

LECTORAAT PSYCHOLOGIE VOOR EEN DUURZAME STAD



Lectoraat Psychologie voor een Duurzame Stad



Inhoud

1. Klimaatverandering en onze reactie
2. Hoe komt dat?
3. Wat dan wel?

1. Klimaatverandering en onze reactie



KLIMAATSTAKING

27 september 13:00, Koekamp, Den Haag

Bekijk [hier](#) de Stakingsroute!



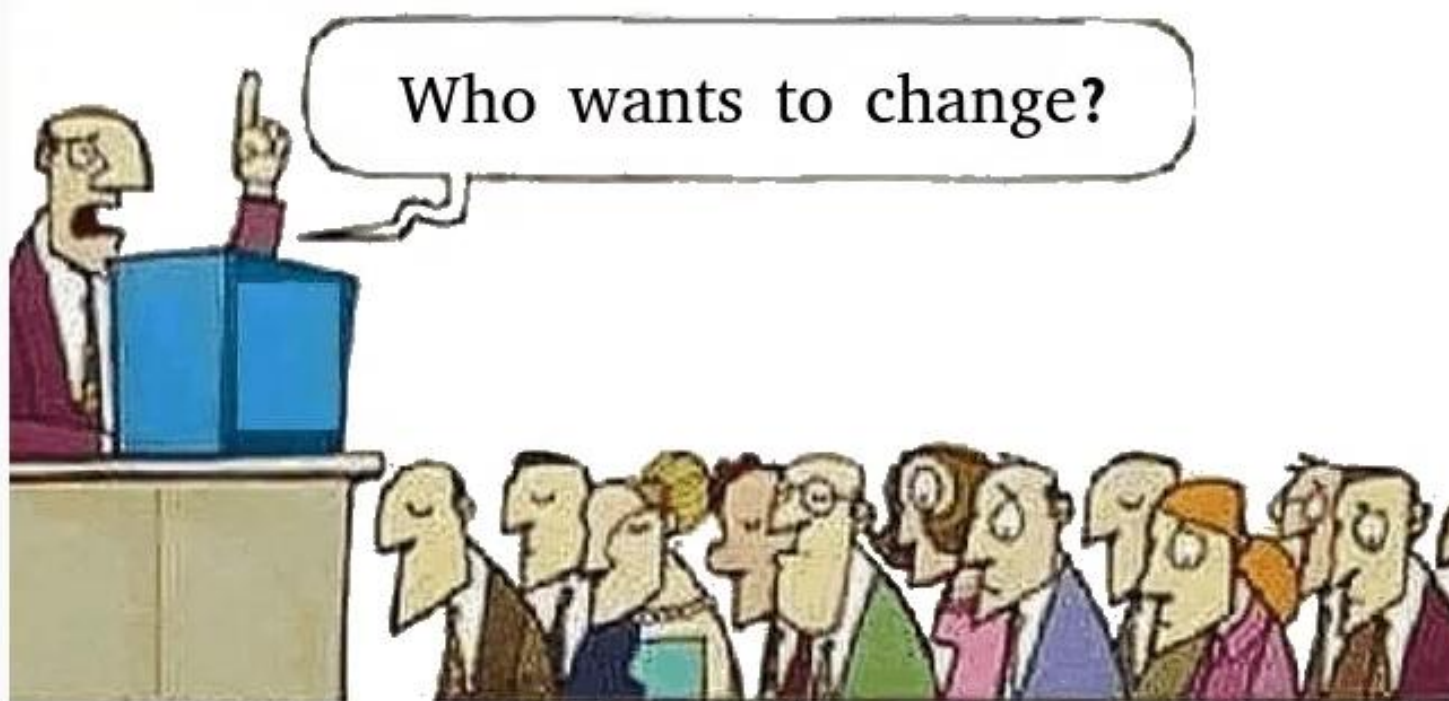
CLIMATE CHANGE

Probal Rashid

Emission Situation
GLOBAL WARMING
NATURAL DISASTER
Drought refugees
Hurricane
SHORTAGE
CO₂ Environmental crisis
Rainforest destruction
Oil spill threaten
ICE-CAP MELTDOWN
Carbon credits
catastrophe
Sea-level rise
Dawn chorus decline
Car exhaust blame

scientists warn
desert expanding
on verge of extinction
Amphibian die-off
Landslide wipes out village
World
Methane
AIR UNFIT TO BREATHE
Melt down
Amphibian die-off
chance

total
Warming
Wasting
ing
ve
the
die-off
chance





Victim Fashion



ProRail

ProRail stopt omstreden veiligheids campagne: 'doel is bereikt'

08-04-2019 om 11:37 door Redactie | Bron: ANP

[Print](#)



Wat we weten.

