς παράγοντες.

Τα πλεονεκτήματα των μικρών ωθήσεων (Nudges) περιλαμβάνουν τη διατήρηση της ελευθερίας επιλογής, καθώς οι υποδείξεις σχεδιάζονται για να επηρεάζουν τις ατομικές επιλογές χωρίς να τις περιορίζουν. Είναι οικονομικά αποδοτικά, καθώς οι συμβουλές απαιτούν συχνά χαμηλό κόστος. Επιπλέον, προσφέρουν βελτιωμένη λήψη αποφάσεων, επιδιώκοντας να βοηθήσουν τα άτομα να παίρνουν καλύτερες αποφάσεις, υπερβαίνοντας γνωστικές προκαταλήψεις και προωθώντας επιλογές που εξυπηρετούν τη μακροπρόθεσμη ευημερία, με δυνητική επίδραση στην υγεία, την οικονομική κατάσταση και τη συνολική ευημερία (Thaler & Sunstein, 2009).

Από την εξέταση της βιβλιογραφίας, είναι σημαντικό να τονιστούν ορισμένες ομοιότητες που παρατηρήθηκαν για τις τρεις βασικές θεωρίες, δηλαδή την θεωρία πλαισίωσης, την θεωρία προοπτικής και την θεωρία των ωθήσεων. Αρχικά, όλες οι θεωρίες αναγνωρίζουν και προβάλλουν τον ρόλο των ψυχολογικών προκαταλήψεων στην λήψη αποφάσεων. Λόγου χάρη, η θεωρία προοπτικών όπως έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω υπογραμμίζει την αποστροφή της απώλειας η οποία ενέχει προκαταλήψεις ενώ η θεωρία της ώθησης αναφέρει διάφορες γνωστικές προκαταλήψεις που επηρεάζουν επιλογές. Στην συνέχεια, στην μελέτη των θεωριών είναι προφανής η ευρεία εξάρτηση από το πλαίσιο, τονίζοντας την σημασία του τρόπου παρουσίασης των πληροφοριών στη λήψη αποφάσεων. Ειδικότερα, στην θεωρία της ώθησης, είναι ικανή μια αλλαγή πλαισίου να επηρεάσει με διακριτικό τρόπο την συμπεριφορά.

Επιπροσθέτως, η θεωρία των προοπτικών και η θεωρία των ωθήσεων ενέχουν την έννοια των ευρετικών χαρακτηριστικών της απόφασης (Meyers-Levy & Maheswaran, 2004). Πιο συγκεκριμένα, η πρώτη θεωρία περιγράφει την διαδικασία με την οποία οι άνθρωποι κάνουν χρήση νοητικών συντομεύσεων για την αξιολόγηση πιθανών κερδών και απωλειών ενώ η δεύτερη αξιοποιεί τις νοητικές λειτουργίες για την καθοδήγηση ατόμων προς βέλτιστες αποφάσεις δίχως τον περιορισμό της ελεύθερης επιλογής τους.

Προχωρώντας εις βάθος των θεωριών, μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι οι δύο προαναφερθείσες θεωρίες απομακρύνονται σταδιακά από την παραδοσιακή οικονομική υπόθεση της λήψης αποφάσεων εντάσσοντας στον άξονα εφαρμογής τους γνώσεις από ψυχολογία, τονίζοντας με αυτόν τον τρόπο τον ρόλο των συναισθημάτων, των γνωστικών προκαταλήψεων και των κοινωνικών παραγόντων στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Εστιάζοντας τώρα στην θεωρία των ωθήσεων με πρωτεργάτες τους Thaler & Sunstein (2009) φαίνεται ότι η εν λόγω θεωρία άσκησε επιρροή στην διαμόρφωση της δημόσιας πολιτικής σφαίρας (Lele et al., 2018). Ειδικότερα, η ιδέα της χρήσης μικρών ωθήσεων για την αρωγή των ατόμων προς την λήψη ορθότερων επιλογών χωρίς την χρήση αυστηρών προτύπων και κανονισμών ευθυγραμμίζεται με ορισμένες πτυχές της θεωρίας πλαισίωσης και προοπτικών.

4.1 Εξερευνητικό στίγμα

Το εξερευνητικό στίγμα αναφέρεται στην έρευνα και την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο η επικοινωνία επηρεάζει τη φιλοπεριβαλλοντική συνείδηση, στάση και συμπεριφορά των ανθρώπων. Αυτό το πεδίο μελέτης εξετάζει πώς οι πληροφορίες, τα μηνύματα και οι επικοινωνιακές πρακτικές διαμορφώνουν την αντίληψη και τη στάση του κοινού έναντι του περιβάλλοντος.

