



Universiteit  
Leiden

The Netherlands

## De kracht van sociale normen

Fairley, K.; Stallen, M.; Sent, E.M.

### Citation

Fairley, K., Stallen, M., & Sent, E. M. (2013). De kracht van sociale normen. *Economisch Statistische Berichten*, 98, 27-31. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3762417>

Version: Publisher's Version

License: [Licensed under Article 25fa Copyright Act/Law \(Amendment Taverne\)](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3762417>

**Note:** To cite this publication please use the final published version (if applicable).

## SOCIALE NORMEN

# De kracht van sociale normen

Hoe kan de overheid gedragsverandering op het terrein van natuur en milieu bewerkstellingen? Meer informatie helpt maar ten dele. Immers, de zogenaamde actie-waardekloof – de discrepantie tussen persoonlijke waarden en daadwerkelijk gedrag – wordt hier niet mee gedicht. Een veelbelovende aanvulling is het gebruikmaken van sociale normen in beleid.

**KIM FAIRLEY**  
Promovenda aan de  
Radboud Universi-  
teit Nijmegen

**MIRRE STALLEN**  
Postdoctoraal  
onderzoeker aan de  
Radboud Universi-  
teit Nijmegen

**ESTHER-  
MIRJAM SENT**  
Hoogleraar aan de  
Radboud Universi-  
teit Nijmegen

Onze keuzes zijn niet altijd in lijn met onze waarden. We willen een schone leefomgeving en geen overbeviste oceanen, en we maken ons zorgen over klimaatverandering. Toch vliegen we naar verre bestemmingen, eten we vis die met uitsterven wordt bedreigd en stappen we maar mondjesmaat over op groene energie. Deze discrepantie tussen persoonlijke waarden en daadwerkelijk gedrag wordt de ‘actie-waardekloof’ genoemd en speelt een cruciale rol bij beslissingen op het gebied van milieu en duurzaamheid (Flynn *et al.*, 2010; Stradling *et al.*, 2008). Een belangrijke oorzaak van de actie-waardekloof is dat gedrag niet alleen wordt bepaald door intenties, maar ook sterk wordt beïnvloed door onze emotionele en automatische reac-

ties (Kahneman, 2011; Kollmuss en Agyeman, 2002). Zo kopen mensen minder biologische producten dan je zou verwachten naar aanleiding van hun gerapporteerde milieubewuste voornemens, omdat de hoge prijs van deze producten plotseling te veel pijn doet op het moment dat ze in de winkel staan (Hughner *et al.*, 2007) en zo eten mensen automatisch minder vlees wanneer juist een niet-vegetarische maaltijdoptie van tevoren als speciale dieetwens aangevinkt moet worden (Prast, 2009).

Wil de overheid gedragsverandering op het terrein van milieu en natuur bewerkstelligen dan is het niet voldoende om burgers enkel te informeren over het belang van duurzame keuzes. Immers, de intentie tot milieubewust gedrag is veelal aanwezig. Een alternatieve, veelbelovende manier om mensen wel te stimuleren tot het maken van meer duurzame keuzes is het gebruik van sociale normen in beleid. Onderzoek in de sociale en cognitieve (neuro)wetenschappen leert waarom sociale normen een sterke invloed hebben op gedrag. Sociale normen zijn dan ook, al dan niet succesvol, ingezet als hulpmiddel bij interventies gericht op gedragsverandering.