- Hoe harder je schreeuwt, hoe meer mensen geneigd zijn terug te deinzen.
- Ja, angst/dreiging trekt aandacht, echter ook (vaak vooral bij de doelgroep) afwijzende reacties ('overkomt mij niet' 'zo erg kan het niet zijn')
 - Kan leiden tot frustratie of onverschilligheid
 - Soms na dit soort campagnes zelfs verder van huis omdat het de onverschillige houding versterkt.

Zie o.a. Nestler & Egloff (2010) 'When scary messages backfire'

Veranderen via confronterende feiten: werkt dat?

Dit werkt wanneer mensen

1. De gepresenteerde feiten voor waar aannemen
2. Bevestigen 'dit is inderdaad zeer ernstig en schadelijk'
3. Bevestigen 'inderdaad ik doe dit ook'
4. Vaststellen 'ik kan het ook anders doen'
5. Vervolgens concluderen 'vanaf nu doe ik het anders'
6. Daadwerkelijk ander gedrag gaan vertonen
7. Het andere gedrag ook volhouden

2. Hoe komt dat?

System 1



Fast



Unconscious



Automatic



Everyday
Decisions



Error prone

System 2



Slow



Conscious



Effortful



Complex
Decisions



Reliable

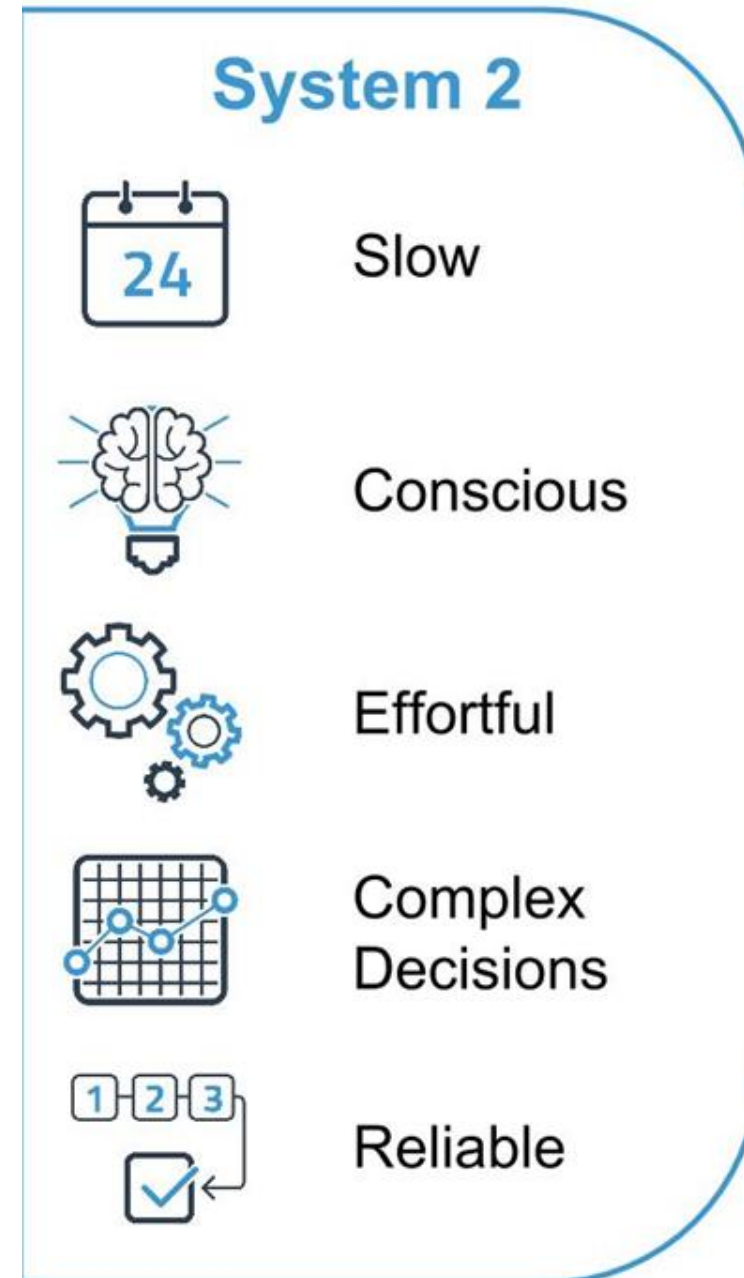
Kahneman (2014)

Thinking fast,
thinking slow

Ons denkend brein

De stem in ons hoofd

De cijfertjes/afwegen



System 1



Fast



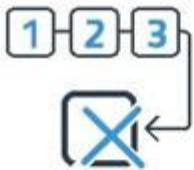
Unconscious



Automatic



Everyday
Decisions



Error prone

Waar we ons niet bewust van zijn

Verhalend

Gewoontes

Emoties

INTENTION BEHAVIOUR GAP

SYSTEEM 2
LUI/STATUS
QUO

DUURZAAMHEID IS
SUPER BELANGRIJK!