Το εξερευνητικό στίγμα αποτυπώνεται μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και αναδεικνύεται σε δύο βασικά επίπεδα. Κατ' αρχάς, εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο η επικοινωνία επηρεάζει τη φιλοπεριβαλλοντική στάση και συμπεριφορά των ανθρώπων. Επιπλέον, ενσωματώνει θεωρίες και προσεγγίσεις που στοχεύουν στην προώθηση φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών. Εν συνεχεία, αναλύει τα ευρήματα της έρευνας και τις πρακτικές εφαρμογές τους, και συγκεκριμένα: τη θεωρία της πλαισίωσης, τη θεωρία προοπτικής και τη θεωρία των ωθήσεων. Αυτό δικαιολογεί την αναφορά στις ομοιότητες αυτών των θεωριών που επιδρούν θετικά στην ενθάρρυνση περιβαλλοντικά υπεύθυνων συμπεριφορών.

Το κοινό χαρακτηριστικό όλων των ανωτέρω θεωριών είναι η έμφασή τους στους ψυχολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Συγκεκριμένα, η θεωρία των προοπτικών, με την τεχνική της αποστροφής της απώλειας, επισημαίνει ότι οι περισσότερες αποφάσεις μας διαμορφώνονται από προκαταλήψεις. Επιπλέον, η θεωρία των ωθήσεων αναφέρεται σε σειρά γνωστικών προκαταλήψεων που επηρεάζουν τις επιλογές μας.

Ένα επιπρόσθετο κοινό χαρακτηριστικό των τριών θεωριών αφορά στην έμφαση στο πλαίσιο, υπογραμμίζοντας τη σημασία του τρόπου παρουσίασης των πληροφοριών για την αποτελεσματική επικοινωνία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ενδυνάμωση της διαμόρφωσης φιλοπεριβαλλοντικής στάσης και συμπεριφοράς, ενισχύοντας τη συνολική κατανόηση των περιβαλλοντικών θεμάτων.

Εστιάζοντας τώρα στις θεωρίες της προοπτικής και των ωθήσεων, αυτές οι δύο θεωρίες διαμορφώνουν το εξερευνητικό στίγμα με τις ακόλουθες ομοιότητες. Καταρχάς, εισάγουν την έννοια των ευρετικών χαρακτηριστικών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Πιο συγκεκριμένα, η πρώτη θεωρία περιγράφει τη διαδικασία με την οποία οι άνθρωποι χρησιμοποιούν νοητικές συντομεύσεις για να αξιολογήσουν πιθανά κέρδη και απώλειες σε ένα περιβαλλοντικό ερέθισμα, προκειμένου να διαμορφώσουν φιλοπεριβαλλοντική στάση και συμπεριφορά. Η δεύτερη θεωρία εκμεταλλεύεται τις νοητικές λειτουργίες για την καθοδήγηση ατόμων προς βέλτιστες αποφάσεις σχετικά με το περιβάλλον, χωρίς περιορισμό της ελεύθερης επιλογής τους.

Στη συνέχεια, προκύπτει ότι οι παραπάνω θεωρίες απομακρύνονται σταδιακά από την παραδοσιακή οικονομική υπόθεση της λήψης αποφάσεων με απόλυτα ορθολογική σκέψη, ενσωματώνοντας γνώσεις από τη ψυχολογία. Αυτό υπογραμμίζει τον ρόλο των συναισθημάτων, των γνωστικών προκαταλήψεων και των κοινωνικών παραγόντων στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, ιδίως όταν αυτές αφορούν περιβαλλοντικά ζητήματα που απαιτούν βαθιά ενσυναίσθηση και συμπάθεια για το κοινό καλό. Επισημαίνεται πως η πλαισίωση των μηνυμάτων μπορεί να καθοδηγήσει την αντίληψη και να επηρεάσει την ετοιμότητα και την απόκριση του κοινού σε περιβαλλοντικές προκλήσεις.

