

Emoties en het activeren van milieuvriendelijke persoonlijke en sociale normen

Hoewel een gedeelte van de mensen zegt het milieu belangrijk te vinden, gedragen ze zich niet altijd milieuvriendelijk. Een recent onderzoek toont aan dat de emoties trots en schuld ertoe bijdragen dat bestaande persoonlijke en sociale normen worden omgezet in intenties tot duurzaam gedrag.

MARLEEN ONWEZEN

Onderzoeker aan de Universiteit van Wageningen

GERRIT ANTONIDES

Hoogleraar aan de Universiteit van Wageningen

Milieu en duurzaamheid zijn tegenwoordig belangrijke maatschappelijke onderwerpen. De wereld wordt geconfronteerd met milieuproblemen, zoals klimaatverandering, vervuiling van lucht, water en bodem, en het uitsterven van planten en dieren. We zijn er ons steeds meer van bewust dat de mens verantwoordelijk is voor deze milieuproblemen. Excessieve westerse consumptiepatronen en de grote uitstoot van schadelijke stoffen, bijvoorbeeld door het importeren van voedsel, autorijden en vliegen, worden gekoppeld aan de huidige milieuproblemen (Stern, 2006). Maar hoewel we ons steeds meer bewust zijn van de menselijke invloed op milieuproblemen, en een substantieel gedeelte van de consumenten aangeeft het milieu be-

langrijk te vinden, handelen we niet altijd in lijn met onze waarden ten aanzien van het milieu. Er is een kloof tussen onze positieve houding ten aanzien van het milieu en onze intenties tot milieuvriendelijk gedrag (Vermeir en Verbeke, 2006). Het is daarom van belang om te begrijpen hoe we milieuvriendelijk gedrag kunnen stimuleren, en hoe de bestaande positieve standaarden ten aanzien van het milieu kunnen worden omgezet in gedrag.

EMOTIES EN RATIONELE KEUZES

Men voelt zich wel eens schuldig omdat hij in de supermarkt de goedkope in plaats van de duurzame melk gekozen heeft. Of trots omdat hij met de fiets in plaats van de auto naar de supermarkt is gegaan. Emoties ervaren mensen elke dag, en ze geven kleur aan ons leven. Als je emoties voelt, krijgen gebeurtenissen betekenis, je ervaart geluk, liefde, en ook verdriet, angst en boosheid. Emoties dienen als signaal voor het belang dat een bepaalde gebeurtenis voor ons heeft. Positieve emoties zijn het gevolg van een match, en negatieve emoties van een mismatch, met verwachtingen of doelen die we nastreven.

De rationele-keuzetheorie gaat ervan uit dat emoties geen rol spelen bij het nemen van beslissingen. Volgens deze theorie worden beslissingen genomen op basis van een objectieve en bewuste afweging van de te verwachten kosten en opbrengsten. Vaak vormen deze aannames de basis voor analyse en modelvorming,

waarop overheidsbeleid wordt ingezet. Maar emoties en rationeel gedrag sluiten elkaar niet uit. Emoties spelen op verschillende manieren een rol bij de keuzes die wij maken. Ze zorgen er bijvoorbeeld voor dat we vluchten als er gevaar is of dat de beslissingen die we nemen risicomijdend zijn. Het ontstaan van emoties en hun effecten zijn systematisch en voorspelbaar (Frijda, 2007) en dus bruikbaar in modellen om gedrag te verklaren en overheidsbeleid op te baseren.

EMOTIES EN MILIEUVRIENDELIJK GEDRAG

De marketing maakt al jaren gebruik van de emoties van consumenten om hen aan te zetten tot specifiek gedrag (zoals de aankoop van producten). Ook voor de effectiviteit van beleid zijn emoties van belang. Zo laat Pin (2009) zien dat betrokkenheid de basis vormt voor acceptatie van nieuwe informatie, maar dat emotie uiteindelijk bepalend is voor het effect. Succes van beleid wordt dus mede bepaald door de mate waarin de overheid erin slaagt het beleid aan te laten sluiten bij de emoties van het publiek. Dit betekent niet dat meer emoties en negatieve emoties per definitie effectief zijn. O'Neill en Nicholson-Cole (2009) hebben aangetoond dat voorlichting met een dreigend karakter over consequenties van klimaatverandering wel tot aandacht, maar niet tot betrokkenheid leidde. Voorlichting die aansloot bij de dagelijkse emoties, zorgen en beelden die men over het klimaat heeft, leidde wel tot een grotere betrokkenheid. Beleidsmakers kunnen gebruikmaken van deze kennis door milieuvriendelijke keuzes niet alleen te stimuleren via cognitieve boodschappen (zoals een boodschap met informatie over de gevolgen van ons autoverbruik voor het milieu), maar ook via affectieve boodschappen (zoals een boodschap die laat zien dat het een goed gevoel geeft als je je auto een dag laat staan, omdat dit goed is voor het milieu).