## DESCRIPTIEVE EN INJUNCTIEVE SOCIALE NORMEN

Dat het gedrag van mensen wordt beïnvloed door het gedrag van anderen is een bekend gegeven in de psychologie. Mensen hebben een sterke drang om zich

aan te passen aan de keuzes en opvattingen van anderen en doen dit vaak automatisch en onbewust (Epley en Gilovich, 1999; Tajfel *et al.*, 1971). In de sociale psychologie worden er twee soorten sociale normen onderscheiden: descriptieve en injunctieve (Cialdini *et al.*, 1990). Descriptieve normen verwijzen naar het gedrag van anderen en naar onze beleving van wat mensen in onze omgeving over het algemeen doen en laten, ongeacht of anderen dat gedrag goed- of afkeuren. Injunctieve normen betreffen een waardeoordeel en verwijzen naar de perceptie van welk gedrag door anderen als goed of fout wordt gezien. Welke norm

## Als huishoudens door middel van flyers op de hoogte worden gesteld van het gemiddelde energieverbruik in de buurt, verminderen ze hun energieverbruik met acht procent

de grootste invloed heeft op gedrag zal afhangen van de situatie. Zo is het algemeen bekend dat het niet de bedoeling is om afval te laten slingeren (injunctieve norm), maar laten mensen toch snoepverpakkingen op bioscoopstoelen liggen wanneer anderen dat ook doen (descriptieve norm).

Interventies gericht op gedragsverandering kunnen handig inspelen op de ingewortelde neiging tot conformiteit. Zo laat een experiment in de Verenigde Staten zien dat het hergebruik van hotelhanddoeken kan worden gestimuleerd door hotelgasten te informeren over het gedrag van andere gasten (Goldstein *et al.*, 2008). Hotelgasten blijken hun handdoeken vaker nog een keer te gebruiken als niet alleen verduidelijkt wordt dat dit bijdraagt aan een schoner milieu, maar als ook aangegeven wordt dat andere hotelgasten eveneens hun handdoek meerdere malen gebruiken. Eenzelfde effect doet zich voor bij pogingen het energieverbruik van huishoudens terug te dringen (Schultz *et al.*, 2007). Als huishoudens door middel van flyers op de hoogte worden gesteld van het gemiddelde energieverbruik in de buurt, verminderen

ze hun energieverbruik met acht procent op de korte termijn (gemeten op de dag na ontvangst van de flyer) en met zes procent op de lange termijn (gemeten na drie weken). Een belangrijk gegeven hierbij is wel dat deze vermindering alléén wordt gemeten bij huishoudens die in eerste instantie meer energie dan gemiddeld verbruiken én waarbij dit hoge verbruik met een sip-kijkende smiley wordt aangegeven (injunctieve norm). Deze smiley is belangrijk want als de injunctieve norm in deze context niet benadrukt wordt, dan vindt er een zogenoemd boemerangeffect plaats in de huishoudens die minder energie dan gemiddeld verbruiken. Dat wil zeggen, deze huishoudens beginnen juist méér in plaats van minder energie te gebruiken als ze op de hoogte zijn van het gemiddelde verbruik. Dit effect treedt op omdat deze huishoudens enkel zijn blootgesteld aan de descriptieve norm die in hun geval een energieverbruik aangeeft dat hoger ligt dan hun eigen verbruik. Om te voorkomen dat mensen die al het gewenste gedrag vertonen dat gedrag juist in ongewenste richting aanpassen, is het dus belangrijk dat beleidsmakers zowel de descriptieve als de injunctieve norm duidelijk communiceren.

### IMPLEMENTATIE IN BELEID

De bevinding dat sociale normen kunnen worden gebruikt om duurzaam gedrag te stimuleren, wordt langzaam vertaald naar toepassingen in de praktijk. Zo probeert het in 2007 opgerichte Amerikaanse bedrijf OPOWER om het energieverbruik van huishoudens terug te dringen door energiebesparingstips te combineren met zowel descriptieve als injunctieve informatie over het energieverbruik van burens. Een vergelijkingsonderzoek van 80.000 huishoudens laat zien dat deze aanpak succesvol is en dat het OPOWER-programma het gemiddelde energieverbruik met ongeveer twee procent succesvol weet te verlagen. Eind 2009 hadden al twintig Amerikaanse staten dit programma in hun beleid geïmplementeerd, waaronder zes van de tien grootste (Allcott, 2009).