Η συνδυαστική αξιοποίηση των θεωριών προοπτικής και ωθήσεων αναδεικνύει σημαντικές δυνατότητες για την ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών προώθησης της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς. Η κατανόηση των γνωστικών μηχανισμών και των ψυχολογικών παραγόντων που επηρεάζουν τις περιβαλλοντικές επιλογές αποτελεί βασικό θεμέλιο για την υλοποίηση αλλαγών προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι αυτές οι θεωρίες μπορούν να αλληλοσυμπληρώνονται και να εφαρμόζονται σε διαφορετικά πλαίσια. Η αποτελεσματικότητα κάθε θεωρίας μπορεί να εξαρτάται από τη συγκεκριμένη κατάσταση και τη φύση της απόφασης που επηρεάζεται. Όσον αφορά τη θεωρία της πλαισίωσης, πρέπει να επισημανθεί ότι ένα θετικό επικοινωνιακό πλαίσιο

που επικεντρώνεται στα οφέλη της φιλοπεριβαλλοντικής στάσης και συμπεριφοράς μπορεί ενδεχομένως να κινητοποιήσει περισσότερους ανθρώπους να υιοθετήσουν την επιθυμητή συμπεριφορά. Παράλληλα, βάσει βιβλιογραφίας, η θεωρία πλαισίωσης έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα αποτελεσματική σε καταστάσεις όπου οι συναισθηματικές ή ψυχολογικές αντιδράσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Η ανάδειξη των πλεονεκτημάτων των φιλοπεριβαλλοντικών δράσεων, όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η διατήρηση των πόρων και η βελτίωση της υγείας, μπορεί να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να υιοθετήσουν αυτές τις συμπεριφορές. Συνολικά, η διαμόρφωση της φιλοπεριβαλλοντικής στάσης και συμπεριφοράς μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική όταν αξιοποιεί συναισθηματικά ή ψυχολογικά κίνητρα που έχουν ευαισθητοποιήσει στο κοινό.

Η θεωρία της προοπτικής κατευθύνει τις αποφάσεις των ανθρώπων προς την ελαχιστοποίηση των αντιληπτών απωλειών αντί της μεγιστοποίησης των κερδών. Αυτό είναι ιδιαίτερα εφαρμόσιμο σε καταστάσεις λήψης αποφάσεων που συνοδεύονται από κίνδυνο, αβεβαιότητα και πιθανά κέρδη ή απώλειες. Γενικά, οι άνθρωποι δεν είναι τόσο θετικά διακείμενοι προς τις απώλειες όσο προς τα κέρδη του ίδιου μεγέθους. Αυτή η αρχή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να επικεντρωθεί η προσοχή στις αρνητικές συνέπειες της αδράνειας στο περιβάλλον. Ταυτόχρονα, η πλαισίωση των πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται τις πιθανές απώλειες και κέρδη που συνδέονται με τις περιβαλλοντικές αποφάσεις. Βάσει αυτής της θεωρίας, οι αποφάσεις λαμβάνονται σε σχέση με ένα σημείο αναφοράς, το οποίο μπορεί να είναι η τρέχουσα κατάσταση ή μια προηγούμενη εμπειρία, επικεντρώνοντας την προσοχή στις πιθανές απώλειες αν δεν υιοθετήσουν φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά και τον αντίκτυπό της στην πλανητική υγεία.

Τέλος, η θεωρία των ωθήσεων είναι ευέλικτη και μπορεί να εφαρμοστεί σε διάφορες καταστάσεις, όπου μικρές, μη εξαναγκαστικές παρεμβάσεις μπορούν να καθοδηγήσουν τα άτομα προς καλύτερες αποφάσεις. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι ωθήσεις είναι έμμεσες, δηλαδή, αντίθετα με τους κανονισμούς ή τις απαγορεύσεις, επικεντρώνονται στον επηρεασμό της αρχιτεκτονικής λήψης αποφάσεων με διακριτικούς τρόπους. Αυτό καθιστά την επιθυμητή επιλογή πιο εύκολη και πιο ελκυστική, ενώ παράλληλα προωθεί τις επιθυμητές φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές, διατηρώντας την ελευθερία επιλογής.

Συνοψίζοντας, η έρευνά μας επικεντρώνεται εκτενώς στον τρόπο με τον οποίο η επικοινωνία επηρεάζει τη φιλοπεριβαλλοντική στάση και συμπεριφορά, προσφέροντας αξιοσημείωτες