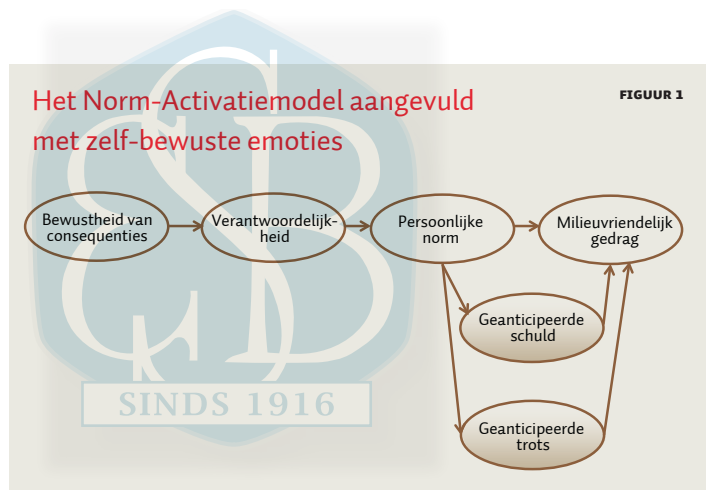
In de context van altruïstisch gedrag blijken morele of zelfbewuste emoties een belangrijke rol te spelen (Haidt, 2003). Deze emoties kunnen ervoor zorgen dat we niet alleen ons eigen belang, maar ook het belang van anderen meenemen in onze beslissingen. Trots en schuld zijn zulke zelfbewuste emoties. Dit zijn cognitief complexe emoties die mensen alleen ervaren als ze zich bewust zijn van zichzelf, en zichzelf evalueren aan persoonlijke of sociale standaarden (Tracy en Robins, 2004a). Deze standaarden waaraan men het gedrag evalueert, zijn vaak gekoppeld aan moreel gedrag, waardoor emoties zoals trots (Tracy en Robins, 2004b) en schuld (Baumeister *et al.*, 1994) gedrag sti-

muleren dat zich niet richt op het eigen gewin.

Milieuvriendelijk gedrag kan ook worden gezien als een keuze tussen persoonlijk voordeel (goedkoper of minder moeite) en voordeel voor anderen (een schone en gezonde planeet voor ons allemaal). Milieuvriendelijk gedrag heeft geen eigen gewin als doel en is ook een vorm van altruïstisch gedrag (Hopper en Nielsen, 1991). Het is daarom te verwachten dat trots en

Milieuvriendelijk gedrag heeft geen eigen gewin als doel en is ook een vorm van altruïstisch gedrag

schuld ook milieuvriendelijk gedrag stimuleren. Men evalueert bijvoorbeeld of het eigen gedrag, zoals het afnemen van grijze in plaats van groene stroom, in lijn is met de eigen standaarden ten aanzien van het milieu. Als men het milieu belangrijk vindt en zich moreel verplicht voelt om zichzelf milieuvriendelijk te gedragen, vindt er een negatieve evaluatie plaats, gevolgd door schuldgevoelens als er niet voor de groene stroom is gekozen. Om deze negatieve gevoelens kwijt te raken zullen mensen vervolgens meer altruïstische, en daarmee ook milieuvriendelijke, keuzes maken.



