



גיליון מיוחד: שינויי אקלים - הבנה, תגובות, והתערבות אפקטיבית עורכות: ד"ר נירה מוניצ'ור וד"ר דיקלה פרץ

מועד הגשה: עד 01.09.24 / החלטות סופיות: עד 31.12.24 / פרסום הגיליון: עד 01.03.25

הגשה למייל: Special_issue_BIU@gmail.com

שינוי אקלים מתייחס לשינוי לטווח ארוך בתבניות מזג האוויר הממוצעות. אחת הסיבות לשינוי זה היא עלייה בפליטות גזי חממה מעשה ידי אדם במהלך המאה האחרונה. שינוי האקלים משפיע משמעותית על מגוון תוצאות כגון ייצור מזון, תנועת אוכלוסייה ובריאות נפשית וגופנית של בני אדם, ובעקבותיו חלה ירידה בבריאות ובאיכות הסביבה שלנו. שלא במפתיע, החשיבות של צמצום שינוי האקלים הוכרה כיעד משמעותי עליו הכריז האו"ם, במטרה להשיג עתיד בר קיימא לעולם.

למרות שמידע על שינוי אקלים והשלכותיו הופך להיות זמין יותר, תגובת בני האדם למידע זה והקשר שלו להתנהגות היומיומית ולצריכת מוצרים ושירותים מסוימים אינו מובן או מופנם.

גיליון מיוחד זה מזמין מאמרים הבוחנים את ההבנה של הפרט, התגובות שלו והתערבויות המתאימות לשינוי התנהגות שיובילו בסופו של דבר לצמצום שינוי האקלים.

נושאי העניין הפוטנציאליים כוללים, אך לא מוגבלים ל:

הבנה של התנהגויות נוכחיות המשפיעות באופן משמעותי על שינוי האקלים. עד כמה מבין הפרט את שינוי האקלים, את הסיבות והתוצאות שלו?

- הקשר שיוצרים הפרטים בין שימור משאבים לבין צריכה אישית.
- גורמים המשפיעים על קבלה/התנגדות למידע על שינוי אקלים (אידיאולוגיה פוליטית, תרבות).
- תפיסות של אחריות (למשל צרכן לעומת תאגידים) לצמצום שינוי אקלים.
- מודעות לתוצאות של שינוי אקלים (למשל, ביטחון תזונתי, פליטי אקלים).
- ידע על אסטרטגיות והתנהגויות יעילות לצמצום שינוי אקלים (צריכת מזון, חיסכון באנרגיה).

תגובה. אילו גורמים קובעים את התגובות הרגשיות והקוגניטיביות של פרטים למידע על שינוי אקלים (או ההשפעות שלו; למשל, עלייה במזג אוויר קיצוני ואסונות טבע) ואיך תגובות אלו משפיעות על התנהגות הפרט?

- תגובות רגשיות, אסטרטגיות התמודדות ותוצאות נלוות בעקבות חשיפה למידע על שינוי אקלים.
- תפקידן של תודעות בולטות, כגון תודעת תמותה או מצב של איום.
- כיצד משתנה התנהגות הפרטים לאחר אסונות טבע או מזג אוויר קיצוני?
- שינויים בדפוסי הקנייה בעקבות מידע על שינוי אקלים.
- שינויים בהחלטות חיים חשובות (למשל, תכנון משפחה) כתוצאה מחשש משינוי אקלים.

התערבותיות. איזה סוג של התערבותיות הכי יעילות בהשפעה על התנהגות פרטים שיכולה לצמצם את שינוי האקלים, כולל התערבותיות מחברות ומהמדיניות שמתמקדות ברמת ההתנהגות האישית?

- היעילות של תוויות מוצרים להפחתת צריכה של מוצרים עם טביעת רגל סביבתית גדולה.
- ההשפעה של מסרים כלכליים, חברתיים וסביבתיים ספציפיים על שינוי התנהגות.
- ההשפעות של שינויי מדיניות - למשל, מיסוי פחמן וסימון מוצרים, דרישות דיווח ESG.
- טקטיקות לצמצום צריכת אנרגיה.
- גורמים (למשל, אידיאולוגיה פוליטית, מיקום גאוגרפי) המשפיעים על יעילות ההתערבותיות.

אנחנו מעודדות הגשת מחקרים מחוקרים בפסיכולוגיה, בשיווק, בניהול ותחומים קרובים (למשל, מדיניות ציבורית, מדעי הסביבה), שמבוססים על כל סוגי המתודולוגיות.

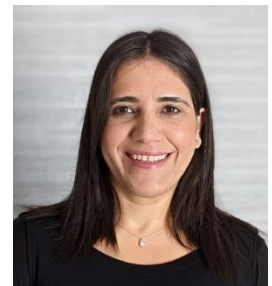
בברכה,
ד"ר נירה מוניצ'ור וד"ר דיקלה פרץ

על העורכות:

ד"ר נירה מוניצ'ור היא מרצה לשיווק בבית-הספר למנהל עסקים של אוניברסיטת בר-אילן. תחומי העניין שלה כוללים פסיכולוגיה והתנהגות של צרכנים, קבלת החלטות של צרכנים, השפעות זמן על צרכנים, ורגשות של צרכנים. מחקריה פורסמו בכתבי-עת מובילים בתחומי השיווק והפסיכולוגיה, וביניהם Journal of Applied Psychology, Journal of Marketing Research, Journal of Consumer Psychology ועוד.



ד"ר דיקלה פרץ היא מרצה בבית הספר למנהל עסקים באוניברסיטת בר-אילן. כחוקרת שיווק, המוקד העיקרי של מחקריה הוא בהתערבותיות שנועדו להשפיע על עמדות, החלטות והתנהגויות של צרכנים בודדים. המחקרים שלה מציעים תובנות חשובות לגבי הנטיות של צרכנים לאמץ או להימנע מהתנהגויות מסוימות. שיטות המחקר שלה כוללות ניסויים המתבצעים הן במעבדה והן בשדה. מחקריה פורסמו בכתבי עת מובילים כולל Journal of Business Research; Journal of Advertising Research; Marketing Letters; Journal of the Association for Consumer Research



עורכת אדמיניסטרטיבית:

גב' ענבר סני-אליה היא דוקטורנטית בבית הספר למנהל עסקים באוניברסיטת בר-אילן. המחקר של ענבר מתמקד בהתערבותיות שנועדו להשפיע על עמדות צרכנים בתחום הקיימות. המחקר של ענבר מתמקד בבחינת תגובות צרכנים למוצרי יוקרה ירוקים. שיטות המחקר שלה כוללות ניסויים המתבצעים הן במעבדה והן בשדה. מחקר המבוסס על עבודת הדוקטורט של ענבר פורסם בכתב העת Journal of the Association for Consumer Research