εισηγήσεις στον τομέα της περιβαλλοντικής επικοινωνίας. Η αποτελεσματικότητα κάθε θεωρίας εξαρτάται από το πλαίσιο και τις συγκεκριμένες αποφάσεις που επηρεάζονται. Η θεωρία της πλαισίωσης αποδεικνύεται αποτελεσματική όταν η επικοινωνία των πληροφοριών διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο. Η θεωρία των προοπτικών εφαρμόζεται κατάλληλα στη λήψη αποφάσεων υπό συνθήκες κινδύνου και αβεβαιότητας. Αντίστοιχα, η ευελιξία της θεωρίας των ωθήσεων την καθιστά εφαρμόσιμη σε διάφορες καταστάσεις, όπου μικρές παρεμβάσεις μπορούν να οδηγήσουν σε θετικές αλλαγές συμπεριφοράς που αφορούν στο περιβάλλον. Συχνά, ο συνδυασμός αυτών των θεωριών μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία ισχυρότερων παρεμβάσεων, λαμβάνοντας υπόψη την πολυπλοκότητα της ανθρώπινης λήψης αποφάσεων.

Η αποτελεσματική επικοινωνία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στον επηρεασμό της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς, διαμορφώνοντας την ευαισθητοποίηση, τις γνώσεις και τις στάσεις των ατόμων απέναντι στα περιβαλλοντικά ζητήματα. Μέσω στοχευμένων εκστρατειών, διάδοσης πληροφοριών και εμπλοκής της κοινότητας, η επικοινωνία μπορεί να αυξήσει την κατανόηση του κοινού για τις συνέπειες των μη βιώσιμων πρακτικών και να αναδείξει τα οφέλη των φιλικών προς το περιβάλλον εναλλακτικών λύσεων. Είναι σημαντικό όχι μόνο να παρέχονται πραγματικές πληροφορίες, αλλά και να χρησιμοποιούνται πειστικές στρατηγικές που συντονίζονται με τις αξίες και τα συναισθήματα των ανθρώπων, καλλιεργώντας την αίσθηση της προσωπικής σύνδεσης με τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Διαμορφώνοντας τα μηνύματα με τρόπους που ευθυγραμμίζονται με τα πολιτιστικά πρότυπα και τις κοινωνικές ταυτότητες, οι επικοινωνιακές προσπάθειες μπορούν να σπάσουν με επιτυχία τα ψυχολογικά εμπόδια και να παρακινήσουν τα άτομα να υιοθετήσουν συμπεριφορές με περιβαλλοντική συνείδηση. Επιπλέον, η επικοινωνία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην υποστήριξη υποστηρικτικών πολιτικών, στη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για βιώσιμες πρακτικές και στην ενίσχυση των θετικών αλλαγών συμπεριφοράς μέσω μηχανισμών συνεχούς ανατροφοδότησης.

Στην ουσία, η σχέση μεταξύ της επικοινωνίας και της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς είναι συμβιωτική, με τα καλά σχεδιασμένα μηνύματα να λειτουργούν ως καταλύτες για μια συλλογική στροφή προς μια πιο περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένη και υπεύθυνη κοινωνία.

4.2 Προτάσεις για ενίσχυση φιλοπεριβαλλοντικής στάσης και συμπεριφοράς

Περνώντας στο πρακτικό επίπεδο για την προώθηση της φιλοπεριβαλλοντικής στάσης και συμπεριφοράς ανάλογα με το πεδίο επιρροής των διάφορων κοινωνικών ομάδων, διακρίνονται και ανάλογες μέθοδοι εφαρμογής. Αρχικά, όσον αφορά στους επαγγελματίες υγείας, είναι σε θέση με την χρήση μικρών ωθήσεων και άλλων συμπεριφορικών παρεμβάσεων να κατευθύνουν τα άτομα προς φιλοπεριβαλλοντικές επιλογές χωρίς περιορισμό της ελευθερίας τους. Συνάμα, η ήπια χρήση κοινωνικών κανόνων και η επιρροή των συνομηλίκων αυξάνει την προώθηση βιώσιμων συμπεριφορών στις κοινότητες.

Από την άλλη, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής, μπορούν να προχωρήσουν στην εφαρμογή και επιβολή αυστηρών περιβαλλοντικών κανονισμών με στόχο τον περιορισμό επιβλαβών πρακτικών και την ενθάρρυνση βιώσιμων εναλλακτικών λύσεων. Έπειτα, μια έξυπνη ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης με το κατάλληλο πλαίσιο στα σχολικά προγράμματα βοηθάει στην εμπέδωση των αξιών οικολογικής συνείδησης στις επόμενες γενιές.