FIGUUR 1

De auteur heeft verklaard dit artikel alleen te publiceren in ESB en niet elders

EMOTIES EN HET NORM-ACTIVATIEMODEL

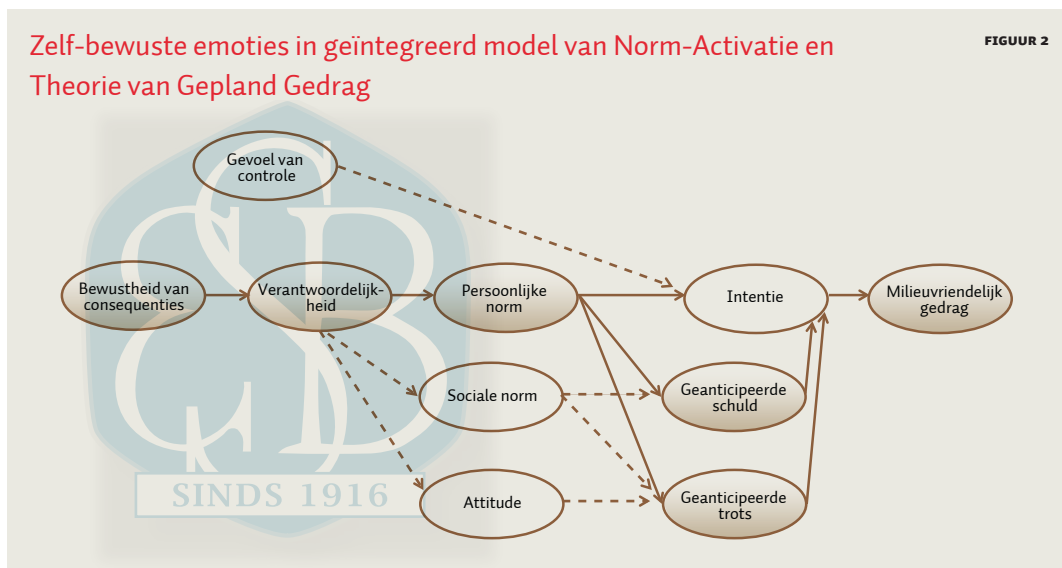
Het Norm-Activatiemodel (Schwartz, 1977) is ontwikkeld om altruïstisch gedrag te verklaren. Later is gebleken dat dit model ook kan worden gebruikt om milieuvriendelijk gedrag te verklaren (Gärling *et al.*, 2003). Het Norm-Activatiemodel laat zien dat mensen zich alleen persoonlijk verantwoordelijk voelen voor het milieu als zij zich bewust zijn van de consequenties die hun gedrag heeft voor het milieu. Dit verantwoordelijkheidsbesef bepaalt vervolgens de persoonlijke norm die op zijn beurt weer milieuvriendelijk gedrag voorspelt. Persoonlijke normen kunnen worden gezien als het morele plichtsbesef van een individu. Men heeft het gevoel dat milieuvriendelijk gedrag ‘het juiste’ is om te doen en gaat zich vervolgens zo gedragen. In figuur 1 geven de vier bovenste ovals het oorspronkelijke Norm-Activatiemodel weer.

Eerder onderzoek geeft aan dat trots en schuld waarschijnlijk een additionele rol spelen in het Norm-Activatiemodel. Er zijn verschillende relaties mogelijk, maar deze worden zelden getoetst. In een recente publicatie (Onwezen *et al.*, 2013) is aangetoond dat persoonlijke normen milieuvriendelijk gedrag beïnvloeden via geanticipeerde emoties van trots en schuld.

Als men zich schuldig denkt te gaan voelen omdat men standaarden niet nakomt, of trots te gaan voelen omdat men dit juist wel doet, worden deze standaard

den daadwerkelijk omgezet in milieuvriendelijk gedrag. Het originele Norm-Activatiemodel verklaarde 49,9 procent van de variantie in milieuvriendelijk gedrag. Door aan dit model trots en schuld toe te voegen, kan 65,4 procent van de variantie in gedrag verklaard worden. Het toevoegen van emoties vergroot de verklarende kracht van het model dus met 15,5 procentpunt.

Interessant genoeg worden emoties dus niet alleen ervaren nadat iemand zichzelf milieuvriendelijk, of juist niet milieuvriendelijk, heeft gedragen. Deze emoties kunnen ook worden geanticipeerd omdat mensen zich kunnen voorstellen hoe ze zich zullen gaan voelen na een bepaald gedrag. Deze geanticipeerde emoties voorspellen mede de keuzes die mensen maken. Mensen voelen zich namelijk graag goed, zij streven positieve emoties na en proberen negatieve emoties te vermijden. Het anticiperen van emoties beïnvloedt op deze manier gedrag. Onwezen *et al.* (2013) laten zien dat persoonlijke en sociale normen bepalen of iemand denkt zich schuldig of trots te zullen gaan voelen. Deze geanticipeerde emoties sturen vervolgens de keuzes, omdat men zich graag trots voelt en schuldgevoel wil vermijden. Op deze wijze beïnvloeden de geanticipeerde emoties de toekomstige milieuvriendelijke keuzes van consumenten. Onderzoek laat zien dat deze geanticipeerde emoties zelfs worden overschat (Mellers en McGraw, 2001). Men verwacht dus meer trots te ervaren door bijvoorbeeld de aankoop