GEDRAG ≠
RESULTATEN

LOSS
AVERSION

NIET
TASTBAAR

PRISONERS
DILLEMMA

SOCIALE
NORM



Sara stemt GroenLinks, is vegetarisch, reist met scooter naar werk, vliegt komend weekend naar Barcelona, and houdt van shoppen

Beperkt rationeel



Weten \neq Willen \neq Doen

3. Wat dan wel?

Klimaatvriendelijk gedrag



Extra taak erbij
(impact?/gedoe)



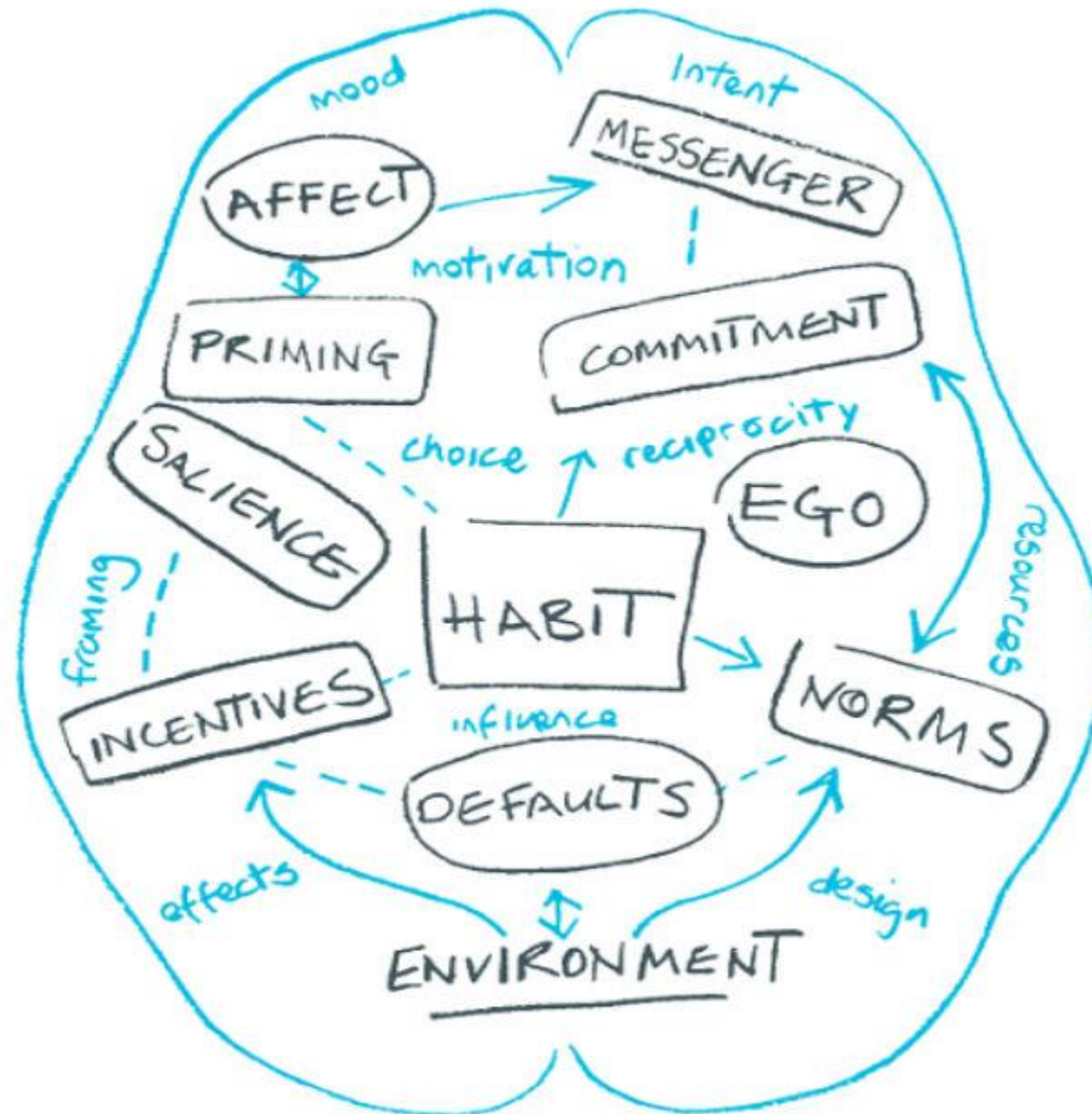
Eenmalige flinke klus
(gedoe, kostbaar)



Verlies (weerstand/
ontgewonen)

Ken (en begrijp) je doelgroep

Kijk zorgvuldig naar hoe mensen zich gedragen in de praktijk (en waarom), niet alleen naar hoe ze zich *zouden moeten* gedragen.