Όσον αφορά στα άτομα, όντας συνειδητοποιημένοι και ευαισθητοποιημένοι πολίτες θα ήταν σκόπιμο να προβούν στον συνειδητό καταναλωτισμό με επιλογές που υποστηρίζουν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες. Επιπλέον, με την χρήση έξυπνων μικρών ωθήσεων όπως για παράδειγμα μιας ειδοποίησης στο κινητό ή στο smartwatch είναι εφικτή η επιλογή βιώσιμων επιλογών μεταφοράς όπως περπάτημα, ποδήλατο ή μέσα μαζικής μεταφοράς. Τέλος, η ενημέρωση για τα τρέχοντα περιβαλλοντικά ζητήματα θέτει τα άτομα σε συνεχή αναζήτηση τρόπων βελτίωσης του περιβάλλοντος με την υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών πολιτικών σε τοπικό επίπεδο και σε επίπεδο κοινότητας.

4.3 Συμπεράσματα

Ξεκινώντας από την θεωρία της πλαισίωσης θα πρέπει να επισημανθεί ότι η παρουσίαση των εκάστοτε πληροφοριών σε θετικό πλαίσιο είναι πιο αποτελεσματική από την χρήση αρνητικού πλαισίου (Homar & Cvelbar, 2021). Για παράδειγμα, αντί να δοθεί έμφαση στις επιπτώσεις της μη υιοθέτησης φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών, να τονιστούν τα οφέλη τέτοιων συμπεριφορών. Είναι πλέον γνωστό ότι η εστίαση σε μηνύματα που ενέχουν ανταμοιβές ή κέρδη της βιωσιμότητας τείνουν να είναι πιο πειστικά.

Επιπλέον, η ένταξη των πληροφοριών σε χρονικά πλαίσια επηρεάζει την λήψη αποφάσεων. Λόγου χάρη, η διατύπωση των τρεχόντων περιβαλλοντικών ζητημάτων ως επειγόντων και που χρήζουν άμεσης δράσης είναι η ικανή να παρακινήσει άτομα στην λήψη μέτρων αντιμετώπισης. Τέλος, η προσαρμογή των πληροφοριών που αφορούν στο περιβάλλον και τις προκλήσεις που το απειλούν στα ενδιαφέροντα, στις αξίες και τις ανησυχίες των ατόμων ενισχύει την συνάφεια και την αποτελεσματικότητά τους και συνάμα αυξάνει τις πιθανότητες για αλλαγή στάσης και συμπεριφοράς (Wilson et al., 1988).

Περνώντας σε αυτό το σημείο στην θεωρία της προοπτικής αναφέρει ότι οι άνθρωποι εμφανίζουν μεγαλύτερο κίνητρο στην αποφυγή των απωλειών παρά στην απόκτηση ισοδύναμων κερδών (Levy, 1992). Έχοντας αυτό στο νου, η διαμόρφωση μηνυμάτων ή πολιτικών βάσει πιθανών απωλειών λόγω περιβαλλοντικής υποβάθμισης διαφαίνεται ως αποτελεσματικότερη της ανάδειξης αναμενόμενων κερδών. Στο πλαίσιο της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς, τα άτομα είναι ικανά να κρίνουν και να συγκρίνουν τις τρέχουσες ενέργειες τους γύρω από έναν πυρήνα αναφοράς, όπως οι κοινωνικές νόρμες ή οι προσωπικές τους αξίες, γεγονός που καθιστά τις αποφάσεις τους να τείνουν σε πιο φιλικές προς το περιβάλλον συμπεριφορές.

Κλείνοντας με την θεωρία των ωθήσεων σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι οι μικρές ωθήσεις που λαμβάνουν θετική επέκταση, όπως η προσφορά κινήτρων ή ανταμοιβών στην υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς, είναι ικανές να ενθαρρύνει την υιοθέτηση βιώσιμων επιλογών στην καθημερινότητα των ατόμων. Στη συνέχεια, ο καθορισμός φιλικών προς το περιβάλλον επιλογών ως μια εξαρχής προεπιλεγμένη επιλογή επηρεάζει σημαντικά την αλλαγή συμπεριφοράς. Λόγου χάρη, η εξαρχής καθιέρωση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης για τους λογαριασμούς κοινής ωφελείας με ταυτόχρονη μη δυνατότητα επιλογής προτίμησης των λογαριασμών σε χαρτί από τους καταναλωτές, ωθεί τους ανθρώπους προς μια πιο βιώσιμη επιλογή χωρίς τον περιορισμό της ελευθερίας τους. Εν τέλει, οι μικρές ωθήσεις αξιοποιώντας μια διαχρονική πλαisiώση, δίνοντας έμφαση στα άμεσα οφέλη ή αντιμετωπίζοντας τις σημερινές προκλήσεις που σχετίζονται με το περιβάλλον έχει ως αποτέλεσμα την άμεση προσέλκυση των ανθρώπων βάσει ενδιαφερόντων τους (Nelson & Kahan, 2021). Για παράδειγμα, η διαμόρφωση της χρήσης ενεργειακά αποδοτικών συσκευών ως τρόπου εξοικονόμησης χρημάτων στους μηνιαίους λογαριασμούς μπορεί να φανεί χρήσιμο στην καθημερινότητα των πολιτών.