van een nieuwe milieuvriendelijk geproduceerde Kuyichi-spijkerbroek, en meer schuldgevoel als men verfd door de gootsteen spoelt, dan men daadwerkelijk zal ervaren. Door deze overschatting hebben geanticipeerde emoties een sterke invloed op toekomstige beslissingen.

TROTS EN SCHULD IN ANDERE GEDRAGSMODELLEN

Er bestaan verschillende modellen om milieuvriendelijk gedrag te verklaren. Naast het Norm-Activatiemodel (NAM) is er de Theorie van Gepland Gedrag (TGG; Ajzen, 1991). Het voordeel van gedragsmodellen is dat ze een simpele voorstelling van de werkelijkheid geven en een verklaring van gedrag verbeelden. Het nadeel is dat niet alle factoren die in werkelijkheid gedrag verklaren in één model zitten. Modellen zijn zo opgesteld dat ze de belangrijkste factoren meenemen. In eerder onderzoek is getracht om twee verschillende modellen die gedrag kunnen verklaren te combineren. Dit leidt tot een gecompliceerd model, dat echter milieuvriendelijke keuzes nog beter voorspelt (Bamberg *et al.*, 2007). In dit model wordt rekening gehouden met de effecten van de persoonlijke norm (attitude) ten aanzien van het milieuvriendelijke gedrag, en ook met de ervaring dat anderen dit gedrag belangrijk vinden (sociale norm). Onwezen *et al.* (2013) hebben dit geïntegreerde NAM-TGG-model vervolgens verder uitgebreid door hierin de rol van trots en schuld te onderzoeken (figuur 2). De invloed van trots en schuld op gedrag blijft bestaan in dit geïntegreerde en complexe model.

IMPLICATIES

Beleid ter stimulering van milieuvriendelijke keuzes is nu vaak gericht op het veranderen van attitudes en normen, zoals het geven van informatie over gevolgen voor het milieu of het benadrukken van het belang van milieuvriendelijke keuzes. Onwezen *et al.* (2013) laten zien dat normen en attitudes worden omgezet in gedrag als men zich trots of schuldig voelt over het al dan niet volgen van deze normen en attitudes. Beleid gericht op het oproepen van emoties op bestaande normen en attitudes lijkt daarmee effectiever dan beleid gericht op het veranderen van attitudes en normen. De eerste vorm is waarschijnlijk ook gemakkelijker in te voeren omdat deze aansluit bij de gedachtewereld van de burger.

Het onderzoek toont verder aan dat de effecten van trots en schuld op milieuvriendelijk gedrag even groot zijn. Hoewel voorgaand onderzoek vaak de

nadruk legt op negatieve emoties (Corral Verdugo, 2012), en er ook in de praktijk vaak gebruik wordt gemaakt van negatieve emoties, spelen positieve emoties in ieder geval een net zo belangrijke rol. Milieubeleid kan dus zowel op positieve als op negatieve emoties worden ingezet.

Daarnaast blijkt dat de verwachting dat men zich trots of schuldig gaat voelen over het eigen milieuvriendelijke gedrag wordt gebaseerd op verschillende standaarden. Men beoordeelt of het eigen gedrag over-

Normen en attitudes
worden omgezet in gedrag als men
zich trots of schuldig voelt over het
al dan niet volgen van deze
normen en attitudes.

eenkomt met de eigen persoonlijke norm en de eigen houding ten aanzien van het milieu, maar ook of het gedrag overeenkomt met de sociale norm. Dus ook de perceptie van wat anderen vinden dat men moet doen, beïnvloedt de mate waarin men zich trots en schuldig voelt. Dit betekent dat we milieuvriendelijk gedrag kunnen stimuleren door de eigen houdingen en standaarden milieuvriendelijker te maken, maar ook door de perceptie van sociale normen te beïnvloeden. Als men het gevoel heeft dat anderen vinden dat men zich milieuvriendelijk moet gedragen, gaan mensen zich ook trotser voelen als hun gedrag in lijn met deze normen is, en schuldiger als ze zich niet aan deze normen houden. De consequentie van deze geanticipeerde emoties is dat men zich daadwerkelijk milieuvriendelijker gaat gedragen.