BEHAVIOUR INSIGHTS

IEDEREEN DOET **WAT.**



DIANA DOET WAT.

Waterbesparende douchekop



ELIF DOET WAT.

Klokthermostaat



RONALD DOET WAT.

Zonnepanelen



JIM DOET WAT.

Voedselverspilling



COBIE DOET WAT.

Fietsen

IEDEREEN DOET **WAT.**

Landelijke campagne

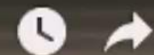
- Doel: creëren van een nieuwe sociale norm, dat iedereen (al) een beetje bijdraagt aan oplossing van het klimaatvraagstuk.
- Focus op kleine haalbare dingen
 - Mobiliteit (bv. bandenspanning, OV, E-vervoer)
 - Energie (bv. Verwarming lager, isoleren, ledlampen)
 - Voedselverspilling

DESCRIPTIEVE NORM: WAT DOEN ANDEREN?



Social Conformity - Brain Games

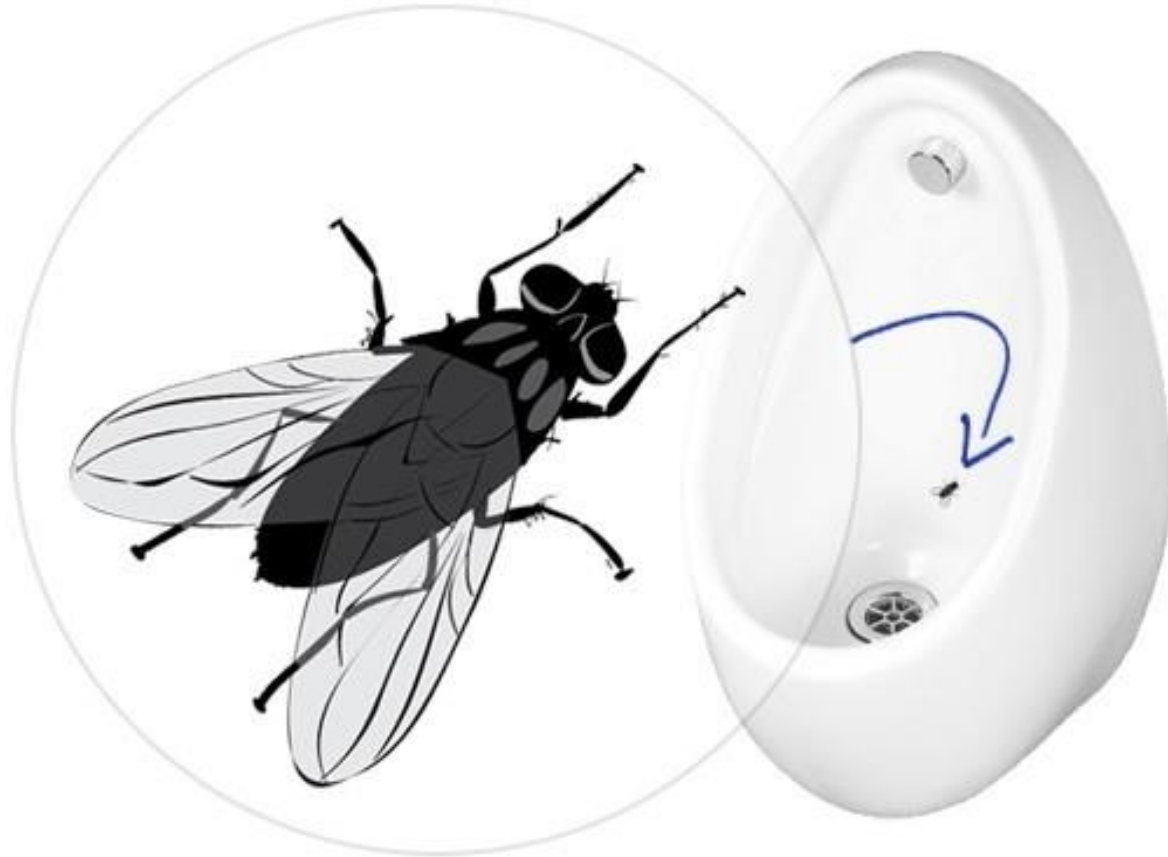
Press Esc to exit full screen



GAME #1



Nudging



NEE

géén
ongeadresseerd
reclamedrukwerk

NEE

géén
huis-aan-huis
bladen

JA

Wél
ongeadresseerd
reclamedrukwerk

JA

Wél
huis aan huis
bladen

Van beter weten naar beter doen.

De psychologie van begrijpen en beïnvloeden.

Marije van Gent: senior onderzoeker

Lectoraat 'Psychologie voor een Duurzame Stad'



Hogeschool van Amsterdam