5.Επίλογος

Στον σημερινό κόσμο, υπάρχει μια αυξανόμενη επείγουσα ανάγκη για περιβαλλοντική δράση, καθιστώντας τον ρόλο της επικοινωνίας στον επηρεασμό της προθυμίας των ανθρώπων να αναλάβουν δράση πιο σημαντικό από ποτέ. Η αποτελεσματική επικοινωνία υπερβαίνει την απλή ανταλλαγή γεγονότων και αριθμών. Περιλαμβάνει επίσης τη δημιουργία συναισθηματικών συνδέσεων, τον καθορισμό προσδοκιών και την αναγνώριση της δύναμης των ατομικών ενεργειών στο περιβάλλον.

Αρχικά, είναι σημαντικό η επικοινωνία να είναι κατανοητή και προσαρμοσμένη ώστε να ταιριάζει στο κοινό που προορίζεται. Είναι σημαντικό να μεταφέρονται οι πληροφορίες με απλό και ακριβή τρόπο, αποφεύγοντας πολύπλοκη ή εξειδικευμένη γλώσσα που θα μπορούσε ενδεχομένως να αποξενώσει το κοινό. Επιπλέον, η ενσωμάτωση πραγματικών παραδειγμάτων, ανέκδοτων επιτυχιών και προσωπικών ιστοριών μπορεί να βοηθήσει στο να γίνουν οι περιβαλλοντικές ανησυχίες πιο σχετικές, οικείες και συναισθηματικά συναρπαστικές για τα άτομα. Επιπροσθέτως, είναι σημαντικό να τονίζονται οι θετικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει η περιβαλλοντική δράση τόσο στην τοπική κοινωνία όσο και στον πλανήτη συνολικά. Επιδεικνύοντας τα πλεονεκτήματα και τις πιθανές ευκαιρίες που προκύπτουν από τη συμμετοχή σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες, τα άτομα είναι πιο πιθανό να παρακινηθούν να αναλάβουν δράση. Έπειτα, η προώθηση της έννοιας της προσωπικής λογοδοσίας και η αναγνώριση της σημασίας της συνεισφοράς κάθε ατόμου ενισχύει περαιτέρω την αίσθηση ενδυνάμωσης και αποτελεσματικότητας για τη διαφορά.

Είναι σημαντικό να αποφεύγονται οι άκαμπτες και εκφοβιστικές τακτικές, καθώς αυτές μπορούν να οδηγήσουν σε απώθηση και «επαναστατική» αντίδραση. Αντίθετα, η αποτελεσματική επικοινωνία θα πρέπει να στοχεύει στο να εμπνεύσει μια πίστη στη δυνατότητα μεταμόρφωσης και να αναδειξεί τη μοναδική αξία που κάθε άτομο φέρνει στο τραπέζι. Δημιουργώντας ένα περιβάλλον που ενθαρρύνει το άνοιγμα και τη συνεργασία, τα άτομα είναι πιο πιθανό να αγκαλιάσουν την αλλαγή και να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία.

Ένας άλλος τρόπος που καθιστά την επικοινωνία επιτυχημένη είναι να είναι συνεπής και επίμονη. Η συνεχής επανάληψη βασικών πληροφοριών και η τακτική ενημέρωση σχετικά με την ανάπτυξη και τα αποτελέσματα των περιβαλλοντικών προσπαθειών συμβάλλει στη διατήρηση

του ενδιαφέροντος και στην προώθηση της συνείδησης. Αυτή η συνεχής επικοινωνία διασφαλίζει ότι το μήνυμα ενισχύεται με συνέπεια και επιτρέπει τη συνεχή ενασχόληση με την αιτία.