Een andere interventie die door beleidsmakers is toegepast, komt voort uit een experiment dat werd uitgevoerd op de universiteit van Roskilde met als doel om straatafval tegen te gaan (A. Maaløe Jespersen, 2012). In deze studie wordt geprobeerd om rondslingerend afval te verminderen door groene voetstappen op de grond te schilderen in de richting van afvalbakken. Het succes van de voetstappen is enorm en leidt tot een afname in straatafval van 46 procent. De ver-

onderstelling is dat de groene voetstappen zowel de locatie van de afvalbakken als de sociale injunctieve norm (geen afval laten slingeren) verduidelijken. De gemeente Kopenhagen heeft deze bevinding ter harte genomen en recent groene voetstappen op de trottoirs aangebracht richting 1500 prullenbakken (S. Maaløe Jespersen, 2012).

### VOORZICHTIGHEID GEBODEN

Gezien het veelbelovende succes van interventies met sociale normen is het belangrijk om te benadrukken dat deze aanpak niet altijd succes heeft. Of mensen zich laten leiden door een sociale norm is afhankelijk van zowel de mate waarin mensen zich met anderen identificeren als in hoeverre zij gevoelig zijn voor de gecommuniceerde sociale norm. Zo laat een studie in 2010 onder 35.000 Californische huishoudens zien dat informatie over het gemiddelde buurtenergieverbruik meer effect heeft bij mensen met een hoog milieubewustzijn en een liberale politieke voorkeur dan bij mensen met een conservatieve politieke voorkeur (Costa en Kahn, 2011). Een mogelijke verklaring voor dit verschil is dat in de huishoudens met een conservatieve politieke voorkeur eerder een ongewenst boemerangeffect plaatsvindt omdat deze huishoudens minder waarde hechten aan de injunctieve norm van duurzaam gedrag. Kortom, een uniforme berichtgeving kan verschillende effecten hebben als de deelnemers van de interventie niet allemaal even gevoelig zijn voor de gebruikte sociale norm.

Een tweede belangrijke factor die het succes van sociale normen in beleid beïnvloedt, is de mate waarin mensen zich met de referentiegroep identificeren. Mensen nemen vooral het gedrag van anderen over wanneer zij het gevoel hebben een gemeenschappelijke deler met deze anderen te hebben (Stallen *et al.*, 2013). Klassieke gedragsstudies in de sociale psychologie laten bijvoorbeeld zien dat mensen een grotere voorkeur hebben voor groepsgenoten dan voor niet-groepsgenoten, zelfs wanneer het duidelijk is dat een groepsindeling volledig willekeurig is en enkel voortkomt uit een arbitraire indeling aan de hand van bijvoorbeeld het gooien van kop of munt (Billig en Tajfel, 1973; Tajfel *et al.*, 1971).

Zo laat de eerder beschreven interventie waarin het langere gebruik van hotelhanddoeken wordt gestimuleerd, zien dat conformiteit het sterkst is wanneer de hotelgasten zich met de referentiegroep kunnen identificeren: het hergebruik van handdoeken is het

hoogst als de hotelgasten worden geïnformeerd over het milieubewuste gedrag van een eerdere hotelgast die op dezelfde kamer als de betreffende hotelgast was verbleven (Goldstein *et al.*, 2008). Alvorens sociale normen in beleid te implementeren is het dan ook belangrijk dat beleidsmakers een goed beeld hebben van de identiteit van hun doelgroep.

### TRADITIONELE BENADERING

Waarom zou de overheid eigenlijk sociale normen als beleidsinstrument voor natuur- en milieubeleid inzetten als economen in het algemeen een heel ander arsenaal aan instrumenten voorstellen? Wanneer we pogen om gedragsveranderingen op het gebied van milieu en duurzaamheid middels traditionele, financiële prikkels te bewerkstelligen, zouden deze extrinsieke beloningen wellicht de intrinsieke motivaties van mensen om milieuvriendelijk te handelen, kunnen verdringen. En dit kan een nadelig effect hebben dat zich niet makkelijk laat oplossen op de lange termijn.