Ten slotte is het interessant dat trots en schuld op een verschillende manier tot stand lijken te komen. Men voelt zich eerder trots omdat het gedrag aan de eigen standaarden voldoet. Bijvoorbeeld, als ik het belangrijk vind om niet te veel schadelijke gassen uit te stoten, ben ik er trots op dat ik met de trein in plaats van de auto naar mijn werk reis. In afwijking van trotsgevoelens voelt men zich echter eerder schuldig omdat het eigen gedrag niet aan de standaarden van anderen

LITERATUUR

- Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bamberg, S., M. Hunecke en A. Blöbaum (2007) Social context, personal norms and the use of public transportation: two field studies. *Journal of Environmental Psychology*, 27(3), 190–203.
- Bamberg, S. en G. Möser (2007) Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: a new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 27(1), 14–25.
- Baumeister, R., A. Stillwell, T. Heatherton en F. Todd (1994) Guilt: an interpersonal approach. *Psychological Bulletin*, 115(2), 243–267.
- Corral Verdugo, V. (2012) The positive psychology of sustainability. *Environment, Development and Sustainability*, 14(5), 651–666.
- Frijda, N.H. (2007) *The laws of emotion*. Nawwah (NJ): Erlbaum.
- Gärling, T., S. Fujii, A. Gärling en C. Jakobsson (2003) Moderating effects of social value orientation on determinants of proenvironmental behavior intention. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 1–9.
- Haidt, J. (2003) The moral emotions. In: Davidson, R.J., K.R. Scherer en H.H. Goldsmith (red.) *Handbook of affective sciences*. Oxford (GB): Oxford University Press, 852–870.
- Hopper, J.R. en J.M. Nielsen (1991) Recycling as altruistic behavior. *Environment and Behavior*, 23(2), 195–220.
- Mellers, B.A. en A.P. McGraw (2001) Anticipated emotions as guides to choice. *Current Directions in Psychological Science*, 10(6), 210–214.
- O’Neill, S. en S. Nicholson-Cole (2009) Fear won’t do it – Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30(3), 355–379.
- Onwezen, M.C., G. Antonides en J. Bartels (2013) The Norm Activation Model: an exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141–153.
- Pin, R.R. (2009) *Perceptions of nutragenomics: affect, cognition and behavioral intention*. Thesis. Enschede: Universiteit Twente.
- Schwartz, S.H. (1977) Normative influences on altruism. In: Berkowitz, L. (red.) *Advances in experimental social psychology*, 10. New York: Academic Press, 221–279.
- Stern, N. (2006) *Stern review: the economics of climate change*. Londen: HM Treasury.
- Tracy, J.L. en R.W. Robins (2004a) Putting the self into self-conscious emotions: a theoretical model. *Psychological Inquiry*, 15(2), 103–125.
- Tracy, J.L. en R.W. Robins (2004b) Show your pride: evidence for a discrete emotion expression. *Psychological Science*, 15(3), 194–197.
- Vermeir, I. en W. Verbeke (2006) Sustainable food consumption: exploring the consumer ‘attitude – behavioral intention’ gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169–194.

voldoet. Bijvoorbeeld, ik voel me schuldig omdat ik een Hummer heb gekocht en anderen dit een milieuvriendelijke benzine-slurpende auto vinden.

CONCLUSIE

Gevoelens van trots en schuld worden ervaren na een evaluatie van de overeenkomst van het eigen gedrag met de eigen standaarden én de standaarden die anderen hebben ten aanzien van het milieu. Deze trots- en schuldgevoelens zorgen ervoor dat bestaande positieve houdingen en normen ten aanzien van het milieu daadwerkelijk worden omgezet in milieuvriendelijke intenties. De verwachting deze emoties te gaan ervaren is voldoende om een milieuvriendelijke intentie te vormen. Trots- en schuldgevoelens kunnen gedrag dus al beïnvloeden voordat ze worden ervaren. Deze kennis kan worden gebruikt om effectief beleid te ontwikkelen om milieuvriendelijk gedrag te stimuleren.