Στο μεγάλο σχέδιο των πραγμάτων, ο ρόλος της αποτελεσματικής επικοινωνίας δεν μπορεί να υπερεκτιμηθεί όταν πρόκειται να επηρεάσει την κλίση των ατόμων προς την περιβαλλοντική δράση. Χρησιμεύει ως βασικός παράγοντας για να διασφαλιστεί ότι οι προσπάθειές των ατόμων να συμβάλλουν στη διατήρηση του πλανήτη μας όντας καλά ενημερωμένοι αλλά και διαποτισμένοι με θετικότητα και βιωσιμότητα.

Όσον αφορά στη πλανητική υγεία και την ανθρώπινη υγεία, γίνεται φανερό πως οι δύο αυτές διαστάσεις συνδέονται στενά, δημιουργώντας έναν κύκλο εξάρτησης. Η υγεία του πλανήτη επηρεάζει την υγεία των ανθρώπων άρα άρρωστος πλανήτης-άρρωστοι άνθρωποι ενώ υγιής πλανήτης-υγιείς άνθρωποι. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε, όπως η κλιματική αλλαγή, η ρύπανση, και η απώλεια βιοποικιλότητας, απαιτούν ολοκληρωμένες προσεγγίσεις που να λαμβάνουν υπόψη τις διασυνδέσεις ανάμεσα στην υγεία του πλανήτη και την υγεία των ανθρώπων. Η κατανόηση της σύνθετης αυτής σχέσης απαιτεί πολυδιάστατες προσεγγίσεις στην έρευνα, την πολιτική και την πρακτική.

Είναι πλέον κρίσιμο να αναγνωρίσουμε την ανάγκη για διεπιστημονική συνεργασία και παγκόσμια συνεργασία προκειμένου να αντιμετωπίσουμε αυτές τις προκλήσεις. Ο σεβασμός προς το περιβάλλον και η ανάληψη δράσης για τη διατήρηση της υγείας του πλανήτη πρέπει να αναδειχθούν ως προτεραιότητες, όχι μόνο για τη σημερινή γενιά αλλά και για τις επόμενες.

Αυτό μπορεί κάλλιστα να υλοποιηθεί ενθαρρύνοντας την επίτευξη συνεργασίας μεταξύ επιστημόνων, κυβερνήσεων, οργανισμών κοινωνίας των πολιτών και κάθε άλλου φορέα που μπορεί να συμβάλλει στη διατήρηση της υγείας και του περιβάλλοντος. Συνεπώς, με κοινή προσπάθεια και δράση, μπορούμε να προωθήσουμε ένα βιώσιμο και υγιές μέλλον για τον πλανήτη και τους κατοίκους του.

6.Βιβλιογραφία

Ajzen, I. (1980). Understanding attitudes and predictiing social behavior. *Englewood cliffs*.

Becker, M. H. (1974). The health belief model and personal health behavior. *Health education monographs*, 2, 324-473.

Bjerke, M. B., & Renger, R. (2017). Being smart about writing SMART objectives. *Evaluation and program planning*, 61, 125-127.

Corvalán, C., & Kjellstrom, T. (1995). Health and environment analysis for decision making. *World health statistics quarterly 1995*; 48 (2): 71-77.

Cox, R. (2013). *Environmental communication and the public sphere*. Sage.

Dahlberg, L., & Krug, E. (2022). The Social-Ecological Model: A Framework for Prevention |Violence Prevention|Injury Center|CDC. Centers for Disease Control and Prevention. Retrieved February 24, 2024, from <https://www.cdc.gov/violenceprevention/about/social-ecologicalmodel.html>

Douglas, P. H. (1927). Smith's Theory of Value and Distribution. *The University Journal of Business*, 5(1), 53–87. <http://www.jstor.org/stable/2354733>

Dugan, J. (2013). Cicero's rhetorical theory. *The Cambridge Companion to Cicero*, 27, 27.

Gewirtz, J. (1969). Definition of the social environment. In D. Goslin (Ed.), *Handbook of socialization theory and research* (pp. 57-212). Chicago: Rand McNally, College Publishing Company.

Gifford, R., & Nilsson, A. (2014). Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review. *International journal of psychology*, 49(3), 141-157.

Goffman, E. (1974). *Framing Analysis: An Essay on the Organization of Experience*.

Grilli, G., & Curtis, J. (2021). Encouraging pro-environmental behaviours: A review of methods and approaches. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 135, 110039.

Hansen, P. G. (2016). The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism: Does the Hand Fit the Glove? *European Journal of Risk Regulation*, 7(1), 155–174.

Harrington, N. G. (2015). *Health Communication: Theory, Method, and Application*. Routledge.

Heutel, G. (2019). Prospect theory and energy efficiency. *Journal of Environmental Economics and Management*, 96, 236-254.