De resultaten van een veldexperiment met een kinderopvang in Israël illustreren hoe het koppelen van een financiële straf aan een gewenste gedragsverandering negatief kan uitpakken (Gneezy en Rustichini, 2000). Hoewel ouders wisten dat ze verondersteld werden om hun kinderen vóór een specifieke tijd op te halen bij de kinderopvang, werden de consequenties van te laat zijn aanvankelijk nooit gecommuniceerd naar de ouders. De leiding van de kinderopvang besloot vervolgens kleine boetes (ongeveer drie dollar in die tijd) te geven als ouders hun kinderen te laat bij de opvang ophaalden. Dit resulteerde juist in een toename van het aantal keer dat ouders hun kinderen bij de kinderopvang te laat ophaalden. Toen de boete werd ingesteld, en de leiding hiermee dus de expliciete injunctieve norm benadrukte betreffende het gewenste gedrag, was de consequentie duidelijk en hing er een prijskaartje aan de optie om je kind(eren) na sluitings-tijd op te halen. Ouders dachten hun recht simpelweg te kunnen afkopen, en begrepen niet dat de boete hun duidelijk had moeten maken dat te laat komen niet door de beugel kon. Zelfs toen de financiële straf werd afgeschaft, kwamen ouders die in het verleden boetes hadden betaald veel vaker te laat dan ouders die in een controle groep zaten.

Een additioneel probleem bij de inzet van traditionele, financiële prikkels in het kader van natuur- en milieubeslissingen is dat deze juist de indruk kunnen wekken dat de ware sociale norm is dat mensen niet

willen bijdragen aan een gemeenschappelijk milieudoelstelling (Fuster en Meier, 2010; Gneezy en Rustichini, 2011). Mensen zullen dan niet snel geneigd zijn om zich te conformeren aan het juiste duurzame gedrag omdat zij denken dat de omgeving dat ook niet doet.

Tot slot dient er goed in ogenschouw genomen te worden waarom mensen precies willen bijdragen aan gemeenschappelijke doelstellingen op het gebied van natuur en milieu. Mensen doen vrijwilligerswerk, recyclen hun afval en eten minder vlees omdat dit goed voelt en ze hiermee willen tonen dat ze betrokken en bewuste burgers zijn. Op het moment dat er een beloning wordt gekoppeld aan een milieudoelstelling, rijst de vraag: recycle je omdat het goed is, of omdat je er beter van wordt? Dit kan het imago van een welwillende burger schaden, en wederom drijven financiële prikkels de intrinsieke motivaties om 'het goede' te doen weg (Frey, 1998).

Overigens is er niets principiële mis met het inzetten van traditionele, financiële prikkels als dit het gedrag van mensen structureel in de juiste richting beweegt, maar het karakter van milieu-, natuur- en duurzaamheidsvraagstukken vraagt vaak om een andere aanpak.

### VERANDERING PERCEPTIE

Als traditionele, financiële prikkels maar beperkt bruikbaar zijn, rest de vraag of de invloed van sociale normen daadwerkelijk zo groot is dat mensen hun gedrag structureel aanpassen. Om op deze vraag antwoord te geven, is het van belang te weten hoe sociale normen mensen beïnvloeden. Kennis over de wonderlijke werking van het brein levert hierbij nieuwe inzichten op. Het combineren van gedragsstudies met neurowetenschappelijk onderzoek leert ons namelijk veel over de motivaties die ten grondslag liggen aan onze beslissingen. Een recent neurowetenschappelijk onderzoek laat zien waarom men zich zo sterk laat beïnvloeden door het gedrag van anderen (Klucharev *et al.*, 2009).

Wanneer iemands mening afwijkt van die van anderen, dan wordt er in het brein een zogenaamd foutsignaal gemeten. De kracht van dit foutsignaal bepaalt vervolgens in hoeverre iemand zijn mening aan de groeps mening aanpast. Hoe sterker het signaal, hoe groter de aanpassing. Interessant is dat dit foutsignaal hetzelfde signaal is dat in de hersenen gevonden wordt als mensen onbedoeld iets verkeerd doen, zoals

op het verkeerde knopje van de lift drukken of iemand per ongeluk met een andere naam aanspreken. Dit betekent dat het zich niet conformeren aan de groep in het brein hetzelfde wordt ervaren als het maken van een simpele fout, die vervolgens leidt tot een aanpassing van de mening van het individu aan de mening van de groep. Daarnaast laat neurowetenschappelijk onderzoek zien dat groepsdruk soms zo sterk kan zijn dat het zelfs de individuele waarneming van de omgeving kan veranderen (Berns *et al.*, 2005). Bovendien kunnen traditionele, financiële prikkels in het kader van gedragsveranderingen op het gebied van natuur en milieu een averechts effect hebben dat zich ook niet gemakkelijk laat corrigeren. Het conformeren aan de groep is een biologisch mechanisme dat ons automatisch stuurt in ons gedrag. Juist daarom is de toepassing van sociale normen een middel dat burgers een duwtje in de juiste richting geeft wanneer zij keuzes maken die de leefomgeving aangaan.

### CONCLUSIES

Als het inzetten van sociale normen ter bewerkstelling van gedragsverandering inderdaad succesvol is, resteert de vraag of politici bereid zouden zijn dit te doen. Immers, politici zijn uiterst voorzichtig met het doorvoeren van maatregelen op het gebied van milieu, natuur en duurzaamheid wanneer de burgers deze als onaanvaardbaar beschouwen. Zo besloten de gemeentes van Manchester en Edinburgh in Groot-Brittannië om congestieheffingen niet door te voeren, en in Londen werden plannen om deze heffingen uit te breiden ook afgewezen vanwege het simpele feit dat deze maatregelen veel publiekelijk rumoer veroorzaakten (De Groot en Schuitema, 2012).

Juist gezien het verzet tegen de inzet van traditionele, financiële prikkels, en het averechtse effect dat het teweeg kan brengen, zouden de Britse gemeentes sociale normen moeten overwegen. Maar het uitgebreid informeren van burgers over het belang van duurzame keuzes zal de actie-waardekloof niet dichten. Juist bij milieu- en natuurvraagstukken spelen sociale normen een grote rol omdat de meerderheid welwillend is om zich te conformeren aan duurzaam gedrag, maar mensen simpelweg niet altijd handelen naar hun waardes. Als de intentie tot milieubewust gedrag bij velen veelal aanwezig is, zouden beleidsmakers descriptieve en injunctieve normen als communicatiemiddel in overweging moeten nemen. Immers, sociale normen functioneren als een biologisch mechanisme met als

resultaat het zich conformeren aan de groep middels individuele gedragsverandering.

Om het pleidooi voor de kracht van sociale normen af te sluiten, nog een kleine test. Een nationaal park in Arizona kampt met de diefstal van fossielen en gebruikt als slagzin: “Uw erfgoed wordt dagelijks vernield door de diefstal van maar liefst veertien ton versteend hout per jaar.” Vervolgens experimenteert het met twee alternatieven: “Vele bezoekers hebben versteend hout uit het park gestolen waardoor schade aan het bos wordt aangericht” (vergezeld van een afbeelding van drie personen die hout meenemen). Of “Verwijder alstublieft geen versteend hout opdat het bos behouden kan blijven” (vergezeld van een afbeelding van een enkele persoon die hout steelt met een rode cirkel met doorgetrokken lijn over zijn hand). Welke van deze twee slagzinnen had een cruciaal effect op de afname van diefstal? Cialdini (2003) laat zien dat dit de tweede is.