Homar, A. R., & Cvelbar, L. K. (2021). The effects of framing on environmental decisions: A systematic literature review. *Ecological Economics*, 183, 106950.

Ittelson, W. H., Proshansky, H. M., Rivlin, L. G., & Winkel, G. H. (1974). *An introduction to environmental psychology*. Holt, Rinehart & Winston.

Jhala, K., Natarajan, B., & Pahwa, A. (2018). Prospect theory-based active consumer behavior under variable electricity pricing. *IEEE Transactions on Smart Grid*, 10(3), 2809-2819.

- Kahneman, D. (2013). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*.
- Kanouse, D. E., & Hanson, L. R., Jr. (1987). Negativity in evaluations. In E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior* (pp. 47–62). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Karlsen, R., & Andersen, A. (2019). Recommendations with a nudge. *Technologies*, 7(2), 45.
- Keith, W. (2008). On the origins of speech as a discipline: James A. Winans and public speaking as practical democracy. *Rhetoric Society Quarterly*, 38(3), 239-258.
- Kittler, F. (1996). The History of Communication Media. *Journal Publishing Service*.
- Kwan, Y. H., Cheng, T. Y., Yoon, S., Ho, L. Y. C., Huang, C. W., Chew, E. H., ... & Low, L. L. (2020). A systematic review of nudge theories and strategies used to influence adult health behaviour and outcome in diabetes management. *Diabetes & metabolism*, 46(6), 450-460.
- Lele, S., Brondizio, E. S., Byrne, J., Mace, G. M., & Martinez-Alier, J. (Eds.). (2019). *Rethinking environmentalism: Linking justice, sustainability, and diversity* (Vol. 23). MIT Press.
- Levin, I. P., Schneider, S. L., & Gaeth, G. J. (1998). All frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing effects. *Organizational behavior and human decision processes*, 76(2), 149-188.
- Levy, J. S. (1992). An introduction to prospect theory. *Political psychology*, 171-186.

McGuire, W. J. (1985). Chapter attitudes and attitude change. *Handbook of social psychology*, 233-346.

Meyers-Levy, J., & Maheswaran, D. (2004). Exploring message framing outcomes when systematic, heuristic, or both types of processing occur. *Journal of Consumer psychology*, 14(1-2), 159-167.

Nelson, K. M., Bauer, M. K., & Partelow, S. (2021). Informational nudges to encourage pro-environmental behavior: Examining differences in message framing and human interaction. *Frontiers in Communication*, 5, 610186.

Schoemaker, P. J. (1982). The expected utility model: Its variants, purposes, evidence and limitations. *Journal of economic literature*, 529-563.

Schultz, P. W. (2001). The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere. *Journal of environmental psychology*, 21(4), 327-339

Stern, P. C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*, 56(3), 407-424.

Shannon, C. E. (1948). *A Mathematical Theory of Communication*. *Bell System Technical Journal*, 27(3), 379-423.

Terry, D. J., & O'Leary, J. E. (1995). The theory of planned behaviour: The effects of perceived behavioural control and self-efficacy. *British journal of social psychology*, 34(2), 199-220.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin.

Triandis, H. C. (1989). The self and social behavior in differing cultural contexts. *Psychological review*, 96(3), 506.

Udall, A. M., De Groot, J. I., De Jong, S. B., & Shankar, A. (2021). How I see me—A meta-analysis investigating the association between identities and pro-environmental behaviour. *Frontiers in psychology*, 12, 582421.

Wang, J., Gu, Y., Xin, H., & Wang, X. (2022). Influence of Appeal Type and Message Framing on Residents' Intent to Engage in Pro-Environmental Behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23), 15431.

Wanless, A., & Berk, M. (2017). Participatory propaganda: The engagement of audiences in the spread of persuasive communications. *Social media and social order*, 111-136.

Winans, J. A. (1915). *Public speaking, principles and practice*. Sewell Publishing Company.

What is Communication? | National Communication Association. (n.d.). National Communication Association |. Retrieved February 24, 2024, from <https://www.natcom.org/about-nca/what-communication>

Wilson, D. K., Purdon, S. E., & Wallston, K. A. (1988). Compliance to health recommendations: A theoretical overview of message framing. *Health Education Research*, 3(2), 161-171.

Zanna, M. P., & Rempel, J. K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. In D. Bar-Tal & A. W. Kruglanski (Eds.), *The social psychology of knowledge* (pp. 315-334). Cambridge, UK: Cambridge University Press