## LITERATUUR

- Allcott, H. (2009) Social norms and energy conservation. *Journal of Public Economics*, 95(9-10), 1082-1095.
- Baltussen, W.H.M., et al. (2005) Neurobiological correlates of social conformity and independence during mental rotation. *Biological Psychiatry*, 58(3), 245-253.
- Billig, M.G. en H. Tajfel (1973) Social categorization and similarity in intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 3(1), 27-52.
- Cialdini, R.B. (2003) Crafting normative messages to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12(4), 105-109.
- Cialdini, R.B., R.R. Reno en C.A. Kallgren (1990) A focus theory of normative conduct: recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026.

- Costa, D.L. en M.E. Kahn (2011) Energy conservation ‘nudges’ and environmentalist ideology: evidence from a randomized residential electricity field experiment. *Journal of the European Economic Association*, 11(3), 680-702.
- Epley, N. en T. Gilovich (1999). Just going along: nonconscious priming and conformity to social pressure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35(6), 578-589.
- Flynn, R., P. Bellaby en M. Ricci (2010) The ‘value-action gap’ in public attitudes towards sustainable energy: the case of hydrogen energy. *The Sociological Review*, 57(2), 159-180.
- Frey, B.S. (1998) *Not just for the money*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Fuster, A. en S. Meier (2010) Another hidden cost of incentives: the detrimental effect on norm enforcement. *Management Science*, 56(1), 57-70.
- Gneezy, U., S. Meier en P. Rey-Biel (2011) When and why incentives (don’t) work to modify behavior. *Journal of Economic Perspectives*, 25(4), 191-210.
- Gneezy, U. en A. Rustichini (2000) A fine is a price. *Journal of Legal Studies*, 29(1), 1-18.
- Goldstein, N.J., R.B. Cialdini en V. Griskevicius (2008) A room with a viewpoint: using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 472-482.
- Groot, J.I.M. de en G. Schuitema (2012) How to make the unpopular popular? Policy characteristics, social norms and the acceptability of environmental policies. *Environmental Science and Policy*, 19-20, 100-107.
- Hughner, S., P. McDonagh, A. Prothero, C.J. Schultz II en J. Stanton (2007) Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2-3), 94-110.
- Kahneman, D. (2011) *Thinking, fast and slow*. New York: Arrar, Straus and Giroux.
- Klucharev, V., K. Hytönen, M. Rijpkema, A. Smidts en G. Fernández (2009) Reinforcement learning signal predicts social conformity. *Neuron*, 61(1), 140-151.
- Kollmuss, A. en J. Agyeman (2002) Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to. *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Maaløe Jespersen, A. (2012) *Green nudge: nudging litter into the bin*. Artikel op [www.inudgeyou.com](http://www.inudgeyou.com).
- Maaløe Jespersen, S. (2012) *Copenhagen implements green footprint nudge*. Artikel op [www.inudgeyou.com](http://www.inudgeyou.com).
- Prast, H. (2009) *Vegetarisme moet de sociale norm worden, de vleeseter de uitzondering*. Artikel op [www.mejudice.nl](http://www.mejudice.nl)
- Schultz, P.W., J.M. Nolan, R.B. Cialdini, N.J. Goldstein en V. Griskevicius (2007) The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological science*, 18(5), 429-34.
- Stallen, M., A. Smidts en A.G. Sanfey (2013) Peer influence: neural mechanisms underlying in-group conformity. *Frontiers in human neuroscience*, 7 (maart), 50.
- Stradling, S., J. Anable, T. Anderson en A. Cronberg (2008) Car use and climate change: do we practise what we preach? In: Park, A., J. Curtice, K. Thomson, M. Phillips, M. Johnson en E. Clery (red.) *British social attitudes: the 24th Report*. Londen: Sage, 139-161.
- Tajfel, H., M.G. Billig, R.P. Bundy en C. Flament (1971) Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1(2), 149-178.